

DIVULGAÇÃO DE
Resultados
3T22



Fortaleza, Ceará, 7 de novembro de 2022.

A Empreendimentos Pague Menos S.A. ("Companhia" ou "Pague Menos"), principal Hub de Saúde da classe média expandida brasileira, presente em todas as unidades da federação e mais de 380 municípios, anuncia seus resultados referentes ao 3º trimestre de 2022.

PRINCIPAIS DESTAQUES 3T22

+ EXPANSÃO ORGÂNICA

Abertura de **19 lojas**, totalizando 57 inaugurações no ano.

+ INTEGRAÇÃO EXTRAFARMA

Conclusão da aquisição e início da **integração e captura de sinergias**

+ VENDAS OMNICHANNEL

11,0% das vendas totais em Pague Menos (+2,5p.p. vs 3T21)

+ HUB DE SAÚDE

+36 mil vidas ativas no programa Sempre Bem Saúde.

+ SAME STORE SALES

7,2% em Pague Menos (8,4% ex-Testes de Covid) e **13,8% em Extrafarma**

+ VENDA MÉDIA MENSAL POR LOJA

R\$ 632 mil em Pague Menos e R\$ 474 mil em Extrafarma

+ MARGEM BRUTA

29,4% no consolidado e **29,7% em Pague Menos** (+0,1p.p. vs 3T21)

+ MARGEM EBITDA

7,5% no consolidado e **8,6% em Pague Menos** (+0,7p.p. vs 3T21)

CRITÉRIOS DE REPORTE

No dia 1 de agosto de 2022, concluímos o processo de aquisição da Imifarma Produtos Farmacêuticos e Cosméticos S.A. (Extrafarma) junto à Ultrapar Participações S.A (Ultrapar). Com a finalização das condições precedentes e incorporação dos saldos patrimoniais, a Extrafarma foi consolidada e se tornou parte das demonstrações financeiras intermediárias consolidadas da Empreendimentos Pague Menos S.A. (Companhia) nesse mesmo mês. Portanto, as demonstrações financeiras intermediárias consolidadas findas em 30 de setembro de 2022 da Companhia incluem dois meses das operações da Extrafarma.

De forma a facilitar a análise dos resultados, apresentaremos neste release dados operacionais segregados de Pague Menos e Extrafarma, enquanto os dados e informações financeiras são apresentados como Pague Menos "Standalone" (ex-Extrafarma) e Consolidado (Pague Menos mais Extrafarma).

Desde 2019, nossas demonstrações financeiras são preparadas de acordo com o IFRS 16, que alterou os critérios de reconhecimento dos contratos de aluguel. Para demonstrar os efeitos da implementação desta norma e facilitar a comparabilidade entre períodos, apresentamos nas páginas 17 e 18 deste release o Demonstrativo do Resultado do Exercício excluindo os efeitos do IFRS 16.

DESTAQUES FINANCEIROS PAGUE MENOS STANDALONE

em R\$ milhões e % da R.B.	3T21	3T22	Δ	9M21	9M22	Δ
Receita Bruta	2.042,1	2.279,0	11,6%	5.988,1	6.600,9	10,2%
Lucro Bruto	604,6	677,4	12,0%	1.803,9	1.998,9	10,8%
% Margem Bruta	29,6%	29,7%	0,1 p.p.	30,1%	30,3%	0,2 p.p.
Margem de Contribuição	219,7	255,9	16,4%	679,0	763,8	12,5%
% Margem de Contribuição	10,8%	11,2%	0,4 p.p.	11,3%	11,6%	0,3 p.p.
EBITDA Ajustado	160,4	195,0	21,5%	512,1	567,9	10,9%
% Margem EBITDA Ajustada	7,9%	8,6%	0,7 p.p.	8,6%	8,6%	-
Lucro Líquido Ajustado	35,6	37,3	4,9%	150,6	118,3	(21,4%)
% Margem Líquida Ajustada	1,7%	1,6%	(0,1 p.p.)	2,5%	1,8%	(0,7 p.p.)

DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS

em R\$ milhões e % da R.B.	3T21	3T22	Δ	9M21	9M22	Δ
Receita Bruta	2.042,1	2.653,4	29,9%	5.988,1	6.975,3	16,5%
Lucro Bruto	604,6	779,3	28,9%	1.803,9	2.100,9	16,5%
% Margem Bruta	29,6%	29,4%	(0,2 p.p.)	30,1%	30,1%	-
Margem de Contribuição	219,7	282,7	28,7%	679,0	790,7	16,4%
% Margem de Contribuição	10,8%	10,7%	(0,1 p.p.)	11,3%	11,3%	-
EBITDA Ajustado	160,4	199,5	24,3%	512,1	572,4	11,8%
% Margem EBITDA Ajustada	7,9%	7,5%	(0,4 p.p.)	8,6%	8,2%	(0,4 p.p.)
Lucro Líquido Ajustado	35,6	7,0	(80,3%)	150,6	88,0	(41,5%)
% Margem Líquida Ajustada	1,7%	0,3%	(1,4 p.p.)	2,5%	1,3%	(1,2 p.p.)

DESTAQUES OPERACIONAIS

 **PagueMenos**

 **extrafarma**

Indicador / Operação	3T21	3T22	Δ	3T22	Δ vs PM
Lojas (unidades)	1.126	1.210	7,5%	382	(68,4%)
Venda Média/loja/mês (R\$ mil)	611	632	3,5%	474	(25,0%)
Ticket Médio (R\$)	74,55	77,49	3,9%	68,51	(11,6%)
Funcionários (quantidade)	19.561	19.885	1,7%	5.566	(72,0%)
Funcionários/loja (quantidade)	17,4	16,4	(5,4%)	14,2	(13,4%)
Venda Média/Func/mês (R\$ mil)	34,7	38,4	10,6%	34,7	(9,7%)
Participação Omnichannel (% receita varejo)	8,5%	11,0%	2,5p.p.	3,0%	(8,0 p.p.)
Marcas Próprias (% receita varejo)	6,3%	6,6%	0,3p.p.	2,8%	(3,8 p.p.)
Consultórios Farmacêuticos (unidades)	845	939	0,1p.p.	66	(93,0%)

PORTFOLIO DE LOJAS

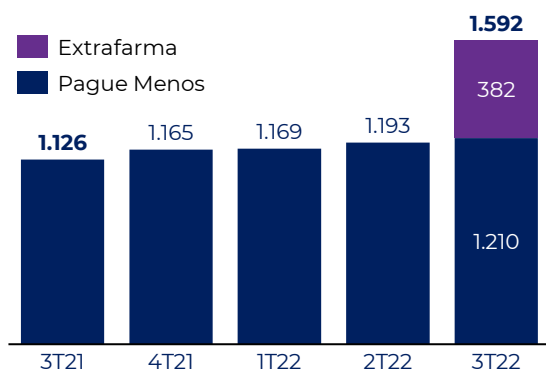
Encerramos o 3T22 com 1.592 lojas em operação, sendo 1.210 da bandeira Pague Menos e 382 da Extrafarma, e presença em 382 municípios brasileiros.

Com a aquisição da Extrafarma, foram incorporadas 399 lojas ao portfólio, das quais 8 foram desinvestidas em decorrência dos remédios definidos pelo CADE à transação e 9 foram encerradas. O processo de otimização do portfólio de lojas da Extrafarma está em curso, nos próximos meses podem ocorrer outros fechamentos e conversões de bandeira.

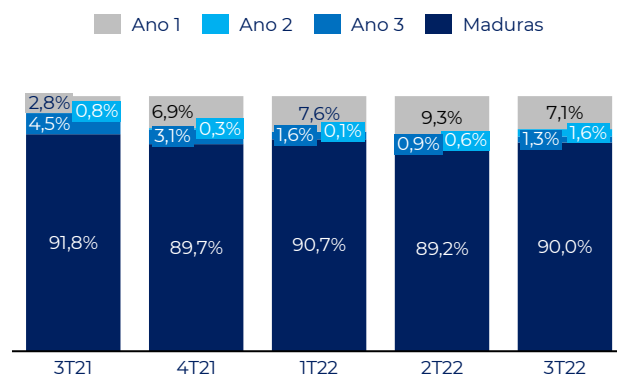
A expansão orgânica da Pague Menos segue conforme planejado, com 19 inaugurações no trimestre, 57 no acumulado do ano e 63 inaugurações previstas para o 4T22. As lojas inauguradas seguem o direcionamento estratégico regional no Norte e Nordeste (75% das inaugurações) e de classes sociais¹ B2, C e D (86% das inaugurações).

As novas safras de loja tem superado as expectativas em rentabilidade, com 79% das lojas com mais de 3 meses de vida operando com EBITDA 4-wall² positivo, proporção esta acima do projetado.

EVOLUÇÃO BASE DE LOJAS



PERFIL ETÁRIO DE LOJAS



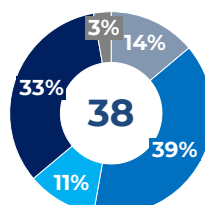
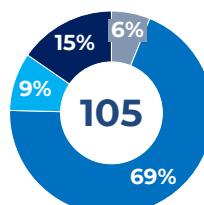
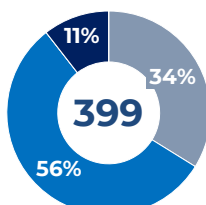
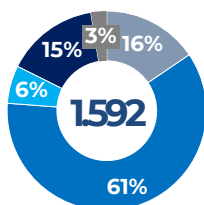
BASE DE LOJAS (3T22)

EXP. INORGÂNICA (EXTRAFARMA)

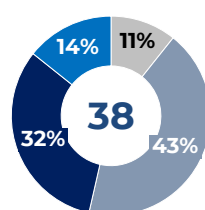
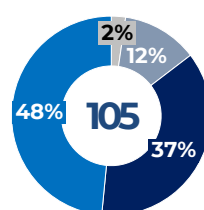
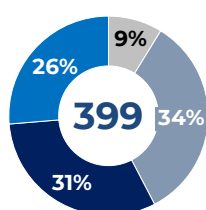
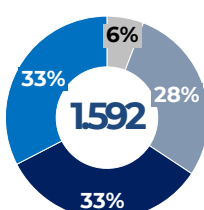
EXP. ORGÂNICA (LTM)

FECHAMENTOS (LTM)

POR REGIÃO



POR CLASSE SOCIAL¹



¹ Classe social predominante no entorno de cada loja (isócronas de 5 minutos de deslocamento a carro). Segmentação segue critérios do IBGE, onde a Classe A, compreende domicílios com média de renda mensal familiar acima de R\$ 16,6 mil, B1 acima de R\$ 7,9 mil, B2 acima de R\$ 4,2 mil e C e D abaixo de R\$ 4,2 mil

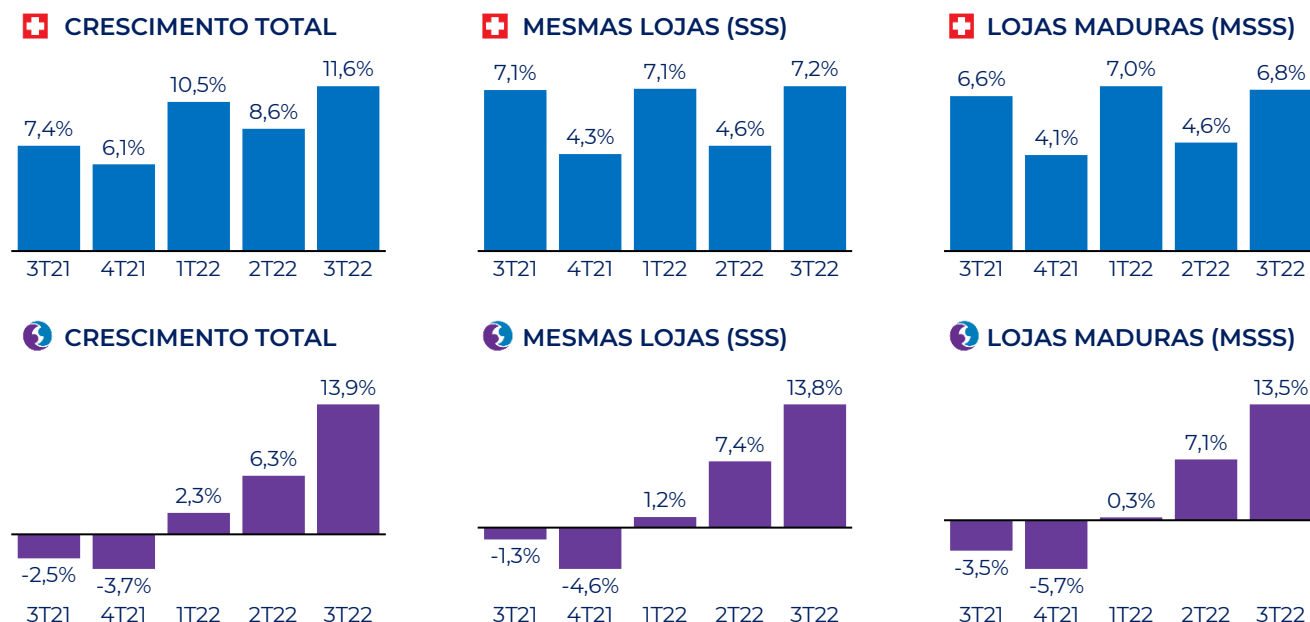
² Considera despesas diretas de loja ex-IFRS16, ou seja, considerando despesas de aluguel.

PERFORMANCE DE VENDAS

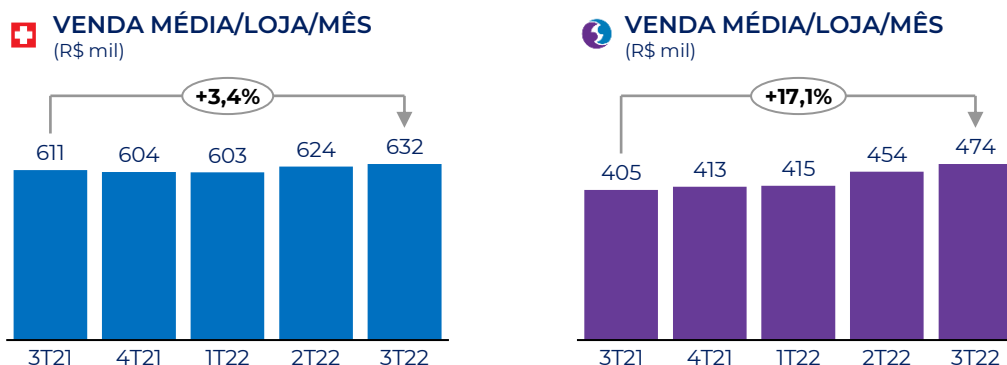
No 3T22, observamos aceleração no ritmo de crescimento em ambas as bandeiras, com destaque para o desempenho de lojas maduras em Extrafarma (crescimento de +13,5%) e a contribuição das novas safras de lojas cada vez mais evidente no crescimento em Pague Menos.

Na bandeira Pague Menos, o crescimento total registrado no trimestre foi de 11,6%, composto de 6,8% de crescimento em lojas maduras e 4,8p.p. de lojas em maturação. No 3T22, vendas de testes de Covid-19 impactaram negativamente o crescimento. Excluindo este produto, o crescimento mesmas lojas foi de 8,4%, próximo à inflação ponderada de produtos no período (9,1%).

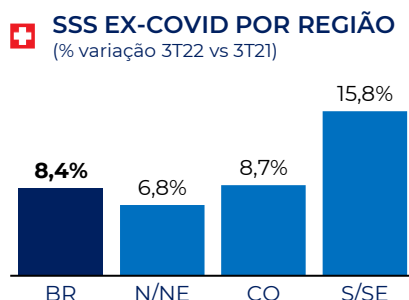
Na bandeira Extrafarma, o crescimento total registrado no trimestre foi de 13,9%, com crescimento mesmas lojas de 13,8% e maduras de 13,5%. Considerando apenas os meses de agosto e setembro, após o *closing* da transação, o crescimento mesmas lojas apurado foi de 14,9%.



A venda média mensal por loja da Pague Menos cresceu 3,4%, impactado pela inauguração de mais de 100 lojas no período. Excluindo as lojas novas, a venda média por loja da Pague Menos cresceu 6,6% atingindo R\$ 666 mil. Na bandeira Extrafarma o crescimento foi de 17,1%, resultado muito promissor, dado que a maioria das alavancas de incremento de vendas previstas no plano de integração ainda não foram implementadas.

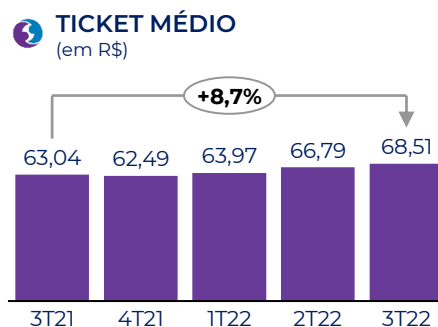
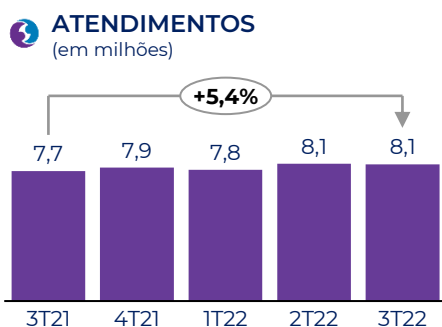
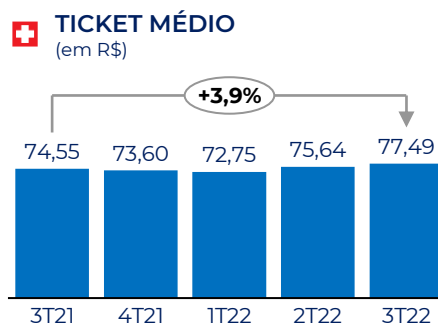
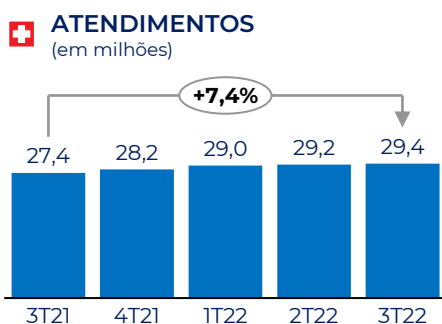


Assim como observado no trimestre anterior, o desempenho de vendas no 3T22 variou consideravelmente entre regiões do país, em decorrência do surto de síndromes respiratórias relacionado ao inverno nas regiões mais frias (Sul e Sudeste). Considerando o portfólio de lojas maduras Pague Menos, observamos no 3T22 crescimento ex-testes de covid de 6,8% de lojas localizadas nas regiões Norte e Nordeste, enquanto lojas localizadas nas regiões Sul e Sudeste cresceram 15,8%.



Em ambas as bandeiras, o crescimento registrado no trimestre foi o resultado da saudável combinação de crescimento de tráfego e de ticket médio. O volume de atendimentos cresceu 7,4% em Pague Menos e 5,4% em Extrafarma. O crescimento mais forte em Pague Menos é reflexo do aumento na base de lojas, que contribuiu para a aquisição de novos clientes. Além disso, ações de CRM cada vez mais assertivas tem contribuído para o crescimento de clientes no conceito mesmas lojas, melhora no LTV (*lifetime value*) da base atual e redução do CAC (custo de aquisição de clientes). Ao final do 3T22, a Companhia contava com 18,5 milhões de clientes ativos, crescimento de 24,2% sobre o 3T21, já com efeitos da aquisição da Extrafarma.

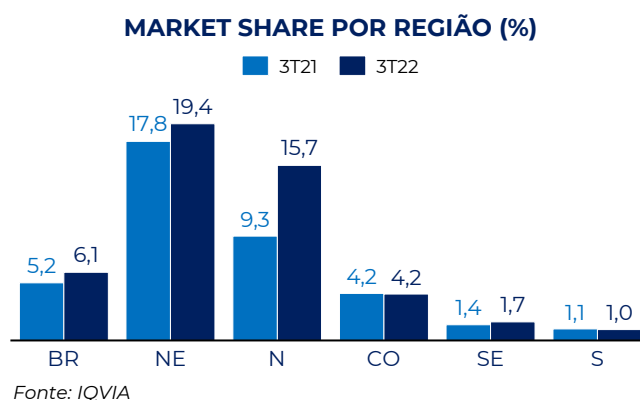
Já o ticket médio aumentou 3,9% e 8,7% em Pague Menos e Extrafarma, respectivamente. A inflação média ponderada dos produtos vendidos ficou próxima em ambas as bandeiras, na média de 9,1%. O fator que contribuiu para um crescimento mais baixo em Pague Menos foi a redução da cesta de compra de clientes, que contraiu em 5,1% em relação ao 3T21, enquanto que em Extrafarma a retração foi de apenas 1,0%.



MARKET SHARE

Com a conclusão da aquisição da Extrafarma, fortalecemos nossa posição competitiva nas regiões Norte e Nordeste. De acordo com a IQVIA, considerando os últimos doze meses, nosso *market share* combinado nessas regiões cresceu 28%, de 14,7% para 18,9% de participação. Além disso, a quantidade de *bricks*³ onde possuímos *market share* superior a 10% aumentou em 22%, chegando a 227 *bricks* (aproximadamente metade do total de *bricks* onde estamos presentes). Dessa forma, ampliamos nossa liderança nos mercados do Norte e Nordeste.

De forma a facilitar o entendimento da dinâmica de *market share* no trimestre, apresentamos neste capítulo nossa participação de mercado consolidada, considerando a Extrafarma no 3T22 completo, a despeito da transação ter sido concluída apenas em Agosto/22.



Com a aquisição da Extrafarma, ampliamos no 3T22 nosso *market share* nacional para 6,1%, no Nordeste para 19,4%, no Norte para 15,7% e no Sudeste para 1,7%. Na região Centro Oeste a participação ficou estável e na região Sul reduziu para 1,0%.

Desconsiderando a aquisição da Extrafarma, registramos no trimestre um crescimento abaixo da média do mercado, em função da menor contribuição das novas lojas. Enquanto na média do mercado as aberturas líquidas nos últimos 2 anos contribuíram com 6,2p.p. do crescimento, na Pague Menos esta contribuição foi de apenas 3,6p.p. Importante destacar que o ritmo de expansão de lojas na bandeira Pague Menos (7,5% nos últimos doze meses) já supera a média de crescimento de lojas do mercado como um todo. No entanto, como o ciclo de expansão ainda está em estágio inicial (aceleração a partir do 3T21, após um hiato de quase 2,5 anos), a contribuição dessas lojas no ritmo de crescimento total ainda é relativamente pequena.

GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS E SUPPLY

No 3T22, o mix de categorias em Pague Menos continuou evoluindo favoravelmente. O destaque no trimestre foi mais uma vez a categoria de medicamentos genéricos, atingindo 10,8% das vendas totais, incremento de 1,2p.p. em relação ao 3T21. Essa categoria, que consideramos estratégica dado o crescente posicionamento da Companhia para o cliente de classes populares, registrou crescimento de 25,2% no trimestre, acima da média de crescimento da Abrafarma.

³ Brick é a denominação da unidade de menor segmentação geográfica adotada pela IQVIA, sendo definida por intervalos de CEP

RESULTADOS 3T22

» DADOS OPERACIONAIS

A categoria de marcas próprias atingiu R\$ 150,3 milhões em vendas no trimestre, em Pague Menos, crescendo 17,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. A participação em vendas no autosserviço atingiu o recorde histórico de 14,1%. O bom desempenho é resultado de uma estratégia bem sucedida de lançamentos, exposição em lojas e e-commerce e ações promocionais.

No comparativo entre as bandeiras, fica evidente o potencial de sinergias na estratégia de marcas próprias. Enquanto na Pague Menos a participação dessa categoria é 14,0% no autosserviço, em Extrafarma essa participação é de 5,6%. À medida em que o plano de integração operacional avance, especialmente com a consolidação da malha de abastecimento, marcas próprias da Pague Menos serão disponibilizadas para as lojas Extrafarma e a marca *Be Better* (da Extrafarma) será disponibilizada nas lojas Pague Menos, com posicionamento complementar ao nosso portfólio de marcas.

							
Indicador / Operação	3T21	2T22	3T22	ΔYoY	ΔQoQ	3T22	Δ vs PM
MIX DE VENDAS							
Medicamento de Marca	43,0%	42,1%	41,3%	-1,7p.p.	-0,8p.p.	36,6%	-4,7p.p.
Medicamento Genérico	9,7%	10,3%	10,8%	1,2p.p.	0,5p.p.	13,0%	2,2p.p.
Higiene e Beleza	24,1%	23,1%	25,0%	0,9p.p.	2,0p.p.	29,4%	4,3p.p.
Over the Counter (OTC)	21,5%	23,5%	22,2%	0,7p.p.	-1,4p.p.	21,0%	-1,2p.p.
Serviços	1,8%	1,0%	0,7%	-1,1p.p.	-0,3p.p.	0,0%	-0,7p.p.
MARCAS PRÓPRIAS							
Vendas Totais (R\$ milhões)	127,8	144,5	150,3	17,6%	4,0%	10,2	-93%
Participação Venda Total (% da R.B)	6,3%	6,5%	6,6%	0,3p.p.	0,1p.p.	2,8%	-3,8p.p.
Participação Autosserviço (% da R.B)	13,7%	13,9%	14,0%	0,2p.p.	0,1p.p.	5,6%	-8,3p.p.
SUPPLY CHAIN							
Média de SKUs/loja (#milhares)	9,5	10,3	10,4	9,1%	1,5%	10,7	3%
Ruptura de Estoques (3T21 = base 100)	100	233	250	149,9%	7,2%	389	56%

O índice de ruptura em lojas Pague Menos apresentou tendência de queda ao longo do trimestre, com o mês de setembro registrando valor 23% menor que o pico apresentado em junho. Apesar da melhora, o indicador permanece em patamar elevado na comparação com o 3T21. Continuamos a observar cenário na cadeia de abastecimento complexo, ainda em normalização desde as rupturas de produção da indústria e picos de demanda causados pela pandemia.

No comparativo entre bandeiras, observamos ruptura de estoques 56% mais alta na bandeira Extrafarma, sinalizando importante gap operacional. Acreditamos que esta é a principal alavanca de crescimento de vendas no curto prazo para a Extrafarma. Por isso, estão sendo feitos investimentos em reforço de estoques da Extrafarma para que gradualmente essas sinergias de venda sejam capturadas.

PLATAFORMA OMNICHANNEL

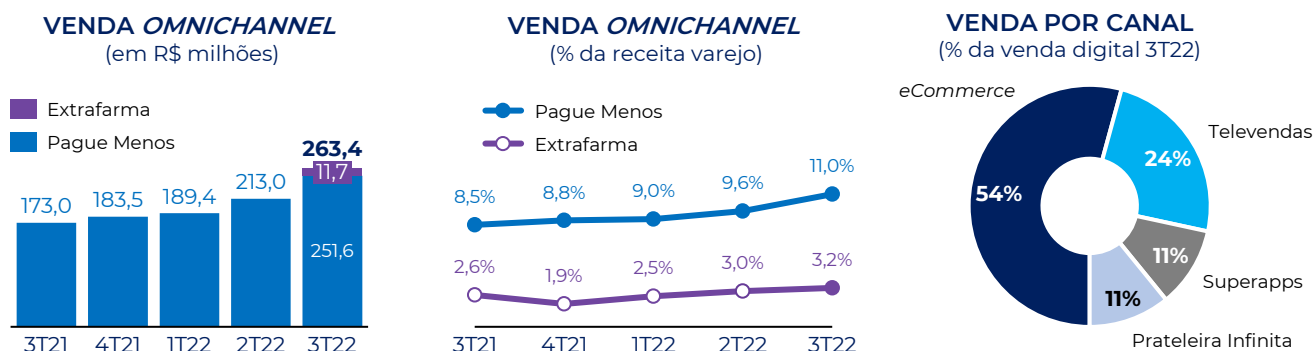
Nossa plataforma *omnichannel* continua a ganhar relevância dentro da estratégia de proporcionar aos clientes uma jornada de compra cada vez mais fluida e engajadora. No 3T22, com a incorporação dos ativos da Extrafarma (clientes, lojas e CDs), nossa plataforma *omnichannel* se tornou ainda mais robusta, com uma capilaridade difícil de ser replicada.

RESULTADOS 3T22

» DADOS OPERACIONAIS

No 3T22, atingimos R\$ 251,6 milhões em vendas *omnichannel* na bandeira Pague Menos, crescimento de 45,4% em relação ao 3T21, representando 11,0% das vendas totais. Considerando as vendas da Extrafarma pós *closing* da transação, a venda *omnichannel* alcançou o patamar de R\$ 263,4 milhões no trimestre.

Dentre os canais digitais, o destaque de crescimento foi o *e-commerce*, expandindo 66% na comparação com o 3T21 e 27% sobre o 2T22. O bom desempenho foi alavancado pelo crescimento de tráfego *online*, resultado de uma estratégia bem sucedida de racionalização no investimento em marketing com redução no CAC (custo de aquisição de clientes). Além disso, tem ganhado tração a iniciativa de *social commerce*, o Minha Pague Menos, que, a apenas seis meses desde seu lançamento, já conta com mais de 14 mil afiliados e já representa 15% das vendas totais do *e-commerce*.



De acordo com a IQVIA, nossa participação de mercado dentro dos canais digitais atingiu 11,8% no trimestre, um recorde histórico, 0,4p.p. acima do mesmo período do ano anterior. Nossos canais digitais continuam a crescer em ritmo acima da média do mercado

A consistência no crescimento vem acompanhada de melhoria no nível de serviço e de satisfação de clientes. Na plataforma do *ReclameAqui*, Pague Menos e Extrafarma figuram entre as melhores avaliações dentre players do varejo farma, com notas de 8,5 e 8,1, respectivamente. O App Pague Menos acumula mais de 1,5 milhão de downloads desde seu lançamento, no 4T21, e continua a sustentar boas notas nas lojas de aplicativos *Google Play* e *Apple Store*.

Além da tendência estrutural que impacta todo o mercado de crescente relevância dos canais digitais, atributos específicos de nossa operação nos conferem um potencial ainda maior de crescimento nas vendas *omnichannel*. Nossa maior exposição geográfica a regiões em estágio inicial de amadurecimento de canais digitais sugere um espaço maior para crescimento, já que, enquanto nas regiões Norte e Nordeste a participação⁴ de vendas *omnichannel* é de 9,4%, nas regiões Sul e Sudeste já atingimos 18,2%. Além disso, existe uma clara oportunidade de convergência da participação de vendas *omnichannel* entre as operações Pague Menos e Extrafarma.

Importante destacar como consideramos estratégico o avanço da omnicanalidade em nossos negócios. Observamos evidentes vantagens nos *economics* de clientes *omnichannel*, com maior gasto médio e grau de fidelização, se traduzindo em um aumento de LTV (*lifetime value*).

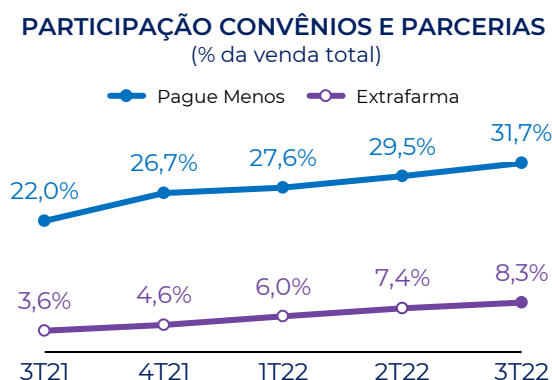
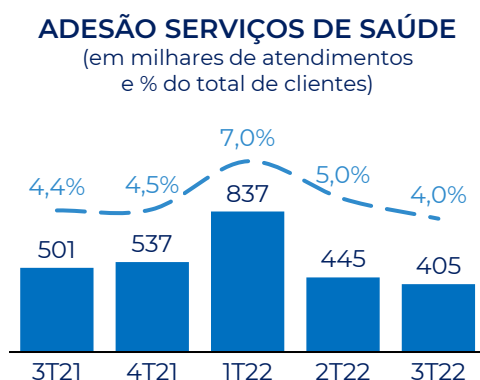
⁴ Considera apenas vendas da bandeira Pague Menos.

HUB DE SAÚDE

Em linha com o direcionamento estratégico de ganhar cada vez mais relevância na cadeia de saúde, com foco em atendimento primário, continuamos no 3T22 a fortalecer nosso Hub de Saúde com novas parcerias, iniciativas e frentes de negócio complementares que proporcionam aos nossos clientes uma jornada de cuidado de saúde cada vez mais integrada e fluida.

Nosso *footprint* de consultórios farmacêuticos foi ampliado para 1.004 unidades, com a incorporação de 66 estruturas de consultórios em lojas Extrafarma, que se somam aos 938 Clinic Farmas da Pague Menos. Com essa capilaridade, presente em todos estados do país, reforçamos nosso posicionamento como um dos principais *players* no ecossistema de saúde para a classe média expandida brasileira, com uma estrutura focada em serviços de baixa complexidade, como telemedicina assistida (teleinterconsulta), testes laboratoriais remotos, aplicação de vacinas, e acompanhamento de patologias crônicas.

Totalizamos no 3T22 mais de 400 mil atendimentos, alcançando uma adesão de 4,0% dos clientes Pague Menos para serviços de saúde. Na comparação com o 3T21, o volume de atendimentos retraiu 20%, por conta da queda de demanda por testes de Covid-19, em decorrência do final da pandemia. Expurgando os testes de Covid-19 da base, o volume de atendimentos cresceu 38% na comparação anual, com destaque para os testes laboratoriais remotos (TLRs) e aplicação de injetáveis.



Continuamos ampliando nossa rede de parcerias com planos de saúde e empresas. No 3T22, a participação de vendas via convênios e parcerias atingiu 31,7% em Pague Menos. Com relevante oportunidade, essa participação atingiu 8,3% em Extrafarma. Além de otimizar *economics* dos clientes aumentando seu *lifetime value* através de descontos diferenciados, nossa rede de parcerias tem contribuído para aumentar o escopo e alcance do Hub de Saúde como um todo. Fechamos no 3T22 parcerias promissoras nas áreas de *home care* (Isa Lab) e suplementação nutricional (SetYou), agregando ainda mais valor nos serviços de saúde disponíveis em nossa plataforma.

O Sempre Bem Saúde, pacote assistencial com foco em telemedicina, relançado em maio, alcançou mais de 36 mil vidas ativas ao final de outubro. O produto, ainda em estágio inicial de maturação, apresenta resultados promissores, com rápido *ramp-up* de vendas e ótimos *economics* de clientes usuários do serviço. A média de ticket de clientes assinantes do Sempre Bem Saúde é 40% superior ao da Companhia.

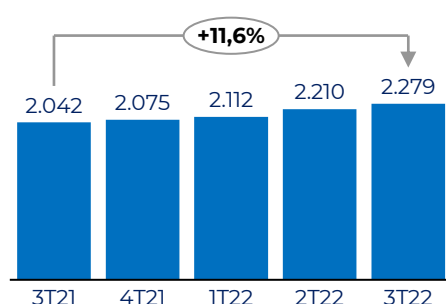
Nossa frente de medicamentos especiais (AME) registrou crescimento de 77,3% no trimestre, com boa taxa de sucesso em ativação de lançamentos e crescimento no atendimento de demandas judiciais. Já a operação de manipulação apresentou crescimento de 17,6%, sustentando saudável nível de rentabilidade e retenção de clientes.

RECEITA BRUTA

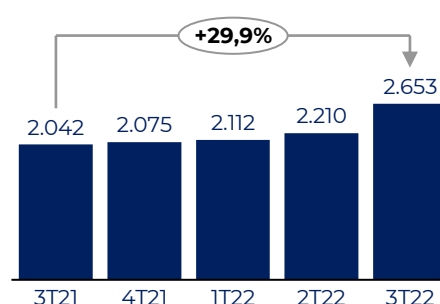
A receita bruta consolidada, considerando os meses de agosto e setembro da operação Extrafarma, totalizou R\$ 2.653 milhões no 3T22, crescimento de 29,9% em relação ao 3T21. Dados consolidados consideram a operação de atacado da Extrafarma, que foi descontinuada no mês de outubro de 2022. Considerando apenas as operações continuadas, a receita bruta consolidada totalizou R\$ 2.640 milhões no 3T22.

Em Pague Menos *standalone*, a receita bruta alcançou R\$ 2.279 milhões no período, crescimento de 11,6% em relação ao 3T21. A receita bruta apresentada já considera eliminações de vendas *intercompany*.

 **RECEITA BRUTA *STANDALONE***
(R\$ milhões)



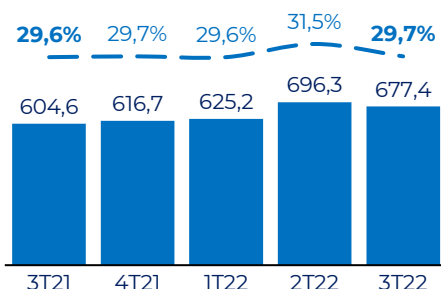
 **RECEITA BRUTA CONSOLIDADA**
(R\$ milhões)



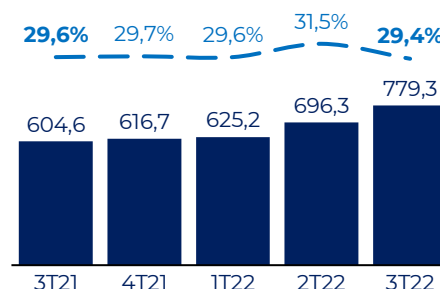
LUCRO BRUTO

O lucro bruto de Pague Menos *standalone* atingiu R\$ 677,4 milhões no 3T22, com margem bruta de 29,7%, incremento de 0,1p.p. em relação ao 3T21. A melhoria de rentabilidade está relacionada principalmente ao mix de vendas mais favorável, com o crescimento de categorias como genéricos e marcas próprias, além de efeito residual da pré-alta (ganhos inflacionários em estoques) no mês de julho. Já o aumento de participação de canais digitais e convênios e parcerias nas vendas contribuiu negativamente com 0,5p.p. na margem bruta do trimestre, quando comparada ao mesmo período do ano anterior.

 **LUCRO BRUTO *STANDALONE***
(R\$ milhões e % da R.B.)



 **LUCRO BRUTO CONSOLIDADO**
(R\$ milhões e % da R.B.)



O lucro bruto consolidado atingiu R\$ 779,3 milhões, com margem bruta de 29,4%, retração de 0,2p.p. em relação ao 3T21. A margem bruta da Extrafarma no período foi de 27,2%, impactada negativamente de forma atípica por registro de perdas com estoques de períodos anteriores, alterações nos critérios de registros de verbas dos fornecedores e descontinuação da operação do atacado.

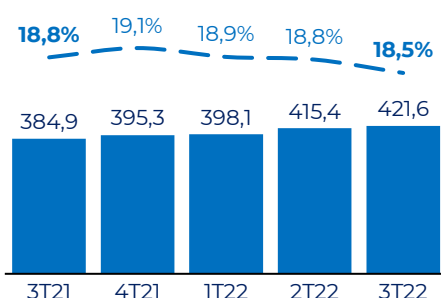
O gap de margem entre as bandeiras deve ser gradualmente reduzido ao longo dos próximos trimestres, conforme avance o plano de integração. As principais alavancas para incremento de margem bruta na Extrafarma envolvem o nivelamento de condições comerciais com fornecedores, otimização de *pricing*, redução no volume de perdas com estoques e melhoria em condições fiscais.



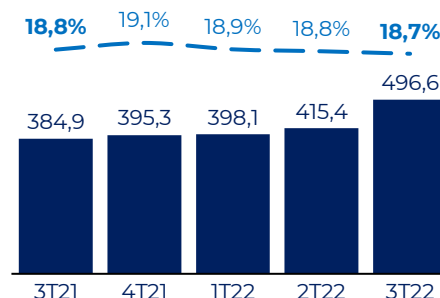
DESPESAS DE VENDAS

No 3T22, despesas de vendas em Pague Menos *Standalone* totalizaram R\$ 421,6 milhões, crescimento de 9,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Como percentual da receita, esse grupo de despesas atingiu 18,5%, recuando 0,3p.p. em relação ao 3T21. O ganho de eficiência em despesas está relacionado principalmente a maior produtividade em lojas, evidenciada pelo crescimento na venda por funcionário em 19,2% no período, e reduções em despesas com serviços e suprimentos em lojas. Importante destacar que a tendência de redução no percentual de despesas com vendas vem ocorrendo desde o 4T21, mesmo com a continuidade da expansão na base de lojas e cenário inflacionário desfavorável.

DESP. VENDAS STANDALONE
(R\$ milhões e % da R.B.)



DESP. VENDAS CONSOLIDADO
(R\$ milhões e % da R.B.)



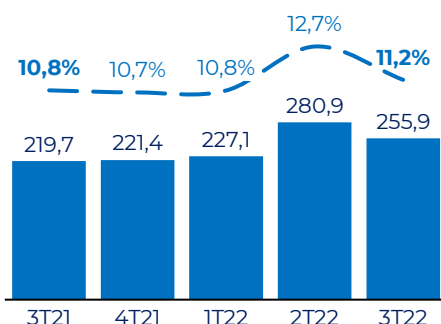
No consolidado, as despesas de vendas no 3T22 atingiram R\$ 496,6 milhões, representando 18,7% da receita bruta. A operação Extrafarma apresentou despesas com vendas de 20,1% da receita bruta no trimestre, 1,6p.p. acima do patamar de Pague Menos. Existem relevantes oportunidades de otimização de despesas de lojas e logísticas e também oportunidades de incremento na venda média por loja em Extrafarma, ou seja, projetamos diluição de despesas com vendas no consolidado conforme as ações de capturas de sinergias da integração avancem.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

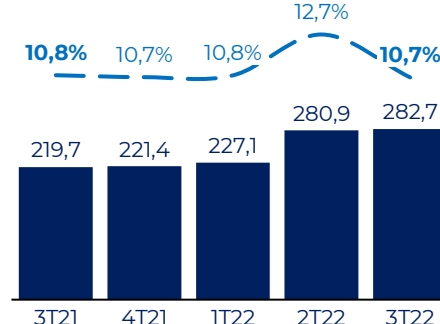
A margem de contribuição da operação Pague Menos *Standalone* no 3T22 atingiu 11,2% da receita bruta, 0,4p.p. acima do registrado no 3T21. Expurgando novas lojas da base, a margem de contribuição atingiu 11,5%, o maior valor para um terceiro trimestre desde 2015.

A margem de contribuição consolidada atingiu 10,7% no 3T22, enquanto em Extrafarma este indicador foi de 7,1% (4p.p. abaixo de Pague Menos).

MG. CONTRIBUIÇÃO STANDALONE
(R\$ milhões e % da R.B.)



MG. CONTRIBUIÇÃO CONSOLIDADO
(R\$ milhões e % da R.B.)

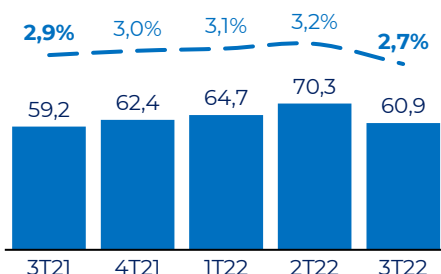


DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (G&A)

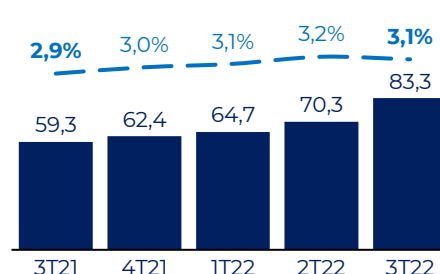
As despesas gerais e administrativas (G&A) em Pague Menos *Standalone* atingiram R\$ 60,9 milhões no 3T22, representando 2,7% da receita bruta, redução de 0,2p.p. em relação ao 3T21.

Conforme antecipado nos últimos trimestres, o aumento de G&A observado ao longo dos últimos 2 anos passa a ser gradualmente estabilizado e diluído, à medida em que as novas safras de lojas amadurecem e nosso crescimento de receita acelera. O bom resultado em redução de despesas no 3T22 também está relacionado a projeto de redução de despesas que vem sendo executado desde o segundo semestre de 2021, com ações de *procurement* em despesas com suprimentos e serviços. As despesas com consultorias, despesas jurídicas e serviços de terceiros tiveram reduções de mais de 20% na comparação anual.

 **DESPESAS G&A STANDALONE**
(R\$ milhões e % da R.B.)



 **DESPESAS G&A CONSOLIDADO**
(R\$ milhões e % da R.B.)

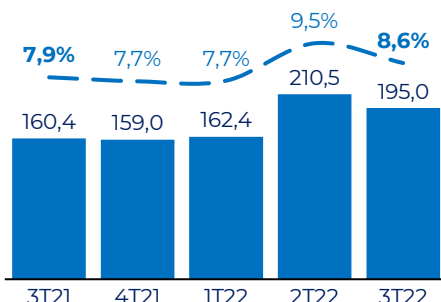


No consolidado, as despesas G&A atingiram R\$ 83,3 milhões no 3T22, representando 3,1% da receita bruta. A consolidação das despesas corporativas da Extrafarma pressiona o G&A no momento inicial pós aquisição, mas será gradualmente normalizado à medida em que as sinergias previstas no plano de integração sejam capturadas. No mês de outubro, foi concluída a unificação da estrutura organizacional das duas operações, o que gerará relevantes economias em despesas de pessoal do 4T22 em diante. Além disso, estão mapeadas sinergias relacionadas ao ganho de escala em despesas indiretas e consolidação do Cento de Serviços Corporativos (CSC).

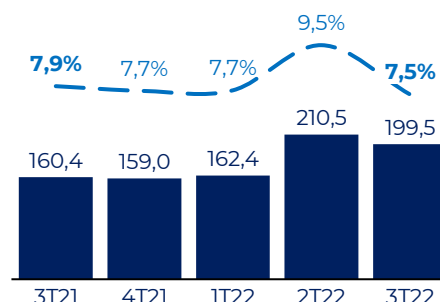
EBITDA AJUSTADO

O EBITDA ajustado de Pague Menos *Standalone* atingiu R\$ 195,0 milhões no 3T22, crescimento de 21,5% sobre o 3T21. A margem EBITDA ajustada fechou o trimestre em 8,6%, crescendo 0,7p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. Após um período de pressão de margens, em um contexto de rompimento da inércia de abertura de lojas e descasamentos inflacionários, o 3T22 marca um ponto de inflexão na trajetória de rentabilidade, que volta a combinar tendência de crescimento de *topline* com incremento de margens.

 **EBITDA AJUSTADO STANDALONE**
(R\$ milhões e % da R.B.)



 **EBITDA AJUSTADO CONSOLIDADO**
(R\$ milhões e % da R.B.)



RESULTADOS 3T22

» INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

Em números consolidados, o EBITDA ajustado no 3T22 foi de R\$ 199,5 milhões, com margem EBITDA ajustada de 7,5%. Conforme divulgado no item 11 do Formulário de Referência, a Companhia tem projeções de incremento de EBITDA gerado por sinergias no contexto de integração com a Extrafarma de R\$ 180 milhões a R\$ 275 milhões anuais. As sinergias serão gradualmente capturadas ao longo do projeto de integração, a ser concluído até o final de 2024.

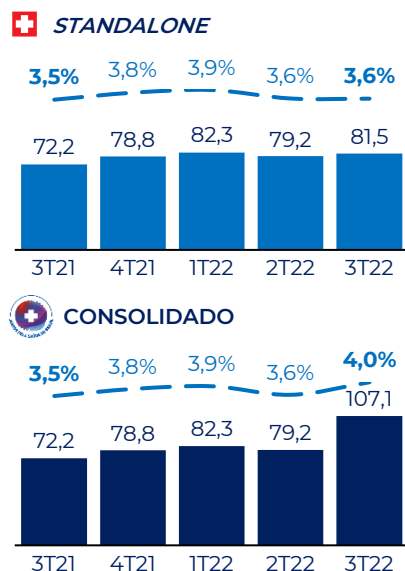
DEPRECIAÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CS

A depreciação no 3T22 totalizou R\$ 107,1 milhões em bases consolidadas (R\$ 81,5 milhões em Pague Menos *Standalone*), crescendo 48,2% sobre o 3T21 (12,8% em Pague Menos *Standalone*). O crescimento está relacionado à expansão da base de lojas no período e aumento do nível de investimentos da Companhia.

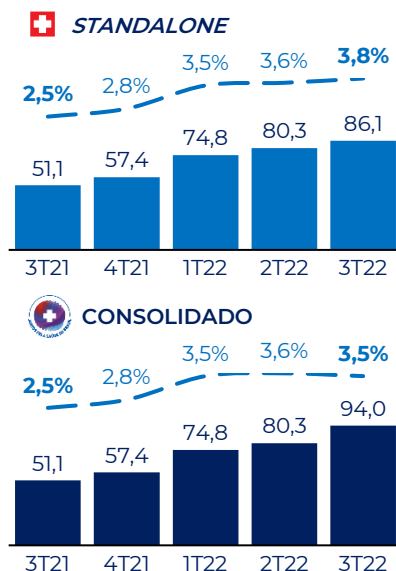
O resultado financeiro líquido totalizou no 3T22 R\$ 93,5 milhões no consolidado (R\$ 86,1 milhões em Pague Menos *Standalone*), crescendo 83,0% sobre o 3T21 (68,6% em Pague Menos *Standalone*). O incremento está relacionado ao crescimento na taxa básica de juros no período, aumento de alavancagem financeira da Companhia em decorrência, principalmente, da aquisição da Extrafarma, e do crescimento nos juros de arrendamento devido ao crescimento na base de lojas.

Já o imposto de renda diferido no trimestre totalizou R\$ 8,1 milhões, contribuindo positivamente em R\$ 9,7 milhões no resultado, na comparação com o 3T21. A variação está relacionada à redução no lucro tributável no período e incentivos fiscais reconhecidos no âmbito da Lei do Bem.

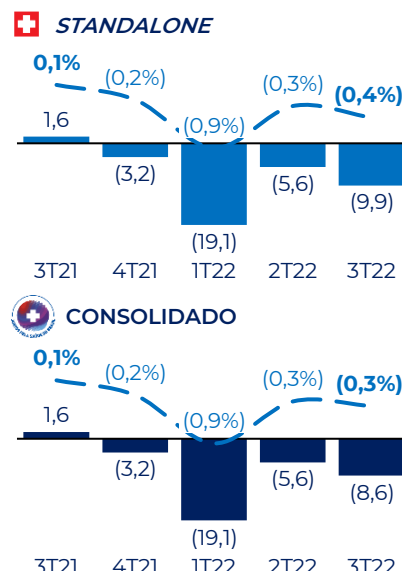
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO (R\$ milhões e % da R.B.)



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



IMPOSTO DE RENDA (R\$ milhões e % da R.B.)



LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

O lucro líquido ajustado de Pague Menos *Standalone* foi de R\$ 37,3 milhões, crescimento de 4,9% em relação ao 3T21, atingindo 1,6% de margem líquida. Em decorrência do alto patamar na taxa básica de juros e o aumento de alavancagem financeira da Companhia, boa parte do crescimento de EBITDA foi consumido por uma maior despesa financeira.

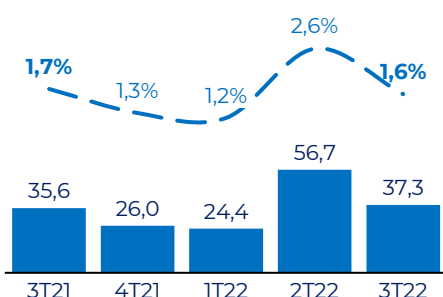
RESULTADOS 3T22

» INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

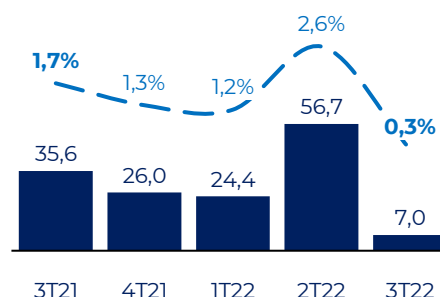
No consolidado, o lucro líquido totalizou R\$ 7,0 milhões, com margem líquida de 0,3%. O resultado de Extrafarma contribuiu negativamente com R\$ 30,3 milhões no 3T22, um prejuízo atípico em decorrência dos primeiros meses de consolidação, que resultou em despesas pontuais incrementais com desligamento de funcionários, ajustes em estoques, encerramento de operações ineficientes (lojas e atacado) e alterações nas estimativas de provisionamento.

Além disso, as sinergias mapeadas e confirmadas entre as operações (de R\$ 180 milhões a R\$ 275 milhões em EBITDA incremental por ano) ainda não são observadas no resultado. À medida em que o plano de integração seja executado, o nível de rentabilidade consolidado tende a ser sensivelmente ampliado.

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



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



RECONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Para melhor entendimento e comparabilidade com os períodos anteriores, o resultado do 3T22 foi ajustado de forma a expurgar eventos não recorrentes, relacionados ao fechamento da transação de aquisição da Extrafarma.

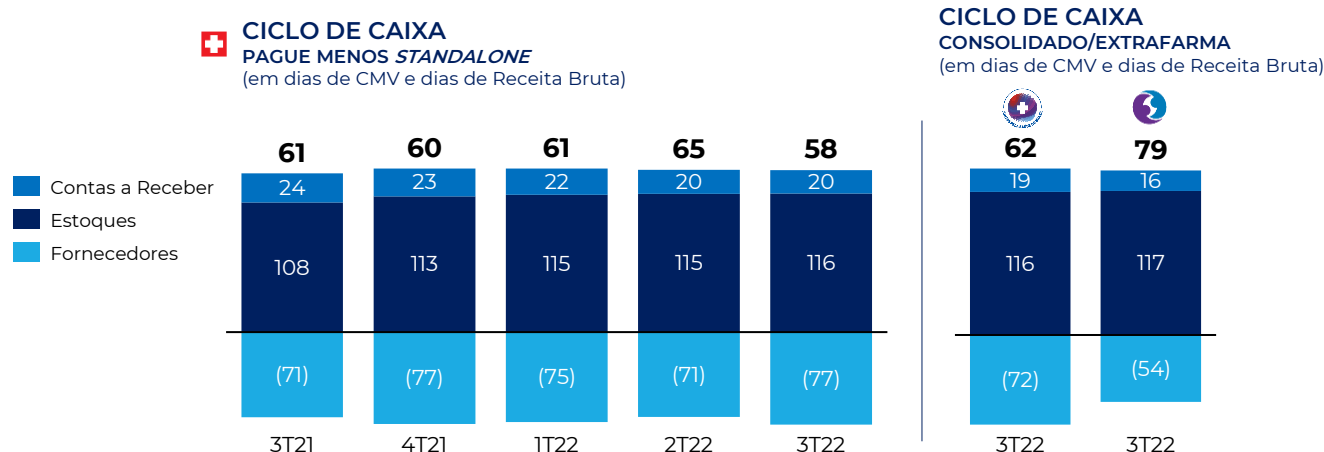
Apresentamos abaixo o detalhamento dos ajustes realizados, bem como seus respectivos impactos no resultado. A conciliação completa do resultado contábil e ajustado é apresentada no Anexo 1 deste release.

Descrição Ajuste	Efeito líquido no resultado standalone				Efeito líquido no resultado consolidado			
	3T21	3T22	9M21	9M22	3T21	3T22	9M21	9M22
Lucro Líquido Contábil	29,9	84,8	143,4	161,7	29,9	84,5	143,4	161,4
Gastos não recorrentes relacionados ao fechamento da transação	8,7	4,0	10,9	10,1	8,7	5,4	10,9	11,6
Ganho de compra vantajosa	-	(137,8)	-	(137,8)	-	(137,8)	-	(137,8)
Provisões de juros de parcelas a pagar pela transação	-	12,8	-	12,8	-	12,8	-	12,8
Desinvestimentos e fechamentos de lojas Extrafarma	-	-	-	-	-	2,2	-	2,2
Exclusão da equivalência patrimonial de Extrafarma no resultado standalone	-	32,5	-	32,5	-	-	-	-
Efeito no IRPJ e CSLL dos ajustes	(2,9)	41,2	(3,7)	39,1	(2,9)	39,9	(3,7)	37,8
Total - Efeito no Lucro Líquido	5,7	(47,4)	7,2	(43,4)	5,7	(77,5)	7,2	(73,5)
Lucro Líquido Ajustado	35,6	37,3	150,6	118,3	35,6	7,0	150,6	88,0

CICLO DE CAIXA

No 3T22 o ciclo de caixa de Pague Menos foi de 58 dias, melhora de 7 dias em relação ao 2T22 e de 3 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. A melhora de capital de giro foi obtida principalmente pelo aumento no prazo médio de pagamento com fornecedores, enquanto continuamos a carregar um nível de estoques conservadoramente alto, devido ao cenário de dificuldades na cadeia de abastecimento de medicamentos.

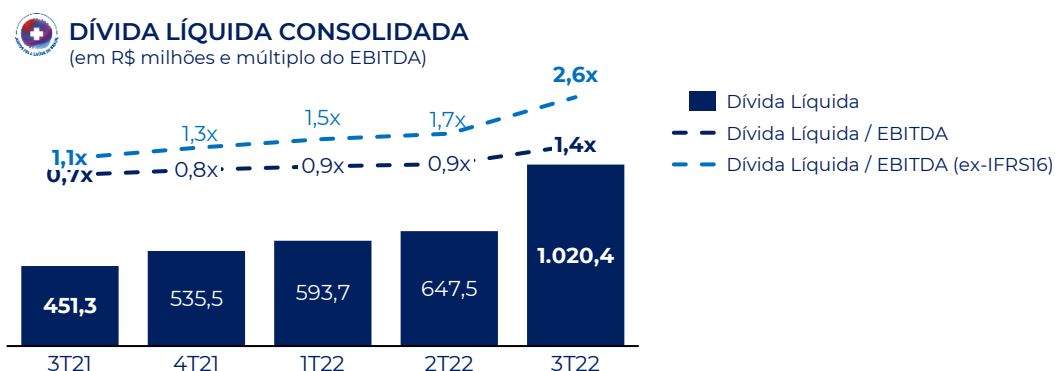
O ciclo de caixa consolidado no 3T22 foi de 62 dias. Nos próximos trimestres, serão realizados investimentos em estoques para a Extrafarma, aumentando o nível de capital empregado na operação, porém após a estabilização e captura de sinergias deverá ser gradualmente reduzido, o que será uma importante alavanca de geração de caixa ao longo do processo de integração.



ENDIVIDAMENTO

A dívida líquida consolidada totalizou R\$ 1.020,4 milhões no 3T22, representando 1,4x o EBITDA ajustado dos últimos doze meses e 2,6x quando considerada a norma contábil ex-IFRS16. O crescimento está relacionado à redução no caixa da Companhia em decorrência do pagamento da primeira parcela da aquisição da Extrafarma e investimentos iniciais relacionados ao plano de integração.

Conforme divulgado no item 11 de nosso Formulário de Referência, projetamos reduzir o índice de endividamento da Companhia gradualmente ao longo do plano de integração com a Extrafarma, retornando ao patamar de endividamento pré-closing (1,7x ex-IFRS16) da transação até o final de 2024.



INVESTIMENTOS

O volume de investimentos consolidado e acumulado do ano atingiu R\$ 216,3 milhões, com 66% do investimento direcionado para a expansão orgânica. Investimentos em iniciativas de tecnologia totalizaram R\$ 42,0 milhões, dos quais R\$ 12,5 milhões estão relacionados a projetos de integração com a Extrafarma.

Capex (R\$ milhões)	9M21	%	9M22	%
Expansão	62,0	44%	142,6	66%
Reforma de lojas	39,6	28%	22,1	10%
Tecnologia	18,8	13%	42,0	19%
Infraestrutura de lojas, CDs e escritórios	20,1	14%	9,6	4%
Total	140,6	100%	216,3	100%

FLUXO DE CAIXA

No 3T22, registramos geração de caixa operacional consolidada de R\$ 109,1 milhões, com fluxo de caixa livre negativo em R\$ 430,2 milhões em decorrência do pagamento da primeira parcela referente à aquisição da Extrafarma. Excluindo a aquisição, o fluxo de caixa livre totalizou R\$ 24,2 milhões no trimestre, resultado R\$ 44,5 milhões acima do mesmo período no ano anterior.

Fluxo de Caixa Gerencial Consolidado (R\$ milhões)	3T21	3T22	9M21	9M22
EBITDA Consolidado	205,8	329,6	501,2	696,4
(-) Pagamentos de arrendamento (IFRS 16)	(78,5)	(97,7)	(191,5)	(255,2)
(-) Ganho por compra vantajosa	-	(137,8)	-	(137,8)
(Δ) Contas a receber	18,8	39,5	(33,8)	72,8
(Δ) Estoques	(90,5)	(228,2)	(152,2)	(329,7)
(Δ) Fornecedores	(28,7)	201,7	(56,4)	120,2
(Δ) Tributos a recuperar	(1,0)	(9,8)	(26,6)	(26,1)
(+/-) Variação outros ativos e passivos/Efeitos não caixa	29,6	11,9	(50,0)	57,2
(=) Fluxo de caixa das operações	55,6	109,1	(9,3)	197,7
(-) Investimentos de capital	(75,8)	(84,9)	(140,6)	(216,3)
(-) Aquisição Extrafarma	-	(365,4)	-	(365,4)
(+) Caixa advindo da combinação de negócios		20,1	-	20,1
(=) Fluxo de caixa de investimentos	(75,8)	(430,2)	(140,6)	(561,6)
Fluxo de caixa livre	(20,3)	(321,1)	(149,9)	(364,0)
(+) Captação de dívida bruta	-	500,0	160,0	500,0
(-) Pagamento de dívida bruta	(76,7)	(248,2)	(261,8)	(448,2)
(-) Serviço da dívida	(44,4)	(14,9)	(35,1)	(75,6)
(-) Recompra de ações	-	(8,1)	(10,4)	(13,6)
(=) Fluxo de caixa de financiamento	(121,1)	228,8	(147,3)	(37,4)
Saldo inicial de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	486,5	345,1	620,0	654,1
Saldo final de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	345,1	252,8	322,8	252,8
Variação de Caixa e Equivalentes	(141,4)	(92,3)	(297,2)	(401,3)

RESULTADOS 3T22

» INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

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

DRE PAGUE MENOS *STANDALONE*

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	3T21	3T22	Δ	3T21	3T22	Δ
Receita Bruta	2.042,1	2.279,0	11,6%	2.042,1	2.279,0	11,6%
Deduções	(130,1)	(148,9)	14,4%	(130,1)	(148,9)	14,4%
Receita Líquida	1.912,0	2.130,2	11,4%	1.912,0	2.130,2	11,4%
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.307,4)	(1.452,7)	11,1%	(1.307,4)	(1.452,7)	11,1%
Lucro Bruto	604,6	677,4	12,0%	604,6	677,4	12,0%
<i>Margem Bruta</i>	29,6%	29,7%	0,1p.p.	29,6%	29,7%	0,1p.p.
Despesas com Vendas	(455,3)	(501,5)	10,1%	(384,9)	(421,6)	9,5%
Margem de Contribuição	149,3	176,0	17,9%	219,7	255,9	16,4%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	7,3%	7,7%	0,4p.p.	10,8%	11,2%	0,4p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(59,3)	(60,9)	2,7%	(59,3)	(60,9)	2,7%
EBITDA Ajustado	90,0	115,1	27,9%	160,4	195,0	21,5%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	4,4%	5,0%	0,6p.p.	7,9%	8,6%	0,7p.p.
Depreciação e Amortização	(23,3)	(27,3)	17,3%	(72,2)	(81,5)	12,8%
Resultado Financeiro	(20,3)	(50,7)	149,5%	(51,1)	(86,1)	68,6%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	46,4	37,1	(20,0%)	37,2	27,4	(26,2%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(4,7)	6,6	-	(1,6)	9,9	-
Lucro Líquido Ajustado	41,7	43,7	4,9%	35,6	37,3	4,9%
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	2,0%	1,9%	(0,1p.p.)	1,7%	1,6%	(0,1p.p.)

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	9M21	9M22	Δ	9M21	9M22	Δ
Receita Bruta	5.988,1	6.600,9	10,2%	5.988,1	6.600,9	10,2%
Deduções	(403,0)	(427,5)	6,1%	(403,0)	(427,5)	6,1%
Receita Líquida	5.585,1	6.173,4	10,5%	5.585,1	6.173,4	10,5%
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.781,2)	(4.174,5)	10,4%	(3.781,2)	(4.174,5)	10,4%
Lucro Bruto	1.803,9	1.998,9	10,8%	1.803,9	1.998,9	10,8%
<i>Margem Bruta</i>	30,1%	30,3%	0,2p.p.	30,1%	30,3%	0,2p.p.
Despesas com Vendas	(1.316,4)	(1.472,5)	11,9%	(1.124,9)	(1.235,1)	9,8%
Margem de Contribuição	487,5	526,5	8,0%	679,0	763,8	12,5%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	8,1%	8,0%	(0,1p.p.)	11,3%	11,6%	0,3p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(166,9)	(195,9)	17,4%	(166,9)	(195,9)	17,4%
EBITDA Ajustado	320,6	330,5	3,1%	512,1	567,9	10,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	5,4%	5,0%	(0,4p.p.)	8,6%	8,6%	-
Depreciação e Amortização	(68,0)	(81,2)	19,5%	(199,8)	(242,9)	21,6%
Resultado Financeiro	(58,0)	(137,0)	136,2%	(143,3)	(241,2)	68,3%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	194,6	112,3	(42,3%)	169,0	83,8	(50,4%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(27,1)	24,9	-	(18,4)	34,6	-
Lucro Líquido Ajustado	167,5	137,2	(18,1%)	150,6	118,3	(21,4%)
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	2,8%	2,1%	(0,7p.p.)	2,5%	1,8%	(0,7p.p.)

RESULTADOS 3T22

» INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

DRE PAGUE MENOS CONSOLIDADO

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	3T21	3T22	Δ	3T21	3T22	Δ
Receita Bruta	2.042,1	2.653,0	29,9%	2.042,1	2.653,0	29,9%
Deduções	(130,1)	(170,8)	31,3%	(130,1)	(170,8)	31,3%
Receita Líquida	1.912,0	2.482,2	29,8%	1.912,0	2.482,2	29,8%
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.307,4)	(1.702,9)	30,2%	(1.307,4)	(1.702,9)	30,2%
Lucro Bruto	604,6	779,3	28,9%	604,6	779,3	28,9%
Margem Bruta	29,6%	29,4%	(0,2p.p.)	29,6%	29,4%	(0,2p.p.)
Despesas com Vendas	(455,3)	(594,3)	30,5%	(384,9)	(496,6)	29,0%
Margem de Contribuição	149,3	185,0	23,9%	219,7	282,7	28,7%
Margem de Contribuição (%)	7,3%	7,0%	(0,3p.p.)	10,8%	10,7%	(0,1p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(59,3)	(83,3)	40,5%	(59,3)	(83,3)	40,5%
EBITDA Ajustado	90,0	101,7	13,1%	160,4	199,5	24,3%
Margem EBITDA Ajustada	4,4%	3,8%	(0,6p.p.)	7,9%	7,5%	(0,4p.p.)
Depreciação e Amortização	(23,3)	(39,7)	70,7%	(72,2)	(107,1)	48,2%
Resultado Financeiro	(20,3)	(53,2)	162,1%	(51,1)	(94,0)	84,0%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	46,4	8,8	(81,1%)	37,2	(1,6)	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(4,7)	5,3	-	(1,6)	8,6	-
Lucro Líquido Ajustado	41,7	14,1	(66,2%)	35,6	7,0	(80,3%)
Margem Líquida Ajustada	2,0%	0,5%	(1,5p.p.)	1,7%	0,3%	(1,4p.p.)

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	9M21	9M22	Δ	9M21	9M22	Δ
Receita Bruta	5.988,1	6.974,9	16,5%	5.988,1	6.974,9	16,5%
Deduções	(403,0)	(449,5)	11,5%	(403,0)	(449,5)	11,5%
Receita Líquida	5.585,1	6.525,4	16,8%	5.585,1	6.525,4	16,8%
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.781,2)	(4.424,6)	17,0%	(3.781,2)	(4.424,6)	17,0%
Lucro Bruto	1.803,9	2.100,9	16,5%	1.803,9	2.100,9	16,5%
Margem Bruta	30,1%	30,1%	-	30,1%	30,1%	-
Despesas com Vendas	(1.316,4)	(1.565,4)	18,9%	(1.124,9)	(1.310,2)	16,5%
Margem de Contribuição	487,5	535,5	9,8%	679,0	790,7	16,4%
Margem de Contribuição (%)	8,1%	7,7%	(0,4p.p.)	11,3%	11,3%	-
Despesas Gerais e Administrativas	(166,9)	(218,3)	30,8%	(166,9)	(218,3)	30,8%
EBITDA Ajustado	320,6	317,2	(1,1%)	512,1	572,4	11,8%
Margem EBITDA Ajustada	5,4%	4,5%	(0,9p.p.)	8,6%	8,2%	(0,4p.p.)
Depreciação e Amortização	(68,0)	(93,6)	37,8%	(199,8)	(268,5)	34,4%
Resultado Financeiro	(58,0)	(139,6)	140,6%	(143,3)	(249,1)	73,8%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	194,6	83,9	(56,9%)	169,0	54,8	(67,6%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(27,1)	23,6	-	(18,4)	33,3	-
Lucro Líquido Ajustado	167,5	107,5	(35,8%)	150,6	88,0	(41,5%)
Margem Líquida Ajustada	2,8%	1,5%	(1,3p.p.)	2,5%	1,3%	(1,2p.p.)

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PAGUE MENOS CONSOLIDADO

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	IFRS16		
	31/12/21	30/09/22	Δ
Ativo Total	6.573,3	8.051,3	22,5%
Ativo Circulante	3.512,5	4.058,3	15,5%
Caixa e Equivalentes de Caixa	654,1	252,8	(61,4%)
Contas a Receber de Clientes	530,3	578,5	9,1%
Estoques	1.957,0	2.789,2	42,5%
Tributos a Recuperar	232,4	258,0	11,0%
Outros Ativos Circulantes	138,7	179,8	29,6%
Ativo Não Circulante	3.060,8	3.993,0	30,5%
Ativo Realizável a Longo Prazo	648,7	919,5	41,7%
Investimentos	72,6	74,8	3,0%
Imobilizado	665,6	959,9	44,2%
Direito de uso em arrendamento	1.615,6	1.919,4	18,8%
Intangível	58,2	119,4	105,1%
Passivo Total	6.573,3	8.051,3	22,5%
Passivo Circulante	2.191,4	2.753,5	25,6%
Obrigações Sociais e Trabalhistas	103,4	227,1	119,6%
Fornecedores	1.306,5	1.650,0	26,3%
Obrigações Fiscais	94,1	103,3	9,7%
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	435,7	231,3	(46,9%)
Outras Obrigações	29,6	233,6	689,9%
Arrendamento mercantil	222,1	308,3	38,8%
Passivo Não Circulante	2.291,6	3.037,2	32,5%
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	753,9	1.041,9	38,2%
Outras Obrigações	7,2	6,4	(11,1%)
Arrendamento Mercantil	1.508,0	1.785,7	18,4%
Provisões	22,6	29,1	29,1%
Outras Contas a Pagar	-	174,0	-
Patrimônio Líquido	2.090,2	2.260,7	8,2%
Capital Social Realizado	1.199,2	1.199,2	0,0%
Reservas de Capital	369,7	385,4	4,2%
Reservas de Lucros	521,3	521,3	0,0%
Ações em Tesouraria	-	(14,6)	-
Lucros/Prejuízos Acumulados	-	161,7	-
Participação de não controladores	-	7,6	-

ANEXO 1: CONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Reconciliação DRE Ajustada (R\$ milhões)	STANDALONE			CONSOLIDADO		
	3T22 Contábil	Ajustes não recorrentes	3T22 Ajustado	3T22 Contábil	Ajustes não recorrentes	3T22 Ajustado
Receita Bruta	2.279,4	(0,4)	2.279,0	2.659,3	(5,9)	2.653,4
Deduções	(148,9)	-	(148,9)	(169,1)	0,1	(169,0)
Receita Líquida	2.130,6	(0,4)	2.130,2	2.490,2	(5,8)	2.484,4
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.453,1)	0,4	(1.452,7)	(1.710,9)	5,9	(1.705,0)
Lucro Bruto	677,4	0,0	677,4	779,2	0,1	779,3
Despesas com Vendas	(283,7)	(137,8)	(421,6)	(360,9)	(135,7)	(496,6)
Despesas Gerais e Administrativas	(97,3)	36,4	(60,9)	(88,7)	37,9	(50,8)
Depreciação e Amortização	(81,5)	-	(81,5)	(107,1)	-	(107,1)
Resultado Operacional	214,9	(101,4)	113,5	222,5	(97,6)	124,8
Resultado Financeiro	(98,9)	12,8	(86,1)	(106,8)	12,8	(94,0)
Resultado Antes do Imposto de Renda	116,0	(88,6)	27,4	115,7	(84,9)	30,9
Imposto de Renda e Contribuição Social	(31,3)	41,2	9,9	(31,3)	39,9	8,6
Lucro Líquido	84,8	(47,4)	37,3	84,5	(77,4)	7,0

ANEXO 2: CONCILIAÇÃO DO EBITDA

Reconciliação EBITDA	STANDALONE			CONSOLIDADO		
	3T22 Contábil	Ajustes não recorrentes	3T22 Ajustado	3T22 Contábil	Ajustes não recorrentes	3T22 Ajustado
Lucro Líquido	84,8	(47,4)	37,3	84,5	(77,4)	7,0
(+) Resultado Financeiro	98,9	(12,8)	86,1	106,8	(12,8)	94,0
(+) Imposto de Renda/Contribuição Social	31,3	(41,2)	(9,9)	31,3	(39,9)	(8,6)
(+) Depreciação e Amortização	81,5	0,0	81,5	107,1	0,0	107,1
EBITDA	296,4	(101,4)	195,0	329,6	(130,1)	199,5

ANEXO 3: DISTRIBUIÇÃO DE LOJAS POR UF

UF / Região (# lojas)	3T21	Expansão orgânica	Expansão inorgânica	Encerramentos	3T22
Total	1.126	105	399	38	1.592
Nordeste	692	67	222	15	966
Alagoas	30	5	-	-	35
Bahia	122	13	20	1	154
Ceará	182	8	91	9	272
Maranhão	64	12	57	2	131
Paraíba	53	3	4	1	59
Pernambuco	122	14	34	1	169
Piauí	38	3	-	-	41
Rio Grande Do Norte	45	8	16	1	68
Sergipe	36	1	-	-	37
Norte	112	6	135	6	247
Acre	13	1	-	-	14
Amapá	6	1	11	-	18
Amazonas	22	-	-	-	22
Pará	35	2	121	6	152
Rondônia	13	-	-	-	13
Roraima	9	2	-	-	11
Tocantins	14	-	3	-	17
Sudeste	190	20	42	12	240
Espírito Santo	26	-	-	1	25
Minas Gerais	60	9	-	3	66
Rio De Janeiro	19	2	-	2	19
São Paulo	85	9	42	6	130
Centro-Oeste	90	12	-	4	98
Distrito Federal	17	-	-	2	15
Goiás	27	2	-	1	28
Mato Grosso	23	4	-	-	27
Mato Grosso Do Sul	23	6	-	1	28
Sul	42	-	-	1	41
Paraná	15	-	-	-	15
Rio Grande Do Sul	7	-	-	-	7
Santa Catarina	20	-	-	1	19



VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Português e Inglês (Tradução simultânea)

Terça-feira, 08 de novembro de 2022
10h (horário de São Paulo)
8h (horário de NYC)

NÚMERO DE CONEXÃO

BR +55 (11) 3181.8565 • +55 (11) 4090.1621

NYC +1 844 204.8942 • +1 412 717.9627

Código: **Pague Menos**

CLIQUE AQUI!

Videoconferência Português-BR

CLIQUE AQUI!

Videoconferência Inglês-EN

EARNINGS
RELEASE
3Q22



Fortaleza, Ceará, November 7, 2022.

Empreendimentos Pague Menos S.A. ("Company" or "Pague Menos"), the main Health Hub of the Brazilian expanded middle class, present in every state in Brazil and more than 380 municipalities, announces its earnings for the 3rd quarter of 2022.

3Q22 KEY HIGHLIGHTS

ORGANIC EXPANSION

19 Stores opened, totaling 57 stores for the year to date.

EXTRAFARMA INTEGRATION

Deal conclusion and beginning of **integration and capture of synergies**

OMNICHANNEL SALES

11.0% of Pague Menos sales (+2.5p.p. vs 3Q21)

HEALTH HUB

+36k active lives in the *Sempre Bem Saúde* (Always Well) program.

SAME STORE SALES

7.2% in Pague Menos (8.4% ex-Covid tests) and **13.8% in Extrafarma**

STORE PRODUCTIVITY

Monthly store sales at **R\$ 632k in Pague Menos** and R\$ 474k in Extrafarma

GROSS MARGIN

29.4% in consolidated and **29.7% in Pague Menos** (+0.1p.p. vs 3Q21)

EBITDA MARGIN

7.5% in consolidated and **8.6% in Pague Menos** (+0.7p.p. vs 3Q21)

EARNINGS RELEASE 3Q22

REPORTING CRITERIA

On August 1, 2022, we concluded the acquisition of Imifarma Produtos Farmacêuticos e Cosméticos S.A. (Extrafarma) from Ultrapar Participações S.A. (Ultrapar). With the completion of the precedent conditions and the incorporation of the equity balances, Extrafarma was consolidated and became part of the consolidated interim financial statements of Empreendimentos Pague Menos S.A. (Company) that same month. Therefore, the Company's consolidated interim financial statements as of September 30, 2022 include two months of Extrafarma's operations.

In order to facilitate the analysis of results, in this release we will present segregated operational data for Pague Menos and Extrafarma, while the financial data is presented as Pague Menos "Standalone" (ex-Extrafarma) and Consolidated (Pague Menos and Extrafarma combined).

Since 2019, our financial statements have been prepared in accordance with IFRS 16, which changed the criteria for recognizing rental contracts. To demonstrate the effects of implementing this standard and facilitate comparison between periods, we present on pages 18 and 19 of this release the Income Statement reconciliation with the previous reporting standard IAS 17.

PAGUE MENOS STANDALONE FINANCIAL HIGHLIGHTS

In BRL million and % of Gross Revenue	3Q21	3Q22	Δ	9M21	9M22	Δ
Gross Revenue	2,042.1	2,279.0	11.6%	5,988.1	6,600.9	10.2%
Gross Profit	604.6	677.4	12.0%	1,803.9	1,998.9	10.8%
% Gross Margin	29.6%	29.7%	0.1 p.p.	30.1%	30.3 %	0.2 pp
Contribution Margin	219.7	255.9	16.4%	679.0	763.8	12.5%
% Contribution Margin	10.8%	11.2%	0.4p.p.	11.3%	11.6%	(0.3 p.p.)
Adjusted EBITDA	160.4	195.0	21.5%	512.1	567.9	10.9%
% Adjusted EBITDA Margin	7.9%	8.6%	0.7 p.p.	8.6%	8.6%	-
Adjusted Net Income	35.6	37.3	4.9%	150.6	118.3	(21.4%)
% Adjusted Net Margin	1.7%	1.6%	(0.1 p.p.)	2.5%	1.8%	0.7 p.p.



CONSOLIDATED FINANCIAL HIGHLIGHTS

In BRL million and % of Gross Revenue	3Q21	3Q22	Δ	9M21	9M22	Δ
Gross Revenue	2,042.1	2,653.4	29.9%	5,988.1	6,974.9	16.5%
Gross Profit	604.6	779.3	28.9%	1,803.9	2,100.9	16.5%
% Gross Margin	29.6%	29.4%	(0.2 p.p.)	30.1%	30.1%	-
Contribution Margin	219.7	282.7	28.7%	679.0	790.7	16.4%
% Contribution Margin	10.8%	10.7%	(0.1 p.p.)	11.3%	11.3%	-
Adjusted EBITDA	160.4	199.5	24.3%	512.1	572.4	11.8%
% Adjusted EBITDA Margin	7.9%	7.5%	0.4 p.p.	8.6%	8.2%	0.4 p.p.
Adjusted Net Income	35.6	7.0	(80.3%)	150.6	88.0	(41.5%)
% Adjusted Net Margin	1.7%	0.3%	(1.4 p.p.)	2.5%	1.3%	1.2 p.p.

OPERATIONAL HIGHLIGHTS

 **PagueMenos**

 **extrafarma**

Indicator / Operation	3Q21	3Q22	Δ	3Q22	Δ vs PM
# of stores	1,126	1,210	7.5%	382	(68.4%)
Average Sales/store/month (BRL thousand)	611	632	3.5%	474	(25.0%)
Average Ticket (BRL)	74.55	77.49	3.9%	68.51	(11.6%)
# of Employees	19,561	19,885	1.7%	5,566	(72.0%)
# of Employees/store	17.4	16.4	(5.4%)	14.2	(13.4%)
Average Sales/employee/month (BRL thousand)	34.7	38.4	10.6%	34.7	(9.7%)
Omnichannel Share (% Retail Revenue)	8.5%	11.0%	2.5 p.p.	3.0%	(8.0 p.p.)
% Private Labels (% Retail Revenue)	6.3%	6.6%	0.3 p.p.	2.8%	(3.8 p.p.)
# Pharmaceutical Clinics	845	939	0.1 p.p.	66	(93.0%)

EARNINGS RELEASE 3Q22

» OPERATIONAL DATA

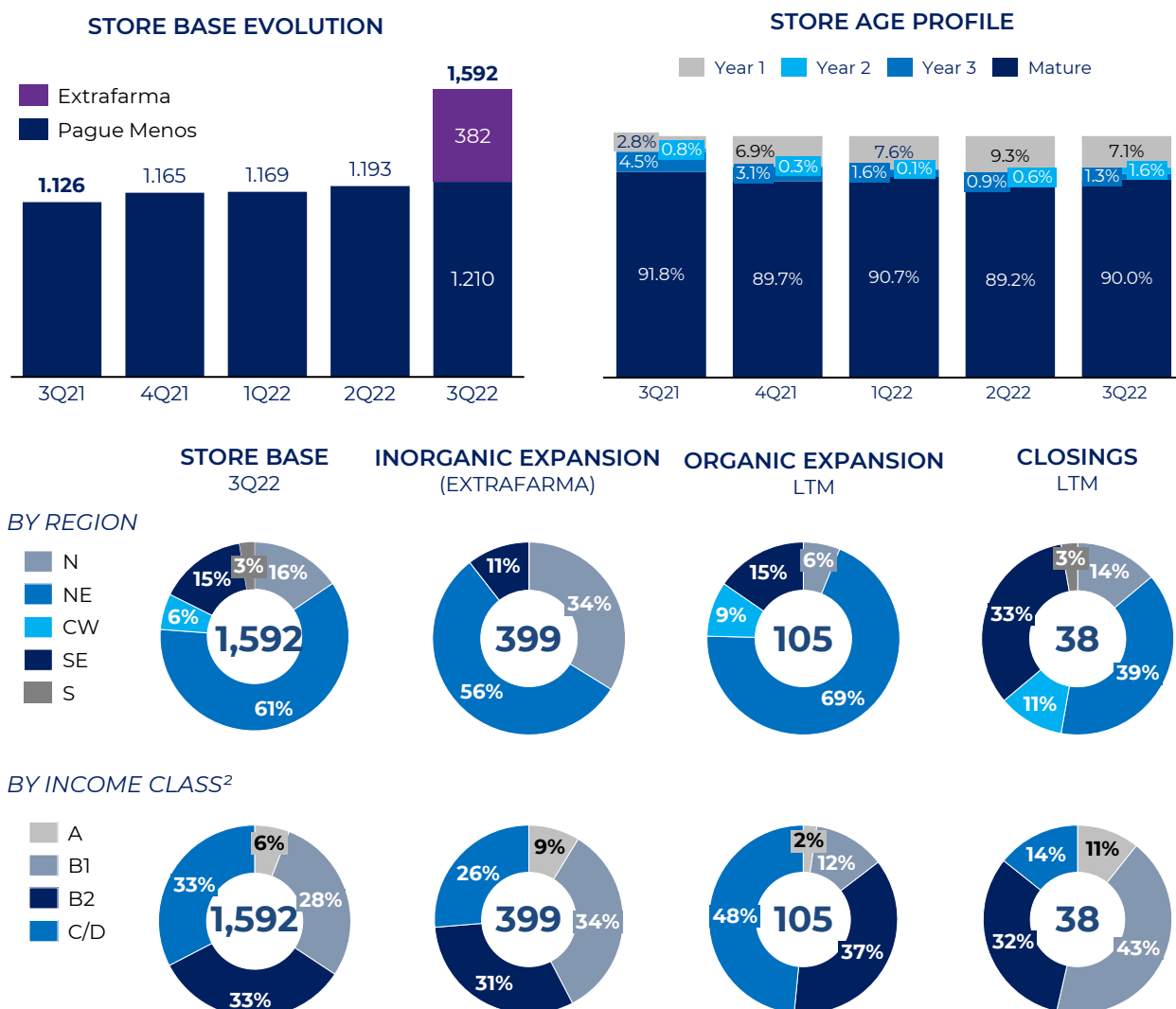
STORE PORTFOLIO

We finished 3Q22 with 1,592 stores in operation, of which 1,210 are Pague Menos branded and 382 are Extrafarma branded, and a presence in 382 Brazilian municipalities.

With the acquisition of Extrafarma, 399 stores were incorporated into the portfolio, of which 8 were divested as a result of the remedies defined by the CADE (Brazilian anti-trust authority) on the transaction and 9 more were closed in the quarter. Alternatives for optimizing the store portfolio continue to be evaluated, as such, in the coming quarters there may be additional Closings and brand conversions.

The organic expansion of Pague Menos continues at a healthy pace, with 19 store openings in the quarter, 57 for the year to date and 63 openings planned for the 4Q22. The new stores follow the prioritization of the North and Northeast regions (75% of the total) and B2/C/D income classes (86% of the total).

The new store cohorts have exceeded expectations in terms of profitability. 79% of stores with more than 3 months in operation already operate with a positive 4-wall EBITDA¹.



¹ Considers direct store expenses ex-IFRS16, that is, considering rental expenses.

² Predominant social class in the vicinity of each store (isochronous for 5 minutes travelling by car). Segmentation follows the IBGE criteria, where Class A comprises households with an average monthly family income above BRL 16.6 thousand, B1 above BRL 7.9 thousand, B2 above BRL 4.2 thousand and C and D below BRL 4.2 thousand

EARNINGS RELEASE 3Q22

» OPERATIONAL DATA

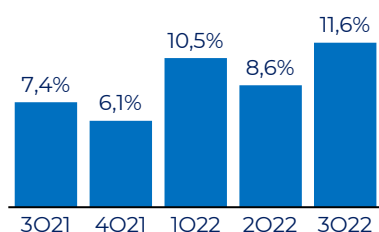
SALES PERFORMANCE

In 3Q22, we observed an acceleration in the growth pace for both brands, with the highlights on the mature stores performance for Extrafarma (+13.5% growth) and the increasingly evident contribution of the new store cohorts in Pague Menos growth.

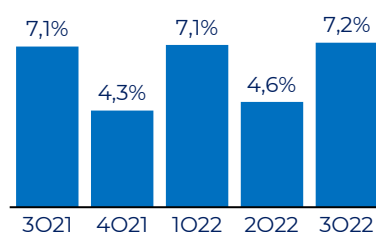
The Pague Menos brand recorded total growth in the quarter of 11.6%, composed of 6.8% growth in mature stores and 4.8p.p. of stores in maturation. In 3Q22, sales of Covid-19 tests continued to have a negative impact on the pace of growth. Excluding this product, same store sales was 8.4%, close to weighted product inflation in the period (9.1%).

The Extrafarma brand showed quarterly growth of 13.9%, with same stores sales of 13.8% and mature stores growth of 13.5%. Considering only the months of August and September, after the closing of the transaction, the same stores sales was 14.9%.

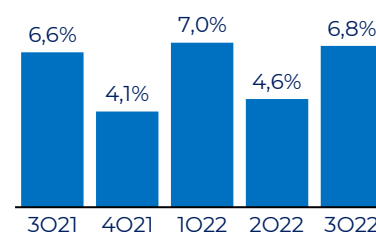
TOTAL GROWTH



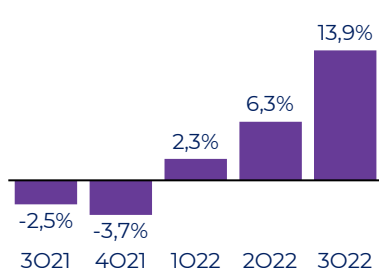
SAME STORES (SSS)



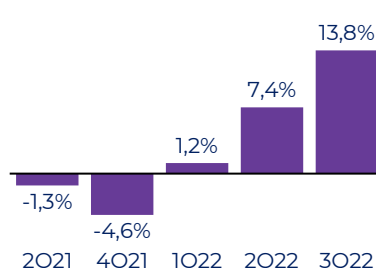
MATURE STORES (MSSS)



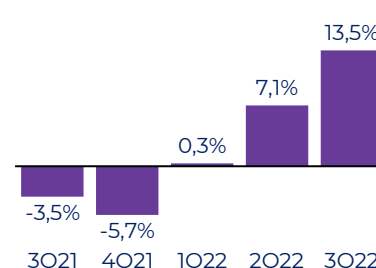
TOTAL GROWTH



SAME STORES (SSS)

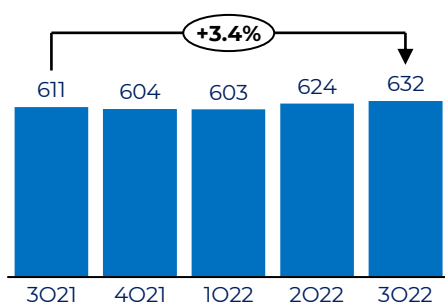


MATURE STORES (MSSS)

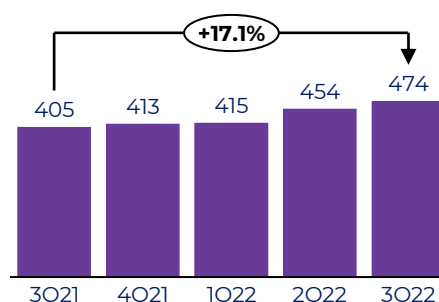


Average monthly sales per Pague Menos store grew 3.4%, impacted by the opening of more than 100 stores in the period. Excluding the new stores, average sales per Pague Menos store grew 6.6%, reaching R\$666 thousand per month. In Extrafarma, growth was 17.1%, a very promising result, given that most of the sales increase levers provided for in the integration plan have not yet been implemented.

AVERAGE STORE SALES/MONTH (BRL thousands)



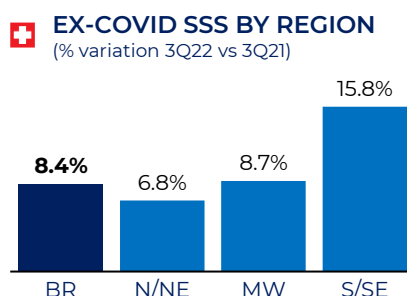
AVERAGE STORE SALES/MONTH (BRL thousands)



EARNINGS RELEASE 3Q22

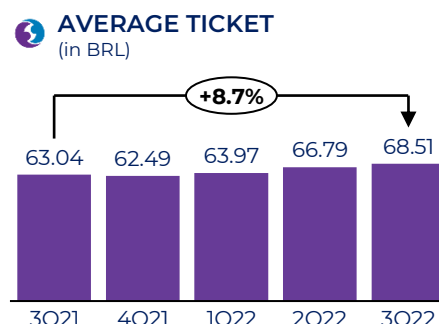
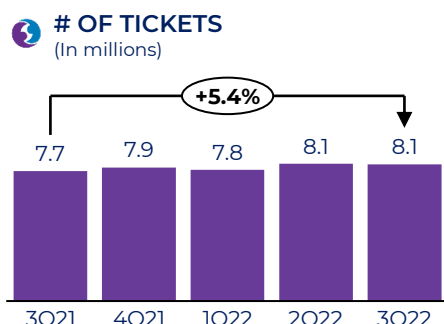
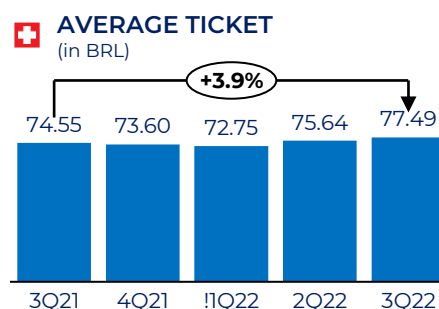
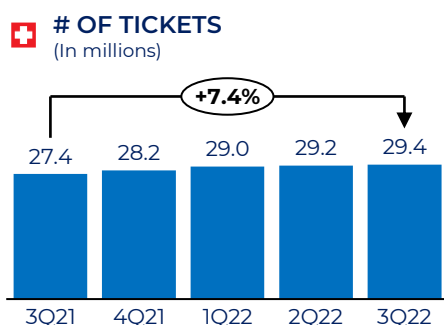
» OPERATIONAL DATA

As observed in the previous quarter, sales performance in 3Q22 varied considerably between regions, due to the outbreak of winter-related respiratory syndromes in the colder regions of the country (South and Southeast). Considering the mature Pague Menos stores, we observed an ex-Covid tests growth of 6.8% in 3Q22 for stores located in the North and Northeast regions, while stores located in the South and Southeast regions grew by 15.8%.



In both brands, the growth recorded in the quarter was the result of a healthy combination of growth in both traffic and average ticket. The volume of customer services grew by 7.4% in Pague Menos and 5.4% in Extrafarma stores. The stronger growth in Pague Menos reflects the increase in the store base, which contributes to the acquisition of new customers. In addition, increasingly assertive CRM actions have contributed to the growth of same-store customers, improved LTV (lifetime value) of the current base and reduced CAC (customer acquisition cost). By the end of 3Q22, the Company had 18.5 million active customers, an increase of 24.2% over 3Q21, already considering the effects of Extrafarma acquisition.

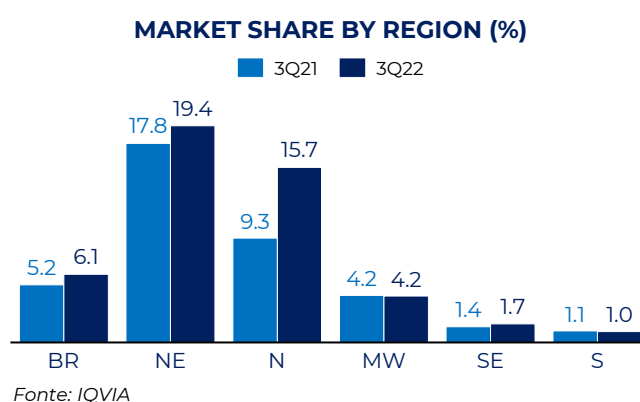
The average ticket increased by 3.9% in Pague Menos and 8.7% in Extrafarma stores. The weighted average inflation of products sold in both store brands was similar, with an average of 9.1%. The factor that contributed to a lower growth in the average ticket in Pague Menos stores was the reduction in the size of the customer basket, which contracted by 5.1% compared to 3Q21, while in Extrafarma the retraction was only 1.0%.



MARKET SHARE

With the conclusion of the acquisition of Extrafarma, we have strengthened our competitive position in the North and Northeast regions. According to IQVIA, considering the last twelve months, our combined market share in these regions grew by 28%, from 14.7% to 18.9% share. In addition, the number of bricks³ where we have a market share above 10% increased by 22%, reaching 227 bricks (approximately half of the total number of locations where we are present). Therefore, we considerably expanded our leadership in the North and Northeast markets.

In order to facilitate the understanding of the market share dynamics in the quarter, in this chapter we present our consolidated market share, considering Extrafarma in the full quarter of 3Q22, despite the transaction having been concluded only in August/22.



With the acquisition of Extrafarma, in 3Q22 we increased our national market share to 6.1%, in the Northeast to 19.4%, in the North to 15.7% and in the Southeast to 1.7%. In the Midwest region, the share remained stable while in the South region it reduced to 1.0%.

Disregarding the acquisition of Extrafarma, in the quarter we recorded growth below the market average, due to the lower contribution of new stores. While on the market average, net openings in the last 2 years contributed with 6.2p.p. growth, at Pague Menos this contribution was only 3.6p.p. It is important to highlight that the pace of expansion of stores under the Pague Menos banner (7.5% in the last twelve months) has already surpassed the average growth rate of stores in the market as a whole. However, as the expansion cycle is still at an early stage (acceleration from 3Q21, after a hiatus of almost 2.5 years), the contribution of these stores to the overall growth rate is still relatively small.

CATEGORIES MANAGEMENT AND SUPPLY CHAIN

In 3Q22, the Pague Menos category mix continued to evolve favorably, evidencing the success of our commercial execution. The highlight in the quarter continued to be the generic drugs category, reaching 10.8% of total sales, an increase of 1.2 p.p. compared to 3Q21. This category, which we consider strategic given the Company's growing position among clients with lower purchasing power, recorded growth of 25.2% in the quarter, above the average growth of Abrafarma chains.

³ Brick is the most granular geographic segmentation adopted by IQVIA, defined by zip codes intervals

EARNINGS RELEASE 3Q22

» OPERATIONAL DATA



The private label category reached BRL 150.3 million in sales in the quarter, in Pague Menos stores, up 17.6% over 3Q21. The share in self-service sales reached the historic record of 14.1%. This good performance is the result of a successful strategy of launches, store displays, e-commerce and promotional actions.

Comparing the brands, the potential for synergies in the private label strategy is evident. While in Pague Menos stores the share of this category is 14.0% in self-service, the share in Extrafarma stores is 5.6%. As the operational integration plan progresses, especially with the consolidation of the supply chain, Pague Menos' private label brands will be made available to the Extrafarma stores and the Be Better brand (from Extrafarma) will be made available in the Pague Menos stores, in a position complementing the portfolio of other brands.

KPI / Operation	PagueMenos					extrafarma	
	3Q21	2Q22	3Q22	YoY	Δ QoQ	3Q22	Δ vs PM
SALES MIX							
Branded	43.0%	42.1%	41.3%	-1.7p.p.	-0.8p.p.	36.6%	-4.7 p.p.
Generics	9.7%	10.3%	10.8%	1.2p.p.	0.5p.p.	13.0%	2.2 p.p.
Hygiene and Beauty	24.1%	23.1%	25.0%	0.9p.p.	2.0p.p.	29,3%	4.3 p.p.
Over the Counter (OTC)	21.5%	23.5%	22.2%	0.7p.p.	-1.4p.p.	21.0%	-1.2p.p.
Services	1.8%	1,0%	0.7%	-1.1p.p.	-0.3p.p.	0,0%	-0.7p.p.
PRIVATE LABEL							
Sales (R\$ million)	127.8	144.5	150.3	17.6%	4.0%	10.2	93%
Total participation (% of total sales)	6.3%	6.5%	6.6%	0.3 p.p.	0.1 p.p.	2.8%	-3.8 p.p.
Self-Service Share (% self-service sales)	13.5%	13.9%	14.0%	0.5 p.p.	0.1 p.p.	5.6%	-8.3 p.p.
SUPPLY CHAIN							
Average SKUs / store (# thousands)	9.5	10.3	10.4	9.1%	1.5%	10,7	3%
Inventory Breakdown (3Q21 = base 100)	100	233	250	149.9%	7.2%	389	56%

The stock out rate in Pague Menos stores showed a downward trend over the quarter, with the month of September registering a value 23% below the peak reported in June. Despite the improvement, the indicator remains high when compared to 3Q21. We continue to observe a complex scenario in the supply chain, which is still in the process of normalization following the industry's production disruptions and the peak demand caused by the pandemic.

In comparing the brands, we observe a 56% higher rate of stock out in the Extrafarma stores, signaling an important operational gap. We believe that the main lever for sales growth for Extrafarma in the short term is the convergence of its level of stock outs with the Pague Menos level. Therefore, in the coming quarters, investments are being made to reinforce Extrafarma's inventories so that these sales synergies can gradually be captured.

OMNICHANNEL PLATFORM

Our omnichannel platform continues to gain relevance within the strategy of providing customers with an increasingly fluid and engaging purchasing journey. In 3Q22, with the incorporation of Extrafarma's assets (customers, stores and DCs), our omnichannel platform became even more robust, with a level of capillarity difficult for our competitors to match .

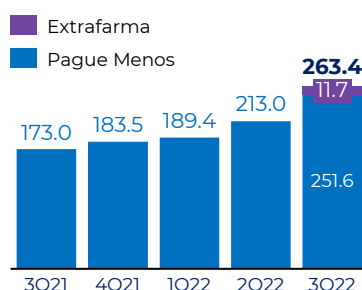
EARNINGS RELEASE 3Q22

» OPERATIONAL DATA

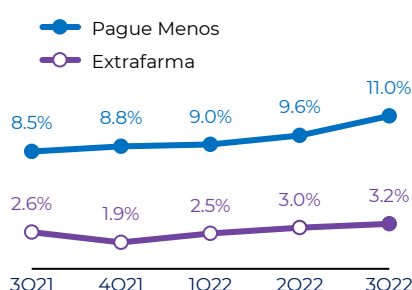
In 3Q22, we reached R\$251.6 million in omnichannel sales under the Pague Menos banner, a growth of 45.4% compared to 3Q21, representing 11.0% of total sales. Considering Extrafarma's sales after the closing of the transaction, omnichannel sales reached R\$263.4 million in the quarter.

Among the digital channels, the highlight in growth was e-commerce, expanding 66% compared to 3Q21 and 27% over 2Q22. This good performance was leveraged by the growth of online traffic, the result of a successful strategy of rationalization in marketing investment with reduction in CAC (Customer Aquisition Cost). In addition, the social commerce initiative, *Minha Pague Menos*, has gained Traction. Only six months after its launch, it already has more than 14 thousand participants and represents 15% of total e-commerce sales.

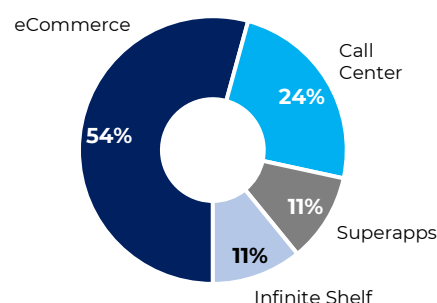
OMNICHANNEL SALES
(in BRL million)



OMNICHANNEL SALES
(% of retail revenue)



SALES BY CHANNEL
(% of digital sales in 3Q22)



According to IQVIA, our market share within digital channels reached 11.8% in the quarter, a historic record, 0.4p.p. above the same period of the previous year. Our digital channels continue to grow at a rate above the average of the overall market and that of our main competitors.

Consistency in growth is accompanied by an improvement in the level of service and customer satisfaction. On *Reclame Aqui* (online complaint platform), Pague Menos and Extrafarma are among the best evaluated among players in pharmaceutical retailing, with scores of 8.5 and 8.1, respectively. The Pague Menos app, which has accumulated more than 1.5 million downloads since its launch in 4Q21, continues to sustain good evaluations in the Google Play and Apple Store app stores.

In addition to the structural trends of growth in the relevance of digital channels that impact the entire market, specific attributes of our operation give us an even greater potential for growth in omnichannel sales. Our greater geographical exposure to regions in the early stages of maturation of digital channels suggests a greater space for growth. While in the North and Northeast regions the share⁴ of omnichannel sales is 9.4%, in the South and Southeast they have already reached 18.2%. In addition, there is a clear opportunity for convergence of omnichannel sales participation between the Pague Menos and Extrafarma operations.

It is important to highlight that we consider the advance of omnichannel usage in our business to be strategic. We see obvious advantages in the economics of omnichannel customers, with higher average spending and a greater degree of loyalty, translating into an increase in LTV (lifetime value).

⁴ Considering only Pague Menos brand.

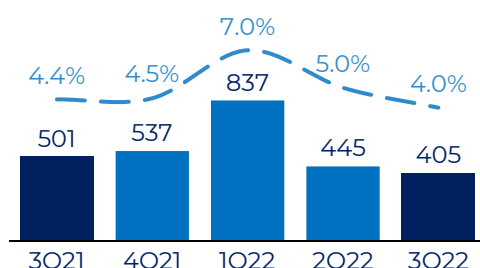
HEALTH HUB

In line with the strategic goal of growing our relevance in the health chain, by focusing on primary care, in 3Q22 we continued to strengthen our Health Hub with new partnerships and complementary business initiatives, providing our customers with an increasingly integrated and fluid health care journey.

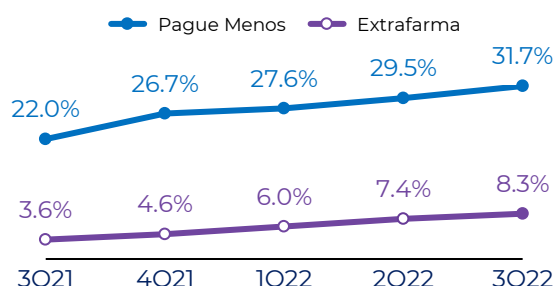
Our footprint of pharmaceutical clinics grew to 1,005 units, with the incorporation of 66 clinics in Extrafarma stores, which were added to the 938 Pague Menos *Clinic Farmas*. With this capillarity, present in every state in the country, we have strengthened our position as one of the main players in the Brazilian health ecosystem, with a structure focused on low complexity services, such as assisted telemedicine (*teleinterconsulta*), remote laboratory tests, application of vaccines, and monitoring of chronic pathologies.

In 3Q22, we totaled more than 400 thousand services rendered, reaching an adhesion of 4.0% of Pague Menos clients with health services. In comparison with 3Q21, the volume of services decreased by 20%, due to the drop in demand for Covid-19 tests, with the end of the pandemic. If we remove Covid-19 testing from the calculation, the volume of services increased 38% in the annual comparison, with emphasis on Point of Care Testing (POCT) and the application of injectable medications.

HEALTH SERVICES ADHESION
(in thousands of services executed and % of total customers)



PARTICIPATION AGREEMENTS (CONVÊNIOS) AND PARTNERSHIPS
(% of total sales)



We continue to expand our network of partnerships with health plans and companies. In 3Q22, the share of sales via agreements (*convênios*) and partnerships reached 31.7% in Pague Menos. With an evident opportunity, this participation reached 8.3% in Extrafarma. In addition to optimizing customer economics by increasing their lifetime value through differentiated discounts, our network of partnerships has contributed to increasing the scope and reach of our Health Hub as a whole. In 3Q22, we closed promising partnerships in the areas of home care (*Isa Lab*) and nutritional supplementation (*SetYou*), adding even more value to the health services available on our platform.

Sempre Bem Saúde, an assistance package focused on telemedicine, launched in May/22, reached more than 30 thousand active lives. The product, still at an early stage of maturation, presents promising results, with a fast sales ramp-up and great economics for customers using the service. The average ticket of subscribers to *Sempre Bem Saúde* averages 40% higher than that of the Company overall.

Our special medicines front (AME) registered growth of 77.3% in the quarter, with a good success rate in activating launches and growth in attending judicially required prescriptions. The compounding operation grew by 17.6%, sustaining a healthy level of profitability and customer retention.

EARNINGS RELEASE 3Q22

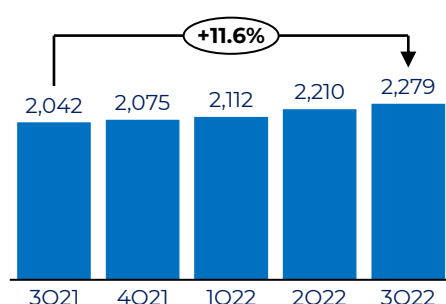
» FINANCIAL DATA

GROSS REVENUE

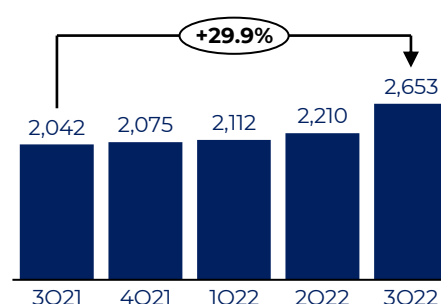
Consolidated gross revenue, considering the Extrafarma operations for the month of August and September, totaled BRL 2,653 million in 3Q22, an increase of 29.9% compared to 3Q21. Consolidated data consider the wholesale operation of Extrafarma, which was discontinued in October 2022. Considering only the ongoing operations, consolidated gross revenue totaled BRL 2,640 million in 3Q22.

Pague Menos standalone gross revenue reached BRL 2,279 million in the period, an increase of 11.6% compared to 3Q21. The gross revenue presented already considers the elimination of intercompany sales.

 **STANDALONE GROSS REVENUE**
(BRL million)



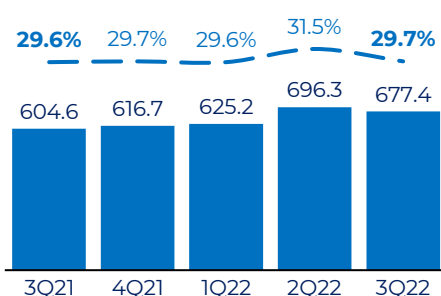
 **CONSOLIDATED GROSS REVENUE**
(BRL million)



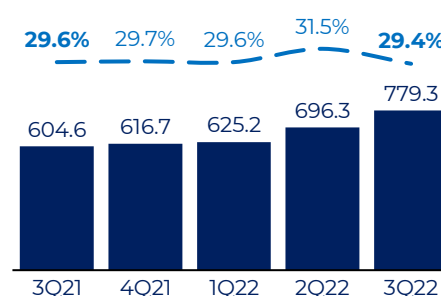
GROSS PROFIT

Pague Menos standalone gross profit reached BRL 677.4 million in 3Q22, with a gross margin of 29.7%, an increase of 0.1 p.p. compared to 3Q21. The improvement in profitability is mainly related to a more favorable sales mix, with the growth of categories such as generics and private labels, in addition to the residual effect of inflationary gains on inventories in July/22. On the other hand, the increase in the share of digital channel sales and agreements (*convênios*) and partnerships sales contributed negatively by 0.5 p.p. in the gross margin of the quarter, when compared to the same period of the previous year.

 **STANDALONE GROSS PROFIT**
(BRL million and % of Gross Revenue.)



 **CONSOLIDATED GROSS PROFIT**
(BRL million and % of Gross Revenue)



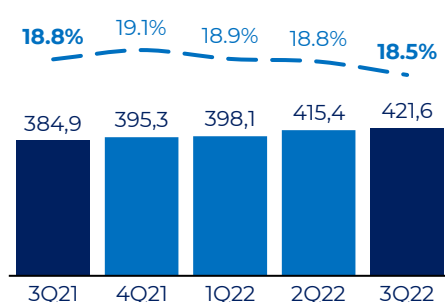
Consolidated gross profit reached R\$779.3 million, with a gross margin of 29.4%, down 0.2p.p. compared to 3Q21. Extrafarma's gross margin in the period was 27.2%, atypically negatively impacted by losses with inventories from previous periods, changes in the criteria for accounting suppliers' commercial agreements and discontinuation of the wholesale operation.

The margin gap between brands should reduce gradually over the next quarters, as the integration plan advances. The main levers for increasing gross margin in Extrafarma involve equalizing commercial conditions with suppliers, pricing optimization, inventory losses reduction and improvements in tributary conditions.

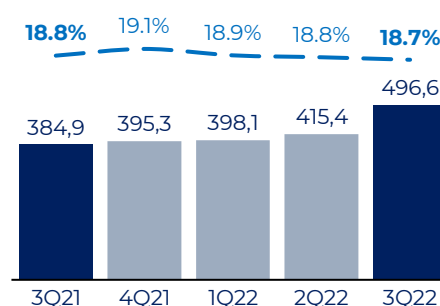
SELLING EXPENSES

In 3Q22, Pague Menos standalone selling expenses totaled BRL 421.6 million, an increase of 9.5% Year-Over-Year. As a percentage of revenue, this group of expenses reached 18.5%, down 0.3 p.p. compared to 3Q21. The gain in efficiency in expenses is mainly related to higher productivity in stores, evidenced by the increase of 19.2% in sales per employee in the period, and reductions in services and supplies of stores. It is important to highlight that the trend of reduction in the percentage of selling expenses has been occurring since 4Q21, even with the continued expansion in the store base and despite the unfavorable inflation scenario.

STANDALONE SELLING EXPENSES (BRL million and % of Gross Revenue)



CONSOLIDATED SELLING EXPENSES (BRL million and % of Gross Revenue.)



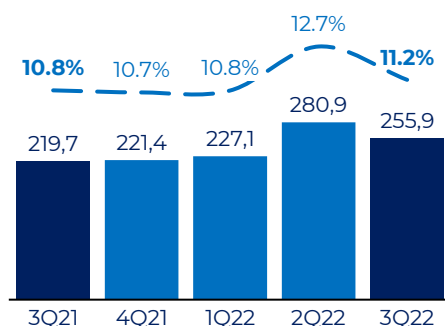
In consolidated figures, 3Q22 selling expenses reached BRL 496.6 million, representing 18.7% of gross revenue. The Extrafarma operation presented selling expenses of 20.1% of gross revenue in the quarter, 1.6 p.p. above the Pague Menos level. Although there are opportunities to optimize store and logistics expenses, most of the gap is related to the lower average Extrafarma sales per store. Therefore, the main synergies to monetize Extrafarma's operation throughout the integration process are related to sales levers, which will contribute to a greater dilution of fixed store expenses.

CONTRIBUTION MARGIN

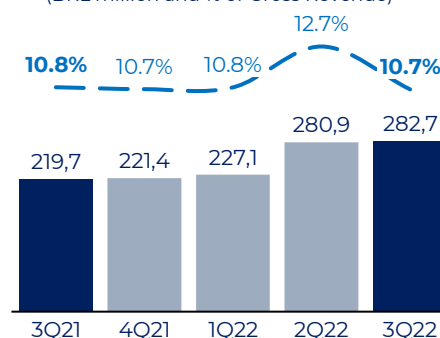
The Pague Menos Standalone contribution margin in 3Q22 reached 11.2% of gross revenue, 0.4 p.p. above that of 3Q21. Removing new stores from the calculation, the contribution margin reached 11.5%, the highest level for a third quarter since 2015.

The consolidated contribution margin reached 10.7% in 3Q22, while for Extrafarma this indicator was 7.1% (4p.p. below the Pague Menos level).

STANDALONE CONTRIBUTION MARGIN (BRL million and % of Gross Revenue)



CONSOLIDATED CONTRIBUTION MARGIN (BRL million and % of Gross Revenue)

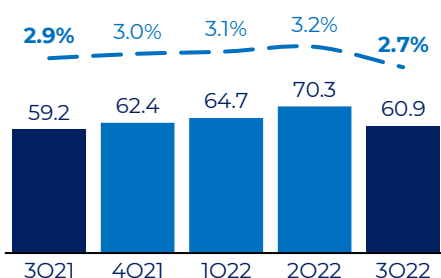


GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES (G&A)

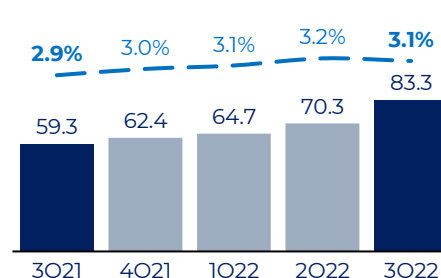
Pague Menos Standalone general and administrative expenses (G&A) in 3Q22 reached BRL 60.9 million representing 2.7% of gross revenue, a decrease of 0.2 p.p. compared to 3Q21.

As anticipated in recent quarters, the increase in G&A observed over the past 2 years is being gradually stabilized and diluted as new store cohorts mature and our revenue growth accelerates. The good result in expenses reduction in 3Q22 is also related to the expense reduction project that has been running since the second half of 2021, with procurement actions in expenses with supplies and services. Expenses with consultancy, legal expenses and third-party services had reductions of more than 20% in the annual comparison.

STANDALONE G&A EXPENSES
(BRL million and % of Gross Revenue)



CONSOLIDATED G&A EXPENSES
(BRL million and % of Gross Revenue)

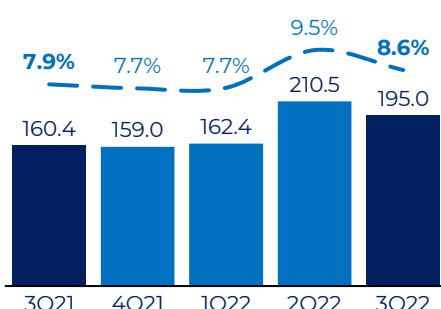


Consolidated G&A expenses reached BRL 83.3 million in 3Q22, representing 3.1% of gross revenue. The consolidation of Extrafarma's corporate expenses pressured G&A in the initial post-acquisition moment but will be gradually normalized as the synergies provided through the integration plan are captured. In October, the unification of the organizational structure of the two operations was completed, which will generate significant savings in personnel expenses beginning in 4Q22. In addition, synergies related to gains of scale in indirect expenses and consolidation of shared corporate services (SSC) are already mapped out.

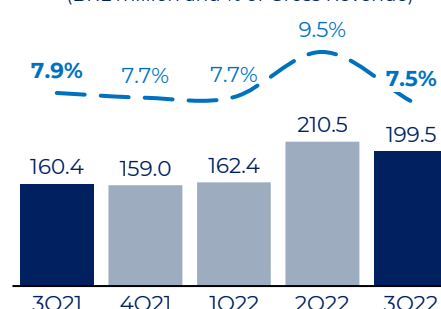
ADJUSTED EBITDA

Pague Menos Standalone Adjusted EBITDA reached BRL 195.0 million in 3Q22, an increase of 21.5% over 3Q21. The adjusted EBITDA margin closed the quarter at 8.6%, up 0.7 p.p. year-over-year. After a period of margin compression, in a context of ending a period of inertia in store openings and uncompensated inflation, 3Q22 marks a turning point in the trajectory of profitability of our business, which again combines a tendency toward healthy topline growth with increased margins.

STANDALONE ADJ. EBITDA
(BRL million and % of Gross Revenue)



CONSOLIDATED ADJ. EBITDA
(BRL million and % of Gross Revenue)



EARNINGS RELEASE 3Q22

» FINANCIAL DATA

In consolidated figures, adjusted EBITDA in 3Q22 was BRL 199.5 million, with an adjusted EBITDA margin of 7.5%. As disclosed in item 11 of the Reference Form, the Company forecasts an increase in EBITDA generated by synergies in the context of integration with Extrafarma of between BRL 180 million and BRL 275 million annually. Synergies will be captured gradually during the integration project, which is to be completed by the end of 2024.

DEPRECIATION, FINANCIAL RESULTS AND INCOME TAXES

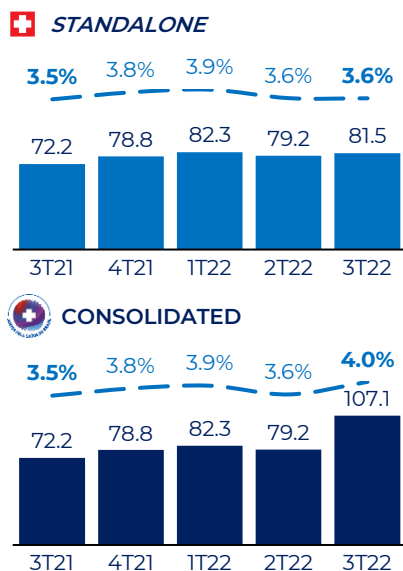
Depreciation in 3Q22 totaled BRL 107.1 million on a consolidated basis (BRL 81.5 million for Pague Menos Standalone), up 48.2% over 3Q21 (12.8% for Pague Menos Standalone). The increase is related to the expansion of the store base in the period and the increased level of Company investments.

The net financial results in 3Q22 totaled BRL 93.5 million on a consolidated basis (BRL 86.1 million for Pague Menos Standalone), an increase of 83.0% over 3Q21 (68.6% for Pague Menos Standalone). The increase is related to the rise in the basic interest rate in the period, an increase in the Company's financial leverage, mainly due to the acquisition of Extrafarma, and the increase in lease interest costs due to the expansion of the store base.

Deferred income tax totaled BRL 8.1 million in the quarter, contributing positively to BRL 9.7 million in earnings, compared to 3Q21. The variation is related to the reduction in taxable income in the period and tax incentives related to *Lei do Bem*.

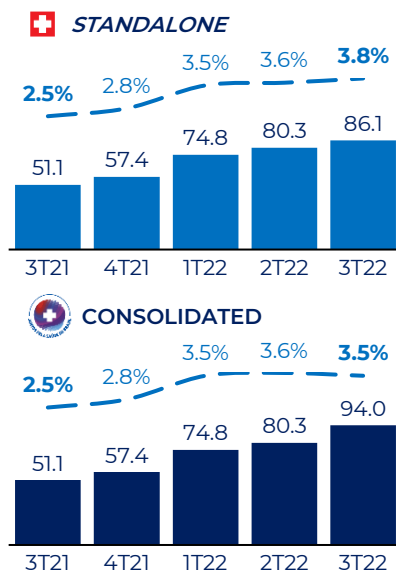
DEPRECIATION & AMORTIZATION

(BRL million and % of Gross Revenue)



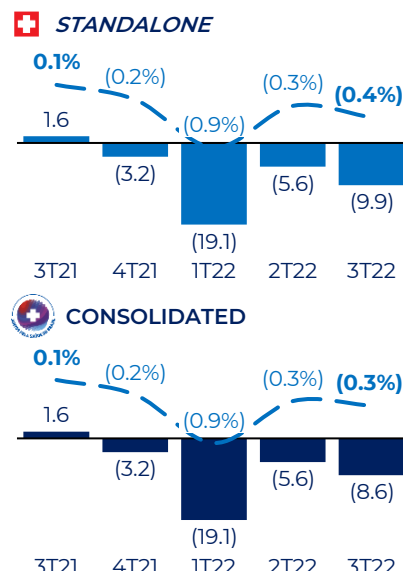
FINANCIAL RESULTS

(BRL million and % of Gross Revenue)



INCOME TAXES

(BRL million and % of Gross Revenue)



ADJUSTED NET INCOME

Pague Menos Standalone adjusted net income was BRL 37.3 million, an increase of 4.9% compared to 3Q21, reaching 1.6% of net margin. Due to the high level in the basic interest rate and the increase in the Company's financial leverage, much of the EBITDA growth was consumed by higher financial expenses.

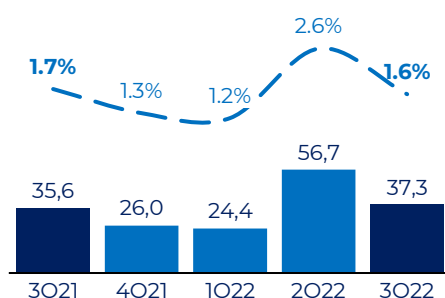
EARNINGS RELEASE 3Q22

» FINANCIAL DATA

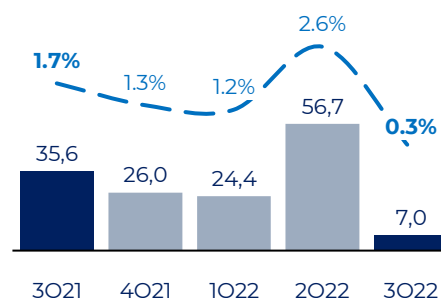
On a consolidated basis, net income totaled BRL 7.0 million, with a net margin of 0.3%. Extrafarma's result contributed negatively with R\$ 30.3 million in 3Q22, an atypical loss due to the first months of consolidation, which resulted in one-off incremental expenses with the dismissal of employees, adjustments in inventories, closure of inefficient operations (stores and wholesale) and changes in provisioning estimates.

Furthermore, the synergies mapped and confirmed between the operations (from BRL 180 million to BRL 275 million in incremental EBITDA per year) are not yet seen in the result. As the integration plan is executed, the level of consolidated profitability tends to be significantly expanded.

STANDALONE NET INCOME (BRL million and % of Gross Revenue)



CONSOLIDATED NET INCOME (BRL million and % of Gross Revenue)



RECONCILIATION OF ADJUSTED NET INCOME

For a better understanding and comparison with previous periods, the 3Q22 result was adjusted to include non-recurring events related to the closing of the acquisition transaction of Extrafarma.

We present below the details of the adjustments made, as well as their respective impacts on the result. The complete reconciliation of the accounting and adjusted results is presented in Appendix 1 of this release.

Adjustment Description	Net effect on standalone income statement				Net effect on standalone income statement			
	3Q21	3Q22	9M21	9M22	3Q21	3Q22	9M21	9M22
Net Income	29.9	84.8	143.4	161.7	29.9	84.5	143.4	161.4
Non-recurring expenses related to the closing of the transaction	8.7	4.0	10.9	10.1	8.7	5.4	10.9	11.6
Gain from advantageous purchase	-	(137.8)	-	(137.8)	-	(137.8)	-	(137.8)
Provision for interest on installments payable for the transaction	-	12.8	-	12.8	-	12.8	-	12.8
Divestments and closures of Extrafarma stores	-	-	-	-	-	2.2	-	2.2
Exclusion of the equity equivalence of Extrafarma in standalone earnings	-	32.5	-	32.5	-	-	-	-
Adjustments effects on Income Taxes	(2.9)	41.2	(3.7)	39.1	(2.9)	39.9	(3.7)	37.8
Total Effect on Net Income	5.7	(47.4)	7.2	(43.4)	5.7	(77.5)	7.2	(73.5)
Adjusted Net Income	35.6	37.3	150.6	118.3	35.6	7,0	150.6	88,0

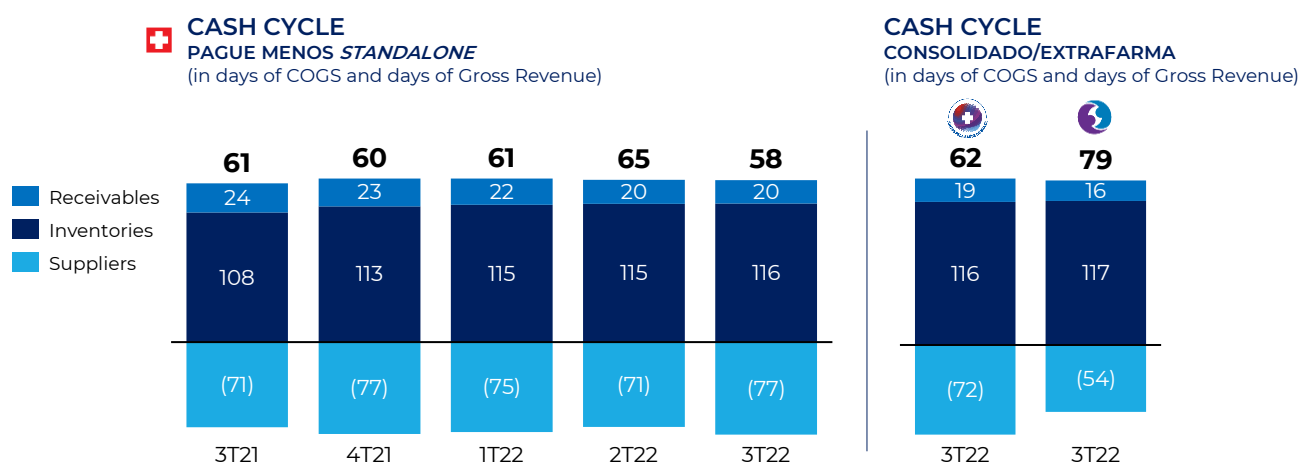
EARNINGS RELEASE 3Q22

» FINANCIAL DATA

OPERATIONAL CASH CYCLE

In 3Q22, the Pague Menos cash cycle was 58 days, an improvement of 7 days compared to 2Q22 and 3 days compared to the same period of the previous year. The improvement in working capital was mainly achieved by the increase in the average payment period with suppliers, while we continued to carry a conservatively high level of inventories, due to the scenario of difficulties in the drug supply chain.

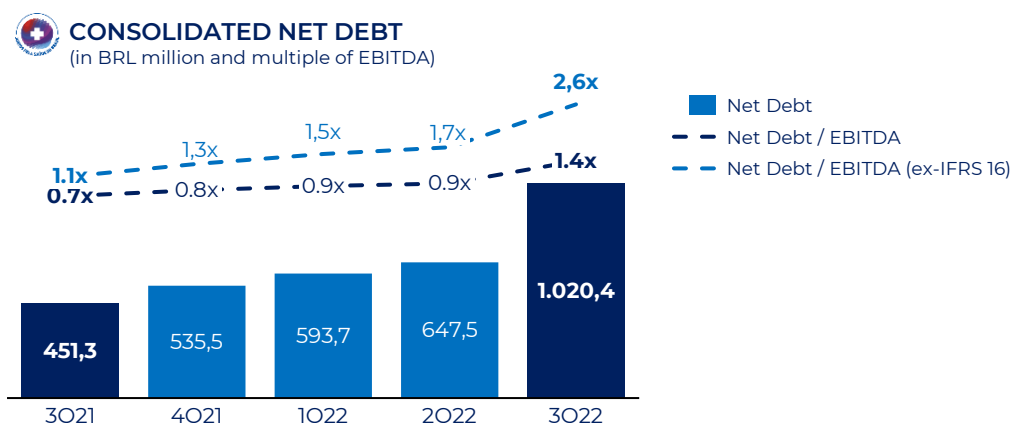
The consolidated cash cycle in 3Q22 was 62 days. In the coming quarters, investments will be made in inventories for Extrafarma, increasing the level of capital employed in the operation, but after stabilization and capture of synergies, it should be gradually reduced, which will be an important cash generation lever throughout the integration.



INDEBTEDNESS

Consolidated net debt totaled BRL 1,020.4 million in 3Q22, representing 1.4x the adjusted EBITDA for the last twelve months and 2.6x when considering the ex-IFRS 16 accounting standard. The increase is related to the reduction in the Company's cash due to the payment of the first installment of the acquisition of Extrafarma and initial investments related to the integration plan.

As disclosed in item 11 of our Reference Form, we project a Reduction of the Company's indebtedness ratio gradually throughout the integration plan with Extrafarma, returning to the level of debt prior to closing of the transaction, by the end of 2024.



EARNINGS RELEASE 3Q22

» FINANCIAL DATA

INVESTMENTS

The volume of consolidated and accumulated investments for the year reached R\$ 216.3 million, with 66% of the investment directed towards organic expansion. Investments in technology initiatives totaled R\$42.0 million, of which R\$12.5 million are related to integration projects with Extrafarma.

Capex (R\$ milhões)	9M21	%	9M22	%
Expansion	62.0	44%	142.6	66%
Store renovations	39.6	28%	22.1	10%
Technology	18.8	13%	42.0	19%
Infrastructure of stores, DCs and offices	20.1	14%	9.6	4%
Total	140.6	100%	216.3	100%

CASH FLOW

In 3Q22, we recorded consolidated operating cash flow of R\$1109.1 million, with negative free cash flow of R\$430.2 million as a result of the payment of the first installment referring to the acquisition of Extrafarma. Excluding the acquisition, free cash flow totaled R\$24.2 million in the quarter, R\$44.5 million higher than the same period in the previous year.

Management Cash Flow (BRL million)	3Q21	3Q22	9M21	9M22
Consolidated EBITDA	205.8	329.6	501.2	696.4
(-) Lease payments (IFRS 16)	(78.5)	(97.7)	(191.5)	(255.2)
(-) Gain from advantageous purchase	-	(137.8)	-	(137.8)
(Δ) Accounts receivable	18.8	39.5	(33.8)	72.8
(Δ) Inventories	(90.5)	(228.2)	(152.2)	(329.7)
(Δ) Suppliers	(28.7)	201.7	(56.4)	120.2
(Δ) Recoverable taxes	(1.0)	(9.8)	(26.6)	(26.1)
(+/-) Change in other assets and liabilities/Non-cash effects	29.6	11.9	(50.0)	57.2
(=) Cash flow from operations	55.6	109.1	(9.3)	197.7
(-) Capital investments	(75.8)	(84.9)	(140.6)	(216.3)
(-) Extrafarma acquisition	-	(365.4)	-	(365.4)
(+) Cash from the business combination		20.1	-	20.1
(=) Investment Cash Flow	(75.8)	(430.2)	(140.6)	(561.6)
Free Cash Flow	(20.3)	(321.1)	(149.9)	(364.0)
(+) Gross debt raising	-	500.0	160.0	500.0
(-) Payment of gross debt	(76.7)	(248.2)	(261.8)	(448.2)
(-) Debt service	(44.4)	(14.9)	(35.1)	(75.6)
(-) Share buyback	-	(8.1)	(10.4)	(13.6)
(=) Financing Cash Flow	(121.1)	228.8	(147.3)	(37.4)
Opening balance of cash and cash equivalents	486.5	345.1	620.0	654.1
Closing balance of cash and cash equivalents	345.1	252.8	322.8	252.8
Change in cash and cash equivalents	(141.4)	(92.3)	(297.2)	(401.3)

INCOME STATEMENT

On January 1, 2019, CPC 6-R2 (IFRS 16) entered into force, which changed the accounting recognition model of lease agreements. To preserve historical comparability, below is the reconciliation according to the previous standard (IAS 17/CPC 06).

Income Statement (BRL million)	IAS 17			IFRS16		
	3Q21	3Q22	Δ	3Q21	3Q22	Δ
Gross Revenue	2,042.1	2,279.0	11.6%	2,042.1	2,279.0	11.6%
Deductions	(130.1)	(148.9)	14.4%	(130.1)	(148.9)	14.4%
Net Revenue	1,912.0	2,130.2	11.4%	1,912.0	2,130.2	11.4%
Cost of Goods Sold	(1,307.4)	(1,452.7)	11.1%	(1,307.4)	(1,452.7)	11.1%
Gross Margin	604.6	677.4	12.0%	604.6	677.4	12.0%
Gross Margin	29.6%	29.7%	0.1p.p.	29.6%	29.7%	0.1p.p.
Selling Expenses	(455.3)	(501.5)	10.1%	(384.9)	(421.6)	9.5%
Contribution Margin	149.3	176.0	17.9%	219.7	255.9	16.4%
Contribution Margin (%)	7.3%	7.7%	0.4p.p.	10.8%	11.2%	0.4p.p.
General and Administrative Expenses	(59.3)	(60.9)	2.7%	(59.3)	(60.9)	2.7%
Adjusted EBITDA	90.0	115.1	27.9%	160.4	195.0	21.5%
Adjusted EBITDA Margin	4.4%	5.0%	0.6p.p.	7.9%	8.6%	0.7p.p.
Depreciation and amortization	(23.3)	(27.3)	17.3%	(72.2)	(81.5)	12.8%
Financial Earnings	(20.3)	(50.7)	149.5%	(51.1)	(86.1)	68.6%
Earnings before Income Tax	46.4	37.1	(20.0%)	37.2	27.4	(26.2%)
Income Tax and Social Contribution	(4.7)	6.6	-	(1.6)	9.9	-
Adjusted Net Income	41.7	43.7	4.9%	35.6	37.3	4.9%
Adjusted Net margin	2.0%	1.9%	(0.1p.p.)	1.7%	1.6%	(0.1p.p.)

Income Statement (BRL million)	IAS 17			IFRS16		
	9M21	9M22	Δ	9M21	9M22	Δ
Gross Revenue	5,988.1	6,600.9	10.2%	5,988.1	6,600.9	10.2%
Deductions	(403.0)	(427.5)	6.1%	(403.0)	(427.5)	6.1%
Net Revenue	5,585.1	6,173.4	10.5%	5,585.1	6,173.4	10.5%
Cost of Goods Sold	(3,781.2)	(4,174.5)	10.4%	(3,781.2)	(4,174.5)	10.4%
Gross Margin	1,803.9	1,998.9	10.8%	1,803.9	1,998.9	10.8%
Gross Margin	30.1%	30.3%	0.2p.p.	30.1%	30.3%	0.2p.p.
Selling Expenses	(1,316.4)	(1,472.5)	11.9%	(1,124.9)	(1,235.1)	9.8%
Contribution Margin	487.5	526.5	8.0%	679.0	763.8	12.5%
Contribution Margin (%)	8.1%	8.0%	(0.1p.p.)	11.3%	11.6%	0.3p.p.
General and Administrative Expenses	(166.9)	(195.9)	17.4%	(166.9)	(195.9)	17.4%
Adjusted EBITDA	320.6	330.5	3.1%	512.1	567.9	10.9%
Adjusted EBITDA Margin	5.4%	5.0%	(0.4p.p.)	8.6%	8.6%	-
Depreciation and amortization	(68.0)	(81.2)	19.5%	(199.8)	(242.9)	21.6%
Financial Earnings	(58.0)	(137.0)	136.2%	(143.3)	(241.2)	68.3%
Earnings before Income Tax	194.6	112.3	(42.3%)	169.0	83.8	(50.4%)
Income Tax and Social Contribution	(27.1)	24.9	-	(18.4)	34.6	-
Adjusted Net Income	167.5	137.2	(18.1%)	150.6	118.3	(21.4%)
Adjusted Net margin	2.8%	2.1%	(0.7p.p.)	2.5%	1.8%	(0.7p.p.)

EARNINGS 3Q22

» FINANCIAL INFORMATION

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

Income Statement (BRL million)	IAS 17			IFRS16		
	3Q21	3Q22	Δ	3Q21	3Q22	Δ
Gross Revenue	2,042.1	2,653.4	29.9%	2,042.1	2,653.4	29.9%
Deductions	(130.1)	(169.0)	29.9%	(130.1)	(169.0)	29.9%
Net Revenue	1,912.0	2,484.4	29.9%	1,912.0	2,484.4	29.9%
Cost of Goods Sold	(1,307.4)	(1,705.0)	30.4%	(1,307.4)	(1,705.0)	30.4%
Gross Margin	604.6	779.3	28.9%	604.6	779.3	28.9%
Gross Margin	29.6%	29.4%	(0.2p.p.)	29.6%	29.4%	(0.2p.p.)
Selling Expenses	(455.3)	(594.3)	30.5%	(384.9)	(496.6)	29.0%
Contribution Margin	149.3	185.0	23.9%	219.7	282.7	28.7%
Contribution Margin (%)	7.3%	7.0%	(0.3p.p.)	10.8%	10.7%	(0.1p.p.)
General and Administrative Expenses	(59.3)	(83.3)	40.5%	(59.3)	(83.3)	40.5%
Adjusted EBITDA	90.0	101.7	13.1%	160.4	199.5	24.3%
Adjusted EBITDA Margin	4.4%	3.8%	(0.6p.p.)	7.9%	7.5%	(0.4p.p.)
Depreciation and amortization	(23.3)	(39.7)	70.7%	(72.2)	(107.1)	48.2%
Financial Earnings	(20.3)	(53.2)	162.1%	(51.1)	(94.0)	84.0%
Earnings before Income Tax	46.4	8.8	(81.1%)	37.2	(1.6)	-
Income Tax and Social Contribution	(4.7)	5.3	-	(1.6)	8.6	-
Adjusted Net Income	41.7	14.1	(66.2%)	35.6	7.0	(80.3%)
Adjusted Net margin	2.0%	0.5%	(1.5p.p.)	1.7%	0.3%	(1.4p.p.)

Income Statement (BRL million)	IAS 17			IFRS16		
	9M21	9M22	Δ	9M21	9M22	Δ
Gross Revenue	5,988.1	6,975.3	16.5%	5,988.1	6,975.3	16.5%
Deductions	(403.0)	(447.7)	11.1%	(403.0)	(447.7)	11.1%
Net Revenue	5,585.1	6,527.6	16.9%	5,585.1	6,527.6	16.9%
Cost of Goods Sold	(3,781.2)	(4,426.8)	17.1%	(3,781.2)	(4,426.8)	17.1%
Gross Margin	1,803.9	2,100.9	16.5%	1,803.9	2,100.9	16.5%
Gross Margin	30.1%	30.1%	-	30.1%	30.1%	-
Selling Expenses	(1,316.4)	(1,565.4)	18.9%	(1,124.9)	(1,310.2)	16.5%
Contribution Margin	487.5	535.5	9.8%	679.0	790.7	16.4%
Contribution Margin (%)	8.1%	7.7%	(0.4p.p.)	11.3%	11.3%	-
General and Administrative Expenses	(166.9)	(218.3)	30.8%	(166.9)	(218.3)	30.8%
Adjusted EBITDA	320.6	317.2	(1.1%)	512.1	572.4	11.8%
Adjusted EBITDA Margin	5.4%	4.5%	(0.9p.p.)	8.6%	8.2%	(0.4p.p.)
Depreciation and amortization	(68.0)	(93.6)	37.8%	(199.8)	(268.5)	34.4%
Financial Earnings	(58.0)	(139.6)	140.6%	(143.3)	(249.1)	73.8%
Earnings before Income Tax	194.6	83.9	(56.9%)	169.0	54.8	(67.6%)
Income Tax and Social Contribution	(27.1)	23.6	-	(18.4)	33.3	-
Adjusted Net Income	167.5	107.5	(35.8%)	150.6	88.0	(41.5%)
Adjusted Net margin	2.8%	1.5%	(1.3p.p.)	2.5%	1.3%	(1.2p.p.)

EARNINGS 3Q22

» FINANCIAL INFORMATION

BALANCE SHEET

PAGUE MENOS CONSOLIDATED

Balance Sheet (R\$ millions)	IFRS16		
	12/31/21	09/30/22	Δ
Total Assets	6,573.3	8,051.3	22.5%
Current Assets	3,512.5	4,058.3	15.5%
Cash and Cash Equivalents	654.1	252.8	(61.4%)
Clients Accounts Receivable	530.3	578.5	9.1%
Inventory	1,957.0	2,789.2	42.5%
Taxes to Recover	232.4	258.0	11.0%
Other Current Assets	138.7	179.8	29.6%
Non-Current Assets	3,060.8	3,993.0	30.5%
Long-Term Realizable Assets	648.7	919.5	41.7%
Investments	72.6	74.8	3.0%
Fixed Assets	665.6	959.9	44.2%
Rights of use under lease	1,615.6	1,919.4	18.8%
Intangible Assets	58.2	119.4	105.1%
Total Liabilities	6,573.3	8,051.3	22.5%
Current Liabilities	2,191.4	2,753.5	25.6%
Social and Labor Obligations	103.4	227.1	119.6%
Suppliers	1,306.5	1,650.0	26.3%
Tax Obligations	94.1	103.3	9.7%
Loans and Financing	435.7	231.3	(46.9%)
Other Obligations	29.6	233.6	689.9%
Leasing	222.1	308.3	38.8%
Long Term Liabilities	2,291.6	3,037.2	32.5%
Loans and Financing	753.9	1,041.9	38.2%
Other Obligations	7.2	6.4	(11.1%)
Leasing	1,508.0	1,785.7	18.4%
Provisions	22.6	29.1	29.1%
Other Accounts Payable	-	174.0	-
Shareholder's Equity	2,090.2	2,260.7	8.2%
Realized Share Capital	1,199.2	1,199.2	0.0%
Capital Reserves	369.7	385.4	4.2%
Profit Reserves	521.3	521.3	0.0%
Treasury Stock	-	(14.6)	-
Accumulated Profits/Losses	-	161.7	-
Non-controlling interest	-	7.6	-

APPENDIX 1: ADJUSTED NET INCOME RECONCILIATION

Adjusted Net Income Reconciliation (BRL million)	STANDALONE			CONSOLIDATED		
	3Q22 Reported	Adjustments	3Q22 Adjusted	3Q22 Reported	Adjustments	3Q22 Adjusted
Gross Revenue	2,279.4	(0.4)	2,279.0	2,659.3	(5.9)	2,653.4
Deductions	(148.9)	-	(148.9)	(169.1)	0.1	(169.0)
Net Revenue	2,130.6	(0.4)	2,130.2	2,490.2	(5.8)	2,484.4
Cost of Good Sold	(1,453.1)	0.4	(1,452.7)	(1,710.9)	5.9	(1,705.0)
Gross Profit	677.4	0.0	677.4	779.2	0.1	779.3
Selling Expenses	(283.7)	(137.8)	(421.6)	(360.9)	(135.7)	(496.6)
General and Administrative Expenses	(97.3)	36.4	(60.9)	(88.7)	37.9	(50.8)
Depreciation and amortization	(81.5)	-	(81.5)	(107.1)	-	(107.1)
Resultado Operacional	214.9	(101.4)	113.5	222.5	(97.6)	124.8
Financial Result	(98.9)	12.8	(86.1)	(106.8)	12.8	(94.0)
Earnings before Income Tax	116.0	(88.6)	27.4	115.7	(84.9)	30.9
Income Tax and Social Contribution	(31.3)	41.2	9.9	(31.3)	39.9	8.6
Net Income	84.8	(47.4)	37.3	84.5	(77.4)	7.0

APPENDIX 2: EBITDA RECONCILIATION

Adjusted EBITDA Reconciliation (BRL million)	STANDALONE			CONSOLIDATED		
	3Q22 Reported	Adjustments	3Q22 Adjusted	3Q22 Reported	Adjustments	3Q22 Adjusted
Net Income	84.8	(47.4)	37.3	84.5	(77.4)	7.0
(+) Financial Result	98.9	(12.8)	86.1	106.8	(12.8)	94.0
(+) Income Tax and Social Contribution	31.3	(41.2)	(9.9)	31.3	(39.9)	(8.6)
(+) Depreciation and Amortization	81.5	0.0	81.5	107.1	0.0	107.1
EBITDA	296.4	(101.4)	195.0	329.6	(130.1)	199.5

APPENDIX 3: DISTRIBUTION OF STORE BY STATE

STARE / Region (# Stores)	3Q21	Organic Expansion	Inorganic Expansion	Closings	3Q22
Total	1,126	105	399	38	1,592
Northeast Region	692	67	222	15	966
Alagoas	30	5	-	-	35
Bahia	122	13	20	1	154
Ceará	182	8	91	9	272
Maranhão	64	12	57	2	131
Paraíba	53	3	4	1	59
Pernambuco	122	14	34	1	169
Piauí	38	3	-	-	41
Rio Grande Do Norte	45	8	16	1	68
Sergipe	36	1	-	-	37
North Region	112	6	135	6	247
Acre	13	1	-	-	14
Amapá	6	1	11	-	18
Amazonas	22	-	-	-	22
Pará	35	2	121	6	152
Rondônia	13	-	-	-	13
Roraima	9	2	-	-	11
Tocantins	14	-	3	-	17
Southeast Region	190	20	42	12	240
Espírito Santo	26	-	-	1	25
Minas Gerais	60	9	-	3	66
Rio De Janeiro	19	2	-	2	19
São Paulo	85	9	42	6	130
Midwest Region	90	12	-	4	98
Distrito Federal	17	-	-	2	15
Goiás	27	2	-	1	28
Mato Grosso	23	4	-	-	27
Mato Grosso Do Sul	23	6	-	1	28
South Region	42	-	-	1	41
Paraná	15	-	-	-	15
Rio Grande Do Sul	7	-	-	-	7
Santa Catarina	20	-	-	1	19



3Q22 EARNINGS CALL

Portuguese and English (Simultaneous translation)

Tuesday, November 8, 2022

10:00 a.m. (BRT)

08:00 a.m. (NY - ET)

CONNECTION NUMBER

BR +55 (11) 3181.8565 • +55 (11) 4090.1621

NYC +1 844 204.8942 • +1 412 717.9627

Code: **Pague Menos**

[CLICK HERE](#)

Videoconference in Portuguese-BR

[CLICK HERE](#)

Videoconference in English-EN