

A NOVA



ABRAFARMA

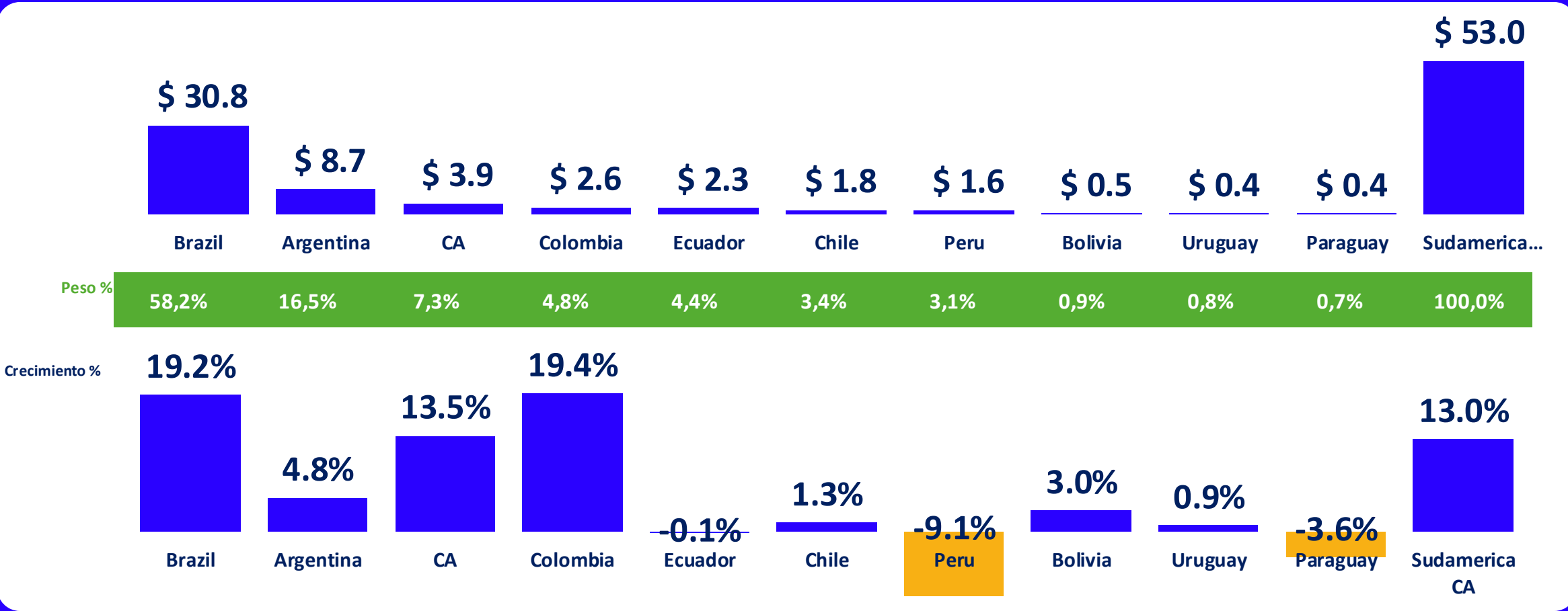


MERCADO PRIVADO FARMACÊUTICO

\$B USD MAT-Abril-23 vs MAT-Abril-24



LATAM



ANÁLISE POR SUBCANAL

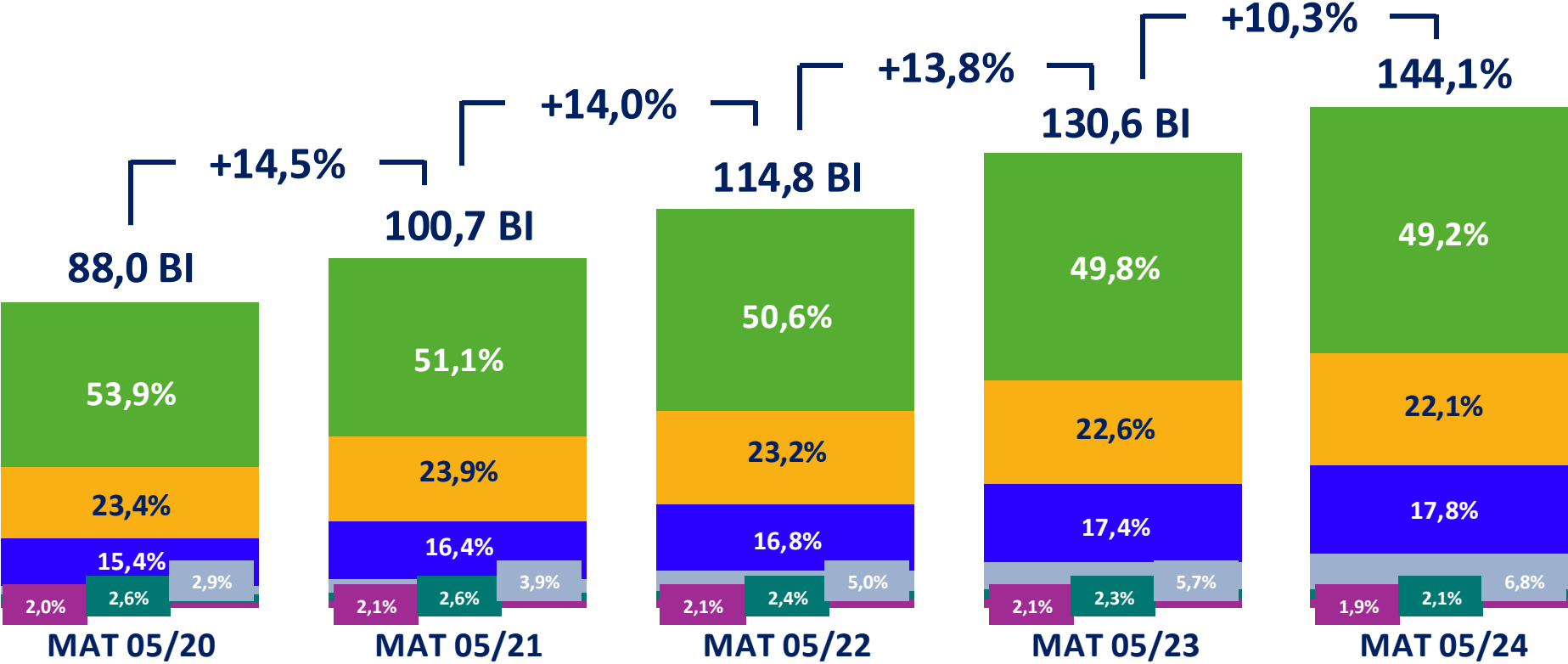
CANAL FARMÁCIA



- Grandes Redes
- Independentes
- Associativistas
- Digital
- Pequenas Redes
- Médias Redes

BR

Mercado Farmácias R\$ Desconto



CRESC. MAT	CRESC. YTD
10,3%	11,4%
9,0%	10,6%
7,9%	10,1%
13,0%	13,5%
31,4%	27,2%
-0,7%	-5,6%
0,3%	1,6%

ANÁLISE POR SUBCANAL

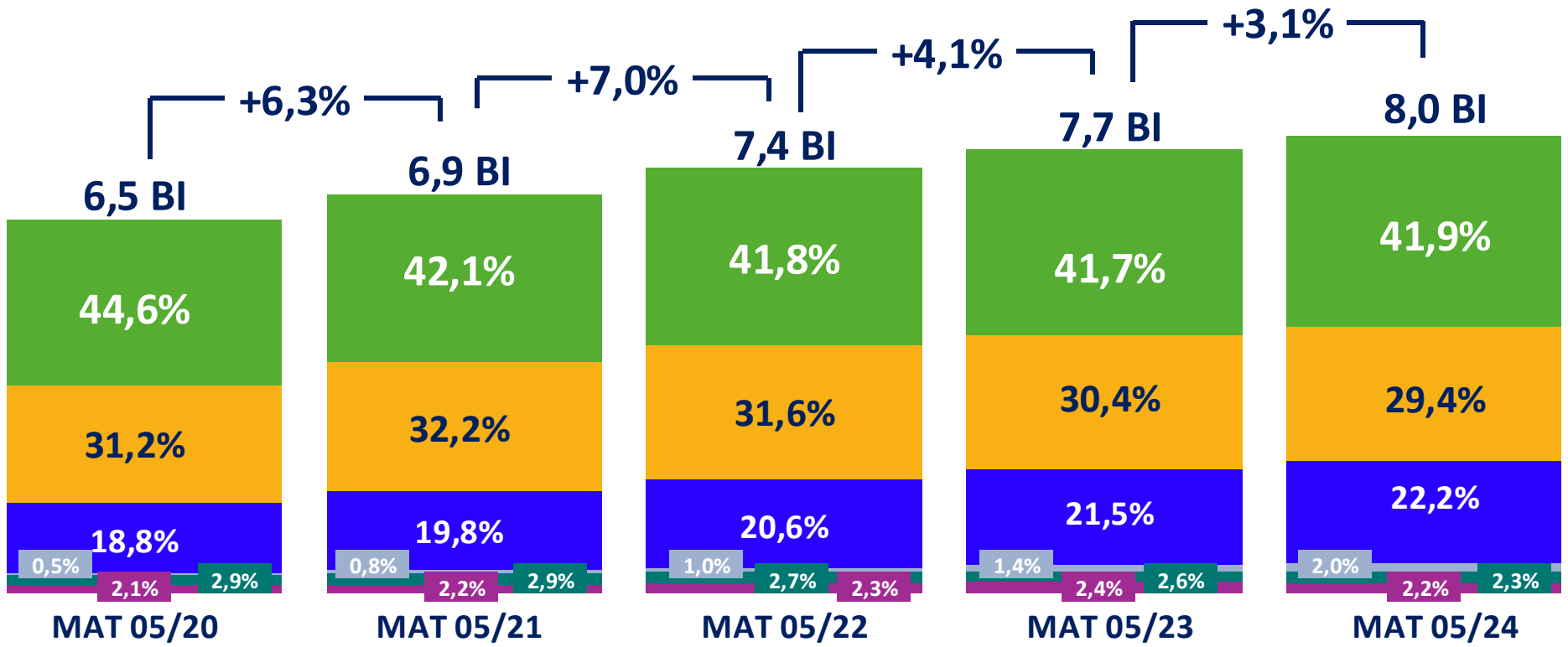
CANAL FARMÁCIA



- Grandes Redes
- Independentes
- Associativistas
- Digital
- Pequenas Redes
- Médias Redes

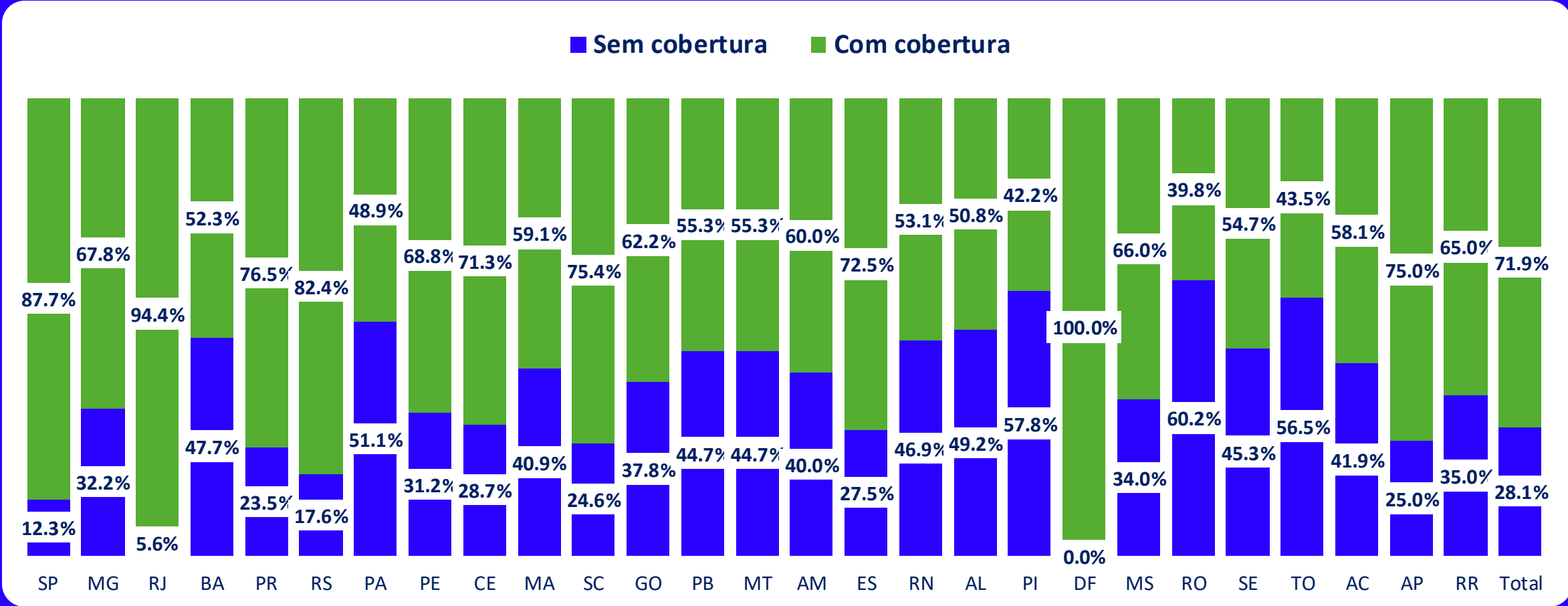
BR

Mercado Farmácias Unidades



CRESC. MAT	CRESC. YTD
3,1%	5,5%
3,5%	5,9%
-0,4%	2,8%
6,3%	7,9%
50,5%	54,3%
-6,4%	-9,0%
-4,7%	-3,8%

A ABRAFARMA ATUA, COM SUAS LOJAS FÍSICAS, EM 1.099 CIDADES QUE COBREM 71,9% DA POPULAÇÃO NACIONAL

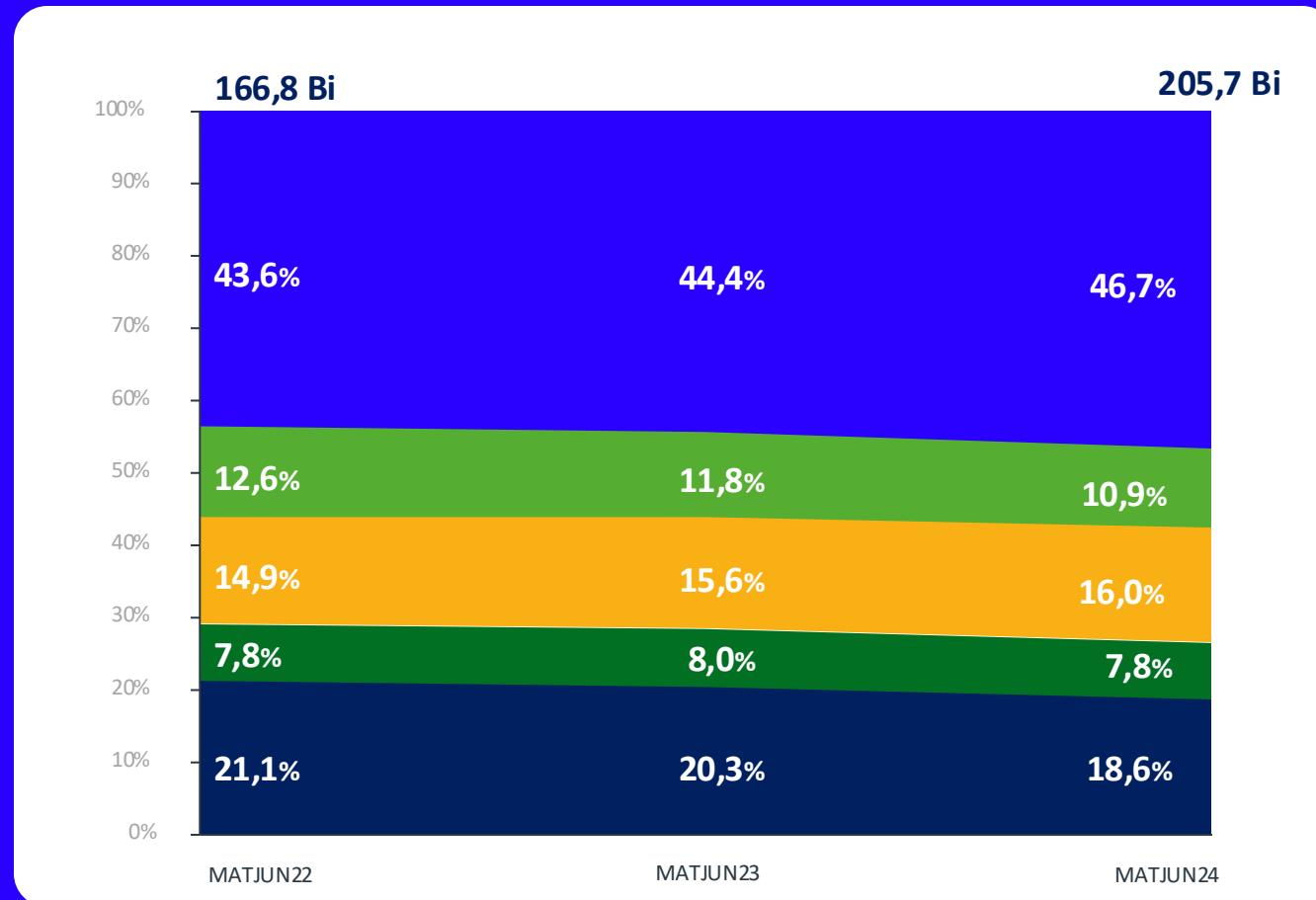




INDEPENDENTEMENTE DO TAMANHO DA CIDADE ATENDIDA, A ABRAFARMA ATINGIU MAIS DE **46% DE PARTICIPAÇÃO** DO MERCADO NACIONAL DE VAREJO FARMACÊUTICO

PARTICIPAÇÃO ABRAFARMA POR REGIÃO BRASIL

R\$ CPP MAT JUNHO 2024



Brasil

- Abrafarma
- Redes
- Febrabar
- Assoc. e Franquias
- Independente

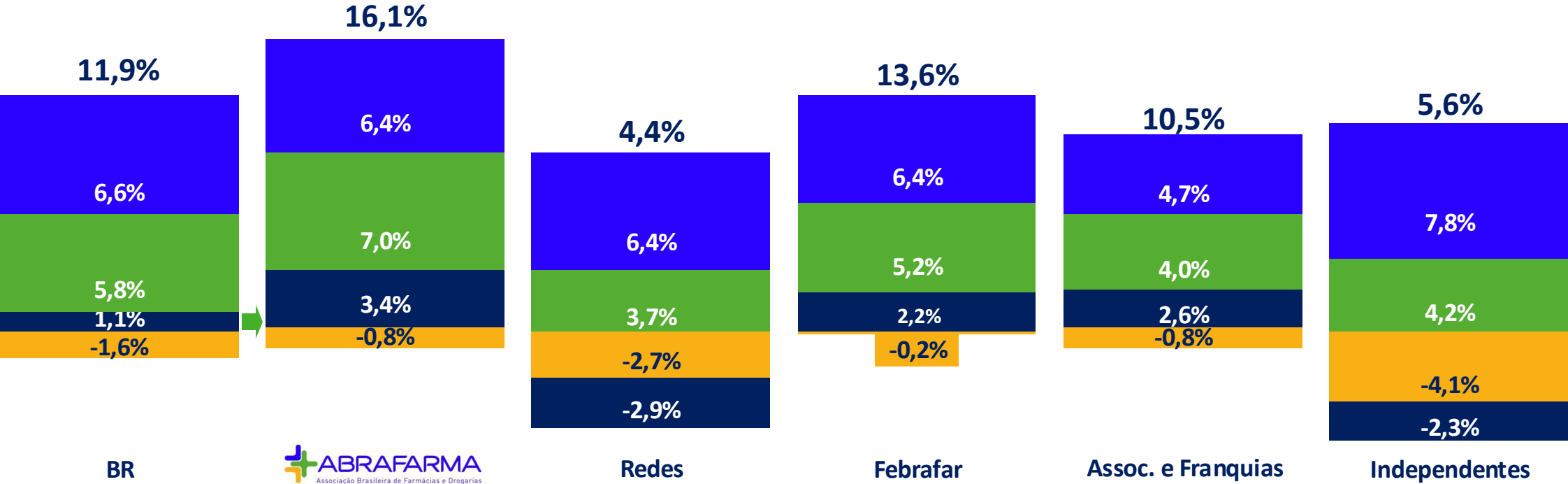
NO CURTO PRAZO ESTE PERCENTUAL DE AUMENTO DE VOLUME DE VENDAS, EM LOJAS MADURAS É MAIS IMPACTANTE NO CRESCIMENTO DA ABRAFARMA



Dinâmica de Evolução do Varejo Farmacêutico – R\$ CPP Trimestre Junho 2024

Evolução de Vendas em R\$ CPP (Trimestre Jun 24 vs Trimestre Jun 23)

Volume Preço Médio do Mix Lojas Novas Lojas Fechadas



Obs.: Lojas Novas = Lojas abertas nos últimos 24 meses; Lojas Fechadas = Lojas sem faturamento nos últimos 3 meses. IQVIA Brasil | RRE | Julho 2024 |

A FORÇA DA ABRAFARMA

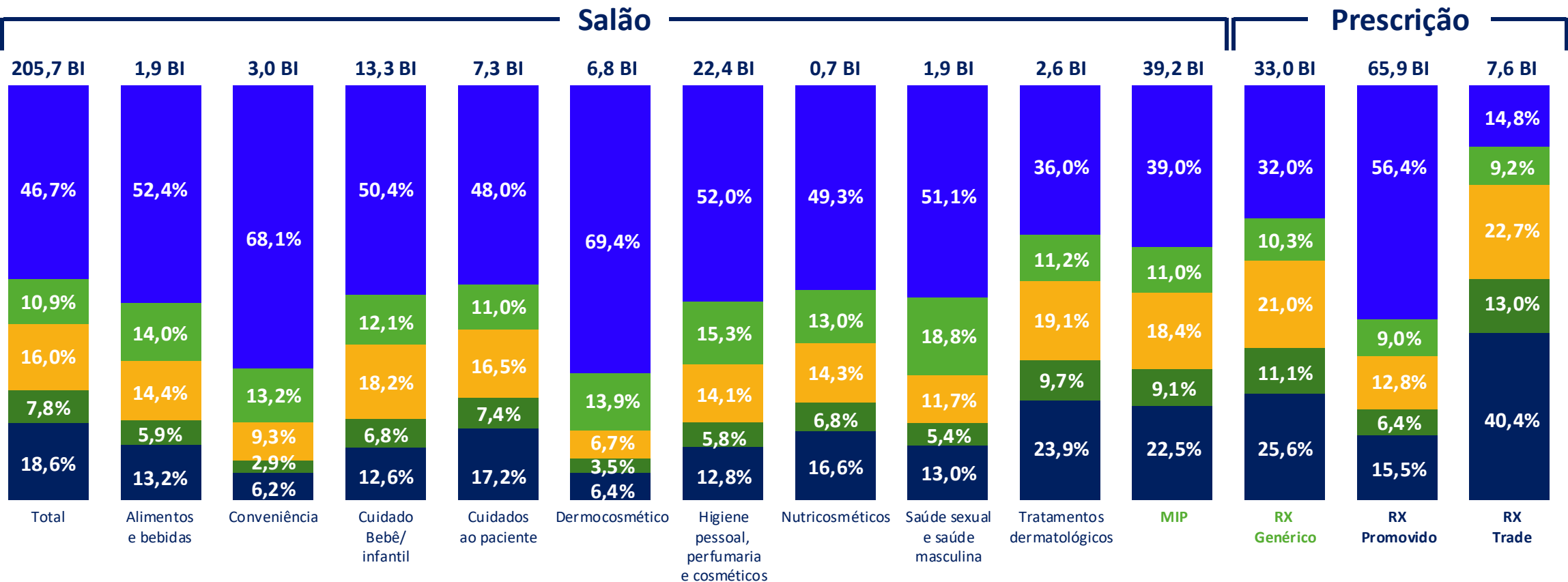
É EVIDENTE EM QUASE TODOS OS SEGMENTOS



Consumo
Medicamentos

- AbraFarma
- Outras Redes
- Febrifar
- Outras assoc. e Franquias
- Independentes

Canais no Varejo Farmacêutico por tipo de produto – R\$ CPP



Obs.: Lojas Novas = Lojas abertas nos últimos 24 meses; Lojas Fechadas = Lojas sem faturamento nos últimos 3 meses. IQVIA Brasil | RRE | Julho 2024 |