



GRUPO  
**NISSEI S.A.**

—  
DIVULGAÇÃO  
DE RESULTADOS  
**2T2025**

Curitiba, Estado do Paraná, 08 de agosto de 2024 – A Farmácia e Drogarias Nissei S.A., apresenta os seus resultados dos períodos, acumulados, findos em 30 de junho de 2025.

As demonstrações financeiras da Companhia foram elaboradas e estão sendo apresentadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem as normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), os Comitês de Pronunciamentos Contábeis (CPC), e com as normas internacionais de contabilidade (International Financial Reporting Standards - IFRS) emitidas pelo International Accounting Standards Board – IASB.

## DESTAQUES OPERACIONAIS

### Lojas

**474 lojas** nos estados do PR, SC, SP, GO e DF

**04 lojas novas** no 2T25

**02 lojas fechadas** no 2T25

### Consolidado

Same Store Sales: **2,54%**

Mature Same Store Sales: **- 2,45%**

## DESTAQUES FINANCEIROS

Receita Bruta Consolidada 2T25: **R\$ 944.653**

*19,94% maior que no 2T24*

Receita Bruta Consolidada 2S25: **R\$ 1.831.154**

*21% maior que no 2S24*

Ciclo Financeiro: **25 dias**

*03 dias menor vs 2T24*

Ebitda Ajustado 2T25: **R\$ 80.128**

*106,92% maior que no 2T24*

Ebitda Ajustado 2S25: **R\$ 105.573**

*63,19% maior que no 2S24*



## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO DA COMPANHIA

Encerramos o segundo trimestre de 2025 com resultados sólidos, reflexo da estratégia de expansão executada em 2024, alcançamos um faturamento de R\$ 944.653 no 2T25, o que representa um crescimento de 20% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta evoluiu 1,15 p.p. na mesma base de comparação, evidenciando a eficiência na gestão do mix e da operação. O EBITDA reportado no trimestre foi de R\$ 80.128, no acumulado do primeiro semestre, o EBITDA ajustado totalizou R\$ 105.573 — desempenho considerado positivo, sobretudo diante do atual estágio de maturação de um parque relevante de lojas inauguradas nos últimos 12 meses.

O canal digital segue avançando, apresentando crescimento superior a 100% no trimestre, consolidando-se como um vetor estratégico de vendas complementares e de relacionamento com o cliente. As marcas próprias também se destacaram, com o lançamento de novas linhas e alta aceitação do público, essa frente registrou aumento de 35,2% na receita em relação ao segundo trimestre de 2024.

No âmbito financeiro, reduzimos a alavancagem para 2,54x e reduzimos o ciclo financeiro em cinco dias. Destaca-se ainda a bem-sucedida conclusão da 7ª emissão de debêntures, que resultou em alongamento do perfil da dívida, juros mais atrativos e menor exigência de garantias.

### FALE COM O RI

*André Lissner – CFO e DRI*  
[andre.lissner@nisseisa.com.br](mailto:andre.lissner@nisseisa.com.br)

*Eltrica Violani – Gerente Contábil e RI*  
[eltrica.violani@nisseisa.com.br](mailto:eltrica.violani@nisseisa.com.br)

*Daiana Vermudt – Analista de RI*  
[daiana.vermudt@nisseisa.com.br](mailto:daiana.vermudt@nisseisa.com.br)

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO DA COMPANHIA

Para o segundo semestre, seguiremos focados na estabilização das lojas abertas em 2024 e na recuperação gradual da performance das unidades maduras, impactadas pela forte expansão do último ano, para isso atuaremos com maior intensidade nas regiões em que já somos líderes, com foco na recuperação das vendas.

Seguimos confiantes e comprometidos em oferecer uma experiência de excelência no atendimento — marca registrada do padrão Nissei — aliada a um portfólio completo e competitivo, que nos consolida como referência no modelo de *drugstore* no Brasil.

### FALE COM O RI

*André Lissner – CFO e DRI*  
[andre.lissner@nisseisa.com.br](mailto:andre.lissner@nisseisa.com.br)

*Eltrica Violani – Gerente Contábil e RI*  
[eltrica.violani@nisseisa.com.br](mailto:eltrica.violani@nisseisa.com.br)

*Daiana Vermudt – Analista de RI*  
[daiana.vermudt@nisseisa.com.br](mailto:daiana.vermudt@nisseisa.com.br)

## SUMÁRIO

<i>(Valores em milhares de reais)</i>	2024		2025		2024	2025
	1T2024	2T2024	1T2025	2T2025	1S2024	1S2025
Nº de Lojas	413	426	472	474	426	474
Nº de Funcionários (ativos)	6.590	7.287	8.094	8.211	7.287	8.211
<b>Receita Bruta</b>	<b>725.733</b>	<b>787.576</b>	<b>886.501</b>	<b>944.653</b>	<b>1.513.309</b>	<b>1.831.154</b>
Receita Líquida	682.214	738.774	820.466	874.033	1.420.988	1.694.499
<b>Lucro Bruto (R\$)</b>	<b>212.739</b>	<b>232.629</b>	<b>235.904</b>	<b>289.915</b>	<b>445.368</b>	<b>525.819</b>
Margem Bruta (%)	29,31%	29,54%	26,61%	30,69%	29,43%	28,72%
<b>EBITDA Ex-CPC06 (R\$)</b>	<b>25.970</b>	<b>38.725</b>	<b>25.445</b>	<b>80.128</b>	<b>64.695</b>	<b>105.573</b>
<b>EBITDA (%)</b>	<b>3,58%</b>	<b>4,92%</b>	<b>2,87%</b>	<b>8,48%</b>	<b>4,28%</b>	<b>5,77%</b>



## CRESCIMENTO DA REDE

Após uma forte expansão em 2024, em 2025 adotamos uma estratégia voltada à redução no ritmo de abertura de novas unidades, com o objetivo de estabilizar e rentabilizar o investimento realizado ao longo de 2024.

Dessa forma, inauguramos 4 novas unidades no segundo trimestre (uma redução em relação às 9 inaugurações no 2T24), localizadas nos Estados de São Paulo e Goiás, alcançando a marca de 474 lojas, distribuídas em 129 municípios.

As novas unidades seguem o moderno conceito de *drugstore*, com ambientes amplos, estacionamento facilitado e uma oferta cada vez mais diversificada de produtos e serviços — reforçando nosso compromisso com a conveniência e a qualidade da experiência de compra.

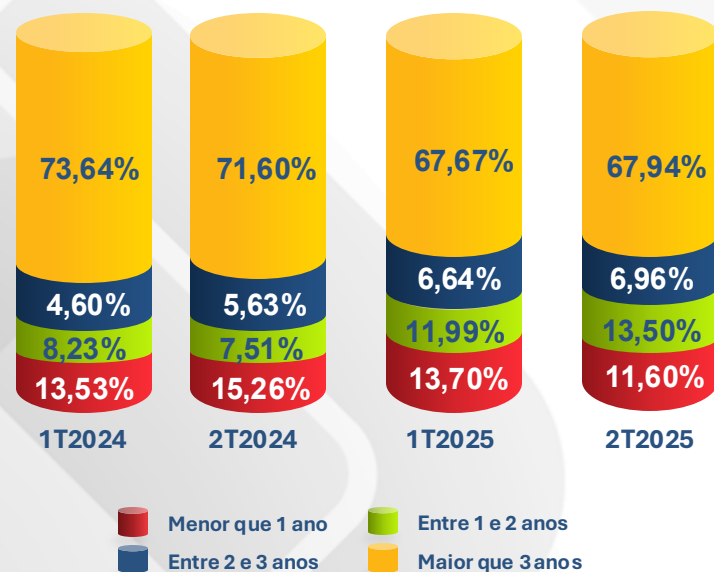
No período, registramos crescimento de 2,54% nas vendas de mesmas lojas (*Same Store Sales – SSS*), demonstrando a resiliência e consistência do nosso modelo de negócio. Nas lojas maduras (*Mature Same Store Sales – MSS*), observamos uma retração de 2,45%, impactada por fatores macroeconômicos, a redução do poder de compra da população e a sazonalidade típica do setor, bem como ao foco que demos às novas áreas geográficas de atuação da Companhia. Ainda assim, mantemos uma perspectiva positiva para os próximos períodos, com foco em iniciativas estratégicas voltadas ao fortalecimento das vendas, preservação de margens e aumento da eficiência operacional, além da retomada do foco de Marketing nas áreas as quais já somos líderes e que temos lojas já maduras.





## CRESCIMENTO DA REDE

No que se refere ao portfólio de lojas, observamos uma mudança no perfil etário, reflexo das oportunidades de expansão capturadas ao longo de 2024. Como resultado, encerramos o trimestre com 32,07% das unidades em fase de maturação e 67,94% já classificadas como maduras. Essa configuração reforça nosso foco na consolidação do crescimento, com ênfase na rentabilidade e na estabilização operacional das lojas recém-inauguradas.



## MARKET SHARE

Mantivemos a sólida liderança em market share no segundo trimestre de 2025 no estado do Paraná, com 15,24%, reafirmando nossa forte presença e reconhecimento regional. Nos estados de São Paulo e Santa Catarina, seguimos avançando com consistência, alcançando participações de mercado de 4,11% e 4,16%, respectivamente.

Nas novas praças onde passamos a atuar recentemente — Goiás e Distrito Federal — já registramos resultados promissores, com market share de 3,06% e 4,29%, refletindo a efetividade de nossa estratégia de expansão e a rápida aceitação da marca nessas regiões.

## MARCAS EXCLUSIVAS

Continuamos avançando com força no desenvolvimento das nossas marcas próprias, e neste trimestre tivemos um salto significativo de 35,24% nas vendas em comparação ao mesmo período de 2024.

Esse crescimento expressivo foi impulsionado, principalmente, pela ampliação do portfólio e pela crescente aceitação dos nossos produtos pelos clientes, consolidando ainda mais essa frente como um dos pilares estratégicos do nosso negócio.

Nosso portfólio de marcas próprias é construído com base em categorias essenciais, como higiene e beleza, primeiros socorros, nutrição, suplementos e vitaminas, além de itens de conveniência — como snacks, chips de soja, batatas e biscoitos de polvilho. Também nos destacamos com linhas presenteáveis como Uni Buni Tê, Aishy e Fresha, que oferecem acessórios, escovas, cremes e sabonetes líquidos para as mãos, ampliando a proposta de valor e a experiência de compra dos nossos consumidores.

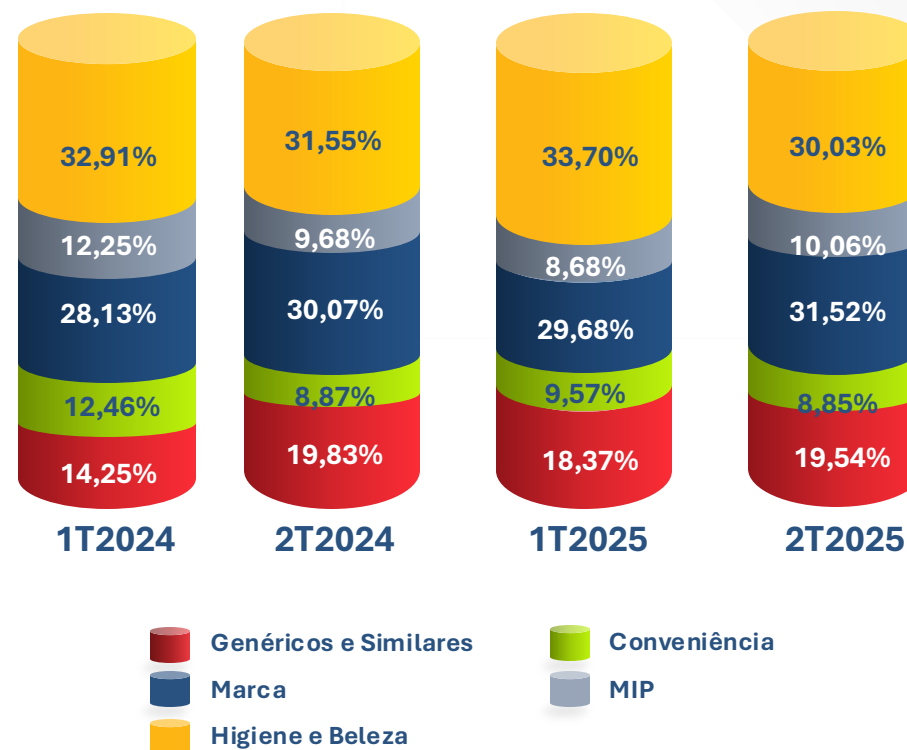




## MIX DE VENDAS (VAREJO)

Encerramos o segundo trimestre com desempenho positivo nas principais categorias de produtos. Destacaram-se os medicamentos de marca, genéricos e similares, que avançaram 13,08% e 6,31% respectivamente em relação ao mesmo período do ano anterior. Já a linha de higiene e beleza apresentou crescimento de 2,70%, as demais categorias mantiveram-se historicamente estáveis.

Seguimos com um mix de produtos equilibrado, com acompanhamento contínuo das vendas para assegurar uma gestão estratégica e alinhada as demandas do mercado.



## OMNICHANNEL

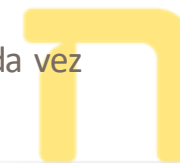
No segundo trimestre de 2025, alcançamos um marco histórico para a Companhia no canal digital: um crescimento expressivo de 106,94% em relação ao mesmo período do ano anterior, com o canal atingindo 9,2% da receita total — a maior participação já registrada em nossa história.

Esse desempenho reforça a consistência e a assertividade da estratégia que adotamos para acelerar a transformação digital, consolidando o canal como um dos vetores de crescimento e geração de valor para o negócio. Entre os fatores que impulsionaram esse avanço, destacam-se:

- A intensificação do uso do aplicativo, que superou a marca de 120 mil novos downloads no trimestre, demonstrando a crescente aderência dos clientes aos nossos canais próprios;
- A expansão da entrega expressa, com um aumento de 48% na cobertura de lojas habilitadas, proporcionando maior capilaridade e agilidade nas entregas;
- O fortalecimento do serviço Compre e Retire, presente em 100% das unidades, oferecendo ao cliente uma jornada fluida, prática e integrada entre os canais digital e físico, com ganho de conveniência e experiência personalizada.

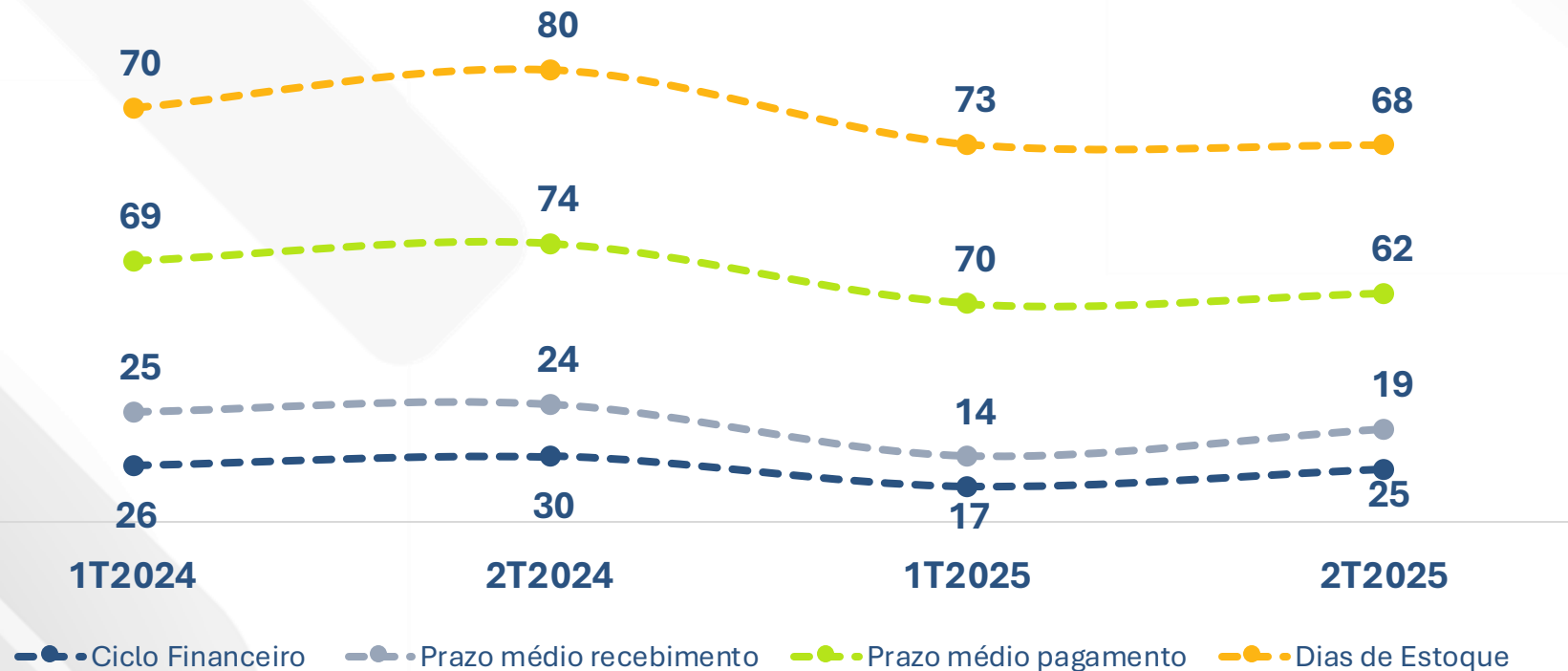
Importante ressaltar que o avanço do digital ocorre de forma complementar à nossa robusta rede de lojas físicas, que continua sendo a espinha dorsal do nosso modelo de negócios. Acreditamos em uma estratégia omnichannel integrada, na qual o digital potencializa a força do físico, ampliando nossa capacidade de atendimento, fidelização e geração de valor ao cliente.

Seguiremos investindo em tecnologia, experiência do usuário e integração de canais, com o objetivo de entregar uma jornada cada vez mais completa, eficiente e conectada às necessidades e hábitos dos nossos consumidores.



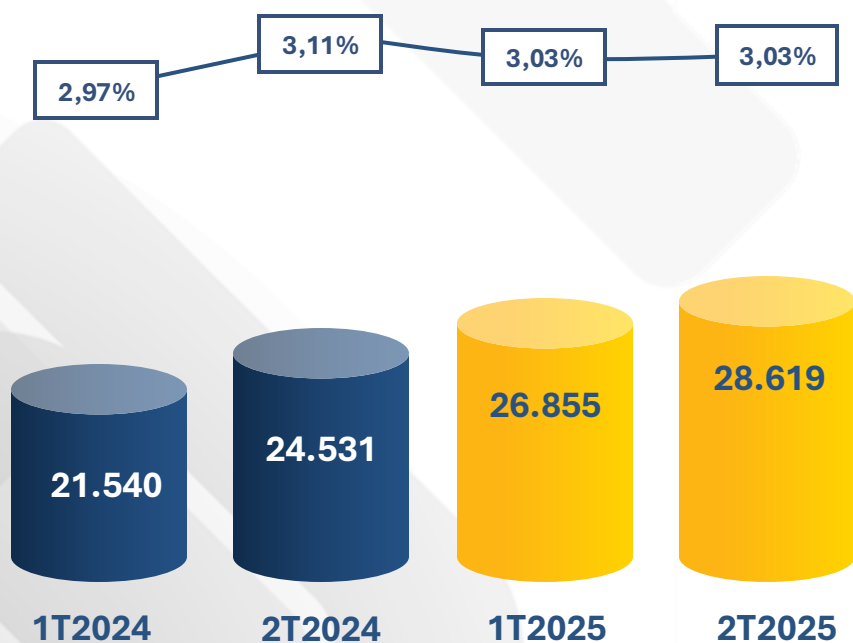
## CICLO FINANCEIRO

Apresentamos uma redução de 5 dias no ciclo financeiro em relação ao mesmo período de 2024, encerrando o trimestre com um ciclo de 23 dias. Essa melhora é resultado, principalmente, da redução nos dias de estocagem, que havia sido impactado pelo processo de forte expansão da rede em 2024 — um movimento previsto em nossa estratégia e que deve ser normalizado ao longo dos próximos períodos.



## DESPESAS ADMINISTRATIVAS

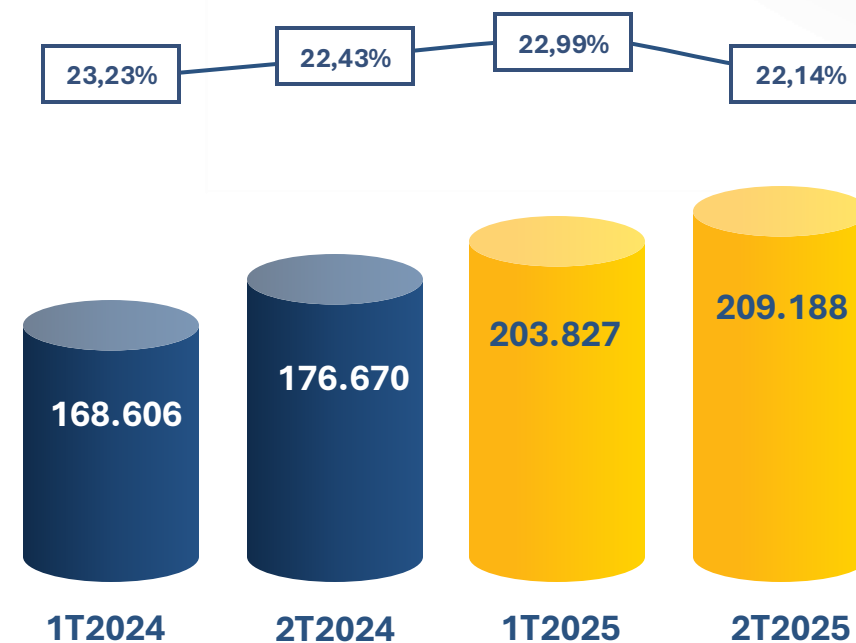
As despesas administrativas totalizaram R\$ 28.619 no segundo trimestre, representando 3,03% da receita bruta, com uma redução de 16,67% no valor nominal em relação ao mesmo período do ano anterior.



— % da Receita Bruta

## DESPESAS COMERCIAIS

As despesas comerciais totalizaram R\$ 209.188 no segundo trimestre, representando 22,14% da receita bruta. Esse resultado corresponde a uma retração de 0,29 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, reflexo da diluição dessas despesas ao longo do período, conforme mencionado anteriormente.



— % da Receita Bruta

## RESULTADOS FINANCEIROS LÍQUIDOS

Encerramos o segundo trimestre de 2025 com despesas financeiras líquidas totais de R\$ 76.323, sendo R\$ 39.320 referentes a despesas com efeito caixa e R\$ 37.003 sem efeito caixa — estas últimas relacionadas a ajustes a valor presente e operações de arrendamento, conforme previsto no CPC 06.

O aumento das despesas financeiras em relação ao segundo trimestre de 2024 está substancialmente atrelado ao cenário de elevação das taxas de juros, impactando de forma abrangente todas as linhas das nossas operações financeiras .

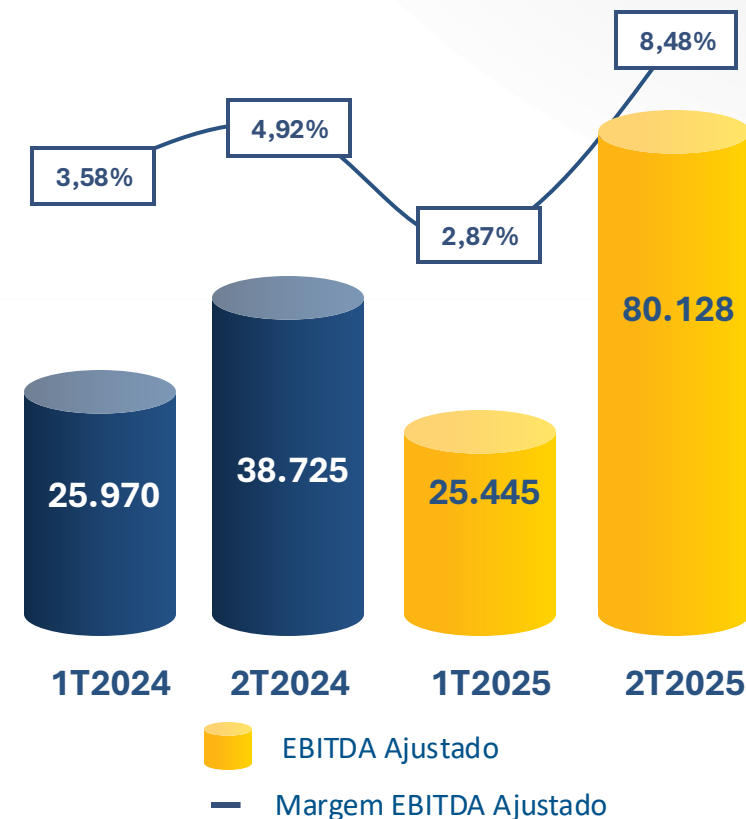
<i>(Em milhares de reais)</i>	2024		2025	
	1T2024	2T2024	1T2025	2T2025
Operações bancárias	3.983	7.885	13.248	15.939
Debêntures	20.954	23.725	15.413	23.381
<b>Custo Financeiro com efeito de caixa</b>	<b>24.936</b>	<b>31.610</b>	<b>28.661</b>	<b>39.320</b>
Juros de arrendamento ( CPC 06)	10.872	11.874	13.764	13.940
Ajuste a valor presente	13.593	13.233	10.605	23.063
<b>Custo Financeiro sem efeito de caixa</b>	<b>24.465</b>	<b>25.107</b>	<b>24.369</b>	<b>37.003</b>
<b>TOTAL</b>	<b>49.401</b>	<b>56.717</b>	<b>53.030</b>	<b>76.323</b>



## EBITDA AJUSTADO

No segundo trimestre de 2025, registramos um EBITDA ajustados (sem efeitos do CPC 06) R\$ 80.074, com margem de 8,48% sobre a receita bruta, representando um crescimento de R\$ 41.439 em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho positivo reflete não apenas a sazonalidade natural do setor, mas também a eficácia da nossa estratégia e a excelência na execução, mesmo considerando que uma parcela significativa das lojas ainda está em fase de maturação.

EBITDA (valores em milhões de reais)	2024		2025	
	1T2024	2T2024	1T2025	2T2025
(+) Resultado do exercício	(18.446)	(20.136)	(27.521)	(15.238)
(+) Imposto de Renda e contribuição social corrente e diferido	(8.662)	(6.366)	(18.640)	(7.543)
(+) Resultado Financeiro	49.401	56.717	53.030	76.323
<b>EBIT</b>	<b>22.293</b>	<b>30.215</b>	<b>6.869</b>	<b>53.542</b>
<b>Margem EBIT</b>	<b>3,07%</b>	<b>3,84%</b>	<b>0,77%</b>	<b>5,67%</b>
(+) Depreciação e amortizações	8.011	7.178	10.589	14.422
(+) Amortizações de arrendamento	18.846	19.763	24.641	24.976
<b>EBITDA com efeitos CPC 06</b>	<b>49.150</b>	<b>57.156</b>	<b>42.099</b>	<b>92.940</b>
(+) Despesas administrativas selecionadas	5.386	7.479	17.312	19.713
(+) Efeitos CPC 06	(28.861)	(27.128)	(32.319)	(31.091)
(+) Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	295	1.218	(1.647)	(1.434)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>25.970</b>	<b>38.725</b>	<b>25.445</b>	<b>80.128</b>
<b>Margem EBITDA Ajustado</b>	<b>3,58%</b>	<b>4,92%</b>	<b>2,87%</b>	<b>8,48%</b>





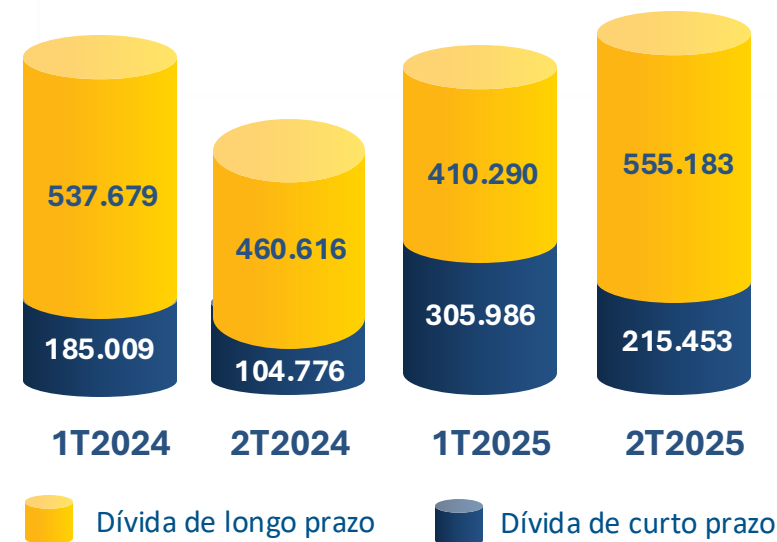
## ENDIVIDAMENTO

No segundo trimestre de 2025, encerramos o período com endividamento líquido de R\$ 573.718, resultando em uma alavancagem de 2,54x, uma redução significativa em relação aos 3,07x registrados no segundo trimestre de 2024.

A 7ª emissão de debêntures, concluída no início do trimestre, contribuiu para o alongamento do perfil da dívida a custos financeiros mais competitivos. Finalizamos o período com mais de 70% do nosso endividamento total concentrado no longo prazo.

Mantemos uma perspectiva de evolução consistente dos resultados operacionais, buscando uma redução gradual e sustentável da alavancagem.

Descrição	2024		2025	
	1T2024	2T2024	1T2025	2T2025
(-) Empréstimos	250.884	255.320	347.517	227.693
(-) Debêntures	471.804	310.072	368.759	542.943
<b>Total de Endividamento</b>	<b>722.688</b>	<b>565.392</b>	<b>716.276</b>	<b>770.636</b>
(+) Caixas e equivalentes de caixa	186.020	133.879	62.116	191.280
(+) Derivativos	1.865	7.374	10.965	5.638
<b>Dívida Líquida</b>	<b>534.803</b>	<b>424.139</b>	<b>643.195</b>	<b>573.718</b>
<b>Dívida Líquida/EBITDA Ajustado</b>	<b>3,19x</b>	<b>3,07x</b>	<b>3,49x</b>	<b>2,54x</b>





## SELO GOLD DELLOITE

Por conquistar por quatro anos consecutivos o prêmio de melhor gestão da Deloitte 2024.



## CATEGORIA DROGARIAS E FARMÁCIAS

Selo de reconhecimento de excelência no atendimento ao consumidor e na gestão de reputação. Empresas indicadas a votação popular 2025..



## PEQUENO COTOLENGO

Reconhecimento pelo impacto direto das Farmácias Nissei na vida dos assistidos e o compromisso contínuo com a responsabilidade social.



## SANTA CASA DE CURITIBA

Reconhecimento pela importância da parceria consolidada com a Santa Casa de Curitiba, em prol da saúde



## PROJETO TARJA VIOLETA

Comercialização da linha de medicamentos tarja violeta, o qual toda renda será revertida para o apoio de crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer.



## CAJEMA

Realização de ações especiais com dias de brincadeiras e doação de kits de higiene, além de doações financeiras e materiais para estrutura.



GRUPO  
**NISSEI S.A.**

—  
DIVULGAÇÃO  
DE RESULTADOS  
**2T2025**