

RESEÑA INFORMATIVA

Consolidada al 31 de marzo de 2026

I. Breve comentario sobre las actividades de la empresa

Al cierre del período intermedio comprendido entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2026, la Compañía alcanzó ingresos netos provenientes de sus actividades ordinarias por \$ 501.705 millones, lo que representó un incremento del 0,56% en términos reales respecto del mismo período del año anterior. Por su lado, el resultado bruto fue una ganancia de \$ 154.995 millones, reflejando un aumento del 5,88% también con relación al mismo período del año anterior.

Durante el primer trimestre de 2026, la economía argentina presentó un comportamiento heterogéneo, con una dinámica de crecimiento desigual entre sectores: mientras actividades como el agro, la energía y el sector financiero mostraron una evolución positiva, el consumo, el comercio y la industria continuaron rezagados, afectando directamente el desempeño del consumo masivo. En este marco, el contexto macroeconómico estuvo caracterizado por una inflación que se mantuvo, un persistente deterioro del poder adquisitivo debido a la falta de recomposición real de los salarios, y un mercado laboral aún débil, acompañado por un aumento en los niveles de mora, lo que en conjunto limitó la capacidad de consumo.

En este contexto con caídas generalizadas del consumo masivo en todos los canales físicos, la Compañía estuvo por encima de los niveles de mercado, apalancada por las ventas por mostrador de farmacias, los productos de marca propia y la venta a través de los canales on line, en virtud de lo cual supo contener el nuevo patrón de consumo más restrictivo y racional, con priorización de bienes esenciales, mayor sensibilidad al precio y sustitución hacia segundas marcas, como así también la alta competitividad.

El resultado operativo resultó en una pérdida de \$ 12.297 millones representando sin embargo una mejora del 33,64% con relación al mismo período del año anterior que también presentó pérdida por \$ 18.532 millones. El resultado financiero neto es una ganancia de \$ 21.068 millones mostrando un incremento del 33,52% respecto al período anterior de \$ 15.779 millones, siendo en ambos períodos, el resultado por el efecto derivado de la inflación sobre la posición monetaria neta el aporte positivo de relevancia que se incrementó en el primer trimestre del presente año en un 15,37% en relación al mismo período del año anterior, con una inflación trimestral acumulada del 9,44% para el 2026 contra el 8,57% en el mismo período del 2025.

El resultado final al término del primer trimestre fue una ganancia de \$ 4.961 millones lo cual representa el 0,99% de los ingresos netos, en contraposición con su período comparativo cuyo primer trimestre arrojó una pérdida de \$ 2.315 millones.

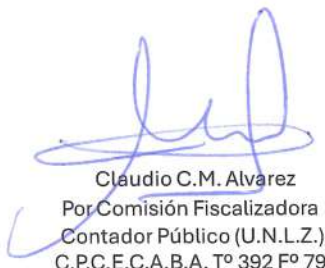
En este marco, los resultados obtenidos reflejan una mejora significativa respecto del período comparativo, evidenciando avances en la gestión operativa y financiera de la Compañía. No obstante, la rentabilidad alcanzada continúa siendo acotada en relación con el nivel de ingresos, lo que plantea el desafío de consolidar esta tendencia en un entorno macroeconómico aún exigente. En este sentido, la Compañía continuará enfocada en fortalecer su desempeño operativo, mejorar la generación de resultados y sostener una estructura financiera equilibrada en los próximos períodos.

Véase nuestro informe de fecha
8 de mayo de 2026
PRICE WATERHOUSE & CO. S.R.L.



(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 17
Martín Tarrío
Contador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 342 F° 121



Claudio C.M. Alvarez
Por Comisión Fiscalizadora
Contador Público (U.N.L.Z.)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 392 F° 79



Sebastián M. Miranda
Director Titular
(en ejercicio de la presidencia)

**II. Estructura patrimonial consolidada comparativa con el cierre del ejercicio anterior
(expresado en millones de pesos)**

Estructura Patrimonial Consolidada	31/03/2026	31/03/2025
Activo corriente	426.507	434.495
Activo no corriente	352.040	353.071
Total del Activo	778.547	787.566
Pasivo corriente	385.671	394.351
Pasivo no corriente	131.224	136.585
Total del Pasivo	516.895	530.936
Patrimonio neto controlante	261.193	256.276
Patrimonio neto no controlante	459	354
Patrimonio neto total	261.652	256.630
Total del Pasivo y Patrimonio neto total	778.547	787.566

III. Estructura de resultados consolidada comparativa con el mismo período inmediato anterior (expresado en millones de pesos)

Estructura de Resultados Consolidada	31/03/2026	31/03/2025
Resultado operativo – (Pérdida), neta	(12.297)	(18.532)
Resultados financieros – (Pérdida), neta	(10.342)	(11.446)
Resultado por exposición a los cambios en el poder adquisitivo de la moneda	31.410	27.225
Resultado neto antes del impuesto a las ganancias – Ganancia / (Pérdida), neta	8.771	(2.753)
Impuesto a las ganancias	(3.810)	438
Resultado neto del período – Ganancia / (Pérdida), neta	4.961	(2.315)
Otros resultados integrales	66	0
Resultado integral total del período – Ganancia / (Pérdida), neta	5.027	(2.315)

IV. Estructura del flujo de efectivo consolidada comparativa con el mismo período inmediato anterior (expresado en millones de pesos)

Estructura del Flujo de Efectivo Consolidada	31/03/2026	31/03/2025
Fondos aplicados a las actividades operativas	(11.130)	(4.338)
Fondos aplicados a las actividades de inversión	(10.594)	(8.105)
Fondos generados / (aplicados) a las actividades de financiación	22.917	(2.855)
Total de fondos generados / (aplicados) durante el período	1.193	(15.298)

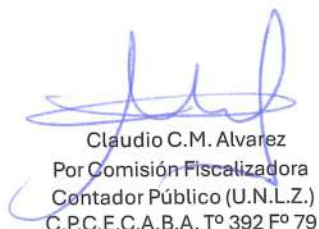
Véase nuestro informe de fecha
8 de mayo de 2026

PRICE WATERHOUSE & CO. S.R.L.



(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 17
Martín Tarrío
Contador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 342 F° 121



Claudio C.M. Alvarez
Por Comisión Fiscalizadora
Contador Público (U.N.L.Z.)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 392 F° 79



Sebastián M. Miranda
Director Titular
(en ejercicio de la presidencia)

V. Datos estadísticos consolidados comparativos con el mismo período inmediato anterior

Formato/Canal	Jurisdicción	Cantidad de tiendas	
		al 31/03/2026	al 31/03/2025
Farmacity (+ franquicia)	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	174	166
	Provincia de Córdoba	48	46
	Provincia de Mendoza	22	22
	Provincia de Chaco	8	8
	Provincia de San Luis	8	8
	Provincia de Misiones	7	7
	Provincia de Jujuy	5	5
	Provincia de Santiago del Estero	5	5
	Provincia de Salta	5	5
	Provincia de La Pampa	3	3
	Provincia de Buenos Aires	2	2
	Provincia de Entre Ríos	2	2
	Provincia de La Rioja	2	2
	Provincia de San Juan	1	1
	Provincia de Formosa	1	1
Simplicity (+ franquicia)	Provincia de Buenos Aires	47	46
	Provincia de Santa Fe	4	4
	Provincia de Mendoza	2	2
	Provincia de Entre Ríos	3	1
	Provincia de Chubut	1	1
	Provincia de Río Negro	1	0
Get The Look	Provincia de Buenos Aires	9	10
	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	5	9
	Provincia de Mendoza	2	2
	Provincia de Córdoba	2	2
The Food Market	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	7	7
Digital	farmacity.com	4	4
	getthelook.com.ar		
	thefoodmarket.com.ar		
	simplicity.com.ar		
Total		380	371

Véase nuestro informe de fecha
8 de mayo de 2026

PRICE WATERHOUSE & CO. S.R.L.



(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 17
Martín Tarrío
Contador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 342 F° 121



Claudio C.M. Alvarez
Por Comisión Fiscalizadora
Contador Público (U.N.L.Z.)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 392 F° 79



Sebastián M. Miranda
Director Titular
(en ejercicio de la presidencia)

VI. Índices consolidados comparativos con el cierre del ejercicio anterior

Índices Consolidados	31/03/2026	31/03/2025
Liquidez (Activo corriente / Pasivo corriente)	1,11	1,10
Solvencia (Patrimonio neto total / Pasivo total)	0,51	0,48
Inmovilización del Capital (Activo no corriente / Total del activo)	0,45	0,45
Rentabilidad (Resultado neto del ejercicio (no incluye Otros Resultados Integrales) / Patrimonio neto total promedio)	(*)	(*)

(*) Índice informado solo en períodos anuales

VII. Breve comentarios sobre perspectivas

De cara a los próximos meses de 2026, las perspectivas para el consumo continúan siendo cautelosas. Se proyecta un contexto de recuperación gradual pero aún frágil, condicionado principalmente por la evolución del ingreso real de los consumidores y la estabilidad macroeconómica.

Adicionalmente, el sector continuará atravesando un proceso de transformación estructural, con mayor foco en eficiencia operativa, uso de datos y expansión de estrategias omnicanal, en un contexto donde el comercio electrónico y los nuevos hábitos de compra ganan relevancia. A su vez, la mayor apertura económica podría intensificar la presión competitiva, generando desafíos adicionales, pero también oportunidades de modernización y expansión en el mediano plazo.

En este escenario, la Compañía orientará sus esfuerzos a fortalecer la cercanía con el cliente, optimizar la eficiencia y la calidad operativa, y profundizar su enfoque omnicanal, aprovechando su amplia red de presencia territorial y la fidelidad de su base de clientes, así como consolidándose como una plataforma que impulse el desarrollo de marcas propias. En particular, durante los próximos meses priorizará la expansión mediante la apertura de tiendas físicas, la ampliación de servicios vinculados a la salud, la mejora en el acceso a medicamentos y la optimización de procesos internos, todo ello apoyado en la continuidad de su plan de modernización tecnológica y en la incorporación de nuevas alternativas de financiamiento.

Véase nuestro informe de fecha
8 de mayo de 2026

PRICE WATERHOUSE & CO. S.R.L.



(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 17
Martín Tarrío
Contador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 342 F° 121



Claudio C.M. Álvarez
Por Comisión Fiscalizadora
Contador Público (U.N.L.Z.)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 392 F° 79



Sebastián M. Miranda
Director Titular
(en ejercicio de la presidencia)