

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS 3T24**

30 de outubro de 2024

WEBCAST

31 de outubro, quinta-feira, às 11h

CLIQUE AQUI



CONTATO RI

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



DMVF
B3 LISTED NM

A **Rede d1000** encerra o 3º trimestre de 2024 com Receita Bruta de R\$574,9 milhões, apresentando mais um recorde histórico de vendas, avanço de **22,6%** em relação ao mesmo período do ano anterior e EBITDA de **R\$24,7 milhões**, **45,1%** superior ao mesmo período de 2023.

DESTAQUES 3T24 X 3T23

R\$ 574,9 MM

Receita Bruta
Evolução **+22,6%**
e recorde trimestral

R\$ 53,1 MM

Margem de Contribuição
Crescimento de **30,3%**
e margem de **9,2%**

R\$ 24,7 MM

Ebitda
45,1% superior e margem
de **4,3%**, evolução
de **0,7 p.p.**

R\$ 11,3 MM

Lucro Líquido
Evolução de **59,3%**

259 Lojas

Adição líquida de **32**
unidades, financiadas com
a geração de caixa

R\$ 40,3 MM

Omnichannel
Crescimento de **88,7%**,
sendo **272,0%** no
e-commerce

PRINCIPAIS INDICADORES

	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24	Var. 3T24 x 3T23	9M23	9M24	Var. 9M24 x 9M23
Nº de Lojas	227	240	241	251	259	14,1%	227	259	14,1%
(R\$ milhões)									
Receita Bruta	469,1	486,0	507,2	541,0	574,9	22,6%	1.348,7	1.623,1	20,3%
Lucro Bruto	140,8	144,4	148,7	167,8	171,4	21,7%	408,4	487,9	19,5%
Margem Bruta (% Receita Bruta)	30,0%	29,7%	29,3%	31,0%	29,8%	-0,2 p.p	30,3%	30,1%	-0,2 p.p
EBITDA	17,0	20,3	13,3	26,8	24,7	45,1%	46,3	64,8	39,9%
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	3,6%	4,2%	2,6%	4,9%	4,3%	0,7 p.p	3,4%	4,0%	0,6 p.p
Lucro Líquido	7,1	10,3	3,2	13,2	11,3	59,3%	16,9	27,6	63,4%
Margem Líquida (% da Receita Bruta)	1,5%	2,1%	0,6%	2,4%	2,0%	0,5 p.p	1,3%	1,7%	0,4 p.p

Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2024 – A d1000 Varejo Farma SA. (“Rede d1000” ou “Companhia”, B3: DMVF3), anuncia os resultados do terceiro trimestre (3T24) de 2024. As demonstrações financeiras da Companhia são elaboradas em reais (R\$), de acordo com a legislação societária brasileira, atendendo aos pronunciamentos técnicos do CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis e aos requerimentos da CVM – Comissão de Valores Mobiliários. As informações financeiras e operacionais são apresentadas em bases consolidadas, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil. A Rede d1000 apresenta este relatório com os resultados sob a norma antiga IAS 17/CPC 06. Entretanto, as Demonstrações Financeiras seguem regidas pelo IFRS 16 e estão disponíveis nos Anexos. As comparações do desempenho contidas neste relatório se referem a iguais períodos do exercício anterior (3T23 e 9M23).

PORTFÓLIO DE LOJAS

A Companhia encerrou o 3T24 com 259 lojas em seu portfólio, aumento de 14,1% em relação ao mesmo trimestre de 2023. No período, foram realizadas 8 inaugurações, sendo 5 unidades no estado do Rio de Janeiro e 3 em Brasília (DF). Adicionalmente, a Companhia reformou uma unidade no período. No acumulado do ano, foram realizadas 3 reformas, abertas 23 novas lojas e encerradas 4 operações que não atendiam mais as expectativas de rentabilidade da Companhia, liberando ativos e capital de giro para novas lojas com maior potencial de retorno.

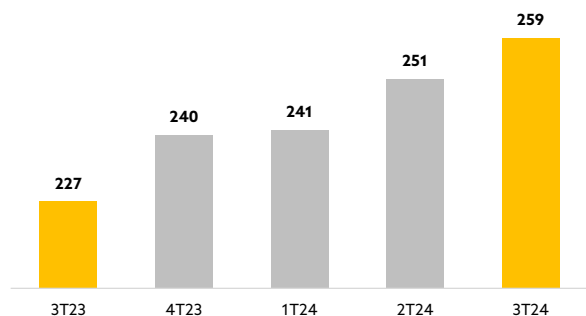
Para o último trimestre do ano, a Companhia espera realizar outras 12 inaugurações e 7 reformas/ampliações, finalizando o ano com aproximadamente 270 lojas, atingindo o guidance anunciado de 35 aberturas e 10 reformas/ampliações. Das aberturas previstas para esse ano, a Companhia já possui a totalidade dos pontos comerciais contratados. A expansão das lojas físicas tem como foco a abertura de novas unidades da Drogasmil, no Rio de Janeiro, e Drogaria Rosário, em Brasília (DF) e Cuiabá (MT).

Atualmente, 182 lojas estão concentradas no estado do Rio de Janeiro, através das bandeiras Drogasmil, Farmalife e Drogarias Tamoio, enquanto as demais lojas estão localizadas no Distrito Federal (71 lojas) e Mato Grosso (6 lojas).

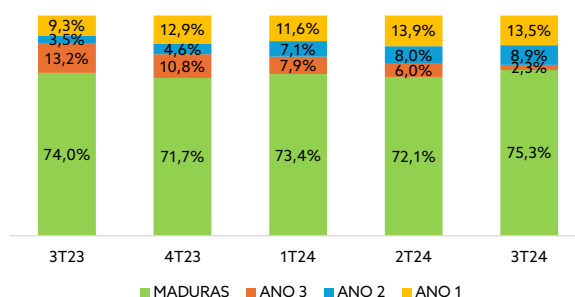
Com as inaugurações realizadas no período, a Rede d1000 encerrou o trimestre com 24,7% das lojas (64 unidades) em processo de maturação, sendo 13,5% ainda no primeiro ano de faturamento. Vale ressaltar que, as lojas em maturação possuem capacidade para crescimento elevado e contribuem para diluição de despesas, o que gera melhor rentabilidade. O perfil das unidades da Rede se mantém, em sua maior parte, composto por lojas "Padrão", as quais representam praticamente metade das unidades (49,4% ou 128 lojas). Já as lojas classificadas como "Popular" e "Premium" correspondem a 32,0% (83 lojas) e 18,5% (48 lojas) da base total, respectivamente.

A estratégia de expansão, associada à modernização do portfólio de lojas existentes, vem contribuindo fortemente para o crescimento de vendas e ganhos de market share, que alcançou 12,7%* de participação ao final do 3T24, crescimento de 1.4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados divulgados pela IQVIA Brasil. Temos um planejamento estratégico que, além de impactar a abrangência e receita, gera novos empregos no mercado e está em linha com nossa missão de expandir e diversificar a participação no ecossistema de saúde.

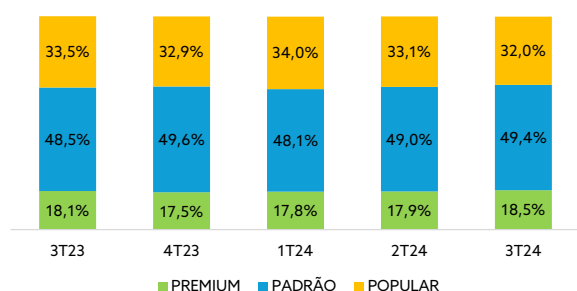
NÚMERO DE LOJAS (#)



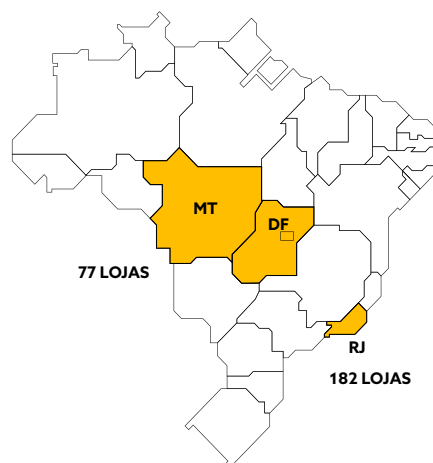
DISTRIBUIÇÃO ETÁRIA DO PORTFÓLIO DE LOJAS



COMPOSIÇÃO DA REDE DE LOJAS POR PERFIL (%)



PRESENÇA GEOGRÁFICA (#)



*Na sua área de atuação.

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

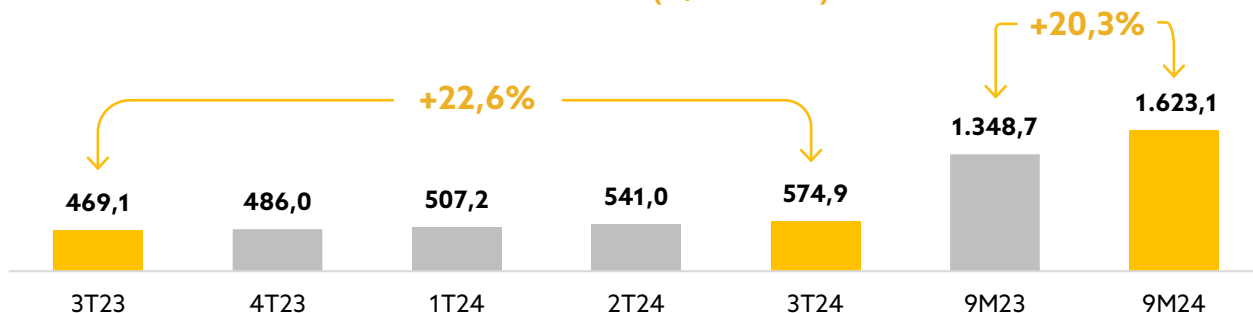
RECEITA BRUTA

A Receita Bruta permanece em evolução constante, e no terceiro trimestre de 2024 a Companhia atingiu novo recorde histórico de R\$574,9 milhões, 22,6% superior ao apresentado no mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, a receita bruta apresentou um aumento de 20,3%, atingindo R\$ 1.623,1 milhões.

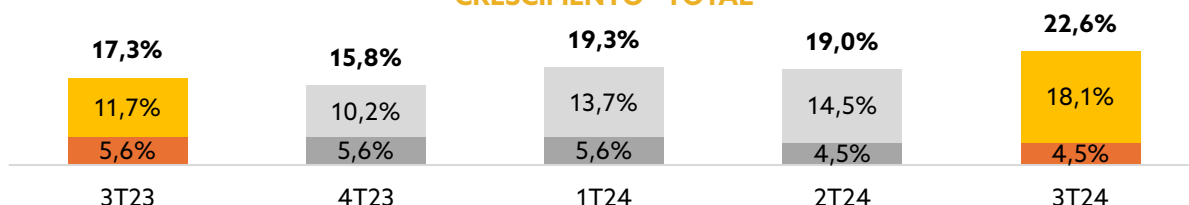
Na visão mesmas lojas, a Companhia apresentou uma evolução de 12,8% nesse terceiro trimestre, quando comparada com o mesmo período de 2024. O crescimento das lojas maduras continua, de forma recorrente, acima da inflação e, neste trimestre, foi 11,1% maior do que o apresentado no 3T23, fruto de alavancas importantes que continuam contribuindo para o incremento de vendas na base existente de lojas, como o aumento de vendas no ecommerce, o amadurecimento da estratégia de CRM, o incremento do mix de medicamentos de prescrição, assim como a reforma de lojas.

Considerando as áreas de atuação, a Rede d1000 cresceu acima dos números apresentados tanto no mercado farma nacional quanto da ABRAFARMA e, dessa forma, vem ganhando market share, segundo dados divulgados pelo IQVIA. Isso posto, no 3T24 a Companhia registrou crescimento de 22,6% frente os 14,1% da ABRAFARMA.

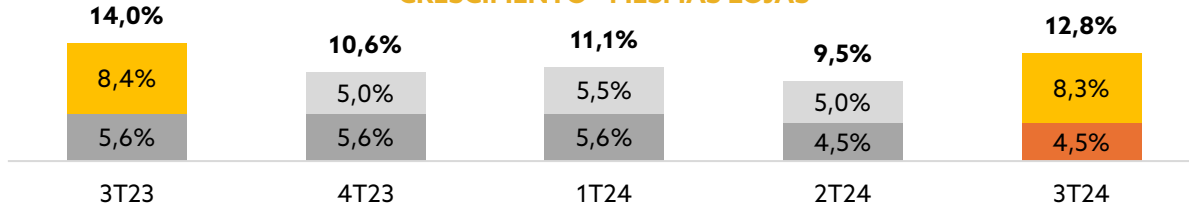
RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



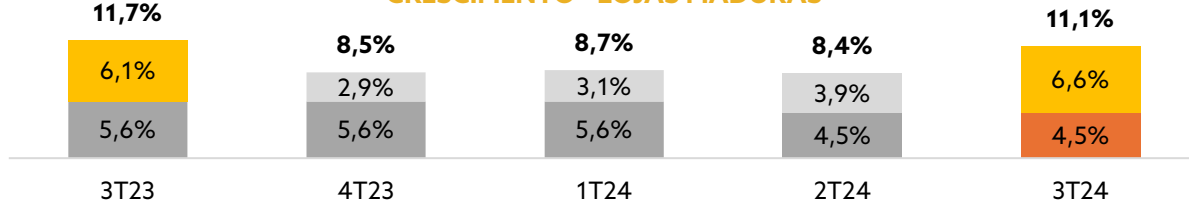
CRESCIMENTO - TOTAL



CRESCIMENTO - MESMAS LOJAS



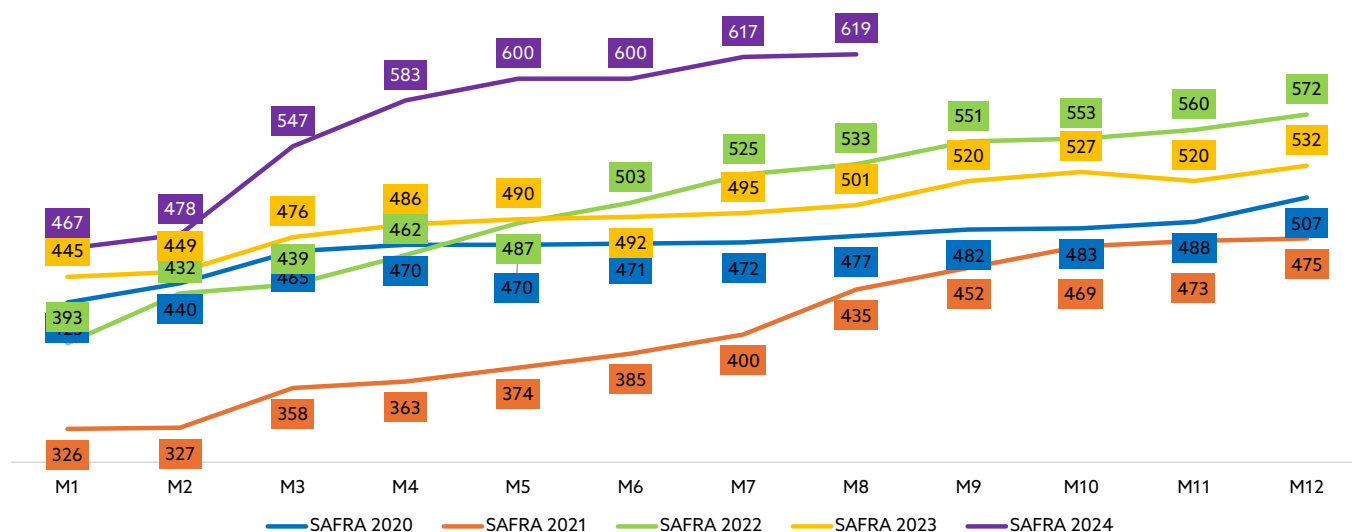
CRESCIMENTO - LOJAS MADURAS



O amadurecimento contínuo do processo de expansão da Rede d1000, com ferramentas que possibilitam melhor compreensão do mercado e demandas dos clientes, da seleção criteriosa e de novos pontos de venda, resultam em aberturas de novas lojas que atingem, constantemente, patamares maiores de vendas do que as safras anteriores, fazendo com que a expansão da Companhia represente quase metade do crescimento das vendas do período.

Abaixo o gráfico de crescimento de vendas nos primeiros meses faturamento, onde demonstra o atingimento de venda média/loja, na safra 2024, já no 5º mês de abertura, o que só era observado nas safras anteriores após o primeiro ano da loja.

VENDAS POR SAFRA - LOJAS NOVAS (R\$ MIL)



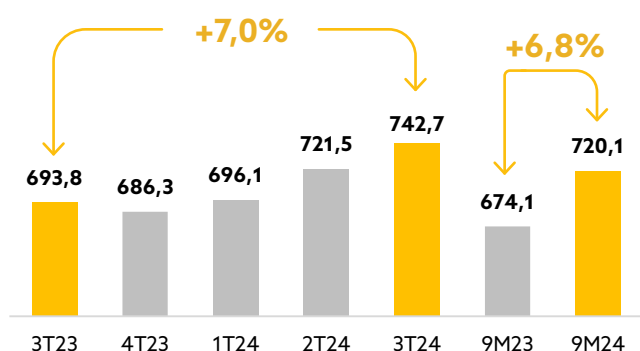
VENDA MÉDIA POR LOJA

A venda média por loja atingiu R\$742,7 mil no 3T24, aumento de 7,0% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Quando observamos apenas as lojas maduras, vemos um crescimento de 9,9% ano contra ano, atingindo R\$811,8 mil de venda média por loja.

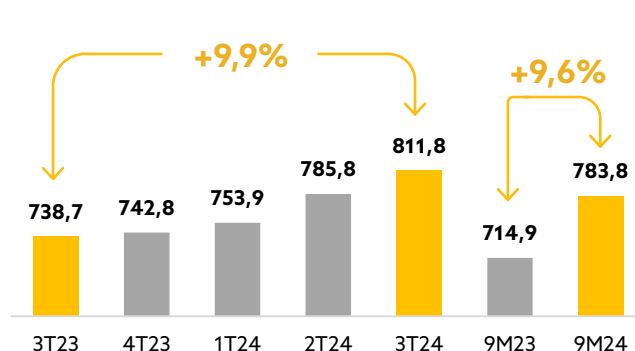
No acumulado do ano, a venda média consolidada atingiu R\$ 720,1 mil, frente a R\$ 674,1 mil registrada nos 9M23. Em lojas maduras, o faturamento médio/loja foi de R\$ 783,8 mil, crescimento de 9,6% na comparação entre os períodos.

A evolução é fruto da implementação de diversas estratégias mencionadas anteriormente que contribuíram e ainda tem potencial de continuar contribuindo para o crescimento da Rede d1000 nos próximos anos.

VENDA MÉDIA POR LOJA (R\$ MIL)

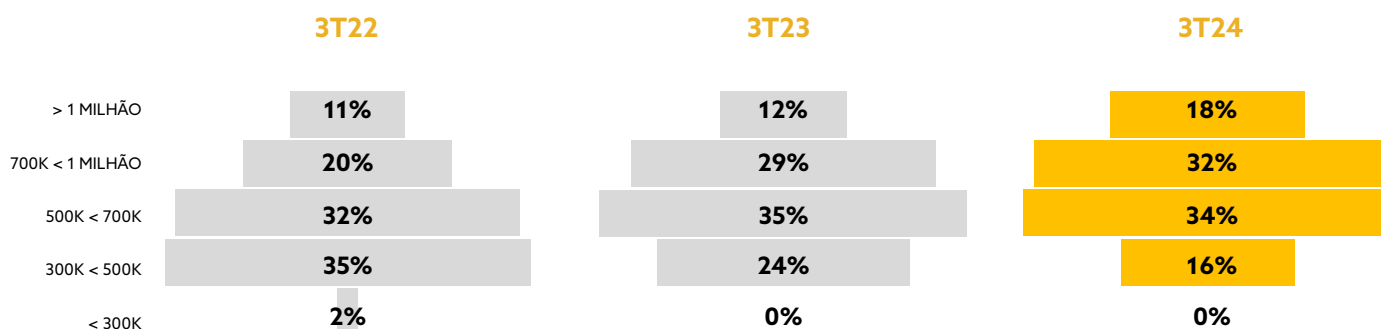


VENDA MÉDIA POR LOJA MADURA (R\$ MIL)



O gráfico abaixo demonstra a importância das iniciativas de qualificação operacional nas lojas visando impulsionar o incremento da cesta de compras e, consequentemente, o desempenho de vendas. No 3T24, a Rede d1000 ampliou significativamente o número de lojas com faturamento acima de R\$ 1 milhão e, representando 44 unidades.

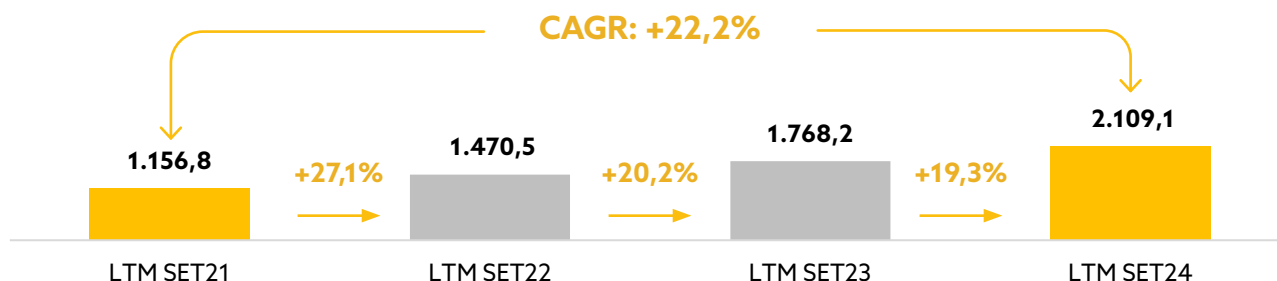
VENDA MÉDIA | LOJAS



Foram consideradas apenas lojas com mais de 6 meses.

A Rede d1000 vem apresentando crescimento de vendas consistente nos últimos anos e atingiu a marca de R\$ 2,1 bilhões em Receita Bruta no LTM SET24, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

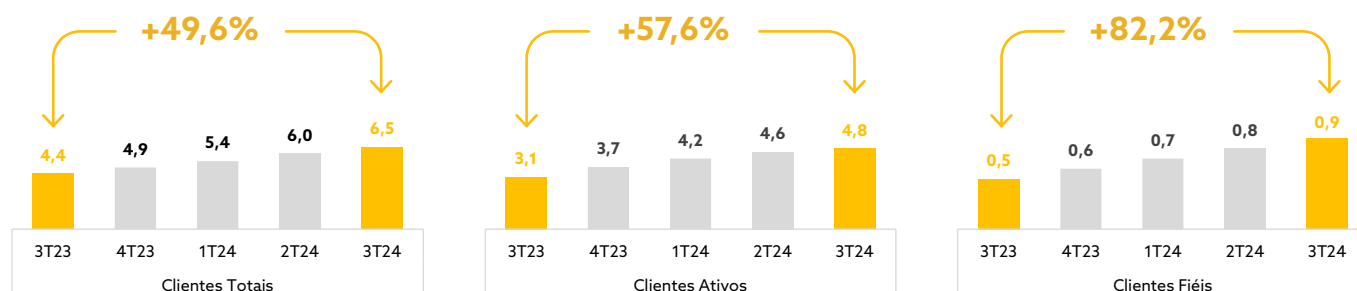
RECEITA BRUTA LTM (R\$ MILHÕES)



CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

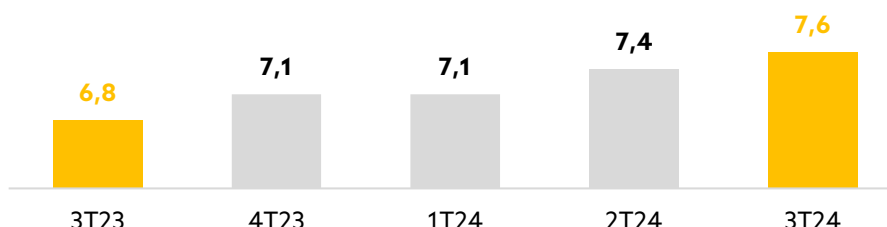
A estratégia de CRM (Customer Relationship Management) tem se destacado como uma importante alavanca de crescimento da Companhia. Ao fortalecer a fidelização dos clientes por meio de um entendimento mais profundo de suas necessidades, personalizando a jornada do consumidor, a empresa tem visto aumentar a frequência de compras, bem como o ticket médio. Essa estratégia promove uma maior proximidade e uma comunicação mais eficaz com a base de clientes, impulsionando resultados sustentáveis.

No 3T24, a base de clientes identificados cresceu 49,6% na comparação com o 3T23, encerrando o período com aproximadamente 6,5 milhões de clientes, dos quais 4,8 milhões são clientes ativos (+57,6% vs 3T23), sendo 0,9 milhão de clientes fiéis (+82,2% vs 3T23).



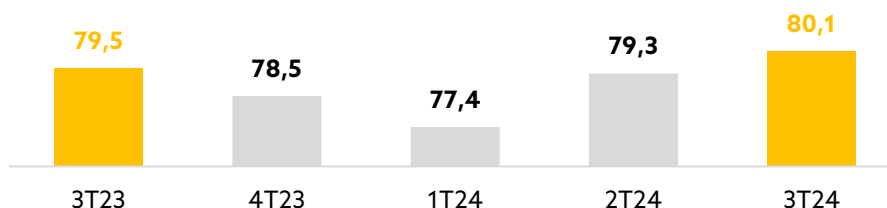
A Rede d1000 atendeu 7,6 milhões de clientes no 3T24, o que representa aumento de 11,5% em comparação ao 3T23. Considerando as suas regiões de atuação, a Rede d1000 alcançou 12,7% de participação no seu mercado de atuação ao final do 3T24, crescimento de 1.4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados divulgados pela IQVIA Brasil.

BASE DE CLIENTES (# MILHÕES)



Como base para aprimorar constantemente a experiência dos clientes da Rede d1000 e elevar o padrão de serviço prestado, a Companhia mensura a satisfação dos consumidores por meio do indicador NPS (Net Promoter Score). Conforme ilustrado no gráfico a seguir, a avaliação atingiu 80,1 no 3T24, melhor nível da Companhia desde que o programa foi implementado, o que confirma a qualidade no atendimento às necessidades dos clientes, com soluções inovadoras e eficientes.

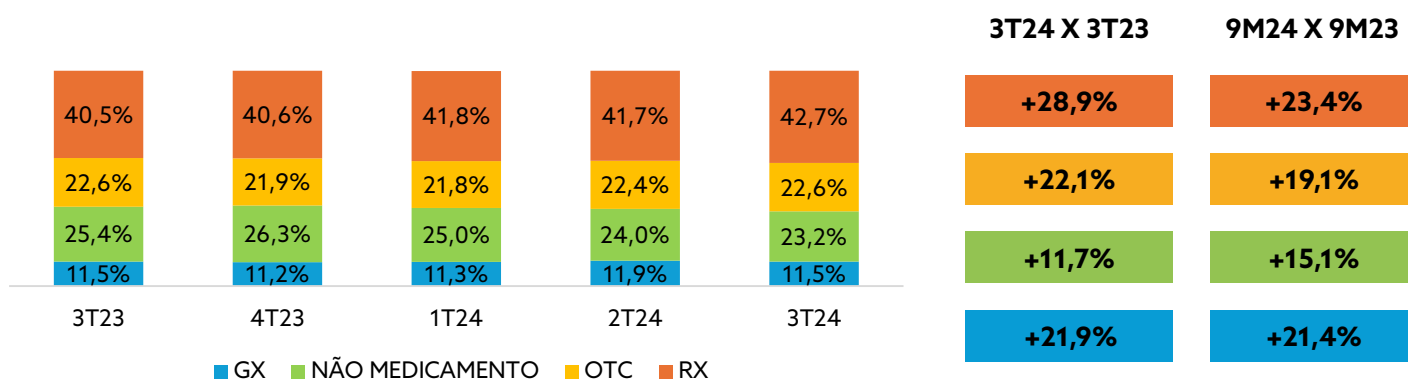
NPS



MIX DE VENDAS

No 3T24, observamos crescimento em todas as categorias, com destaque, novamente, para os medicamentos de marca (RX), que cresceram 28,9% em relação ao 3T23, fruto da estratégia de incrementar o mix de medicamentos de prescrição, o que contribuiu para o incremento de 2.2 p.p. de participação dessa categoria, passando a representar 42,7% do mix total versus 40,5% no 3T23. No período, a Companhia também registrou um crescimento de 22,1% na categoria OTC, 21,9% em genéricos (GX), e 11,7% em não medicamentos, em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, o crescimento também é observado em todas as categorias.

PARTICIPAÇÃO DE VENDA POR CATEGORIA - 3T24 X 3T23



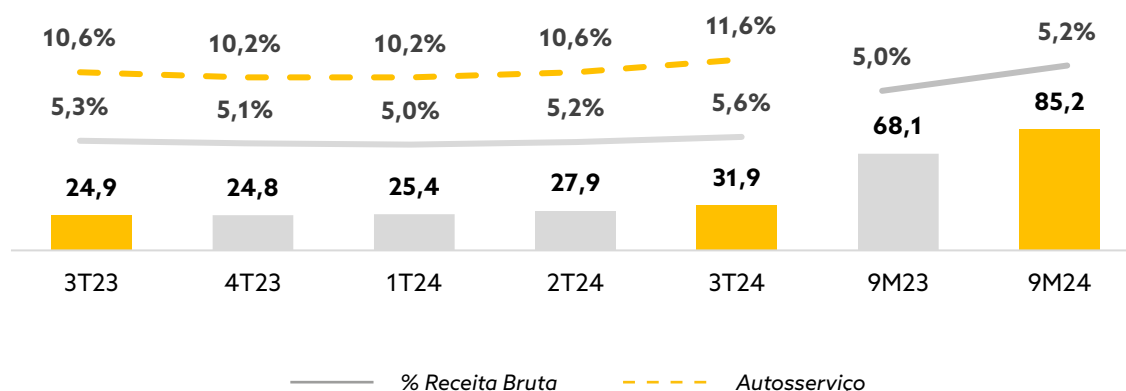
MARCAS EXCLUSIVAS

As vendas de Marcas Exclusivas atingiram, no 3T24, R\$31,9 milhões, crescimento de 28,3% em relação ao 3T23, representando 11,6% do autosserviço e 5,6% da venda total. No 3T24, foram realizados 14 lançamentos, totalizando 320 SKUs, divididos em 70 categorias. Atualmente, a Companhia conta com seis linhas de marcas exclusivas.

A Companhia tem observado uma evolução constante na representatividade das Marcas Exclusivas tanto no autosserviço quanto nas vendas totais. Esse desempenho reforça o potencial de crescimento da categoria, que segue com uma importante oportunidade de crescimento, contribuindo para a diversificação e aumento da margem de vendas.



VENDA (R\$ MILHÕES) E % TOTAL DA VENDA E % AUTOSSERVIÇO



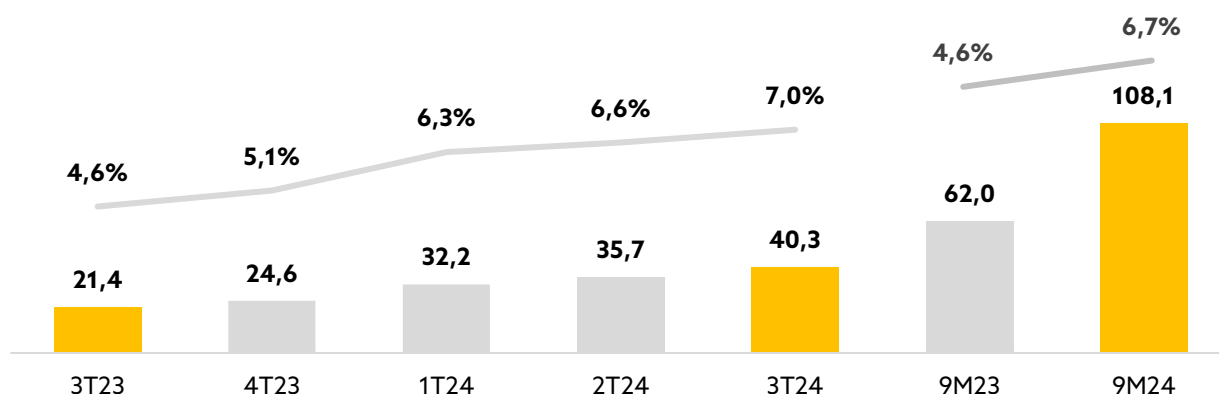
OMNICHANNEL

Um dos grandes focos da Companhia tem sido alavancar as vendas não presenciais, especialmente através do e-commerce, já que é observado um forte potencial de crescimento nessa modalidade. Para tanto, a Companhia segue investindo nesse canal de venda, o que vem refletindo em uma evolução forte e consistente nos últimos períodos.

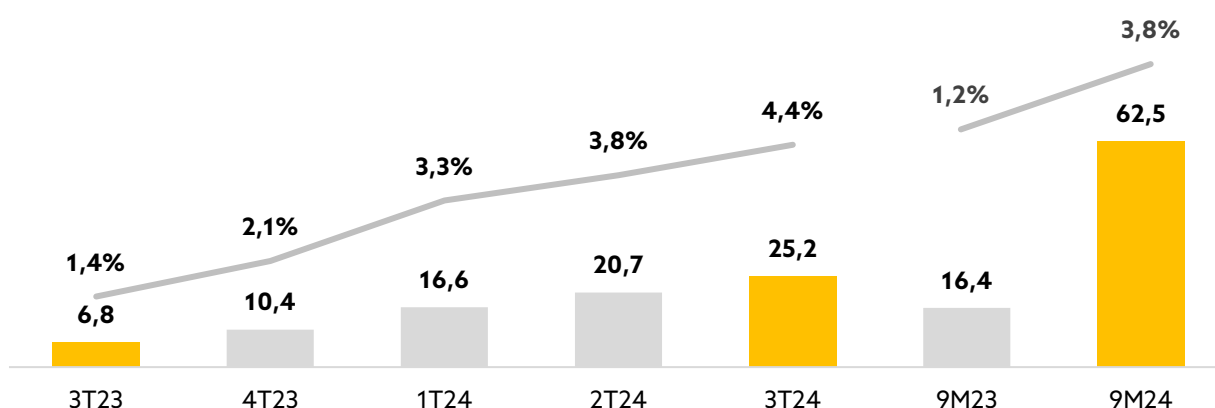
No 3T24, as vendas não presenciais totalizaram R\$40,3 milhões, representando um crescimento de 88,7% quando comparado ao 3T23, atingindo novo recorde trimestral histórico, assim como no acumulado do ano, com crescimento de 74,5%, chegando a R\$108,1 milhões de venda, frente a R\$62,0 milhões em 2023.

Quando analisadas as vendas do e-commerce, isoladamente, observa-se um crescimento de 272,0% na comparação com o 3T23. O crescimento expressivo segue impulsionando diretamente na participação das vendas do omnichannel nas vendas totais da Companhia, que nesse trimestre passaram a representar 7,0% das vendas totais, incremento de 2,4 p.p. de participação em relação ao mesmo período de 2023.

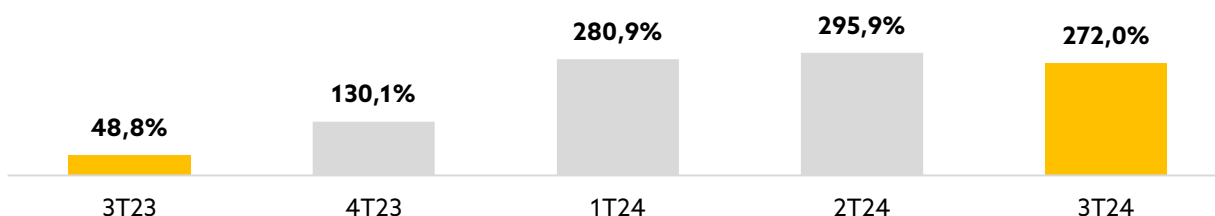
VENDA OMNICHANNEL (R\$ MILHÕES) E % NA RECEITA BRUTA TOTAL



VENDA E-COMMERCE (R\$ MILHÕES) E % NA RECEITA BRUTA TOTAL



E-COMMERCE - EVOLUÇÃO



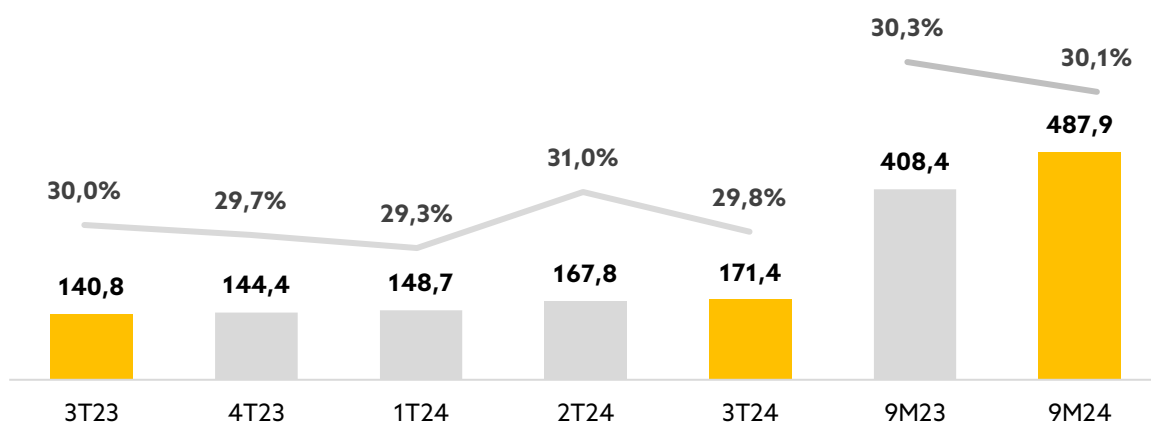
LUCRO BRUTO

O Lucro Bruto atingiu R\$ 171,4 milhões no 3T24, superior em 21,7% quando comparado com o 3T23, crescendo praticamente em linha com a evolução da Receita Bruta.

Mesmo com reajuste de medicamentos menor em 2024 (4,5% vs 5,6% em 2023) e com maior participação da categoria de RX no mix total de vendas, que possui menor margem, não foi observada queda significativa de margem bruta, que no 3T24 foi de 29,8%, representando ligeira queda de 0,2p.p. em relação aos 30,0% apresentados no 3T23. A maior assertividade na estratégia de pricing foi capaz de praticamente garantir a manutenção da margem bruta na comparação entre os períodos.

No acumulado do ano o Lucro Bruto alcançou R\$ 487,9 milhões, 19,5% superior quando comparado ao mesmo período do ano anterior, enquanto a margem bruta foi de 30,1% nos 9M24 versus 30,3% reportados nos 9M23.

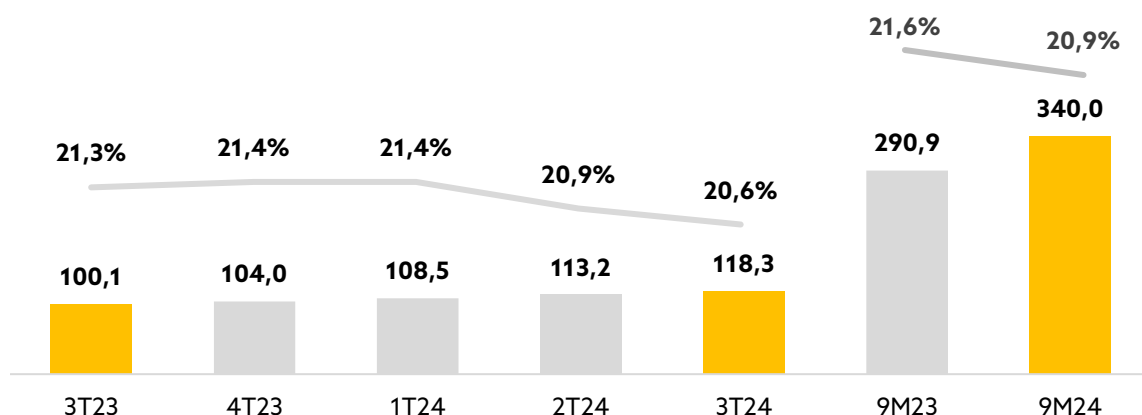
LUCRO BRUTO (R\$ MILHÕES) E MARGEM BRUTA (% RECEITA BRUTA)



DESPESAS COM VENDAS

No 3T24, as Despesas com Vendas totalizaram 118,3 milhões, um aumento de 18,2% em relação aos 100,1 milhões apresentados no mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, a Companhia apresentou um aumento de 16,9%, totalizando 340,0 milhões. O aumento das despesas foi influenciado, principalmente, pelo aumento da base de lojas nos períodos. Quando analisamos a despesa média loja, o incremento foi de 3,7%, entre os períodos, ficando abaixo da inflação. Adicionalmente, as despesas pré-operacionais totalizaram R\$ 3,5 milhões no 3T24, versus R\$3,4 milhões no 3T23.

Destaca-se que a Rede d1000 segue registrando diluição nas Despesas com Vendas, que representaram 20,6% da Receita Bruta no 3T24 e 20,9% no acumulado do ano, refletindo uma redução de 0,7 p.p., seja em relação ao trimestre quanto resultado acumulado do ano anterior.

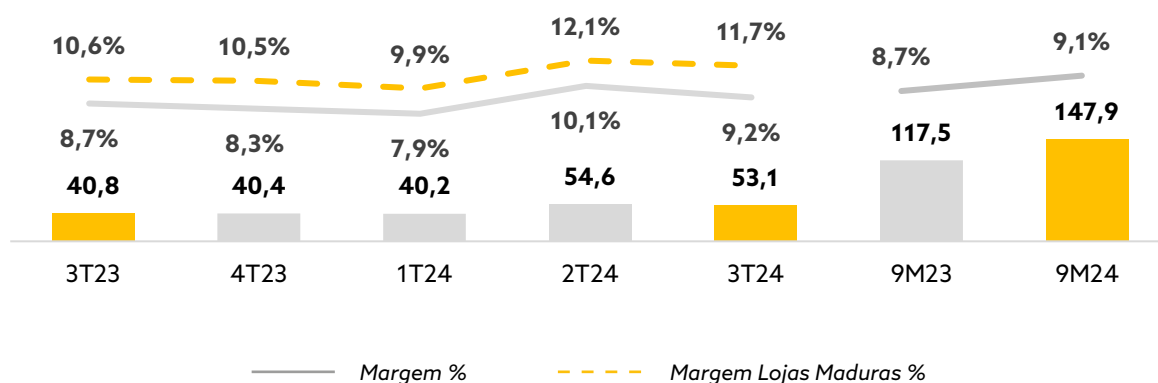


MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A Margem de Contribuição, impulsionada pelo aumento nas vendas e diluição de despesas, apresentou uma evolução de 30,3% no 3T24 em comparação ao mesmo período anterior, totalizando 53,1 milhões, isso representa 9,2% da Receita Bruta, 0,5p.p., acima do apresentado no 3T23. No acumulado do ano, a Margem de Contribuição somou 147,9 milhões, evolução de 25,9% ao registrado no período anterior e correspondendo 9,1% da Receita Bruta, evolução de 0,4 p.p. em relação aos 9M23.

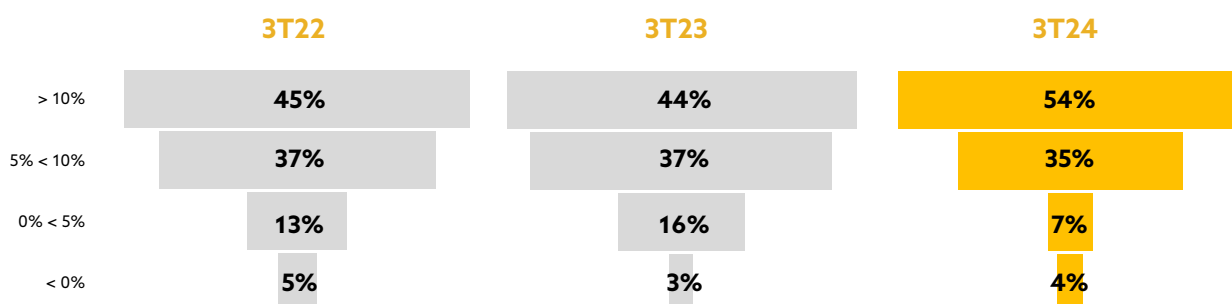
Quando analisamos a Margem de Contribuição apenas das lojas maduras, vemos evolução de 1,1 p.p. na comparação com o 3T23, atingindo 11,7%, ratificando a excelente evolução do portfólio da Companhia no que tange às vendas e o controle de despesas a cada período.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



Os gráficos abaixo demonstram a evolução do patamar de rentabilidade das lojas para margens mais altas e o potencial de oportunidade existente.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO | LOJAS



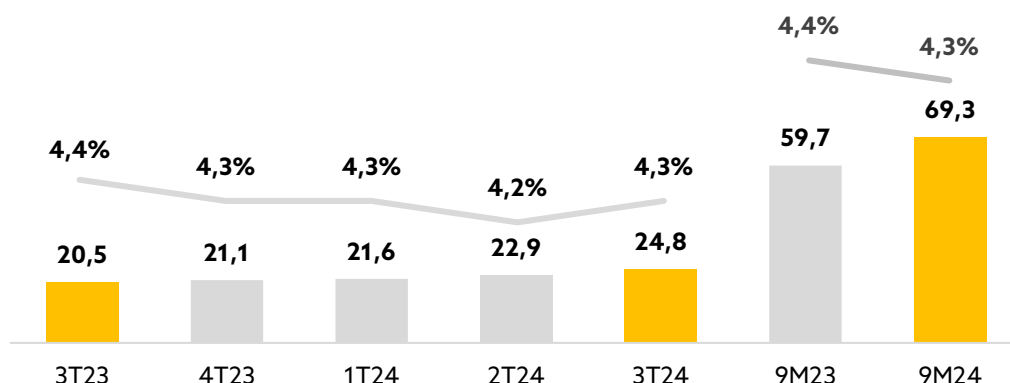
Foram consideradas apenas lojas com mais de 6 meses.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS - G&A

No que tange às Despesas Gerais e Administrativas, tanto no comparativo trimestral quanto no acumulado do ano, a Companhia apresentou uma diluição de 0.1p.p. apesar da manutenção de investimentos ainda necessários na estrutura corporativa, pensando no suporte ao plano de crescimento e contínua melhoria dos serviços.

No 3T24 as despesas atingiram R\$24,8 milhões, apresentando um aumento de 21,3% em relação ao mesmo período de 2023, e no acumulado do ano R\$69,3 milhões, que representa um crescimento de 16,2%.

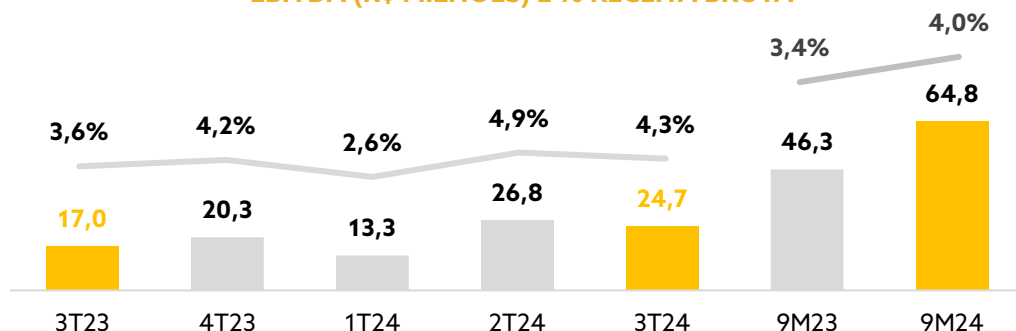
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



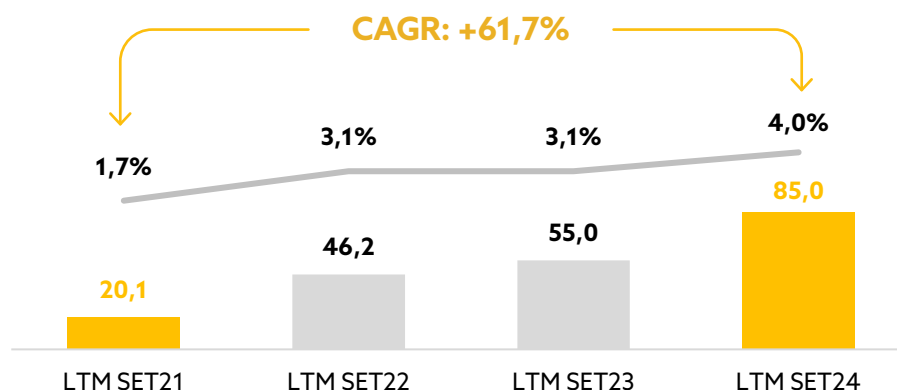
EBITDA

Impulsionado pelo bom desempenho operacional, o EBITDA apresentou uma evolução de 45,1% no 3T24, totalizando 24,7 milhões, frente aos 17,0 milhões reportados no mesmo período do ano anterior. A margem apresentou um avanço de 0,7 p.p. no período, atingindo 4,3% da Receita Bruta. No acumulado do ano, a Companhia reportou um aumento de 39,9% em relação ao mesmo período do ano passado, atingindo 64,8 milhões, enquanto sua margem avançou 0,6 p.p., atingindo 4,0% da Receita Bruta. O bom resultado é fruto da capacidade de alavancagem operacional da Companhia, gerada a partir do crescente número de lojas, aumento das vendas, diluição de despesas e maior rentabilidade das operações.

EBITDA (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



EBITDA (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA LTM



RECEITA FINANCEIRA E IMPOSTO DE RENDA

As despesas com depreciação atingiram R\$9,3 milhões no 3T24, alta de 16,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, em linha com o plano de expansão da Rede d1000.

O resultado financeiro negativo de R\$0,4 milhão no trimestre, R\$0,8 milhão inferior ao mesmo período de 2023 é explicado majoritariamente pela redução da base de créditos fiscais que vem sendo consumidos desde então.

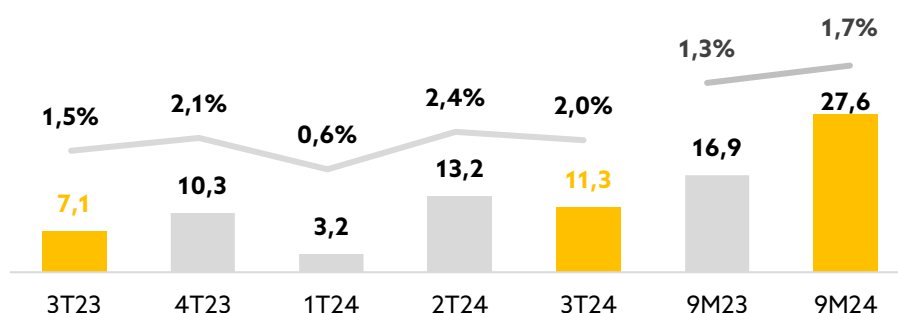
A despesa com Imposto de Renda e Contribuição Social foi de R\$3,7 milhões no 3T24, e R\$9,4 milhões nos 9M24, em linha com os resultados apresentados e alíquota efetiva esperada.

(R\$ milhões)	3T23	3T24	Var. 3T23 x 3T24	9M23	9M24	Var. 9M24 x 9M23
EBITDA	17,0	24,7	45,1%	46,3	64,8	39,9%
Margem EBITDA (%)	3,6%	4,3%	0,7 p.p	3,4%	4,0%	0,6 p.p
Depreciação e Amortização	-7,9	-9,3	16,9%	-23,1	-26,3	13,8%
Resultado Financeiro	0,4	-0,4	-	-0,5	-1,4	163,1%
IR/CS	-2,4	-3,7	53,8%	-5,8	-9,4	61,3%
Lucro (prejuízo) líquido	7,1	11,3	59,9%	16,9	27,7	63,5%

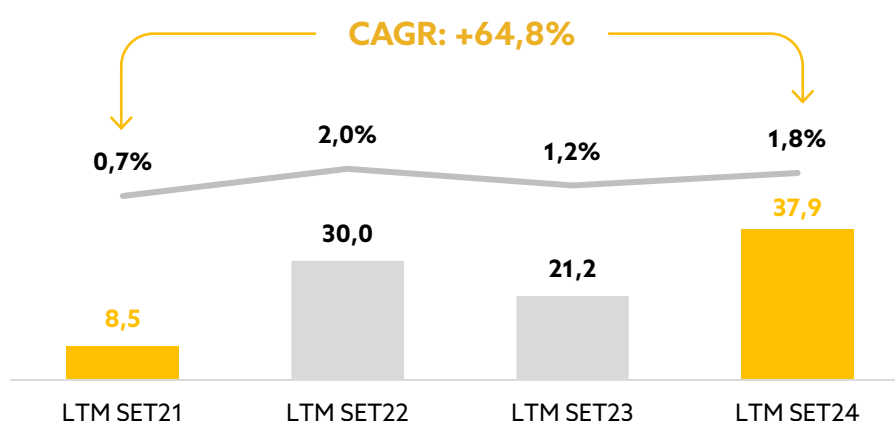
LUCRO LÍQUIDO

No 3T24, a Rede d1000 apresentou um lucro líquido de R\$ 11,3 milhões, 59,3% superior ao apurado no 3T23, com a margem líquida superior em 0,5 p.p., atingindo o patamar de 2,0%. No acumulado do ano, houve uma evolução de 63,4% em comparação ao mesmo período do ano anterior, representando um acréscimo de 0,4 p.p. da margem líquida, que atingiu 1,7% no período.

LUCRO LÍQUIDO (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



LUCRO LÍQUIDO (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA LTM



CICLO DE CAIXA

No 3T24, o Ciclo de Caixa foi de 13,6 versus 9,1 dias apresentados no mesmo período do ano anterior, principalmente, em função do aumento do número de dias em estoques que saiu de 51,9 dias para 61,2 dias, impactado, principalmente, pela adição de estoques de medicamentos de marca que contribuiu para o incremento de 6 dias nessa linha do capital de giro, além da abertura de novas lojas. O ciclo de caixa apresentado no 3T24 deve permanecer nesse patamar por algum período, devendo reduzir em torno de dois dias ao longo de 2025.

Ainda assim, a atuação integrada com a Profarma Distribuição, proporciona que a Rede d1000 tenha o menor ciclo de caixa do mercado, sendo uma vantagem competitiva importante dentro do setor.

Ciclo de Caixa (dias)	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
Contas a Receber	29,9	29,7	30,7	29,0	27,0
Estoque	51,9	53,4	52,7	58,0	61,2
Fornecedores	72,7	77,1	74,3	76,7	74,6
Ciclo de Caixa	9,1	6,0	9,1	10,4	13,6

FLUXO DE CAIXA

O fluxo de caixa operacional do período foi de R\$19,5 milhões, versus R\$18,5 milhões reportados no mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, a geração de caixa operacional foi de R\$ 49,2 milhões versus R\$ 41,6 milhões em 9M23.

No 3T24, o Fluxo de caixa livre foi negativo em R\$ 7,1 milhões no 3T24, versus resultado positivo de R\$ 1,8 milhão no 3T23, fruto de maiores investimentos (R\$ 26,6 milhões no 3T24 vs R\$ 16,6 milhões no 3T23), além do investimento em estoques para financiar o projeto de RX.

No acumulado do ano, o Fluxo de Caixa Livre foi negativo em R\$ 11 milhões versus resultado positivo de R\$ 1 milhão em 9M23. Os investimentos totalizaram R\$ 60,2 milhões nos primeiros nove meses do ano, sendo R\$ 52,6 milhões destinados à reformas e aberturas de novas lojas. Adicionalmente, em função da necessidade de capital de giro, R\$ 30,4 milhões foram investidos em estoques adicionais de medicamentos de prescrição, que vêm sendo uma alavanca importante de incremento de Receita Bruta em 2024.

A Companhia continua mantendo a estratégia de financiar o Plano de Expansão com caixa próprio e não tem como expectativa passar a uma situação de Dívida Líquida de forma estrutural, ainda que pontualmente isso possa acontecer.

(R\$ milhões)	3T23	3T24	Var. 3T23 x 3T24	9M23	9M24	Var. 9M24 x 9M23
EBIT	9,0	15,0	66,6%	23,2	37,0	59,4%
Depreciação e Amortização	7,9	9,3	16,9%	23,1	26,3	13,9%
Ajustes não caixa	5,9	4,8	-19,6%	17,3	18,4	6,7%
Ciclo de Caixa	-1,0	-13,7	1.260,7%	-18,0	-40,4	124,9%
Outros Ativo/(Passivos)	-3,4	4,1	-223,6%	-4,0	7,9	-295,4%
Fluxo de Caixa Operacional	18,5	19,5	5,5%	41,6	49,2	18,3%
Investimentos	-16,6	-26,6	60,0%	-40,6	-60,2	48,1%
Fluxo de Caixa Livre	1,8	-7,1	-488,2%	1,0	-11,0	-1.215,3%
Financiamentos	-1,8	-2,3	28,0%	-5,4	6,0	-210,0%
Fluxo de Caixa Total	0,0	-9,4	-	-4,4	-5,0	13,3%

ENDIVIDAMENTO

A Companhia fechou o 3T24 com Caixa Líquido de R\$ 2,9 milhões, em linha com o movimento de expansão mais acentuado. Vale ressaltar que a Companhia apresenta uma Dívida Bruta estável, sendo a única do setor a apresentar Caixa Líquido.

Apuração do Caixa Líquido (R\$ milhões)	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
Dívida Bruta	-26,8	-26,8	-41	-37,7	-36,3
Curto Prazo	-5,4	-9,3	-24,8	-13,4	-10,7
Longo Prazo	-21,4	-17,5	-16,2	-24,2	-25,6
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	52	44,2	52,5	48,6	39,2
Caixa Líquido	25,2	17,4	11,5	11	2,9

A Rede d1000 desenvolve os temas ESG de forma transversal e mantém toda a estratégia da Companhia em consonância com a agenda 2030 da ONU (Organização das Nações Unidas), priorizando os ODS:



SOCIAL - Qualificação, relacionamento e oportunidades

18 anos do Instituto Profarma: Setembro é o mês de aniversário do Instituto Profarma. São 18 anos de uma trajetória sólida, composta por voluntários, parceiros e comunidade. Somente nos últimos 3 anos, mais de meio milhão de pessoas foram alcançadas pelas ações e projetos desenvolvidos e destinados a mais de 80 instituições em diversas regiões do Brasil. E não vamos parar por aqui: contribuir para a transformação de vidas com responsabilidade social, inovação e parcerias é o que nos move para realizar um presente solidário, de apoio e defesa dos direitos fundamentais de milhares de crianças e adolescentes e cumprir nossa missão de fomentar a promoção da equidade nas futuras gerações.

Treinamento UNICEF: Durante os meses de julho e agosto, mais de 500 colaboradores da Rede d1000 participaram de treinamento focado no Projeto de parceria com o UNICEF. Com o objetivo de integrar as equipes, atualizar informações e aprimorar habilidades de abordagens, o evento reconheceu as equipes mais engajadas e teve ainda a participação de Makciel Castro, um jovem da periferia do Ceará, ex assistido pelo UNICEF, hoje coach palestrante e líder comunitário da juventude. Treinar e desenvolver equipes é parte fundamental do processo de expansão da Rede d1000 e da parceria com o UNICEF; é um dos nossos compromissos com o desenvolvimento sociocomunitário.

Corrida Tamoio: A edição da Corrida Tamoio deste ano teve uma participação especial: a presença da ONG Movimento de Mulheres de São Gonçalo, que acolhe e orienta mulheres e crianças vítimas de violências. Durante o evento, os participantes puderam receber orientações sobre o trabalho realizado pela ONG e realizar doações de alimentos, que contribuíram para a manutenção do trabalho da instituição que atende cerca de 250 famílias.

Diversidade, Inclusão & Protagonismo: O Programa Protagonista da Sua História realizou a formatura da sua 4ª turma, com a presença das 60 mulheres que concluíram a formação, focada em educação, autocuidado, direitos e empreendedorismo. Ao longo de seis meses, as mulheres - atendidas por 10 organizações assistidas pelo Instituto Profarma - participaram do programa que visa promover o empoderamento e o desenvolvimento socioeconômico, com base na metodologia "Mãe e Muito +", desenvolvida pela ONG Anjos de Tia Stellinha. Nessa 4ª edição, a iniciativa recebeu o apoio de parceiros internos e externos do Grupo Profarma, além do envolvimento de colaboradoras da Companhia, que compartilharam com as formandas suas experiências em relação a diversos temas.



GOVERNANÇA - Solidez, tendências, inovações e conexões

Bate Papo com ESG: A Companhia desenvolve o projeto "Bate Papo ESG" com a liderança, que tem como objetivo apresentar e debater temas ligados à agenda de sustentabilidade. Na última edição, o projeto contou com a participação da renomada Sonia Consiglio, especialista em sustentabilidade, conselheira, Top voice LinkedIn, referência do assunto no Brasil. Durante sua apresentação, a palestrante destacou a importância de integrar as questões ESG no planejamento estratégico das áreas e nos indicadores de desempenho. O evento contou com a presença de mais de 90 líderes, alcançando um nível de engajamento e satisfação superior a 90%.

ESG na Abrafarma Future Trends: Durante dois dias, mais 6 mil participantes de um dos maiores eventos farmacêuticos do mundo, puderam ter acesso às ações da agenda ESG da Rede d1000, através das ações realizadas pelo Instituto Profarma que, na vanguarda da inovação e impacto social positivo, formalizou com a Nestlé a parceria para doação de produtos com validade próxima. O evento representou a oportunidade para alinhar estratégias de enfrentamento às vulnerabilidades sociais, a partir do relacionamento e parceria com as Indústrias e reafirmou nosso compromisso de oportunizar e fortalecer o acesso à saúde a milhares de crianças brasileiras.

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

R\$ milhões	IFRS-16		Sem IFRS-16		IFRS-16		Sem IFRS-16	
	3T23	3T24	3T23	3T24	9M23	9M24	9M23	9M24
Receita Bruta	469,1	574,9	469,1	574,9	1.348,7	1.623,1	1.348,8	1.623,1
RX	190,0	245,6	190,0	245,6	552,7	687,6	552,7	687,6
HB	118,9	133,2	118,9	133,2	338,1	388,0	338,1	388,0
OTC	106,2	130,1	106,2	130,1	303,5	361,7	303,6	361,7
Genérico	54,0	66,0	54,0	66,0	154,4	185,8	154,4	185,8
Deduções da Receita	-22,4	-30,5	-22,4	-30,5	-62,8	-83,7	-62,8	-83,7
Receita operacional líquida	446,7	544,4	446,7	544,4	1.285,9	1.539,4	1.285,9	1.539,4
Custos dos produtos vendidos	-305,9	-373,0	-305,9	-373,0	-877,5	-1.051,5	-877,5	-1.051,5
Lucro Bruto	140,8	171,4	140,8	171,4	408,4	487,9	408,4	487,9
Margem Bruta (Receita Líquida)	31,5%	31,5%	31,5%	31,5%	95,3%	95,0%	95,3%	95,0%
Margem Bruta (Receita Bruta)	30,0%	29,8%	30,0%	29,8%	90,9%	90,1%	90,8%	90,1%
Despesas Operacionais	-100,6	-150,5	-123,3	-156,0	-373,5	-435,5	-385,2	-449,4
Despesas Gerais e administrativas	-13,3	-20,4	-13,3	-20,4	-43,2	-54,6	-47,4	-63,0
Despesas com Vendas	-88,6	-130,5	-111,3	-135,9	-329,0	-378,9	-336,5	-384,3
Outras receitas/despesas operacionais	1,3	0,4	1,3	0,3	-1,3	-2,0	-1,3	-2,1
Resultado antes do Resultado Financeiro	13,2	20,9	9,0	15,4	34,9	52,4	23,2	38,5
Resultado Financeiro	-5,6	-7,2	0,4	-0,4	-18,9	-23,0	-0,5	-1,4
Receitas financeiras	2,1	1,1	2,1	1,1	4,5	3,1	4,5	3,1
Despesas financeiras	-7,7	-8,3	-1,7	-1,5	-23,4	-26,1	-5,0	-4,5
Resultado antes dos Impostos	7,6	13,7	9,4	15,0	16,0	29,4	22,7	37,1
Imposto de Renda e Contribuição Social	-1,8	-3,3	-2,4	-3,7	-3,8	-7,1	-5,8	-9,4
Lucro/Prejuízo do Período	5,8	10,4	7,1	11,3	12,2	22,3	17,0	27,7

BALANÇO PATRIMONIAL

(R\$ mil)	12/31/2023	9/30/2024		
	IFRS16	IFRS16	Reclassificação	IAS 17
Caixa e equivalentes de caixa	44.229	39.213		39.213
Instrumentos financeiros	0	0		0
Contas a Receber	160.447	172.503		172.503
Estoques	189.124	253.550		253.550
Impostos a recuperar	51.262	45.533		45.533
Outras contas a receber	27.284	32.152		32.152
Total do Ativo Circulante	472.346	542.951	0	542.951
Depósitos Judiciais	4.726	4.088		4.088
Instrumentos financeiros	0	0		0
IR e CSLL diferidos	104.030	107.594	-18.054	89.540
Impostos a recuperar	13.076	5.390		5.390
Outros contas a receber	519	519		519
Imobilizado	353.422	453.199	-278.110	175.089
Intangível	600.400	607.054		607.054
Total do Ativo Não Circulante	1.076.173	1.177.844	-296.164	881.680
Total do Ativo	1.548.519	1.720.795	-296.164	1.424.631
Fornecedores	268.483	304.182		304.182
Fornecedores - Risco Sacado	4.545	5.117		5.117
Empréstimos e financiamentos	9.288	10.679		10.679
Salários e contribuições sociais	39.676	56.237		56.237
Impostos e taxas	10.368	18.632		18.632
Arrendamento a Pagar	65.763	75.864	-75.864	0
Outros	9.761	8.747		8.747
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0			0
Total do Passivo Circulante	407.884	479.458	-75.864	403.594
Empréstimos e financiamentos	17.546	10.891		10.891
Impostos e taxas	328	202		202
Impostos diferidos	40.219	40.649		40.649
Provisão para Contingências	20.332	20.388		20.388
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0	0		0
Arrendamento a pagar	191.355	261.274	-261.274	0
Outros		14.721		14.721
Total do Passivo Não Circulante	269.780	348.125	-261.274	86.851
Capital social	1.004.004	1.004.004		1.004.004
Prejuízos acumulados	-133.149	-110.792	40.974	-69.818
Total do Patrimônio Líquido	870.855	893.212	40.974	934.186
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.548.519	1.720.795	-296.164	1.424.631

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)

R\$ mil	3T23		3T24		9M23		9M24	
	IFRS16	Sem IFRS 16	IFRS16	Sem IFRS 16	IFRS16	Sem IFRS 16	IFRS16	Sem IFRS 16
Fluxos de caixa de atividades operacionais								
Lucro líquido (prejuízo) antes do IR/CS	7.619	9.476	13.615	14.997	15.958	22.689	29.417	37.046
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:								
Depreciação e amortização	7.917	7.917	9.256	9.256	23.072	23.072	26.278	26.278
Depreciação direito de uso imóveis	18.536	-	20.476	-	54.125	-	59.906	-
Juros de Empréstimos Provisionados	1.090	1.090	770	770	3.340	3.340	2.756	2.756
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	(553)	(553)	(200)	(200)	(376)	(376)	(60)	(60)
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	710	710	18	18	1.278	1.278	538	538
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	(234)	-	(38)	-	(844)	(187)	(577)	-
Provisão / Reversão para perda estoque	51	51	23	23	228	228	315	315
Provisão / Reversão para contingência	447	447	578	578	1.758	1.758	1.750	1.750
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	1.896	1.896	224	224	812	812	171	171
Encargos financeiros direito de uso	5.975	-	6.801	-	18.413	-	21.453	-
Outros	1.938	1.779	3.344	3.345	11.619	10.831	13.650	12.966
	45.392	22.813	54.867	29.011	129.383	63.445	155.597	81.760
Redução (aumento) nos ativos								
Contas a receber	(2.569)	(2.569)	2.180	2.180	(21.094)	(21.094)	(11.996)	(11.996)
Estoques	(14.652)	(14.652)	(26.884)	(26.884)	(19.642)	(19.642)	(61.730)	(61.730)
Impostos a recuperar	(538)	(538)	(160)	(160)	4.012	4.012	3.692	3.692
IRPJ e CSLL pagos	(3.001)	(3.001)	2.669	2.669	(7.134)	(7.134)	9.723	9.723
Acordos comerciais	(4.254)	(4.254)	912	912	(6.063)	(6.063)	(660)	(660)
Outros	1.036	1.036	62	62	(466)	(466)	(3.248)	(3.248)
Aumento (redução) nos passivos								
Fornecedores	16.216	16.216	11.029	11.029	22.865	22.865	33.313	33.313
Salários e contribuições	33	33	549	549	874	874	1.764	1.764
Impostos a recolher	3.764	3.764	(287)	(287)	6.536	6.536	(2.055)	(2.055)
Outros	(396)	(396)	404	404	(1.747)	(1.779)	(1.360)	(1.360)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	41.031	18.452	45.341	19.485	107.524	41.554	123.040	49.203
Fluxo de caixa de atividades de investimentos								
Pagamento de aquisições	(1.069)	(1.069)	-	-	(3.317)	(3.317)	-	-
Adições ao imobilizado	(13.410)	(13.410)	(19.696)	(19.696)	(30.540)	(30.540)	(44.977)	(44.977)
Adições ao Intangível	(2.160)	(2.160)	(6.921)	(6.921)	(6.767)	(6.767)	(15.195)	(15.195)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(16.639)	(16.639)	(26.617)	(26.617)	(40.624)	(40.624)	(60.172)	(60.172)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos								
Obtenção de Mútuo intercompany - Principal	-	-	-	-	-	-	14.700	14.700
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	-	-	(147)	(147)	-	-	(215)	(215)
Obtenção de empréstimos - Principal	-	-	-	-	-	-	19.000	19.000
Pagamento de empréstimos - Amortização	(715)	(715)	(1.417)	(1.417)	(2.143)	(2.143)	(24.842)	(24.842)
Pagamento de empréstimos - Juros	(1.083)	(1.083)	(737)	(737)	(3.268)	(3.268)	(2.690)	(2.690)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(6.810)	-	(17.914)	-	(50.201)	-	(55.188)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(15.769)	-	(7.942)	-	(15.769)	-	(18.649)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(24.377)	(1.798)	(28.157)	(2.301)	(71.381)	(5.411)	(67.884)	5.953
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	15	15	(9.433)	(9.433)	(4.481)	(4.481)	(5.016)	(5.016)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	51.969	51.969	48.646	48.646	56.465	56.465	44.229	44.229
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	51.984	51.984	39.213	39.213	51.984	51.984	39.213	39.213

SOBRE A COMPANHIA

Somos uma rede de drogarias formada pelas aquisições das bandeiras Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio e Drogaria Rosário. Contamos com 259 lojas espalhadas pelo Rio de Janeiro, Distrito Federal e Mato Grosso. Todas as nossas marcas estão presentes há mais de 40 anos em suas regiões de atuação e, juntas, com cerca de 4.000 colaboradores, atendem mais de 2,5 milhões de consumidores/mês. Nossa plataforma – com seus posicionamentos múltiplos e complementares – nos permite experimentar as particularidades e necessidades de todas as classes sociais da população brasileira, inaugurando um modelo popular único e respeitando as características de cada região.



AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Administração sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, da legislação, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.

EARNINGS RELEASE 3Q24

October 30, 2024

WEBCAST

Thursday, October 31, 2024

11:00 a.m. (Brazil) | 10:00 a.m (NY)

Registration via Zoom

CLICK HERE



IR CONTACT

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



DMVF
B3 LISTED NM

Rede d1000 closes the third quarter of 2024 with Gross Revenue of **R\$ 574.9 million**, presenting another historic sales record, accounting for an increase of **22.6%** compared to the same period of the previous year and EBITDA of **R\$ 24.7 million**, **45.1%** higher than the same period of 2023.

HIGHLIGHTS 3Q24 X 3Q23

R\$ 574.9 MM

Gross Revenue
up of **22.6%**, reaching a
quarterly record.

R\$ 53.1 MM

Contribution Margin
growth of **30.3%** and
margin of **9.2%**.

R\$ 24.7 MM

Ebitda
45.1% higher and margin
of **4.3%**, accounting for a
growth of **0.7 p.p.**

R\$ 11.3 MM

Net Income
growth of **59.3%**.

259 Stores
net addition of **32** units,
financed with cash
generation.

R\$ 40.3 MM

Omnichannel
growth of **88.7%**, **272.0%**
of which in e-commerce.

MAIN INDICATORS

	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. 3Q24 x 3Q23	9M23	9M24	Var. 9M24 x 9M23
Number of Stores	227	240	241	251	259	14.1%	227	259	14.1%
(R\$ million)									
Gross Revenue	469.1	486.0	507.2	541.0	574.9	22.6%	1,348.7	1,623.1	20.3%
Gross Income	140.8	144.4	148.7	167.8	171.4	21.7%	408.4	487.9	19.5%
Gross Margin (% Gross Revenue)	30.0%	29.7%	29.3%	31.0%	29.8%	-0,2 p.p.	30,3%	30.1%	-0,2 p.p.
EBITDA	17.0	20.3	13.3	26.8	24.7	45.1%	46.3	64.8	39.9%
EBITDA Margin (% of Gross Revenue)	3.6%	4.2%	2.6%	4.9%	4.3%	0,7 p.p.	3.4%	4.0%	0,6 p.p.
Net Income	7.1	10.3	3.2	13.2	11.3	59.3%	16.9	27.6	63.4%
Net Margin (% of Gross Revenue)	1.5%	2.1%	0.6%	2.4%	2.0%	0,5 p.p.	1.3%	1.7%	0,4 p.p.

Rio de Janeiro, October 30, 2024 – d1000 Varejo Farma S.A. ("Rede d1000" or "Company", B3: DMVF3), announces its results for the third quarter (3Q24) of 2024. The Company's financial statements are prepared in Brazilian Reals (R\$), in compliance with the Brazilian Corporate Law, meeting the technical pronouncements of CPC (Accounting Pronouncements Committee) and requirements of CVM, the Brazilian Securities and Exchange Commission. The financial and operating information herein is presented on a consolidated basis and in accordance with accounting practices adopted in Brazil. Rede d1000 presents this report with the results under the old IAS 17/CPC 06 standard. However, the Financial Statements continue to be governed by IFRS 16 and are available in the Annexes. The performance comparisons contained herein refer to the same periods in the previous year (3Q23 and 9M23).

STORE PORTFOLIO

The Company ended Q3 2024 with 259 stores in its portfolio, a 14.1% increase compared to the same quarter of 2023. During this period, 8 new stores were opened: 5 in the state of Rio de Janeiro and 3 in Brasília (Federal District). Additionally, the Company renovated one unit during this quarter. Year-to-date, there have been 3 renovations, 23 new store openings, and 4 closures of operations that no longer met the Company's profitability expectations, freeing up assets and working capital for new stores with higher return potential.

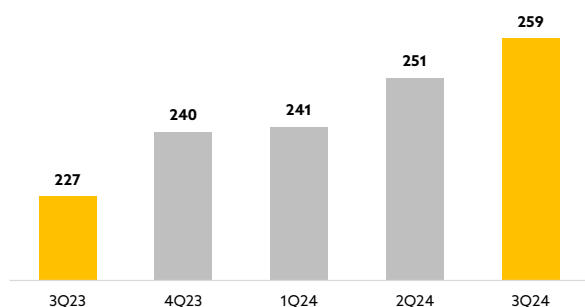
For the last quarter of the year, the Company expects to carry out further 12 openings and 7 renovations/expansions, ending the year with approximately 270 stores, thus meeting the announced guidance of 35 openings and 10 renovations/expansions. Of the openings planned for this year, the Company already has all the commercial points contracted. The expansion of brick-and-mortar stores focuses on the opening of new Drogasmil units in Rio de Janeiro, and Drogaria Rosário in Brasília (Federal District) and Cuiabá (MT).

Currently, 182 stores are concentrated in the state of Rio de Janeiro, through the Drogasmil, Farmalife and Drogarias Tamoio brands, while the remaining stores are located in the Federal District (71 stores) and Mato Grosso (6 stores).

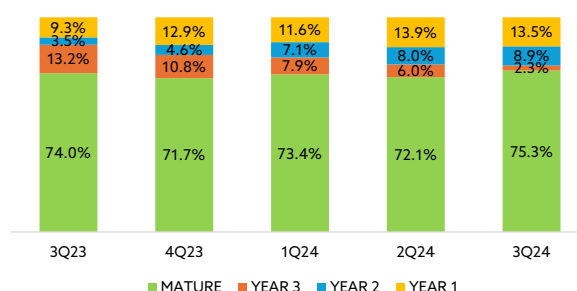
With the openings carried out during the period, Rede d1000 ended the quarter with 24.7% of its stores (64 units) in the maturation process, with 13.5% in the first year of revenue. It is worth highlighting that maturing stores have the capacity to reach high growth and contribute to the dilution of expenses, which generates better profitability. For the most part, the profile of the Company's units remains composed of "Standard" stores, which account for practically half of the units (49.4% or 128 stores). Stores classified as "Popular" and "Premium" correspond to 32.0% (83 stores) and 18.5% (48 stores) of the total base, respectively.

The expansion strategy, coupled with the modernization of the existing store portfolio, has contributed strongly to the sales growth and market share gains, which achieved a share of 12.7%* at the end of 3Q24, accounting for a growth of 1.4 p.p. compared to the same period of the previous year, according to data released by IQVIA Brasil. We have a strategic plan that, in addition to impacting coverage and revenue, generates new jobs in the market and is aligned with our mission to expand and diversify participation in the healthcare ecosystem.

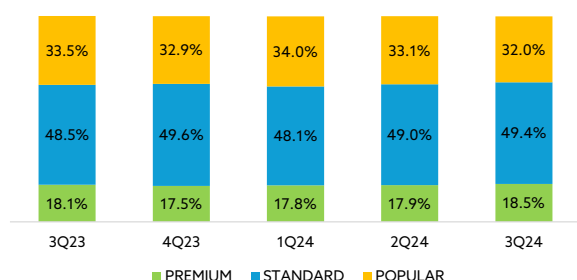
NUMBER OF STORES (#)



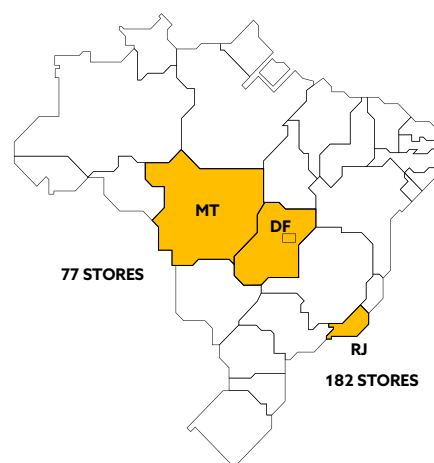
AGE DISTRIBUTION OF
STORE PORTFOLIO



BREAKDOWN OF THE STORE
NETWORK BY PROFILE (%)



GEOGRAPHICAL PRESENCE (#)



ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

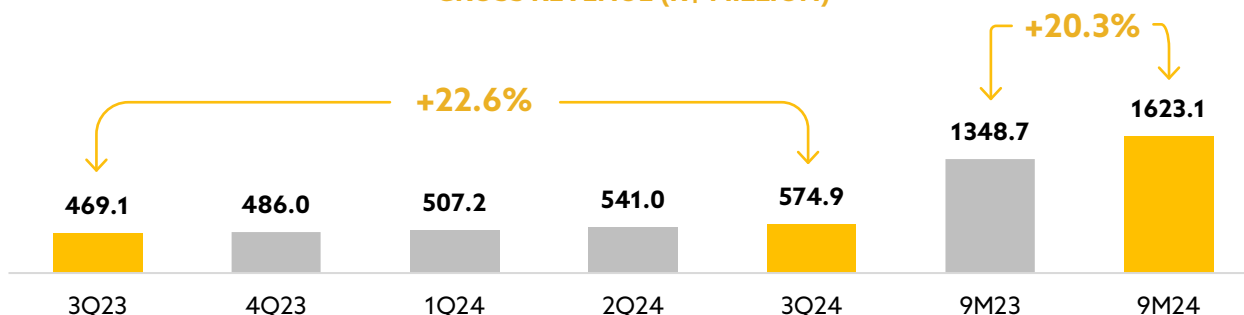
GROSS REVENUE

Gross Revenue continues to increase constantly, and the Company reached a new historical record of R\$ 574.9 million in the third quarter of 2024, 22.6% higher than that recorded in the same period of the previous year. Year-to-date, gross revenue increased 20.3%, reaching R\$ 1,623.1 million.

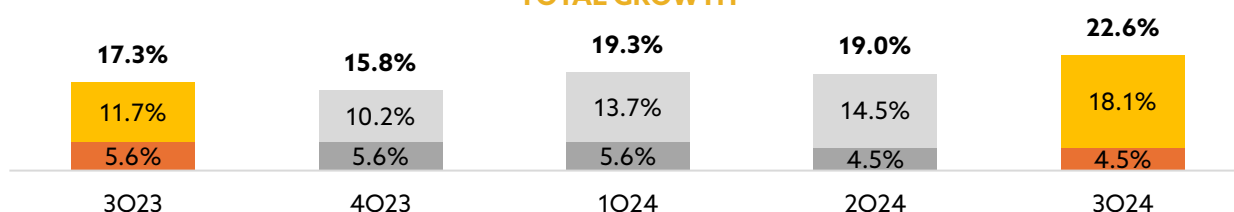
In the same-store view, the Company recorded an increase of 12.8% in this third quarter when compared to the same period in 2024. On a recurring basis, the growth of mature stores continues to be above inflation and, in this quarter, it was 11.1% higher than that the result presented in 3Q23, due to important drivers that continue to contribute to the increase in sales in the existing store base, such as the increase in e-commerce sales, the maturation of the CRM strategy, the increase in the prescription drug mix, as well as store renovations.

Considering the areas of activity, Rede d1000 grew above the figures recorded in both the national pharmaceutical market and ABRAFARMA, thus has been gaining market share, according to data released by IQVIA. Hence, the Company recorded growth of 22.6% in 3Q24 compared to ABRAFARMA's growth of 14.1%.

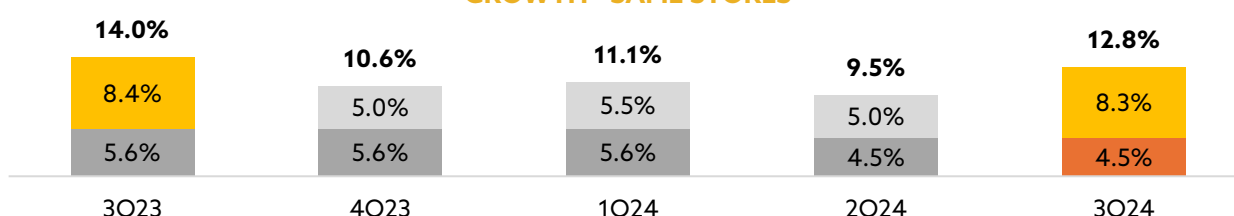
GROSS REVENUE (R\$ MILLION)



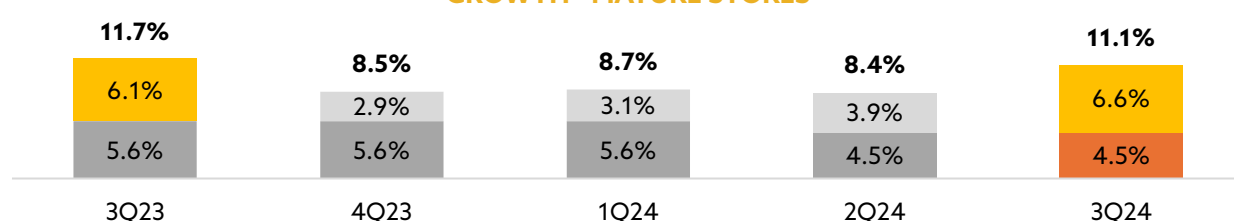
TOTAL GROWTH



GROWTH - SAME STORES



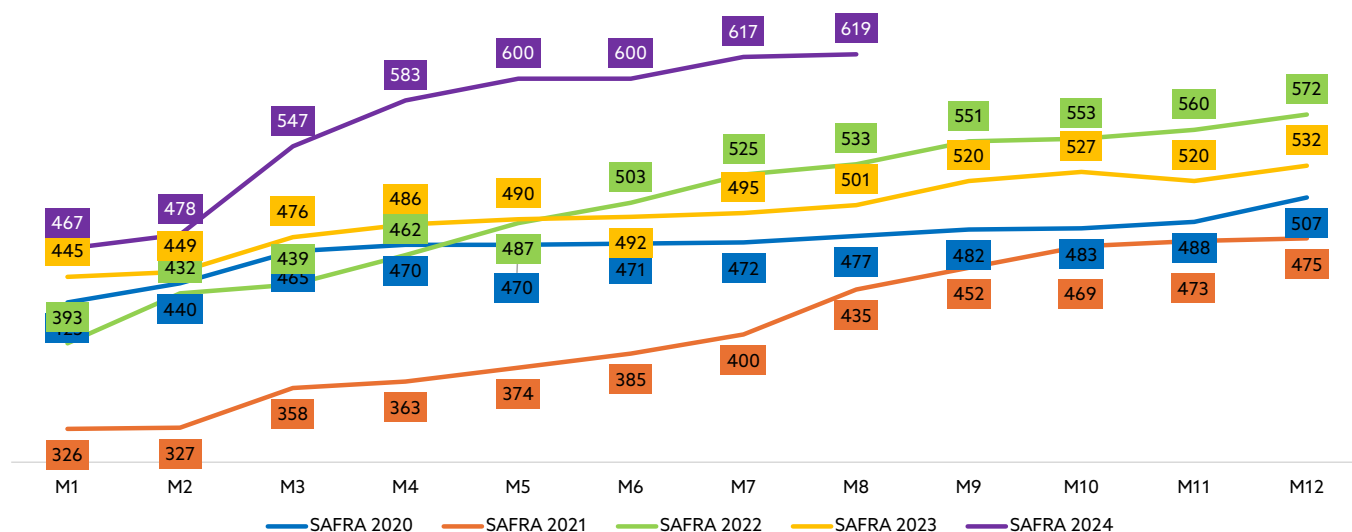
GROWTH - MATURE STORES



The continuous maturation of Rede d1000 expansion process, with tools that enable a better understanding of the market and client demands, in addition to the careful and increasingly accurate selection of new points of sale, result in the opening of new stores that constantly reach higher sales levels than previous seasons, making the Company's expansion account for almost half of the sales growth in the period.

The chart representing sales growth in the first months of revenue is presented below, demonstrating the achievement of average sales/store in the 2024 harvest, already in the 5th month of opening, which was only observed in previous harvests after the first year of the store.

SALES BY HARVEST - NEW STORES (R\$ THOUSAND)



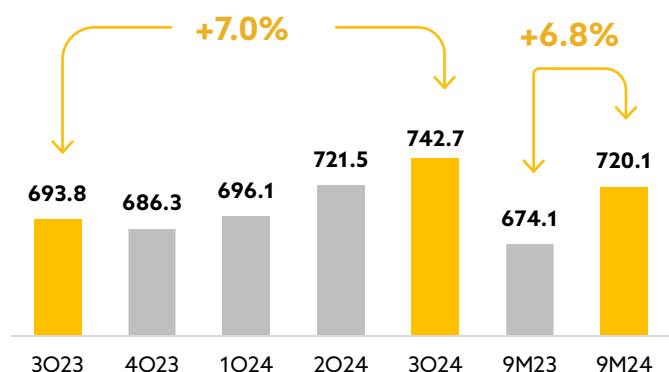
AVERAGE SALES PER STORE

Average sales per store reached R\$ 742.7 thousand in 3Q24, accounting for an increase of 7.0% compared to the same period of the previous year. When we look only at mature stores, we observe a 9.9% year-on-year growth, reaching R\$ 811.8 thousand in average sales per store.

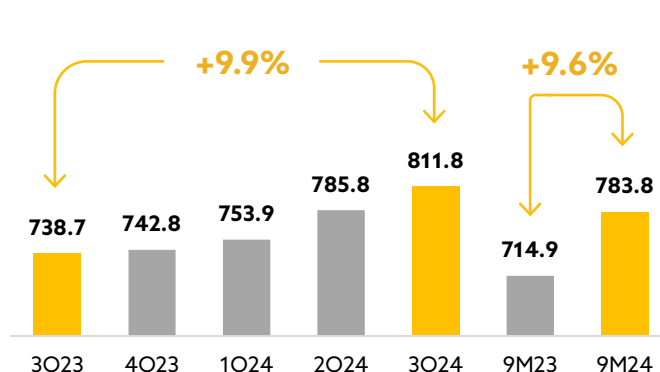
Year-to-date, average consolidated sales reached R\$ 720.1 thousand, compared to R\$ 674.1 thousand recorded in 9M23. In mature stores, the average revenue/store was R\$ 783.8 thousand, accounting for a growth of 9.6% when comparing the periods.

The evolution is the result of the implementation of several strategies mentioned above that contributed and still have the potential to continue contributing to the growth of Rede d1000 in the coming years.

AVERAGE SALES PER STORE (R\$'000)

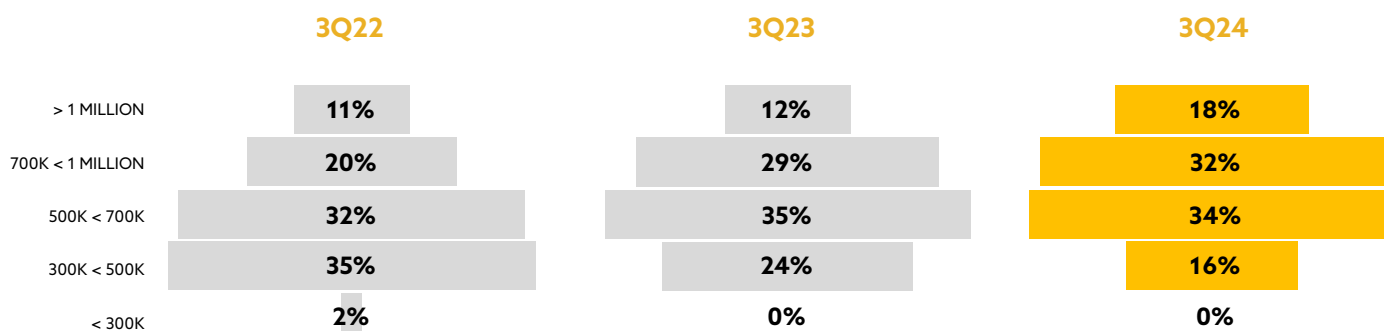


AVERAGE SALES PER MATURE STORE (R\$'000)



The chart below demonstrates the importance of operational qualification initiatives in stores, aimed at boosting the increase in the shopping basket and, consequently, sales performance. In 3Q24, Rede d1000 significantly increased the number of stores with revenues above R\$ 1 million, accounting for 44 units.

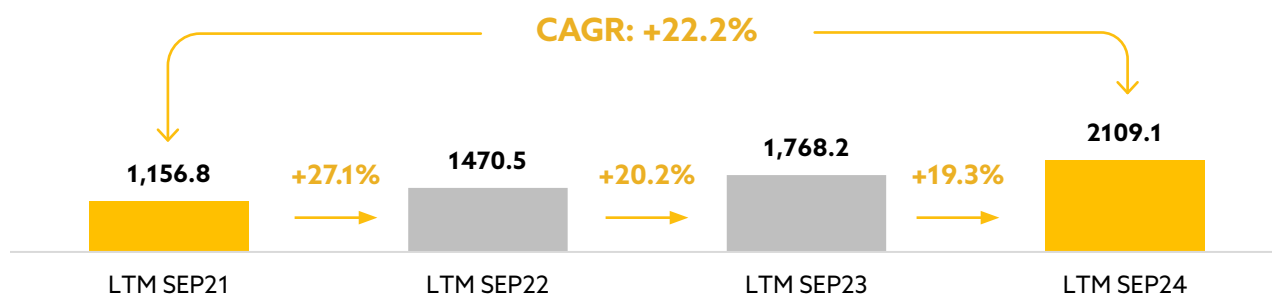
AVERAGE SALE | STORES



Only stores older than 6 months were considered.

Rede d1000 has been showing consistent sales growth in recent years, reaching the R\$ 2,1 billion mark in Gross Revenue in LTM (SEP24), as shown in the chart below:

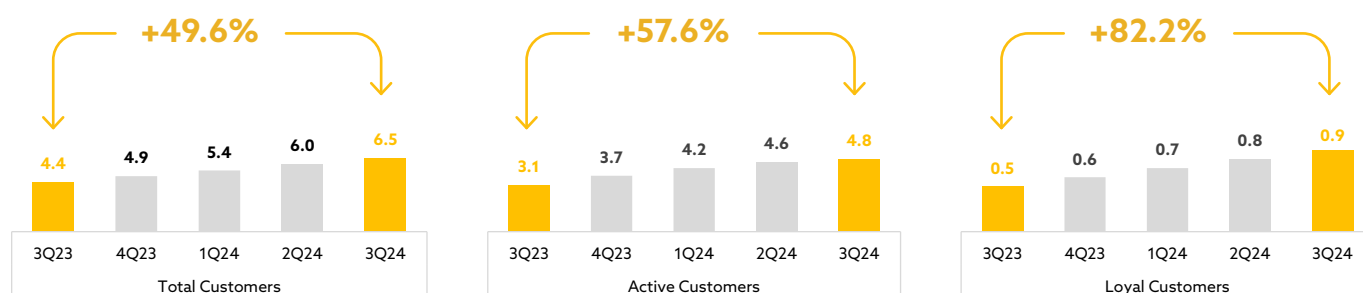
LTM GROSS REVENUE (R\$ MILLION)



CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

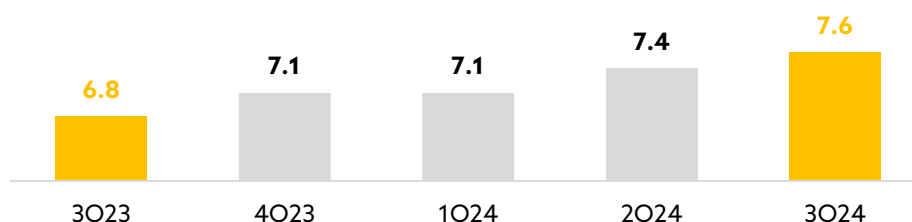
The CRM (Customer Relationship Management) strategy stood out as an important growth lever for the Company. By strengthening customer loyalty through a deeper understanding of their needs and customizing the consumer journey, the company has seen an increase in purchase frequency, as well as in the average ticket. This strategy fosters greater proximity and more effective communication with the customer base, driving sustainable results.

In 3Q24, the identified customer base grew 49.6% compared to 3Q23, ending the period with approximately 6.5 million customers, of which 4.8 million are active customers (+57.6% vs 3Q23) and 0.9 million are loyal customers (+82.2% vs 3Q23).



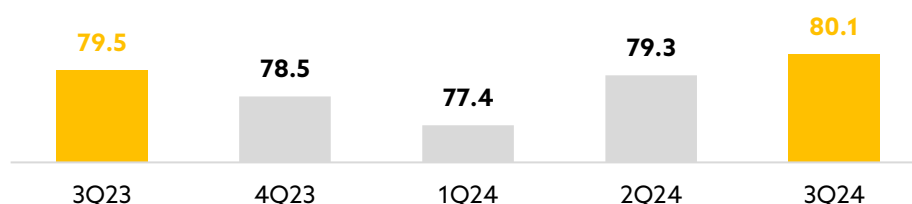
Rede d1000 served 7.6 million customers in 3Q24, accounting for an increase of 11.5% compared to 3Q23. Considering its operation regions, Rede d1000 achieved a share of 12.7% in its operating market at the end of 3Q24, accounting for a growth of 1.4 p.p. in relation to the same period of the previous year, according to data released by IQVIA Brasil.

CUSTOMER BASE (MILLION)



Aiming to constantly improve the experience of Rede d1000 customers and raising the standard of service provided, the Company measures consumer satisfaction using the NPS (Net Promoter Score) indicator. As illustrated in the chart below, the score reached 80.1 in 3Q24, the Company's best level since the program was implemented, thus confirming the quality in meeting customer needs, with innovative and efficient solutions.

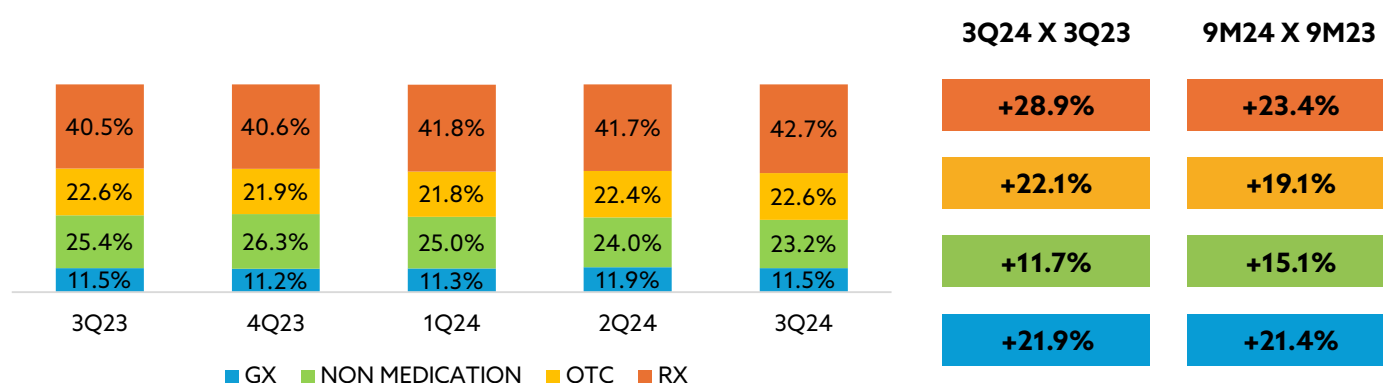
NPS



SALES MIX

In 3Q24, we recorded growth in all categories, with emphasis on branded drugs (RX) once again, which grew 28.9% compared to 3Q23, as a result of the strategy of increasing the mix of prescription drugs, which contributed to the 2.2 p.p. increase in the share of this category, currently accounting for 42.7% of the total mix versus 40.5% in 3Q23. During the period, the Company also recorded growth of 22.1% in the OTC category, 21.9% in generic drugs (GX), and 11.7% in non-medicine category, compared to the same period of the previous year. Year-to-date, growth is also observed in all categories.

SALES SHARE BY CATEGORY - 3Q24 X 3Q23



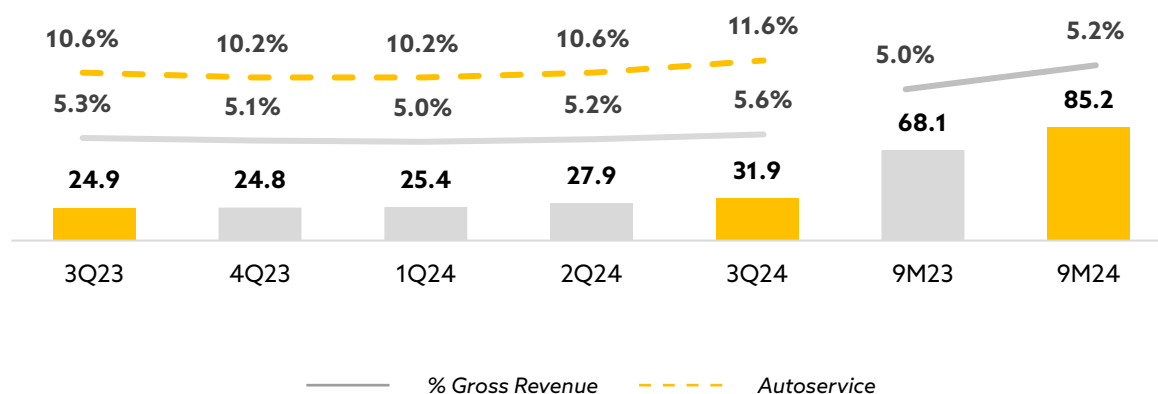
EXCLUSIVE BRANDS

Sales of Exclusive Brands reached R\$ 31.9 million in 3Q24, accounting for a growth of 28.3% compared to 3Q23, representing 11.6% of self-service and 5.6% of total sales. In 3Q24, 14 launches occurred, totaling 320 SKUs, distributed in 70 categories. The Company currently has six lines of exclusive brands.

The Company has observed a constant evolution in the share of Exclusive Brands both in self-service and in total sales. This performance stresses the category's growth potential, which continues to represent an important growth opportunity, contributing to diversification and increased sales margins.



SALES (R\$ MILLION) AND % OF TOTAL SALES AND % SELF-SERVICE



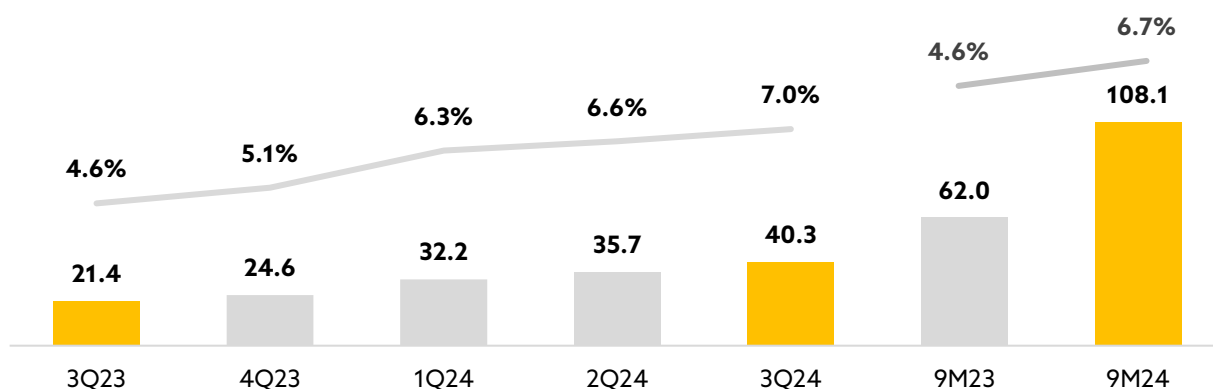
OMNICHANNEL

One of the Company's main focus has been to leverage non-face-to-face sales, especially through e-commerce, since a strong growth potential is recorded in this modality. To this end, the Company continues investing in this sales channel, which has been reflected in strong and consistent growth in recent periods.

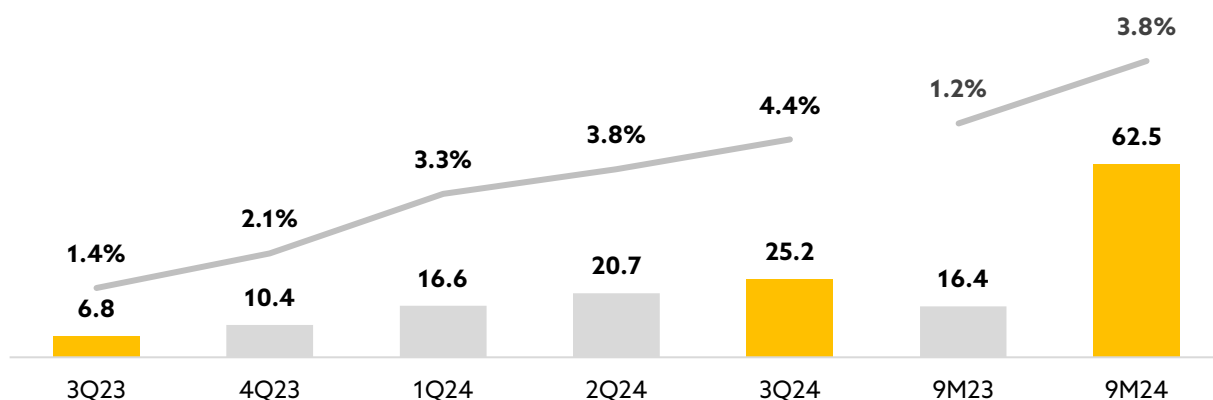
In 3Q24, non-face-to-face sales totaled R\$ 40.3 million, accounting for a growth of 88.7% when compared to 3Q23, reaching a new historical quarterly record, as well as in the year to date, with growth of 74.5%, reaching R\$ 108.1 million in sales, compared to R\$ 62.0 million in 2023.

When we analyze e-commerce sales separately, we observe a growth of 272.0% compared to 3Q23. The expressive growth continues to directly boost the share of omnichannel sales in the Company's total sales, which in this quarter currently represents 7.0% of total sales, accounting for an increase of 2.4 p.p. in share compared to the same period of 2023.

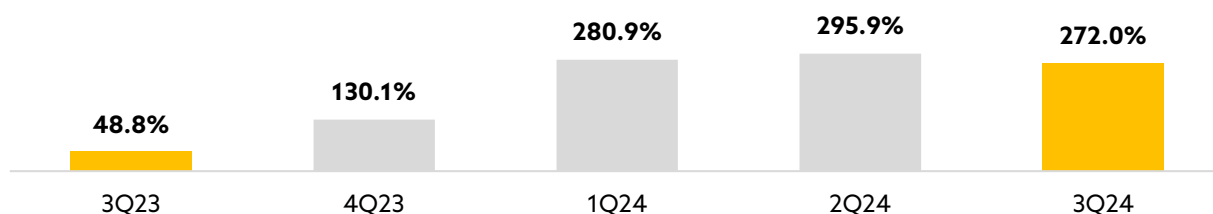
OMNICHANNEL SALES (R\$ MILLION) AND % OF TOTAL GROSS REVENUE



E-COMMERCE SALES (R\$ MILLION) AND % OF TOTAL GROSS REVENUE



E-COMMERCE - EVOLUTION



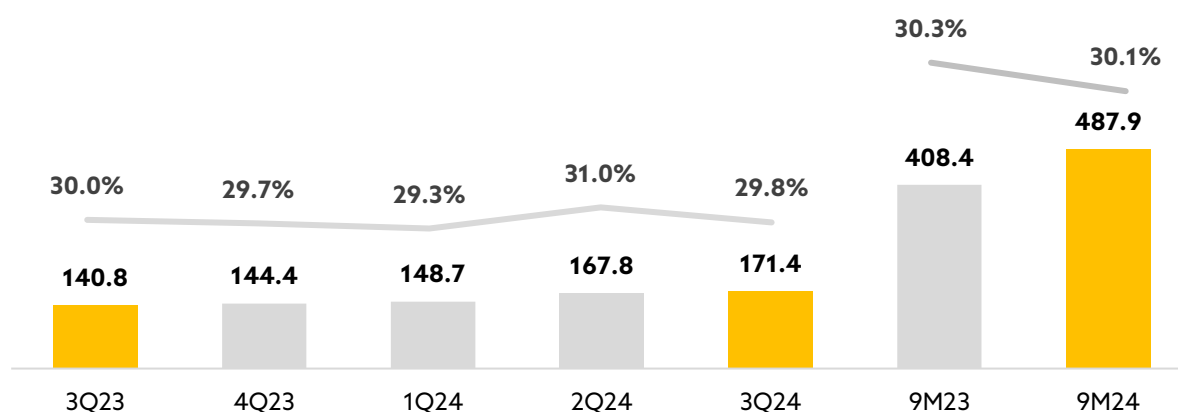
GROSS INCOME

Gross Income reached R\$ 171.4 million in 3Q24, up 21.7% when compared to 3Q23, growing practically in line with the evolution of Gross Revenue.

Even with a lower drug price adjustment in 2024 (4.5% vs 5.6% in 2023) and with a greater share of the RX category in the total sales mix, which has a lower margin, there was no significant drop in gross margin, which was 29.8% in 3Q24, accounting for a slight drop of 0.2 p.p. compared to the 30.0% recorded in 3Q23. The greater assertiveness in the pricing strategy was able to practically guarantee the maintenance of the gross margin in the comparison between the periods.

Year-to-date, Gross Income reached R\$ 487.9 million, 19.5% higher when compared to the same period of last year, while gross margin reached 30.1 p.p. in 9M24 versus 30.3% reported in 9M23.

GROSS INCOME (R\$ MILLION) AND GROSS MARGIN (% GROSS REVENUE)



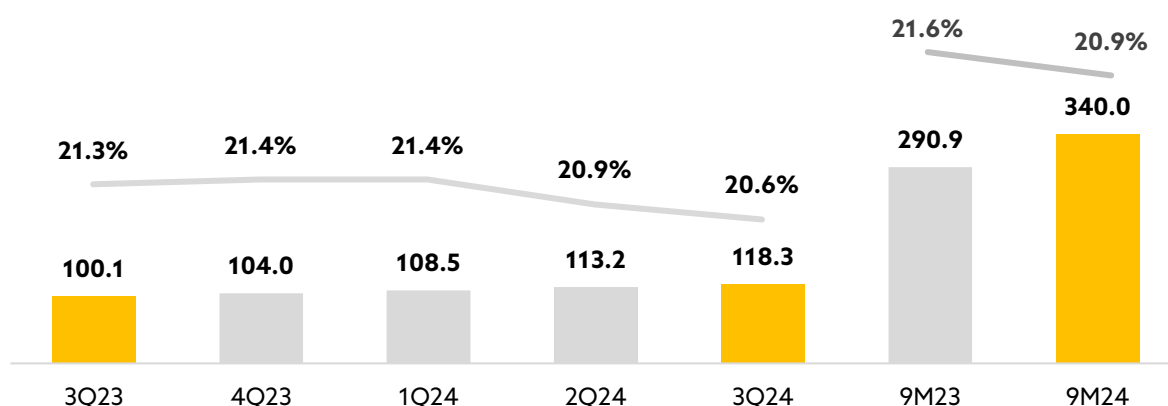
OPERATING EXPENSES

SALES EXPENSES

In 3Q24, Sales Expenses totaled 118.3 million, accounting for an increase of 18.2% compared to the 100.1 million reported in the same period of the previous year. Year-to-date, the Company recorded an increase of 16.9%, totaling 340.0 million. The increase in expenses was mainly driven by the growth in the store base in the periods. When we analyze the average store expense, the increase reached 3.7% between periods, remaining below inflation. Moreover, pre-operating expenses totaled R\$ 3.5 million in 3Q24, versus R\$ 3.4 million in 3Q23.

It is worth highlighting that Rede d1000 continues to record dilution in Sales Expenses, which accounted for 20.6% of Gross Revenue in 3Q24 and 20.9% year-to-date, reflecting a decrease of 0.7 p.p., both in relation to the quarter and the accumulated result of the previous year.

SALES EXPENSES (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE

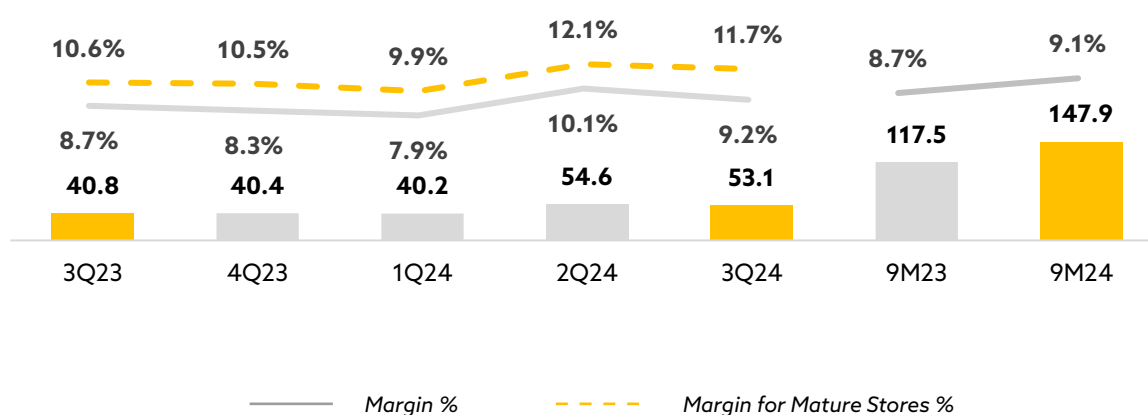


CONTRIBUTION MARGIN

The Contribution Margin, driven by the increase in sales and dilution of expenses, recorded an increase of 30.3% in 3Q24 compared to the same period of last year, totaling 53.1 million, accounting for 9.2% of Gross Revenue, 0.5 p.p. above the result presented in 3Q23. Year-to-date, the Contribution Margin totaled 147.9 million, accounting for an increase of 25.9% compared to the previous period and corresponding to 9.1% of Gross Revenue, up 0.4 p.p. compared to 9M23.

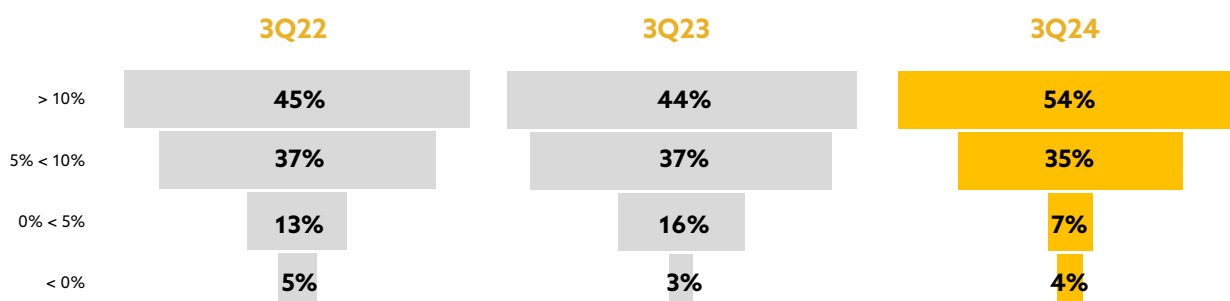
When we analyze the Contribution Margin of mature stores only, we observe an increase of 1.1 p.p. compared to 3Q23, reaching 11.7%, thus ratifying the excellent evolution of the Company's portfolio in terms of sales and expense control in each period.

CONTRIBUTION MARGIN (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



The charts below demonstrate the evolution of the stores' profitability level towards higher margins and the existing opportunity potential.

CONTRIBUTION MARGIN | STORES



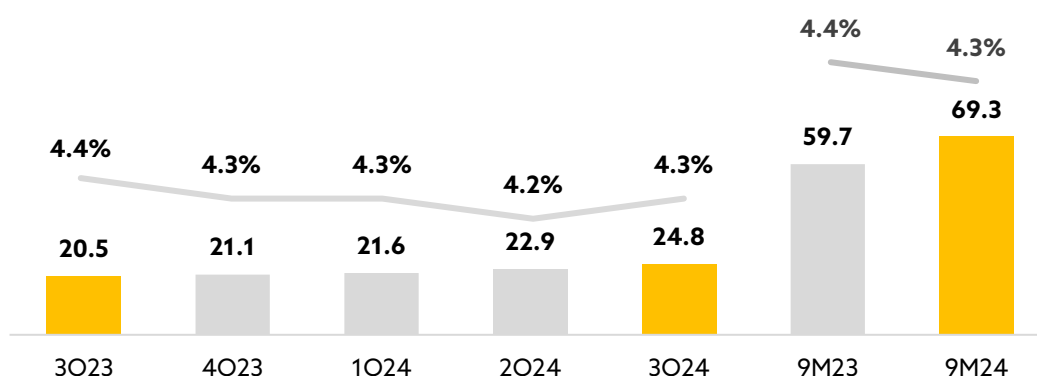
Only stores older than 6 months were considered.

GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES - G&A

Regarding General and Administrative Expenses, both in the quarterly comparison and in the year-to-date, the Company presented a dilution of 0.1 p.p. despite maintaining still necessary investments in the corporate structure, to support the growth plan and continuous improvement of services.

In 3Q24, expenses reached R\$ 24.8 million, accounting for an increase of 21.3% compared to the same period in 2023 and, year-to-date, R\$ 69.3 million, representing a growth of 16.2%.

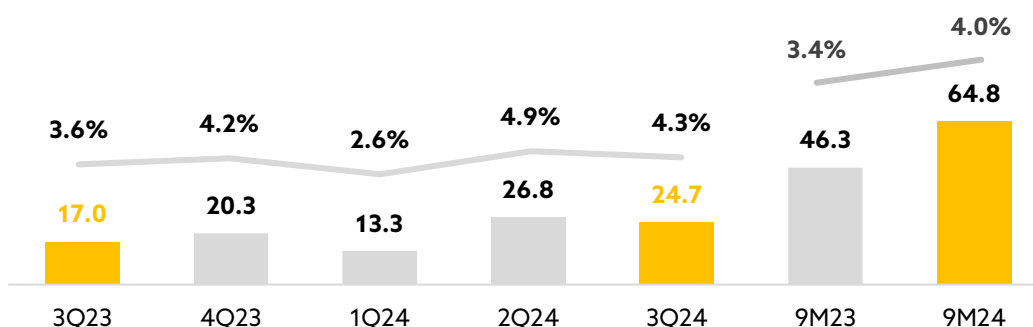
GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



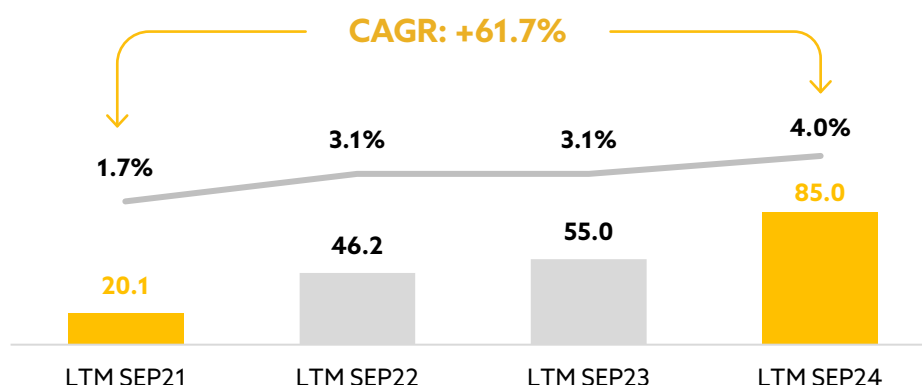
EBITDA

Driven by the good operational performance, EBITDA grew 45.1% in 3Q24, totaling 24.7 million, compared to 17.0 million reported in the same period of the previous year. The margin recorded an increase of 0.7 p.p. in the period, reaching 4.3% of Gross Revenue. Year-to-date, the Company reported an increase of 39.9% compared to the same period last year, reaching 64.8 million, while its margin increased 0.6 p.p., reaching 4.0% of Gross Revenue. The good outcome is due to the Company's operational leverage capacity, generated based on the growing number of stores, increased sales, dilution of expenses and greater profitability of operations.

EBITDA (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



EBITDA (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE LTM



FINANCIAL RESULT AND INCOME TAX

Depreciation expenses reached R\$ 9.3 million in 3Q24, accounting for a growth of 16.9% compared to the same period of the previous year, in line with Rede d1000's expansion plan.

The negative financial result of R\$ 0.4 million in the quarter, R\$ 0.8 million lower than in the same period of 2023, is mainly explained by the reduction in the tax credit base that has been consumed since then.

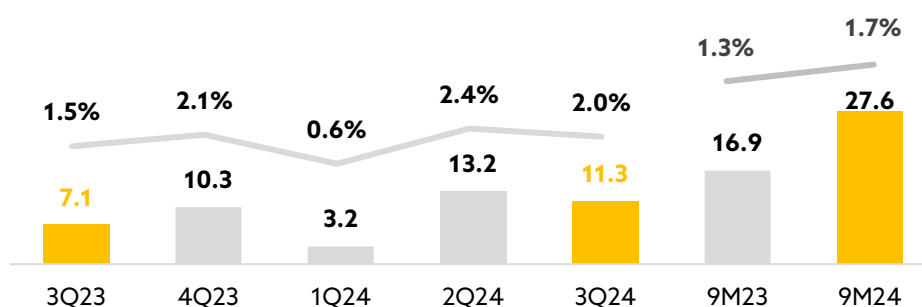
Income Tax and Social Contribution expenses totaled R\$ 3.7 million in 3Q24 and R\$ R\$ 9.4 million in 9M24, in line with the results presented and expected effective rate.

(R\$ million)	3Q23	3Q24	Chg. 3Q23 x 3Q24	9M23	9M24	Chg. 9M24 x 9M23
EBITDA	17.0	24.7	45.1%	46.3	64.8	39.9%
EBITDA Margin (%)	3.6%	4.3%	0.7 p.p.	3.4%	4.0%	0.6 p.p.
Depreciation and Amortization	-7.9	-9.3	16.9%	-23.1	-26.3	13.8%
Financial Result	0.4	-0.4	-	-0.5	-1.4	163.1%
Income Tax/Social Contribution	-2.4	-3.7	53.8%	-5.8	-9.4	61.3%
Net income (loss)	7.1	11.3	59.9%	16.9	27.7	63.5%

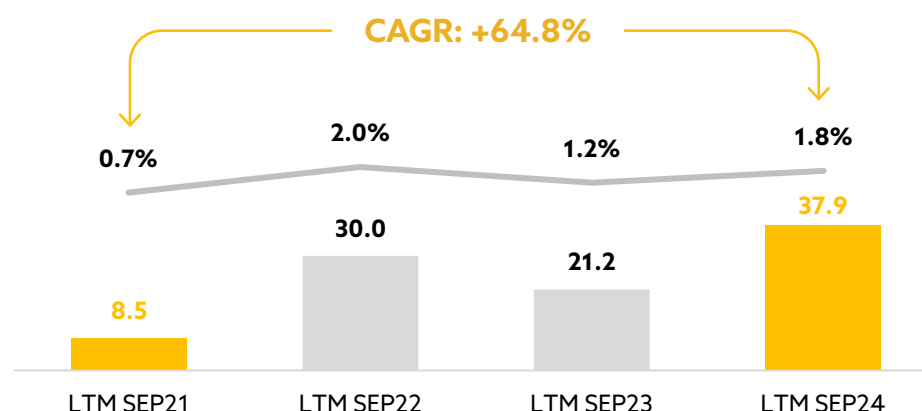
NET INCOME

In 3Q24, Rede d1000 reported a net income of R\$ 11.3 million, 59.3% higher than that recorded in 3Q23, with a net margin 0.5 p.p. higher, reaching 2.0%. Year-to-date, we recorded an increase of 63.4% compared to the same period of the previous year. This represented an increase of 0.4 p.p. in the net margin, which reached 1.7% in the period.

NET INCOME (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



NET INCOME (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE LTM



CASH CYCLE

In 3Q24, the Cash Cycle was 13.6 versus 9.1 days presented in the same period of the previous year, mainly due to the increase in the number of days in inventories, which went from 51.9 days to 61.2 days, mainly driven by the addition of branded medication inventories, which contributed to a 6-day increase in this working capital line, in addition to the opening of new stores. The cash cycle presented in 3Q24 should remain at this level for some time, and should reduce by around two days throughout 2025.

Even so, the integrated operation with Profarma Distribuição means that Rede d1000 has the shortest cash cycle on the market, which is an important competitive advantage within the industry.

Cash Cycle (days)	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24
Accounts receivable	29.9	29.7	30.7	29.0	27.0
Inventory	51.9	53.4	52.7	58.0	61.2
Suppliers	72.7	77.1	74.3	76.7	74.6
Cash Cycle	9.1	6.0	9.1	10.4	13.6

CASH FLOW

Operating cash flow for the period totaled R\$ 19.5 million, versus R\$ 18.5 million reported in the same period of the previous year. Year-to-date, operating cash generation was R\$ 49.2 million versus R\$ 41.6 million in 9M23.

In 3Q24, Free Cash Flow was negative by R\$ 7.1 million in 3Q24, versus a positive result of R\$ 1.8 million in 3Q23, due to higher investments (R\$ 26.6 million in 3Q24 vs. R\$ 16.6 million in 3Q23), in addition to the investment in inventories to finance the RX project.

Year-to-date, Free Cash Flow was negative by R\$ 11 million versus a positive result of R\$ 1 million in 9M23. Investments totaled R\$ 60.2 million in the first nine months of the year, with 52.6 allocated to renovations and openings of new stores. Additionally, due to the need for working capital, R\$ 30.4 million was invested in additional inventory of prescription drugs, which has been an important lever for Gross Revenue growth in 2024.

The Company continues adopting the strategy of financing the Expansion Plan with its own cash and does not expect to record Net Debt in a structural way, even if it may happen occasionally.

(R\$ million)	3Q23	3Q24	Chg. 3Q23 x 3Q24	9M23	9M24	Chg. 9M24 x 9M23
EBIT	9.0	15.0	66.6%	23.2	37.0	59.4%
Depreciation and Amortization	7.9	9.3	16.9%	23.1	26.3	13.9%
Other Adjustments	5.9	4.8	-19.6%	17.3	18.4	6.7%
Cash Cycle	-1.0	-13.7	1,260.7%	-18.0	-40.4	124.9%
Other Assets/(Liabilities)	-3.4	4.1	-223.6%	-4.0	7.9	-295.4%
Operating Cash Flow	18.5	19.5	5.5%	41.6	49.2	18.3%
Investments	-16.6	-26.6	60.0%	-40.6	-60.2	48.1%
Free Cash Flow	1.8	-7.1	-488.2%	1.0	-11.0	-1,215.3%
Financing	-1.8	-2.3	28.0%	-5.4	6.0	-210.0%
Total Cash Flow	0.0	-9.4	-	-4.4	-5.0	13.3%

INDEBTEDNESS

The Company closed 3Q24 with Net Cash of R\$ 2.9 million, in line with the more pronounced expansion movement. It is worth highlighting that the Company has a stable Gross Debt, being the only one in the industry to present Net Cash.

Net Cash Calculation (R\$ million)	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24
Gross Debt	-26.8	-26.8	-41.0	-37.7	-36.3
Short Term	-5.4	-9.3	-24.8	-13.4	-10.7
Long Term	-21.4	-17.5	-16.2	-24.2	-25.6
(+) Cash and Cash Equivalents	52.0	44.2	52.5	48.6	39.2
Net Cash	25.2	17.4	11.5	11.0	2.9

Rede d1000 develops ESG themes in a cross-cutting manner and aligns the entire Company's strategy with the United Nations 2030 Agenda, prioritizing the SDGs (Sustainable Development Goals):



SOCIAL - Qualification, Relationship and Opportunities

18 years of the Profarma Institute: September is the month of the Profarma Institute's anniversary. It has been 18 years of a solid journey, made up of volunteers, partners and the community. In the last 3 years alone, more than half a million people have been reached by actions and projects developed and aimed at over 80 institutions in different regions of Brazil. And we will not stop here: contributing to the transformation of lives with social responsibility, innovation and partnerships drive us to bring solidarity, support and defense of the fundamental rights of thousands of children and adolescents and fulfill our mission of driving the promotion of equity in future generations.

UNICEF Training: During the months of July and August, over 500 employees of Rede d1000 participated in training focused on the Partnership Project with UNICEF. With the purpose of integrating teams, updating information and improving approach skills, the event recognized the most engaged teams and had the participation of Makciel Castro, a young man from the outskirts of Ceará, formerly assisted by UNICEF, now a coach, speaker and community youth leader. Training and developing teams are a fundamental part of Rede d1000 expansion process and the partnership with UNICEF; this is one of our commitments to socio-community development.

Tamoio Race: This year's Tamoio Race had a special guest: the presence of the NGO Movimento de Mulheres de São Gonçalo, which welcomes and guides women and children who are victims of violence. During the event, participants were able to receive guidance on the work carried out by the NGO and make food donations, which contributed to the maintenance of the work of the institution that serves around 250 families.

Diversity, Inclusion & Protagonism: The Protagonist of Your History Program held the graduation of its 4th class, with the presence of 60 women who completed the training, focused on education, self-care, rights and entrepreneurship. Over six months, women - served by 10 organizations supported by the Profarma Institute - participated in the program that aims to foster empowerment and socioeconomic development, based on the "Mãe e Muito +" methodology, developed by the NGO Anjos de Tia Stellinha. In this fourth edition, the initiative received support from internal and external partners of the Profarma Group, in addition to the engagement of the Company's employees, who shared their experiences with the graduates on several topics.



GOVERNANCE - Soundness, Trends, Innovations and Connections

Chat with ESG: The Company develops the "ESG Chat" project with leadership, aiming to present and debate topics linked to the sustainability agenda. In the last edition, the project had the participation of Sonia Consiglio, a renowned sustainability specialist, advisor, LinkedIn Top Voice and reference on the subject in Brazil. During her presentation, the speaker highlighted the importance of integrating ESG issues into the strategic planning of areas and into performance indicators. The event was attended by more than 90 leaders, achieving a level of engagement and satisfaction of over 90%.

ESG na Abrafarma Future Trends: For two days, more than 6,000 participants at one of the largest pharmaceutical events in the world were able to have access the actions of Rede d1000's ESG agenda, through actions carried out by the Profarma Institute, which, at the forefront of innovation and positive social impact, formalized a partnership with Nestlé to donate products with an upcoming expiration date. The event represented an opportunity to align strategies to address social vulnerabilities, based on relationships and partnerships with industries, and reaffirmed our commitment to providing and strengthening access to healthcare for thousands of Brazilian children.

FINANCIAL STATEMENTS

R\$ million	IFRS-16		Without IFRS-16		IFRS-16		Without IFRS-16	
	3Q23	3Q24	3Q23	3Q24	9M23	9M24	9M23	9M24
Gross Revenue	469.1	574.9	469.1	574.9	1,348.7	1,623.1	1,348.8	1,623.1
RX	190.0	245.6	190.0	245.6	552.7	687.6	552.7	687.6
HB	118.9	133.2	118.9	133.2	338.1	388.0	338.1	388.0
OTC	106.2	130.1	106.2	130.1	303.5	361.7	303.6	361.7
Generic	54.0	66.0	54.0	66.0	154.4	185.8	154.4	185.8
Revenue Deductions	-22.4	-30.5	-22.4	-30.5	-62.8	-83.7	-62.8	-83.7
Net Operating Revenue	446.7	544.4	446.7	544.4	1,285.9	1,539.4	1,285.9	1,539.4
Costs of Products Sold	-305.9	-373.0	-305.9	-373.0	-877.5	-1,051.5	-877.5	-1,051.5
Gross Income	140.8	171.4	140.8	171.4	408.4	487.9	408.4	487.9
Gross Margin (Net Revenue)	31.5%	31.5%	31.5%	31.5%	95.3%	95.0%	95.3%	95.0%
Gross Margin (Gross Revenue)	30.0%	29.8%	30.0%	29.8%	90.9%	90.1%	90.8%	90.1%
Operating Expenses	-100.6	-150.5	-123.3	-156.0	-373.5	-435.5	-385.2	-449.4
General and Administrative Expenses	-13.3	-20.4	-13.3	-20.4	-43.2	-54.6	-47.4	-63.0
Sales Expenses	-88.6	-130.5	-111.3	-135.9	-329.0	-378.9	-336.5	-384.3
Other Operating Revenues/Expenses	1.3	0.4	1.3	0.3	-1.3	-2.0	-1.3	-2.1
Result before Financial Result	13.2	20.9	9.0	15.4	34.9	52.4	23.2	38.5
Financial Result	-5.6	-7.2	0.4	-0.4	-18.9	-23.0	-0.5	-1.4
Finance Income	2.1	1.1	2.1	1.1	4.5	3.1	4.5	3.1
Finance Expenses	-7.7	-8.3	-1.7	-1.5	-23.4	-26.1	-5.0	-4.5
Income before Taxes	7.6	13.7	9.4	15.0	16.0	29.4	22.7	37.1
Income Tax and Social Contribution	-1.8	-3.3	-2.4	-3.7	-3.8	-7.1	-5.8	-9.4
Income/Loss for the Period	5.8	10.4	7.1	11.3	12.2	22.3	17.0	27.7

BALANCE SHEET

(R\$'000)	12/31/2023	9/30/2024		
	IFRS16	IFRS16	Reclassification	IAS 17
Cash and cash equivalents	44,229	39,213		39,213
Financial instruments	0	0		0
Accounts receivable	160,447	172,503		172,503
Inventories	189,124	253,550		253,550
Recoverable taxes	51,262	45,533		45,533
Other accounts receivable	27,284	32,152		32,152
Total current assets	472,346	542,951	0	542,951
Judicial deposits	4,726	4,088		4,088
Financial instruments	0	0		0
Deferred income tax and social contribution	104,030	107,594	-18,054	89,540
Recoverable taxes	13,076	5,390		5,390
Other accounts receivable	519	519		519
Property, plant and equipment	353,422	453,199	-278,110	175,089
Intangible assets	600,400	607,054		607,054
Total non-current assets	1,076,173	1,177,844	-296,164	881,680
Total assets	1,548,519	1,720,795	-296,164	1,424,631
Suppliers	268,483	304,182		304,182
Suppliers - Drawee Risk	4,545	5,117		5,117
Loans and financing	9,288	10,679		10,679
Salaries and social contributions	39,676	56,237		56,237
Taxes and rates	10,368	18,632		18,632
Lease payable	65,763	75,864	-75,864	0
Other	9,761	8,747		8,747
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0			0
Total current liabilities	407,884	479,458	-75,864	403,594
Loans and financing	17,546	10,891		10,891
Taxes and rates	328	202		202
Deferred taxes	40,219	40,649		40,649
Provision for contingencies	20,332	20,388		20,388
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0	0		0
Lease payable	191,355	261,274	-261,274	0
Other		14,721		14,721
Total non-current liabilities	269,780	348,125	-261,274	86,851
Capital	1,004,004	1,004,004		1,004,004
Accumulated losses	-133,149	-110,792	40,974	-69,818
Total shareholders' equity	870,855	893,212	40,974	934,186
Total shareholders' equity and liabilities	1,548,519	1,720,795	-296,164	1,424,631

CASH FLOW (INDIRECT METHOD)

R\$ '000	3Q23		3Q24		9M23		9M24	
	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Without IFRS 16
Cash flows from operating activities								
Net income (loss) before income tax/social contribution	7.619	9.476	13.615	14.997	15.958	22.689	29.417	37.046
Adjustments to reconcile income (loss) with cash and cash equivalents generated by operating activities:								
Depreciation and amortization	7.917	7.917	9.256	9.256	23.072	23.072	26.278	26.278
Depreciation of right-of-use - Real estate	18.536	-	20.476	-	54.125	-	59.906	-
Interest from loans provisioned	1.090	1.090	770	770	3.340	3.340	2.756	2.756
Provision/Reversal to expected credit losses	(553)	(553)	(200)	(200)	(376)	(376)	(60)	(60)
Gain/Loss in the write-off of property, plant and equipment and intangible assets	710	710	18	18	1.278	1.278	538	538
Gain/Loss on reversion of the right of use of real estate	(234)	-	(38)	-	(844)	(187)	(577)	-
Provision/Reversal to inventory loss	51	51	23	23	228	228	315	315
Provision / Reversal for contingencies	447	447	578	578	1.758	1.758	1.750	1.750
Provision/Reversal of tax installment payments	1.896	1.896	224	224	812	812	171	171
Financial charges - right-of-use	5.975	-	6.801	-	18.413	-	21.453	-
Other	1.938	1.779	3.344	3.345	11.619	10.831	13.650	12.966
	45.392	22.813	54.867	29.011	129.383	63.445	155.597	81.760
Increase (decrease) in assets								
Accounts receivable	(2.569)	(2.569)	2.180	2.180	(21.094)	(21.094)	(11.996)	(11.996)
Inventories	(14.652)	(14.652)	(26.884)	(26.884)	(19.642)	(19.642)	(61.730)	(61.730)
Recoverable taxes	(538)	(538)	(160)	(160)	4.012	4.012	3.692	3.692
Corporate income tax (IRPJ) and social contribution (CSLL) paid	-3.001	-3.001	-2.669	-2.699	-7.134	-7.134	-9.723	-9.723
Commercial agreements	(4.254)	(4.254)	912	912	(6.063)	(6.063)	(660)	(660)
Other	1.036	1.036	62	62	(466)	(466)	(3.248)	(3.248)
Increase (decrease) in liabilities								
Suppliers	16.216	16.216	11.029	11.029	22.865	22.865	33.313	33.313
Salaries and contributions	33	33	549	549	874	874	1.764	1.764
Taxes payable	3.764	3.764	(287)	(287)	6.536	6.536	(2.055)	(2.055)
Other	(396)	(396)	404	404	(1.747)	(1.779)	(1.360)	(1.360)
Net cash generated (consumed) by operating activities	41.031	18.452	45.341	19.485	107.524	41.554	123.040	49.203
Cash flow from investment activities								
Acquisition payment	(1.069)	(1.069)	-	-	(3.317)	(3.317)	-	-
Additions to property, plant and equipment	(13.410)	(13.410)	(19.696)	(19.696)	(30.540)	(30.540)	(44.977)	(44.977)
Additions to intangible assets	(2.160)	(2.160)	(6.921)	(6.921)	(6.767)	(6.767)	(15.195)	(15.195)
Net cash consumed by investment activities	(16.639)	(16.639)	(26.617)	(26.617)	(40.624)	(40.624)	(60.172)	(60.172)
Cash flow from financing activities								
Raising of Intercompany loan - Principal	-	-	-	-	-	-	14.700	14.700
Payment of Intercompany Loan - Interest	-	-	(147)	(147)	-	-	(215)	(215)
Obtaining loans - Principal	-	-	-	-	-	-	19.000	19.000
Payment of loans - Amortization	(715)	(715)	(1.417)	(1.417)	(2.143)	(2.143)	(24.842)	(24.842)
Payment of loans - Interest	(1.083)	(1.083)	(737)	(737)	(3.268)	(3.268)	(2.690)	(2.690)
Lease payment - right-of-use - Amortization	(6.810)	-	(17.914)	-	(50.201)	-	(55.188)	-
Lease payment - right-of-use - Interest	(15.769)	-	(7.942)	-	(15.769)	-	(18.649)	-
Net cash consumed (generated) by financing activities	(24.377)	(1.798)	(28.157)	(2.301)	(71.381)	(5.411)	(67.884)	5.953
Net increase (decrease) (a) in cash and cash equivalents	15	15	(9.433)	(9.433)	(4.481)	(4.481)	(5.016)	(5.016)
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	51.969	51.969	48.646	48.646	56.465	56.465	44.229	44.229

ABOUT THE COMPANY

We are a chain of drugstores formed by the acquisitions of Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio and Drogaria Rosário brands. We have 259 stores spread across Rio de Janeiro, the Federal District and Mato Grosso. All our brands have been present for over 40 years in their regions of operation and, together, with around 4,000 employees, they serve more than 2.5 million consumers/month. Our platform – with its multiple and complementary positioning – allows us to experience the particularities and needs of all social classes of the Brazilian population, inaugurating a unique popular model and respecting the characteristics of each region.



LEGAL NOTICE

The assertions contained in this document related to business prospects, projections of operating and financial results, as well as those related to the growth prospects, are merely projections and, as such, are based exclusively on the Management's expectations about the future of the businesses. These expectations depend substantially on market conditions, legislation, the performance of the Brazilian economy, the industry and international markets and, thus, are subject to change without prior notice.