

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

1T26

06 de maio de 2026

WEBCAST

07 de maio, quinta-feira, às 11:00h

[CLIQUE AQUI](#)

CONTATO RI

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM

A **Rede d1000** encerra o 1T26 com EBITDA Ajustado de R\$ 17,9 milhões e Lucro Líquido de R\$ 4,6 milhões, crescimento de 29,0% e 33,6% em relação ao 1T25.

DESTAQUES 1T26 x 1T25

R\$ 695,9 MM

Receita Bruta

+21,2% x 1T25

10,3p.p. acima do mercado

Vendas

Mesmas Lojas

+16,1% x 1T25

Vendas

Lojas Maduras

+12,2% x 1T25

Expansão

ROIC médio de **24%**

Safra 2021 - ROIC 38%

302 Lojas

+21 unidades x 1T25

R\$ 143,0 MM

Omnichannel

+ 264,1%, atingindo **20,6%** da

Receita Bruta

PRINCIPAIS INDICADORES

	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26	VAR. 1T25 X 1T26
Nº de Lojas	281	280	283	300	302	7,5%
(R\$ milhões)						
Receita Bruta	574,3	634,7	680,9	701,9	695,9	21,2%
Lucro Bruto	169,7	191,6	195,7	205,3	201,9	19,0%
Margem Bruta (% Receita Bruta)	29,5%	30,2%	28,7%	29,2%	29,0%	-0,5 p.p
EBITDA Ajustado	13,9	27,7	30,6	31,1	17,9	29,0%
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	2,4%	4,4%	4,5%	4,4%	2,6%	0,2 p.p
Lucro Líquido Ajustado	3,5	9,2	12,4	14,2	4,6	33,6%
Margem Líquida (% da Receita Bruta)	0,6%	1,4%	1,8%	2,0%	0,7%	0,1 p.p

Rio de Janeiro, 06 de maio de 2026 - A **d1000 Varejo Farma SA**, ("Rede d1000" ou "Companhia", B3: DMVF3), anuncia os resultados do primeiro trimestre de 2026 (1T26). 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 (1T25).

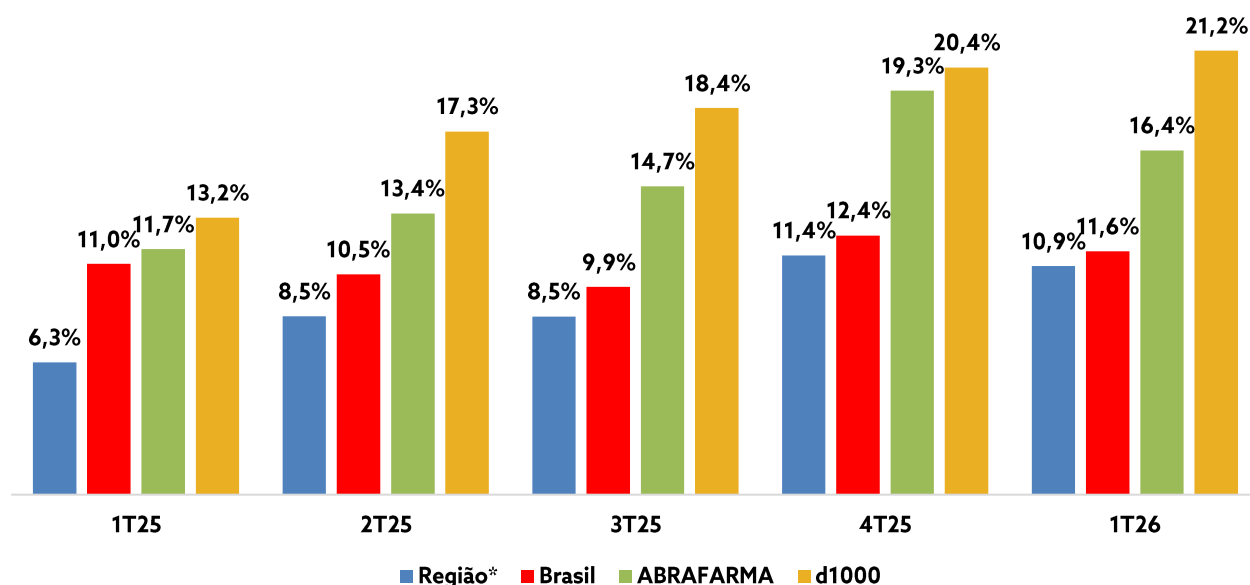
Ao longo do 4T24, a Companhia reativou a operação na subsidiária Centro Oeste Farma Distribuidora de Medicamentos ("COF"), com foco na otimização de saldo de impostos a recuperar. Tratou-se de um movimento transitório, que finalizou no 4T25. Entretanto, para fins de comparabilidade com o ano anterior, os resultados apresentados refletem, exclusivamente, o desempenho recorrente das operações da Companhia, permitindo uma análise mais precisa sobre a evolução do negócio, sem a influência de eventos extraordinários.

VAREJO FARMACÊUTICO

No 1T26, o varejo farmacêutico nacional apresentou crescimento de 11,6% e continuou sendo impulsionado pela venda de medicamentos de classe GLP-1, indicados para obesidade e diabetes, levando a categoria de medicamento de marca ao crescimento de 15,9%. As categorias de medicamentos genéricos, OTC e higiene e beleza (HB) cresceram, respectivamente, 11,6%, 8,7% e 7,6%. Quando extrapolamos esse crescimento para as regiões de atuação da Rede d1000 (RJ, DF e MT), vemos um mercado que evoluiu 10,9% no trimestre, 0,7p.p. abaixo do mercado nacional.

A Rede d1000, por sua vez, alcançou crescimento de 21,2% no mesmo período, resultado 9,6p.p. superior ao observado no mercado nacional e 10,3p.p. maior do que o reportado na sua região de atuação, atingindo *market share* de 12,2%. Comparado com o crescimento de 16,4% da Abrafarma no 1T26, a Companhia evolui 4,8p.p. acima da média das grandes redes nacionais.

Nossa atuação se orienta por uma estratégia *omnichannel* que integra loja física e canais digitais, respondendo à demanda crescente por conveniência, personalização e cuidado contínuo. Ao capturar a onda de transformação do varejo farmacêutico – que exige mais do que simples comércio de medicamentos – temos criado diferenciação na experiência dos nossos clientes e crescimento acima da média do setor.



*na sua área de atuação (RJ, DF e MT). Quando comparamos o *market share* com o 4T25, vemos uma queda de 0.6p.p. devido a um efeito estatístico em função da ampliação da área trabalhada no Estado do MT.

PORTFÓLIO DE LOJAS

A Rede d1000 inaugurou três novas lojas no primeiro trimestre de 2026, sendo duas no Rio de Janeiro e outra em Brasília (DF). Considerando essas inaugurações e o fechamento de uma filial, a Companhia encerrou o trimestre com 302 lojas, seu maior patamar histórico, crescendo 7,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

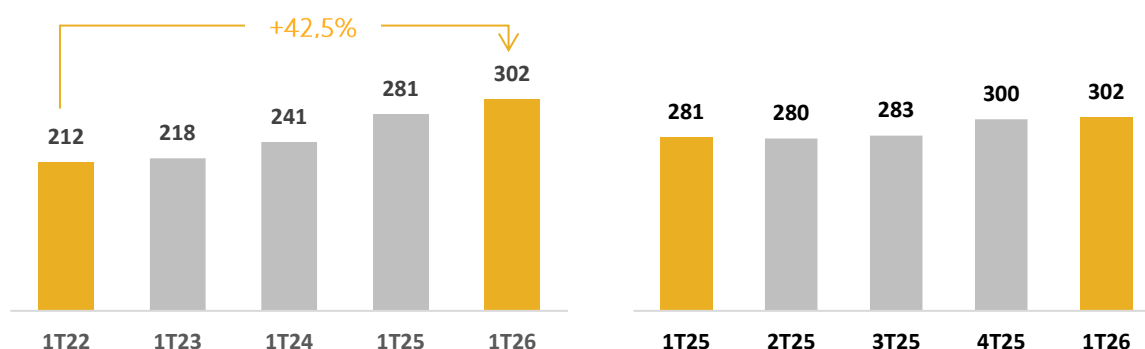
O plano de expansão continua consistente, bem como o aprimoramento do portfólio de lojas. Conforme *guidance* anunciado, além das inaugurações realizadas nesse trimestre a Companhia espera abrir mais 37 lojas e reformar outras 10 durante o ano de 2026. A expectativa para 2026 é que tenhamos uma expansão mais equilibrada a partir dos próximos trimestres.

A Rede d1000 encerrou o trimestre com 31,1% de suas lojas (94 unidades) ainda em processo de maturação, sendo 9,9% (30 unidades) no primeiro ano de operação, das quais 21 lojas possuem menos de 6 meses, indicando relevante potencial de crescimento existente, com uma base significativa de lojas em processo de consolidação e amadurecimento. Esse cenário abre espaço para ganhos importantes de produtividade e rentabilidade nos próximos períodos, em linha com a estratégia de expansão sustentável e geração de valor no médio e longo prazo.

O portfólio permanece majoritariamente composto por lojas "Padrão" e "Popular", que representam 75,7% da base (228 unidades). As lojas "Premium" respondem por 24,3% da base (74 unidades) e vem ganhando espaço comparando com o mesmo período de 2025, quando representava 21,7% da base de lojas, à medida que a expansão evolui para lojas com esse perfil.

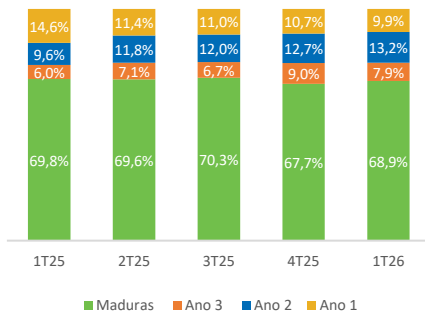
A estratégia de expansão, associada à modernização do portfólio de lojas existentes, vem contribuindo fortemente para o crescimento de vendas e ganhos de *market share*, que alcançou 12,2%* de participação no 1T26, crescimento de 0,6 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados atualizados pela IQVIA Brasil.

Número de lojas (#)

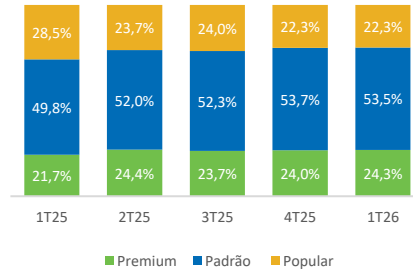


*na sua área de atuação (RJ, DF e MT). Quando comparamos o *market share* com o 4T25, vemos uma queda de 0.6p.p. devido a um efeito estatístico em função da ampliação da área trabalhada no Estado do MT.

Distribuição etária do portfólio



Rede de lojas por perfil (%)



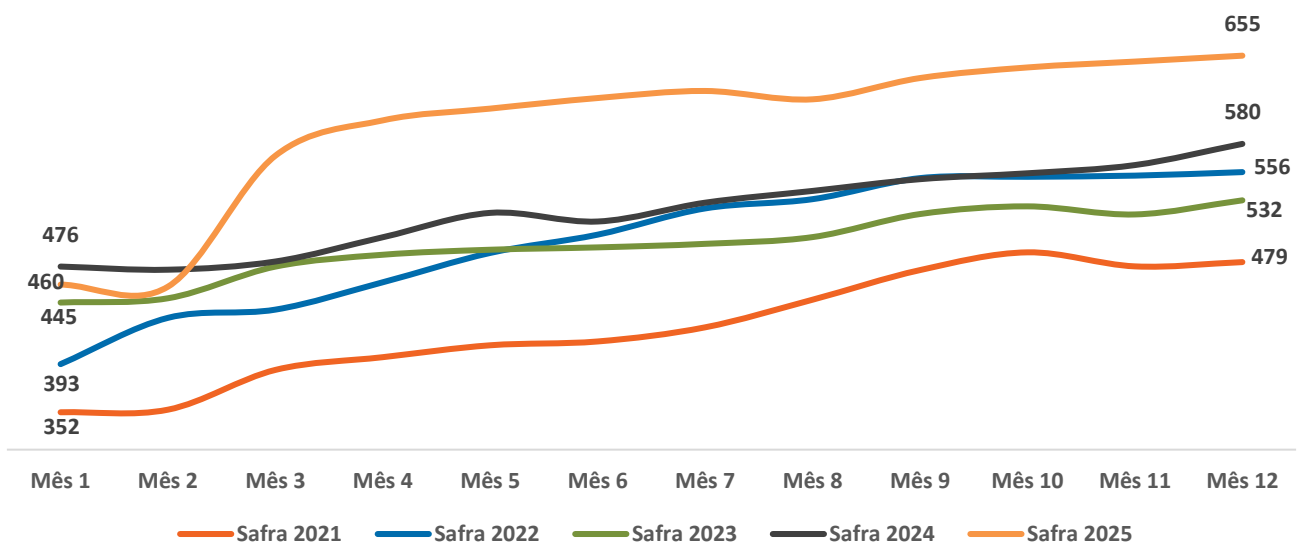
Presença geográfica (#)



A expansão da Rede d1000 continua avançando de forma consistente. Com o uso de ferramentas estratégicas que aprimoram tanto a análise de mercado quanto a compreensão das necessidades dos clientes, somados a uma criteriosa escolha de novos pontos de venda, têm resultado na inauguração de lojas com desempenho de vendas superior ao registrado em safras anteriores, além da maturação mais acelerada.

Analisando a safra de 2025, já podemos observar níveis de vendas que continuam a tendência de superação das safras anteriores, atingindo no quarto mês o faturamento médio alcançado em ciclos anteriores apenas após o primeiro ano de atividade, assim como acontece com a safra de 2024, onde todas as lojas já operam há pelo menos 12 meses e o faturamento médio alcançado é superior a todas as safras anteriores.

Vendas por safra – lojas novas (R\$ mil) *



*valores históricos nominais

Quando analisamos a expansão sob o aspecto de retorno, através do cálculo do ROIC marginal para as safras que possuem pelo menos um ano de maturação completo, a safra de 2024 já se apresenta com retorno de 17%.

Para o portfólio referente à expansão de 2021 a 2023 é apresentado um ROIC de 28%, com 38% de ROIC para a safra 2021, 30% para a safra de 2022 e 19% para a safra de 2023.

ROIC Marginal – Expansão

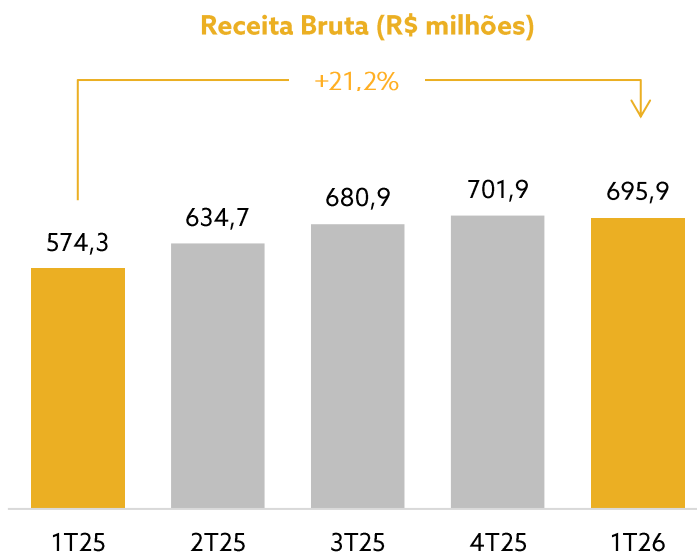
ROIC Marginal	Safra 2024 (1 ano de maturação)	Safra 2023 (2 anos de maturação)	Safra 2022 (3 anos de maturação)	Safra 2021 (4 anos de maturação)
Lojas Abertas	40	30	11	30
Venda Média (R\$ Mil / Mês / Loja)	616	582	618	712
Margem de Contribuição (%)	6,8%	7,1%	10,1%	10,3%
Margem de Contribuição (R\$ Mil / Mês / Loja)	42	41	62	73
Margem de Contribuição Anual (R\$ Mil / Ano / Loja)	502	494	746	877
CAPEX Médio	1.725	1.435	1.417	1.300
WC Médio (R\$ Mil / Loja)	1.200	1.200	1.100	1.000
IC Médio (R\$ Mil / Loja)	2.925	2.635	2.517	2.300
ROIC Marginal por Loja (%)	17%	19%	30%	38%

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

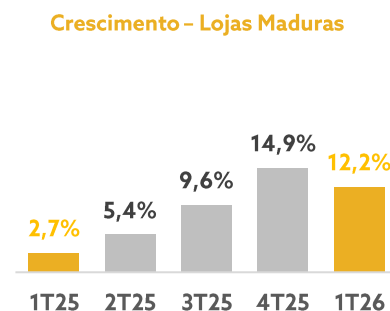
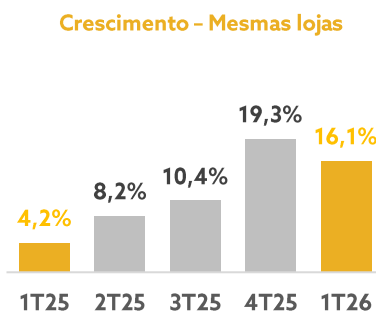
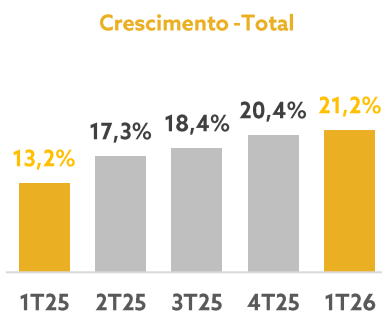
RECEITA BRUTA

A Rede d1000 alcançou R\$695,9 milhões de Receita Bruta no primeiro trimestre de 2026, apresentando um avanço de 21,2% em relação ao mesmo período de 2025. Além da expansão de lojas, que vem sendo o principal driver de crescimento da Companhia nos últimos anos, tivemos crescimento superior à inflação em quase todas as categorias de produtos, com destaque para a categoria de medicamentos de marcas que continua com crescimento expressivo, especialmente, pela alta demanda dos produtos GLP-1, indicados para obesidade e diabetes.

Nas regiões onde atua, a Rede d1000 continua apresentando crescimento bem superior ao mercado, alcançando 12,2% de participação em 1T26, crescimento de 0,6p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados atualizados pela IQVIA Brasil.

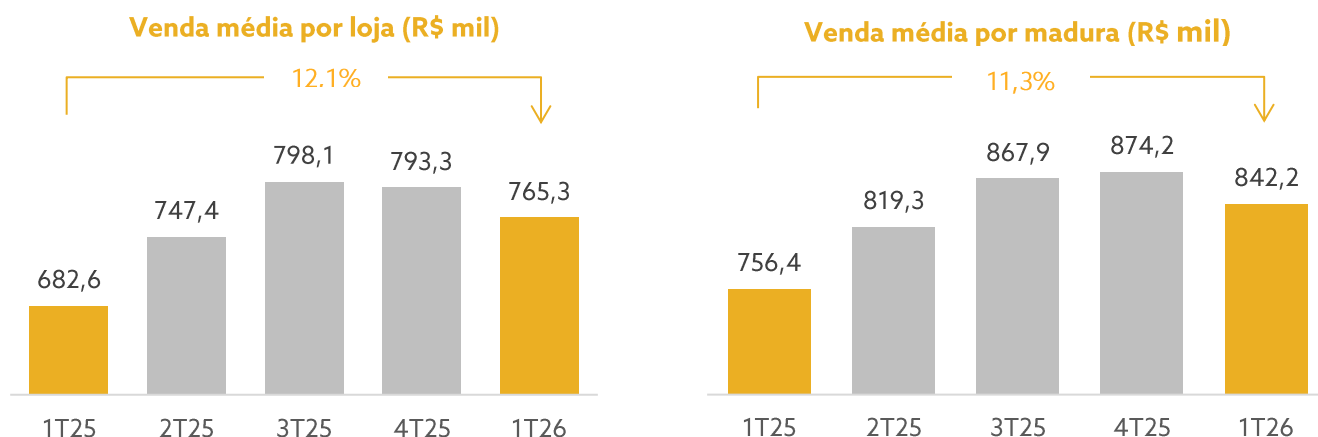


A Companhia apresentou crescimento de 16,1% em mesmas lojas (SSS) e 12,2% em lojas maduras (MSSS), fruto do processo de maturação de parte do portfólio e bem acima da inflação do período, contribuindo para a diluição de despesas e aumento de rentabilidade, além de uma base de comparação mais fraca, visto que o 1T25 foi um trimestre mais desafiador.



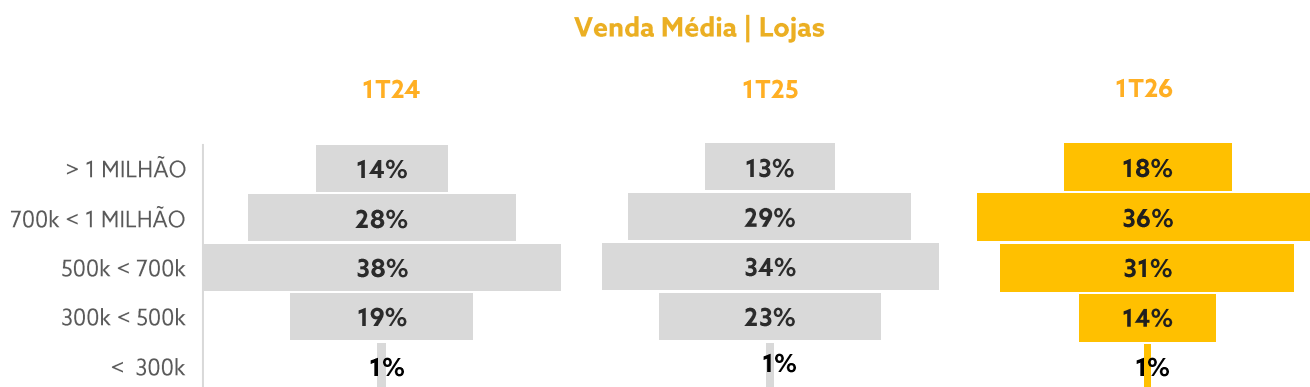
Venda média por loja

A Rede d1000 apresentou no primeiro trimestre de 2026 uma venda média por loja de R\$ 765,3 mil, o que representa uma evolução de 12,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, mesmo com 31,1% da base a maturar, dos quais 7,0% com menos de 6 meses de operação. Considerando apenas as lojas maduras, a Companhia atingiu R\$ 842,2 mil de venda média, crescendo 11,3% em relação ao mesmo período do ano anterior.



O gráfico abaixo demonstra a evolução do desempenho de vendas das lojas em seu processo de maturação, considerando aquelas abertas há mais de 6 meses. O portfólio de lojas que faturam mais de R\$ 700 mil representou 54% do total de lojas versus 42% no 1T25, aumento de 12, p.p.

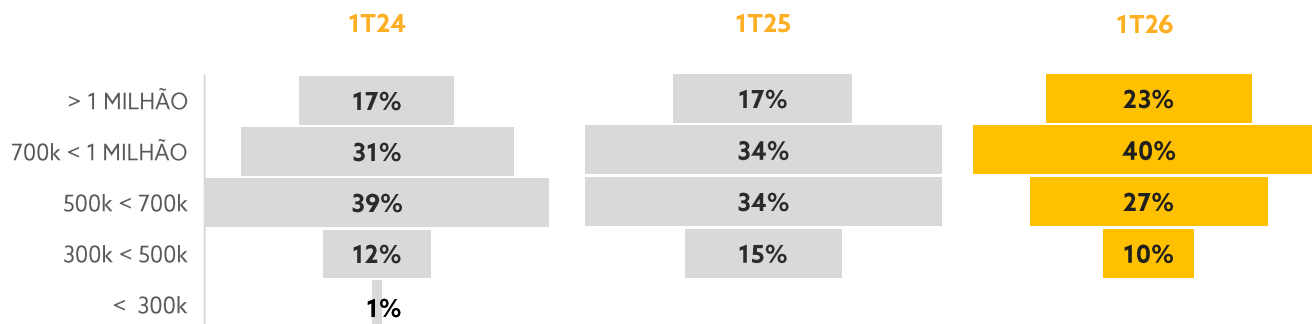
Atualmente, 18% das lojas da Rede d1000 faturam acima de R\$ 1 milhão, incremento de 5,0p.p. na participação total, em relação ao mesmo período do ano anterior.



Foram consideradas apenas lojas abertas há mais de 6 meses

Quando analisamos apenas a base de lojas maduras, já observamos 23% das lojas faturando acima de R\$1 milhão, incremento de 6,0p.p na participação total, quando comparado com o mesmo período de 2025.

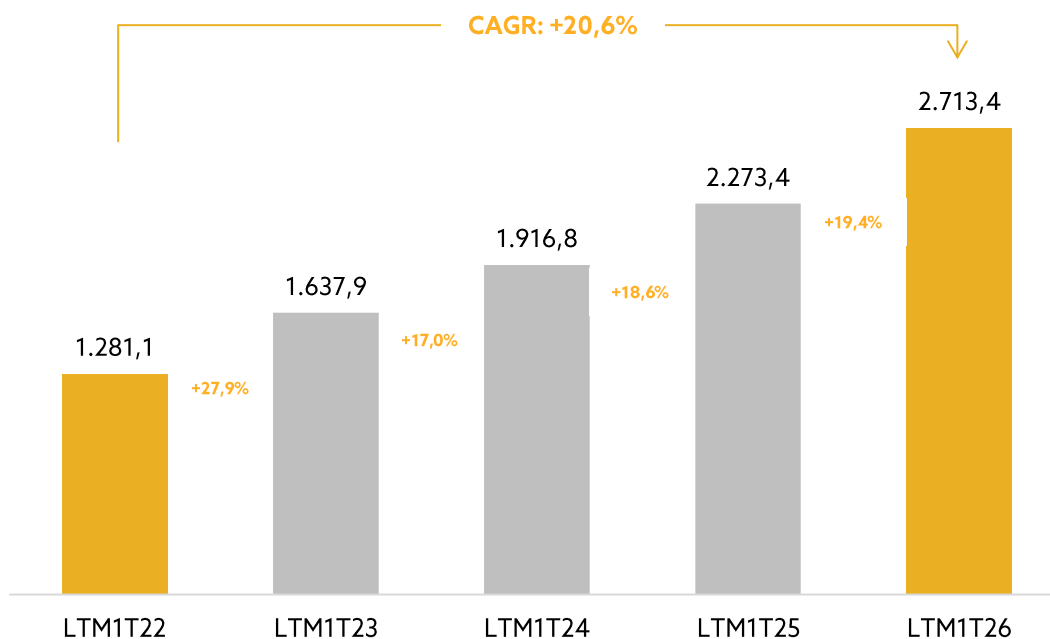
Venda Média | Lojas Maduras



Foram consideradas apenas lojas maduras

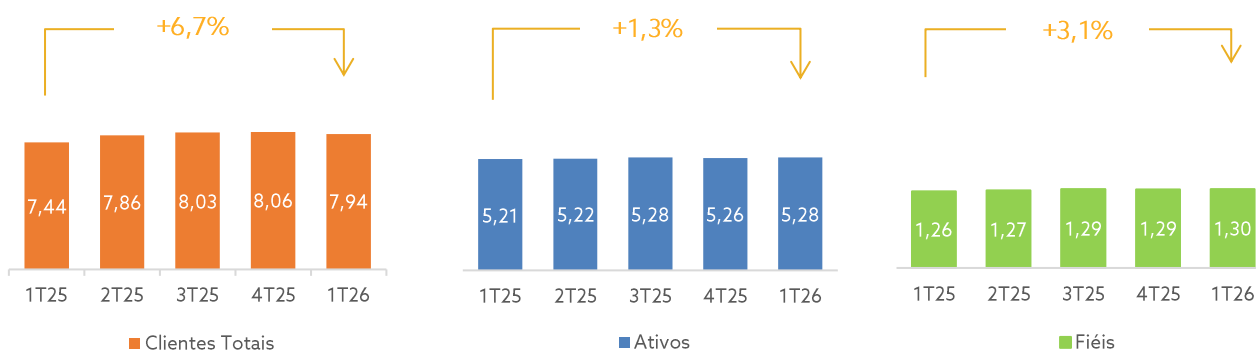
A Receita Bruta da Rede d1000 vem apresentando forte crescimento nos últimos anos, com um CAGR de 20,6%, alcançando a marca de R\$ 2,7 bilhões nos últimos 12 meses, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

Receita Bruta LTM (R\$ milhões)

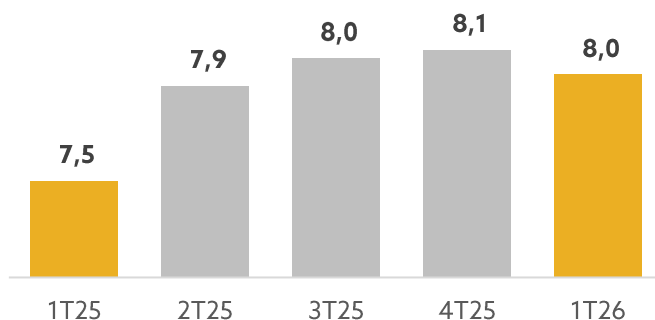


CRM (Customer Relationship Management)

A Rede d1000 atendeu 8,0 milhões de clientes no 1T26, o que representa um aumento de 6,7% em comparação ao 1T25 e continua avançando na estratégia de CRM (*Customer Relationship Management*). No 1T26, a base de clientes ativos atingiu 5,3 milhões, crescimento de 1,3% contra o mesmo período do ano anterior. A base de clientes fiéis, principal foco dentro da estratégia de comunicação com os clientes, totalizou 1,3 milhão, aumentando não somente a sua frequência de compra, como o tamanho do ticket, que nesse trimestre foi aproximadamente 44% superior ao ticket médio da Companhia.

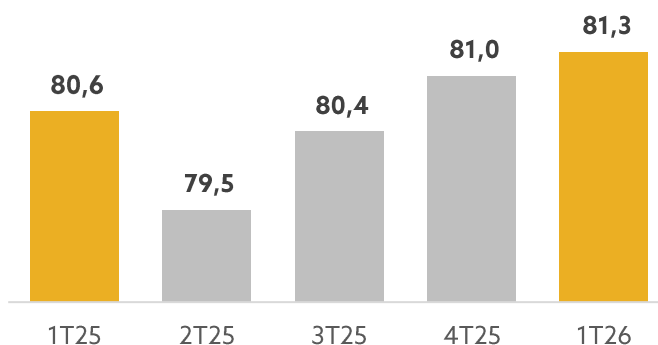


Base de Clientes (# milhões)



No 4T25, a Rede d1000 manteve elevados níveis de satisfação dos seus clientes, refletidos no *Net Promoter Score (NPS)*, que atingiu 81,3 pontos no período. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia com a excelência no atendimento e a contínua melhoria da experiência de compra em suas lojas.

NPS

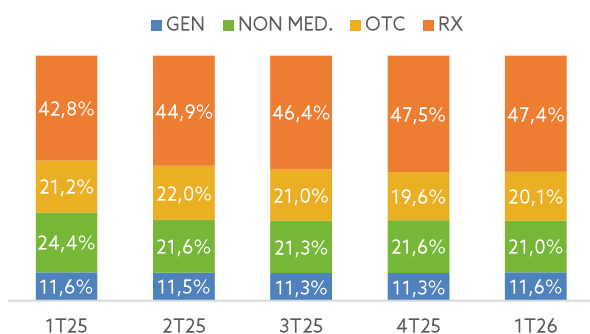


MIX DE VENDA

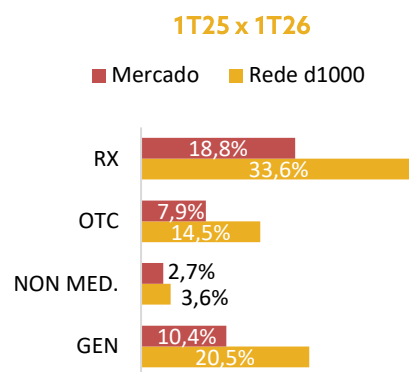
No 1T26, observamos mais uma vez crescimento em todas as categorias do Mix de Vendas quando comparamos com o mesmo período do ano anterior, com destaque para os medicamentos de marca (RX) e genéricos, que cresceram 33,6% e 20,5%, respectivamente. A categoria de medicamentos de marca representou 47,4% das vendas totais, um incremento de 4,6p.p. em relação ao 1T25, que continua sendo impulsionada pela demanda de produtos relacionados à categoria de medicamentos GLP1 no período e maior capacidade de abastecimento dessa categoria pela indústria.

A categoria de OTC também apresentou importante aumento de vendas no 1T26, comparando com 1T25, crescendo 14,5% versus 7,9% de aumento nas regiões de atuação da Rede d1000, enquanto a categoria de não medicamentos cresceu 3,6%, 0,9p.p. acima do seu mercado de atuação que cresceu 2,7% no mesmo período.

Participação de Venda por Categoria



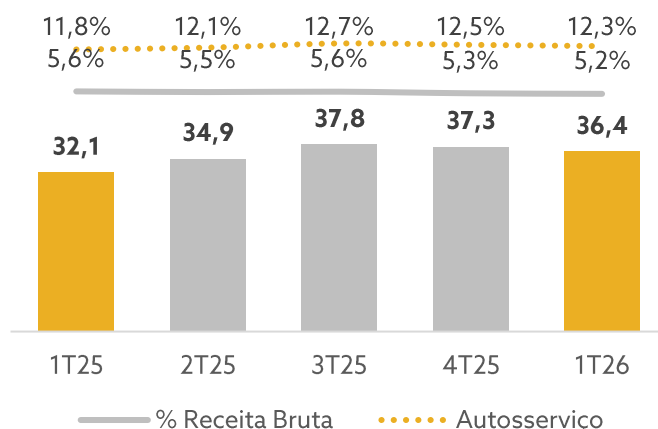
Crescimento por Categoria



MARCAS EXCLUSIVAS

As vendas de Marcas Exclusivas atingiram R\$36,4 milhões no 1T26, aumento de 13,3% em relação ao mesmo período de 2025, representando 12,3% da receita do autosserviço, incremento de 0,5 p.p. em relação ao 1T25, e participação de 5,2% nas vendas totais. Nesse período foram realizados 9 lançamentos, totalizando 396 SKUs. Com a entrada em 15 novas categorias em relação ao 1T25, a Companhia alcançou o marco de atuação em mais de 100 categorias, com liderança em 47 delas.

Vendas (R\$ milhões) e % total da venda e % autosserviço





Destaca-se ainda a expansão da marca Bonnevi, lançada no 4T24, que teve parte relevante do seu portfólio introduzida apenas no final do 4T25. No 1T26 a marca superou R\$1,6 milhão em vendas com portfólio de 12 SKUs. A performance inicial, aliada a um pipeline relevante de lançamentos, reforçam o potencial de expansão dela, com expectativa de ganho contínuo de relevância nas categorias de conveniência ao longo dos próximos períodos.

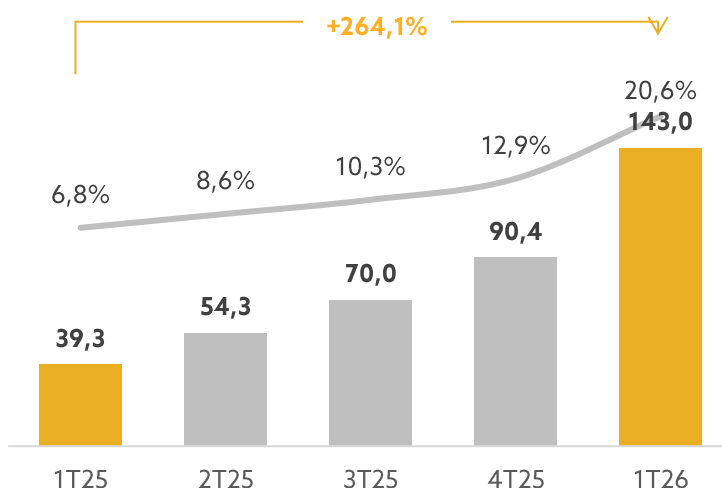
OMNICHANNEL

As vendas não presenciais são importante alavanca de crescimento para a Companhia e continuamos avançando em diversas frentes que vem contribuindo para o aumento das vendas e recorrência de compra dos nossos clientes, além do aumento do ticket médio.

No ecommerce, estamos investindo na experiência de compra dos nossos consumidores, através de melhorias na utilização do app que vem promovendo o aumento na conversão de vendas e volume de recompra que, nesse canal, chega a ser três vezes maior do que no site. Continuamos ampliando o número de lojas com modal de entrega e quantidade de transportadoras parceiras e, com isso, realizando entregas cada vez mais rápidas aos nossos clientes. Além disso, a venda de produtos GLP1 também vem contribuindo de forma significativa para o aumento de vendas nesse canal.

No 1T26, as vendas não presenciais alcançaram o recorde de R\$ 143,0 milhões, representando um crescimento de 264,1% quando comparado ao 1T25, chegando a 20,6% da Receita Bruta da Companhia, alcançando pela primeira vez a participação acima de 20% nesse modal de vendas.

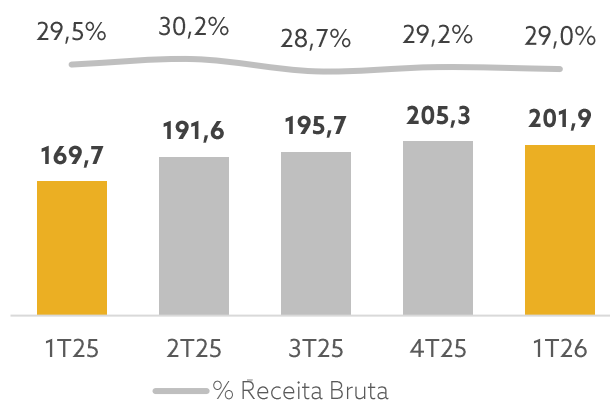
Venda Omnichannel (R\$ milhões) e % na Receita



LUCRO BRUTO

Em mais um trimestre marcado pela forte evolução dos medicamentos indicados para obesidade e diabetes (GLP-1), o Lucro Bruto alcançado pela Rede d1000 foi de R\$201,9 milhões, evolução de 19,0% em relação ao mesmo período de 2025. A margem bruta do trimestre foi de 29,0%, sendo 0,5p.p. menor do que a reportada no 1T25, impactada, principalmente, pelo aumento de 4,6p.p. na participação de medicamentos de marca no mix total na comparação entre os períodos. A maior participação de RX no mix de vendas impacta os percentuais de margem bruta na comparação entre os períodos, mas por outro lado, contribui de forma muito significativa para a diluição de despesas, tendo em vista um maior ticket médio.

Lucro Bruto (R\$ milhões) e Margem Bruta (% Receita Bruta)

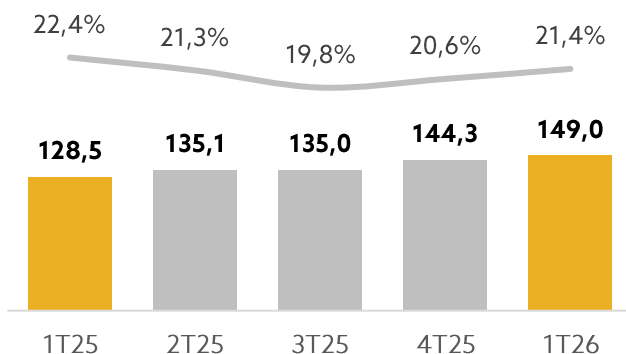


DESPESAS OPERACIONAIS

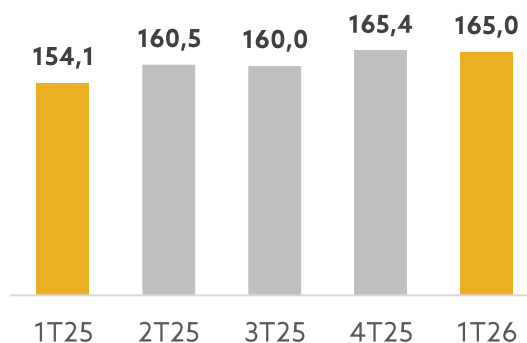
Despesas com vendas

No 1T26, as Despesas com Vendas totalizaram 149,0 milhões, aumento de 15,9% em relação ao 1T25, justificado, principalmente, pelo ritmo acelerado de inaugurações de lojas nos últimos meses de 2025, mas bem controladas, conforme demonstrado pela despesa de vendas média de lojas no período. Nesse sentido, as Despesas com Vendas representaram 21,4% da Receita Bruta, uma diluição de 1,0p.p. versus os 22,4% apresentados no 1T25.

Despesas com Vendas (R\$ milhões) e % Receita Bruta



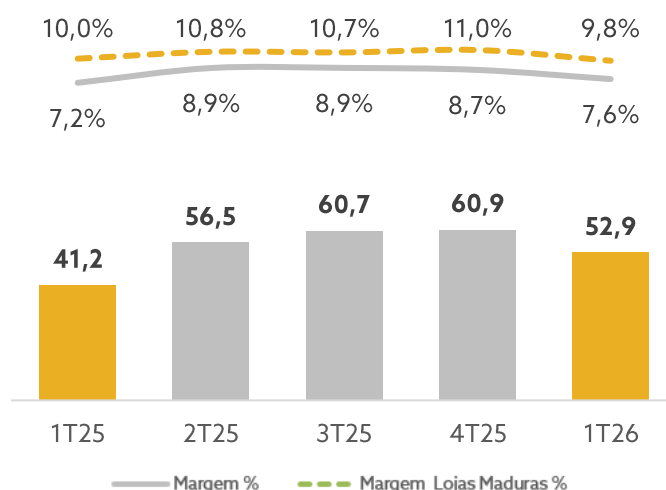
Despesas Venda Média Loja (R\$ mil)



MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

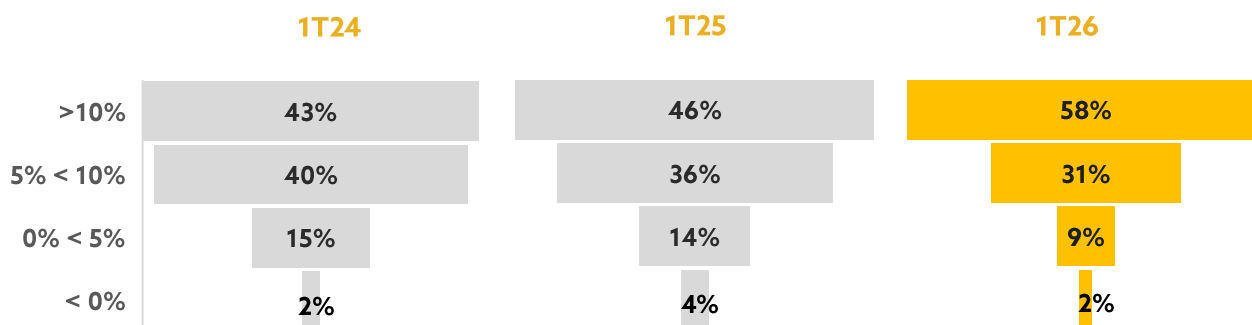
A Margem de Contribuição consolidada atingiu R\$ 52,9 milhões no 1T26, avanço de 28,5% sobre o ano anterior, representando 7,6% da Receita Bruta, evolução de 0,4p.p. em relação ao 1T25. Mesmo diante do maior peso de medicamentos de prescrição e mais de 30% da base de lojas ainda em fase de maturação, a forte diluição de despesas apresentada no trimestre contribuiu para a evolução da margem de contribuição em relação ao 1T25.

Margem de Contribuição (R\$ milhões) e % Receita Bruta



Os gráficos abaixo demonstram a evolução da margem das lojas ao longo dos anos, onde temos 58% de lojas maduras com margem acima de 10%, incremento de 1,2p.p. em relação ao 1T25 e oportunidades de incrementar a rentabilidade em outros 42% da base.

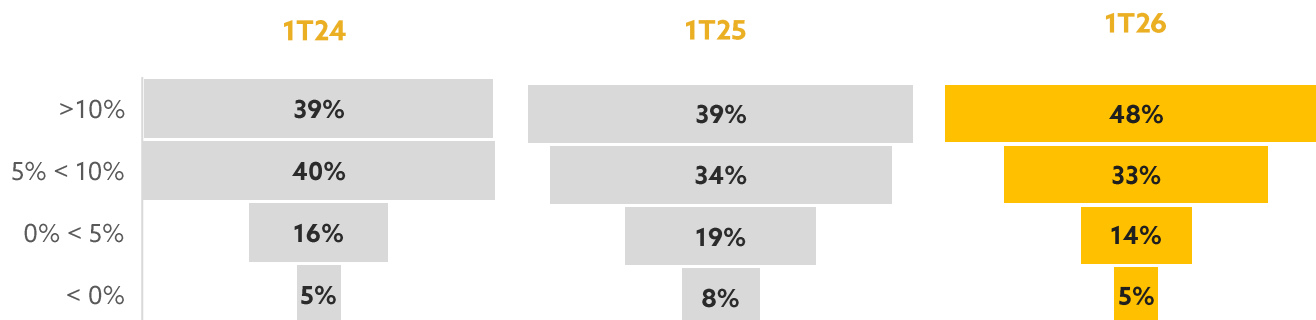
Margem de Contribuição | Lojas Maduras



Foram consideradas apenas lojas maduras

O aumento potencial da rentabilidade da Companhia é ainda maior quando olhamos a base de lojas acima de 6 meses, onde 52% do portfólio ainda entrega menos de 10% de Margem de Contribuição, representando oportunidade de alavancagem operacional à medida que evoluírem no processo de maturação.

Margem de Contribuição | Lojas

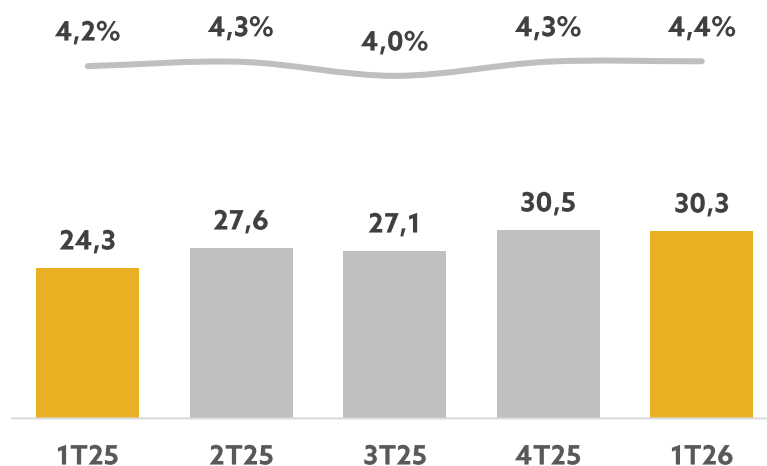


Foram consideradas apenas lojas abertas há pelo menos 6 meses

Despesas Gerais e Administrativas - G&A

As Despesas Gerais e Administrativas (G&A) totalizaram R\$ 30,3 milhões no 1T26, um aumento de 24,8% em relação ao mesmo período de 2025, representando 4,4% da Receita Bruta. Esse aumento está majoritariamente relacionado à manutenção de gastos destinados à tecnologia, focados em áreas estratégicas como Dados e Segurança da Informação.

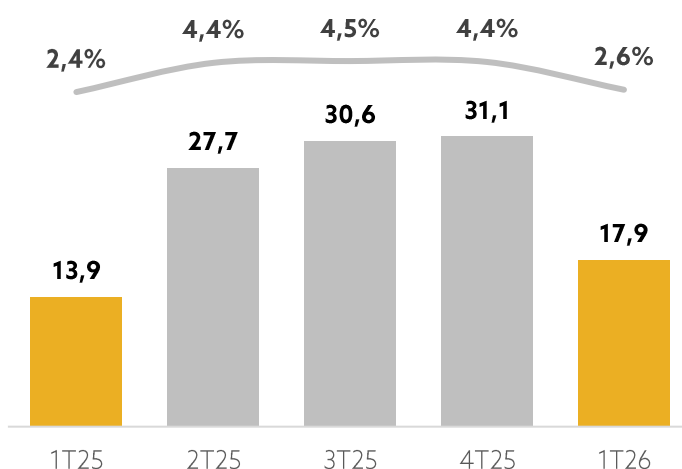
Despesas Gerais e Administrativas (R\$ milhões) e % Receita Bruta



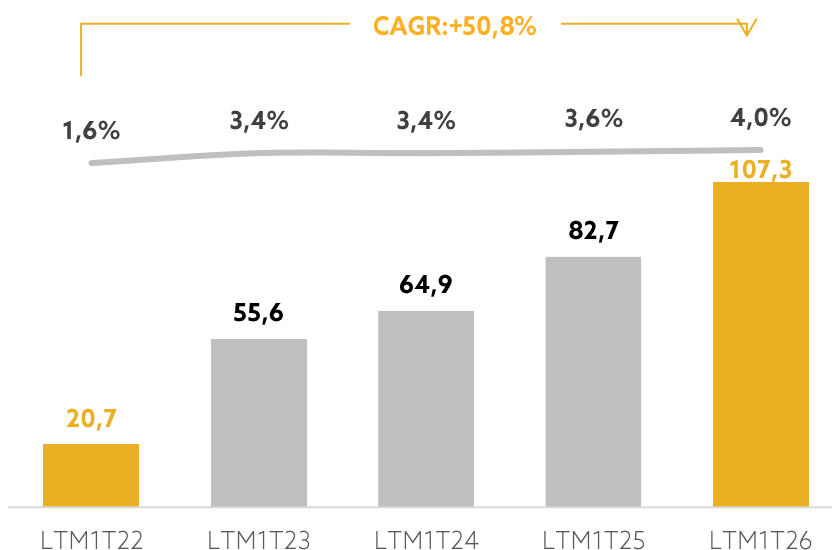
EBITDA AJUSTADO

O EBITDA Ajustado alcançou R\$ 17,9 milhões no 1T26, evolução de 29,0% sobre o mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA foi de 2,6%, representando um incremento de 0,2p.p. em relação ao 1T25, fruto da diluição de despesas de vendas. Vale ressaltar que grande parte das inaugurações de 2025 ocorreu nos últimos meses do ano, o que faz com que as lojas ainda estejam em estágio inicial de maturação, sem contribuir de forma significativa para a diluição de despesas, representando uma alavanca de crescimento para os próximos trimestres.

EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



EBITDA Ajustado LTM (R\$ milhões)



Conciliação EBITDA Ajustado	1T25	1T26
Lucro Líquido (com IFRS 16)	0,1	1,5
(+) Resultado Financeiro Líquido	14,2	18,2
(+) Imposto de Renda e CS	-5,2	-6,2
(+) Depreciação e Amortização	32,5	36,5
EBITDA (com IFRS 16)	41,6	50,0
(+ / -) Impactos IFRS 16	-28,3	-32,0
EBITDA (ex IFRS 16)	13,3	18,0
(+ / -) Ajustes COF	0,6	-0,1
(+ / -) Outros Ajustes		
EBITDA Ajustado sem IFRS 16	13,9	17,9

DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IMPOSTO DE RENDA

As despesas com depreciação e amortização atingiram R\$13,2 milhões no 1T26 versus R\$10,9 milhões apresentados no 1T25. O resultado 21,1% maior na comparação ano contra ano reflete, principalmente, o aumento do número de lojas (281 lojas no 1T25 x 302 lojas no 1T26).

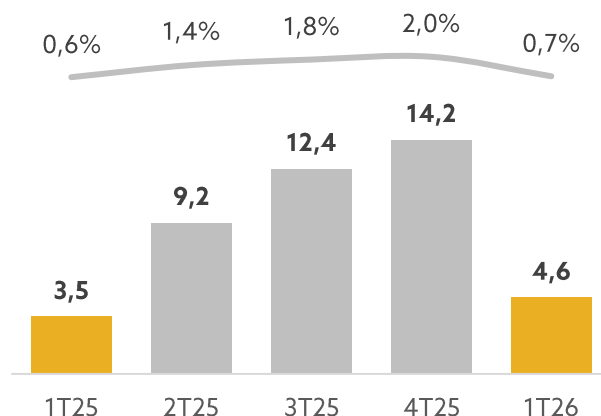
No 1T26, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$ 5,1 milhões, versus o total de R\$ 3,2 milhões no 1T25. O incremento é explicado pelo aumento do endividamento líquido da Companhia e consequente aumento da despesa financeira dada a manutenção do plano de expansão e pela necessidade de financiamento em capital de giro decorrentes do aumento da participação das categorias de medicamentos no total das vendas, principalmente, as relacionadas a GLP1, cujo ciclo de caixa é significativamente mais longo do que o restante da operação.

	1T26	Impactos	Ajustes	1T26	1T25	Impactos	Ajustes	1T25
	Contábil	IFRS 16	Gerenciais	Ajustado	Contábil	IFRS 16	Gerenciais	Ajustado
Receita Bruta	695,9			695,9	602,9			602,9
Deduções	-35,5			-35,5	-34,6			-34,6
Receita Líquida	660,4			660,4	568,3			568,3
Custo dos Produtos Vendidos	-458,5			-458,5	-398,7			-398,7
Lucro Bruto	201,9			201,9	169,7			169,7
Despesas	-151,9	-32,0	-0,1	-184,0	-128,1	-28,3	0,5	-155,8
EBITDA	50,0			17,9	41,6			13,9
Depreciação e Amortização	-36,5	23,3		-13,2	-32,5	21,7		-10,9
Resultado Financeiro Líquido	-18,2	13,1		-5,1	-14,2	11,3	-0,3	-3,2
Imposto de Renda e CS	6,2	-1,2		5,0	5,2	-1,6		3,6
Lucro Líquido	1,5			4,6	0,1			3,5

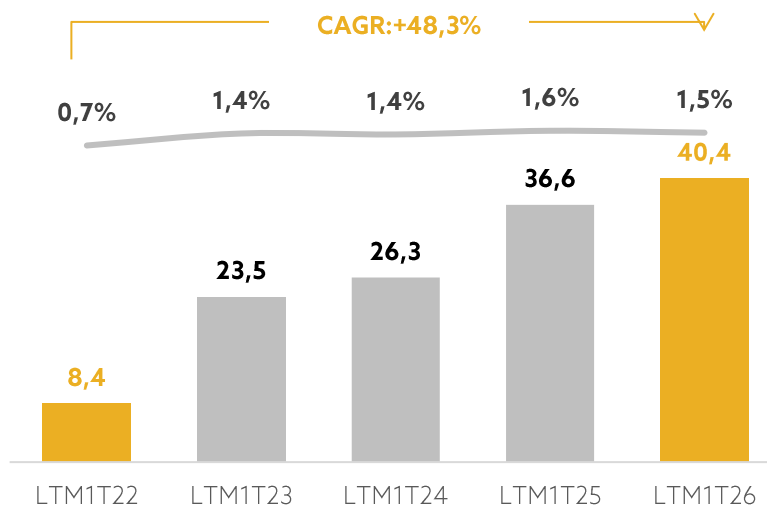
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

O Lucro Líquido Ajustado da Rede d1000 no 1T26 foi de R\$4,6 milhões, representando uma evolução de 33,6% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo 0,7% de margem líquida.

Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões) e % Receita Bruta



Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões) e % Receita Bruta LTM



Conciliação Lucro Líquido	1T25	1T26
Lucro Líquido (com IFRS 16)	0,1	1,5
(+ / -) Impactos IFRS 16	3,1	3,1
(+/-) Ajustes COF	0,3	-0,1
(+ / -) Outros Ajustes		
Lucro Líquido Ajustado (sem IFRS 16)	3,5	4,6

CICLO DE CAIXA

O Ciclo de Caixa da Companhia foi de 18,7 dias no 1T26, ante 14,9 dias no 1T25. O aumento no ciclo de caixa da Companhia desde então tem relação direta com o aumento de vendas de medicamentos no mix total, especialmente, aqueles relacionados ao GLP1. O ciclo de venda de produtos GLP1 é bem mais longo que o observado no restante da operação, tendo em vista o alto ticket médio e vendas, majoritariamente, parceladas no cartão de crédito, levando o Ciclo de Caixa da Companhia a um novo patamar. A participação dessa categoria de medicamentos na venda total atingiu 16,4% no 1T26 versus 7,3% no 1T25.

Ciclo de Caixa (dias)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Contas a Receber	28,1	29,6	31,0	30,7	30,5
Estoque	63,1	56,8	54,1	54,3	57,5
Fornecedores	76,3	73,9	69,1	70,2	69,2
Ciclo de Caixa	14,9	12,4	16,0	14,9	18,7

INVESTIMENTOS E FLUXO DE CAIXA

Capex (R\$ milhões)	1T25	%	1T26	%	Δ%
Expansão	8,9	51%	13,3	68%	50%
Reforma de Lojas	1,6	9%	1,1	6%	-27%
Tecnologia da Informação	1,6	9%	2,3	11%	40%
Infraestrutura de lojas e escritórios	5,2	30%	3,0	15%	-43%
Total	17,3	100%	19,7	100%	14%

No 1T26, os investimentos totalizaram R\$19,7 milhões, onde R\$14,4 milhões foram gastos em abertura e reforma de lojas, R\$2,2 milhões em tecnologia da informação e R\$3,0 milhões em infraestrutura e manutenção de lojas e escritórios, representando um aumento de 14% em relação aos investimentos realizados no mesmo período de 2025. A maior parte dos investimentos em expansão realizados no período é referente às lojas que abriram ao final da 2025. Adicionalmente, a Companhia continua investindo em tecnologia, principalmente, no projeto de reformulação da estrutura de dados (*Data Strategy*).

(R\$ milhões)	1T25	1T26	Var. 1T25 x 1T26
EBIT	0,4	-0,3	-191,4%
Depreciação e Amortização	10,9	13,2	21,4%
Ajustes não caixa	7,0	17,1	144,0%
Ciclo de Caixa	-25,9	-17,7	-31,7%
Outros Ativos/(Passivos)	2,8	-15,1	-633,5%
Fluxo de Caixa Operacional	-4,9	-2,9	-40,6%
Investimentos	-17,3	-19,7	13,7%
Fluxo de Caixa Livre	-22,8	-22,6	-1,1%
Financiamentos	-2,0	0,7	-136,0%
Fluxo de Caixa Total	-24,9	-21,8	-12,3%

No 1T26, o Fluxo de Caixa Operacional apresentou resultado negativo de R\$7,3 milhões versus R\$5,6 milhões negativos em 1T25. Os principais impactos de ajustes de efeitos não caixa foram de provisões de juros de empréstimos e mútuos, contingências e outras provisões de folha de pagamento e encargos realizadas no período. Em Outros Ativos/(Passivos) os maiores efeitos foram o incremento de acordos comerciais entre os períodos, diretamente relacionado ao aumento das vendas dos medicamentos GLP-1.

Desta forma, o fluxo de caixa livre foi negativo em R\$27,0 milhões no 1T26 versus R\$22,8 milhões no mesmo período do ano anterior.

ENDIVIDAMENTO

A Rede d1000 encerrou o 1T26 com Dívida Líquida de R\$ 91,0 milhões versus R\$ 28,9 milhões no 1T25, representando um endividamento líquido de 0,8 vez o EBITDA acumulado dos últimos 12 meses, o que entendemos ser o novo patamar de alavancagem daqui pra frente, tendo em vista a velocidade da expansão somada às necessidades de capital de giro decorrentes das vendas relacionadas ao GLP-1.

No período, a Companhia realizou captação de R\$ 30 milhões em dívidas bancárias, ao custo de CDI + 1,10%, principalmente, para amortizar os empréstimos vincendos no trimestre, e fazer frente aos investimentos previstos. No mesmo período, foram pagos R\$ 24,9 milhões em juros e amortização de dívidas.

Apuração do Caixa Líquido (R\$ milhões)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Dívida Bruta	-61,7	-58,7	-57,0	-107,8	-114,1
Curto Prazo	-31,3	-29,8	-29,5	-58,0	-66,0
Longo Prazo	-30,3	-28,9	-27,5	-49,9	-48,1
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	32,7	31	13,6	45,9	23,1
Posição Líquida de Caixa	-28,9	-27,7	-43,3	-61,9	-91,0
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado	0,3x	0,3x	0,5x	0,6x	0,8x



A Rede d1000 conduz sua agenda ESG de forma integrada à estratégia do negócio, incorporando princípios de sustentabilidade, ética e geração de impacto positivo em suas decisões e operações. A atuação da Companhia é orientada pela Agenda 2030 das Nações Unidas e pelo processo de dupla materialidade, que direciona as prioridades para os temas mais relevantes tanto para o negócio quanto para a sociedade.

Em 2026, o fortalecimento do pilar de Governança é evidenciado pela incorporação da área de Compliance à Diretoria ESG, ampliando a robustez dos processos, promovendo maior alinhamento ético e transparência, e reforçando o compromisso da Rede d1000 com as melhores práticas de governança corporativa.

PILAR AMBIENTAL

Energia Renovável:



A Rede d1000 segue avançando na expansão de sua operação de forma alinhada à agenda de sustentabilidade. Atualmente, 83% de suas lojas já operam com energia proveniente de fontes renováveis, refletindo o compromisso da Companhia com a redução de impactos ambientais e com a transição para uma matriz energética mais limpa. No último trimestre, aproximadamente 3,3 GWh de energia renovável foram injetados no sistema, reforçando a contribuição positiva da Rede para a eficiência energética do setor. Além disso, algumas das lojas próprias construídas no Mato Grosso já nascem com infraestrutura voltada à sustentabilidade: seis unidades no estado contam com painéis solares instalados, fortalecendo a geração de energia limpa e integrando critérios ESG ao crescimento da Rede.

PILAR SOCIAL

Relatório anual de atividades 2025 do Instituto Profarma:



O Instituto Profarma divulga o Relatório de Atividades 2025, um registro dos avanços, aprendizados e impactos gerados ao longo do ano por meio de suas iniciativas sociais. Nos últimos três anos, mais de 1 milhão de pessoas foram impactadas, com o engajamento de mais de 800 Embaixadores do Bem e a mobilização de milhares de itens doados, ampliando o alcance das ações e fortalecendo redes de cuidado e solidariedade. O Relatório reflete a evolução do Instituto na promoção de impacto social consistente, no incentivo ao voluntariado e na construção de parcerias que contribuem para uma sociedade mais equitativa e sustentável.

PILAR GOVERNANÇA:

Due Diligence das transportadoras:



A área de Compliance realizou uma iniciativa estruturada de avaliação de integridade envolvendo 35 transportadoras parceiras. Todas as empresas passaram por análise em plataforma automatizada de pesquisas, com parametrização específica para assegurar a qualidade da análise, a consistência das informações e a correta classificação dos riscos, fortalecendo o processo de *due diligence* de terceiros, ampliando a mitigação de riscos e apoiando a tomada de decisão estratégica, em linha com as melhores práticas de governança corporativa e integridade.

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

R\$ milhões	IFRS-16		Sem IFRS-16 e COF	
	1T25	1T26	1T25	1T26
Receita Bruta	602,9	695,9	602,9	695,9
RX	258,1	329,6	258,1	329,6
HB	189,7	139,6	189,7	139,6
OTC	85,1	146,0	85,1	146,0
Genérico	70,0	80,7	70,0	80,7
Deduções da Receita	-34,6	-35,5	-34,6	-35,5
Receita operacional líquida	568,3	660,4	568,3	660,4
Custos dos produtos vendidos	-398,7	-458,5	-398,7	-458,5
Lucro Bruto	169,7	201,9	169,7	201,9
Margem Bruta (Receita Líquida)	29,9%	30,6%	29,9%	30,6%
Margem Bruta (Receita Bruta)	28,1%	29,0%	28,1%	29,0%
Despesas Operacionais	-160,6	-188,4	-166,6	-197,2
Despesas Gerais e administrativas	-16,9	-20,4	-16,3	-20,4
Despesas com Vendas	-113,1	-132,4	-141,3	-164,4
Provisão p/ Perda Crédito Esperado	0,0	0,0	0,0	0,0
Depreciação	-32,5	-36,5	-10,9	-13,2
Outras receitas/despesas operacionais	1,9	0,9	1,9	0,8
Resultado antes do Resultado Financeiro	9,1	13,5	3,1	4,7
Resultado Financeiro	-14,2	-18,2	-3,2	-5,1
Receitas financeiras	0,5	0,1	1,4	0,1
Despesas financeiras	-14,7	-18,3	-4,6	-5,2
Resultado antes dos Impostos	-5,1	-4,7	-0,1	-0,4
Imposto de Renda e Contribuição Social	5,2	6,2	3,6	5,0
Lucro/Prejuízo do Período	0,1	1,5	3,5	4,6

BALANÇO PATRIMONIAL

(R\$ mil)	31/12/2025			31/03/2026		
	IFRS16	Reclassificação	Sem IFRS-16 e COF	IFRS16	Reclassificação	Sem IFRS-16 e COF
Caixa e equivalentes de caixa	45.913	-31	45.882	22.993	124	23.117
Contas a Receber	239.679	-45	239.634	235.613	0	235.613
Estoques	277.623	0	277.623	292.697	0	292.697
Impostos a recuperar	16.938	0	16.938	17.671	0	17.671
Outras contas a receber	40.111	0	40.111	49.444	0	49.444
Total do Ativo Circulante	620.264	-76	620.188	618.418	124	618.542
Depósitos Judiciais	3.265	0	3.265	3.224	0	3.224
Instrumentos financeiros	393	0	393	0	0	0
IR e CSLL diferidos	145.151	-27.278	117.873	152.940	-28.487	124.453
Impostos a recuperar	5.478	0	5.478	5.478	0	5.478
Outras contas a receber	519	0	519	519	0	519
Imobilizado	567.989	-323.745	244.244	591.464	-341.328	250.136
Intangível	606.095	0	606.095	606.700	0	606.700
Total do Ativo Não Circulante	1.328.890	-351.023	977.867	1.360.325	-369.815	990.510
Total do Ativo	1.949.154	-351.099	1.598.055	1.978.743	-369.691	1.609.052
Fornecedores	353.334	-757	352.577	348.417	27	348.444
Fornecedores - Risco Sacado	5.842	0	5.842	4.166	0	4.166
Empréstimos e financiamentos	55.974	0	55.974	62.208	0	62.208
Instrumento Financeiro	2.396	0	2.396	3.794	0	3.794
Salários e contribuições sociais	49.601	0	49.601	56.245	0	56.245
Impostos e taxas	12.462	0	12.462	10.788	0	10.788
Arrendamento a Pagar	83.342	-83.342	0	86.860	-86.860	0
Outros	10.415	0	10.414	12.647	0	12.647
Total do Passivo Circulante	573.366	-84.099	489.267	585.125	-86.833	498.292
Empréstimos e financiamentos	15.130	0	15.130	13.020	0	13.020
Impostos diferidos	54.477	0	54.477	54.477	0	54.477
Instrumentos financeiros	0	0	0	313	0	313
Provisão para Contingências	31.599	0	31.599	32.074	0	32.074
Arrendamento a pagar	320.581	-320.581	0	338.205	-338.205	0
Outros	34.724	0	34.724	34.736	0	34.736
Total do Passivo Não Circulante	456.511	-320.581	135.930	472.825	-338.205	134.620
Capital social	1.004.004	0	1.004.004	1.004.004	0	1.004.004
Prejuízos acumulados	-84.727	53.581	-31.145	-83.211	55.347	-27.864
Total do Patrimônio Líquido	919.277	53.581	972.858	920.793	55.347	976.140
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.949.154	-351.099	1.598.055	1.978.743	-369.691	1.609.052

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)

R\$ mil	1T25		1T26	
	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF
Fluxos de caixa de atividades operacionais				
Lucro líquido (prejuízo) antes do IR/CS	(5.099)	372	(4.653)	(340)
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	10.854	10.854	13.176	13.176
Depreciação direito de uso imóveis	21.684	-	23.287	-
Juros mútuo partes relacionadas	-	-	935	935
Juros de Empréstimos Provisionados	1.322	1.322	4.637	4.637
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	767	767	881	881
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	50	50	-	-
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	-	-	(164)	-
Provisão / Reversão para perda estoque	678	678	178	178
Provisão / Reversão para contingência	548	548	1.403	1.403
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	-	-	-	-
Encargos financeiros direito de uso	11.316	-	13.060	-
Outros	4.384	3.640	9.804	9.059
	46.504	18.231	62.544	29.929
Redução (aumento) nos ativos				
Contas a receber	(4.393)	(4.393)	3.385	3.380
Estoques	(1.409)	(1.409)	(13.985)	(13.985)
Impostos a recuperar	1.954	1.954	174	170
IRPJ e CSLL pagos	(2.042)	(2.042)	(1.428)	(1.428)
Acordos comerciais	2.178	2.178	(7.452)	(7.452)
Outros Ativos	(2.115)	(2.115)	(1.935)	(2.429)
Aumento (redução) nos passivos				
Fornecedores	(20.114)	(20.114)	(7.828)	(7.104)
Salários e contribuições	3.734	3.734	(997)	(989)
Impostos a recolher	1.543	1.543	(2.842)	(2.844)
Contingências	-	-	(928)	(928)
Outros Passivos	(2.421)	(2.421)	(51)	(132)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	22.720	(5.553)	28.657	(3.812)
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Adições ao imobilizado	(15.305)	(15.305)	(15.419)	(15.419)
Adições ao Intangível	(1.978)	(1.978)	(4.254)	(4.254)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(17.283)	(17.283)	(19.673)	(19.673)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	(699)	(699)	(871)	(871)
Obtenção de empréstimos - Principal	-	-	30.000	30.000
Pagamento de empréstimos - Amortização	(1.417)	(1.417)	(21.800)	(21.800)
Pagamento de empréstimos - Juros	(597)	(597)	(6.609)	(6.609)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(18.563)	-	(19.592)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(9.710)	-	(13.032)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(30.986)	(2.713)	(31.904)	720
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	(24.850)	(24.850)	(22.920)	(22.765)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	57.598	57.598	45.913	45.882
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	32.748	32.748	22.993	23.117

SOBRE A COMPANHIA

Somos uma rede de drogarias que conta com 302 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 4.500 colaboradores, atendem a mais de 2,6 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.

1Q26 EARNINGS RELEASE

May 06, 2026

WEBCAST

Thursday, May 7, 11:00 a.m.

[CLICK HERE](#)

IR CONTACT

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



DMVF
B3 LISTED NM

Rede d1000 ends 1Q26 with R\$ 17.9 million Adjusted EBITDA and R\$ 4.6 million Net Income, 29.0% and 33.6% growth, comparing to 1Q25.

HIGHLIGHTS 1Q26 vs 1Q25

R\$ 695.9 Mn

Gross Revenue

+21.2% x 1Q25

10.3p.p. above market

**Same Store
Sales**

+16.1% x 1Q25

**Mature Store
Sales**

+12.2% x 1Q25

Expansion

Average ROIC of

24%

302 stores

+21 units x 1Q25

R\$ 143,0 Mn

Omnichannel

+264.1%, reaching 20.6% of
Gross Revenue

KEY INDICATORS

	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	CHG. 1Q25 X 1Q26
Number of stores	281	280	283	300	302	7.5%
(R\$ million)						
Gross Revenue	574.3	634.7	680.9	701.9	695.9	21.2%
Gross Profit	169.7	191.6	195.7	205.3	201.9	19.0%
Gross Margin (% Gross Revenue)	29.5%	30.2%	28.7%	29.2%	29.0%	-0.5 p.p
Adjusted EBITDA	13.9	27.7	30.6	31.1	17.9	29.0%
EBITDA Margin (% Gross Revenue)	2.4%	4.4%	4.5%	4.4%	2.6%	0.2 p.p
Adjusted Net Income	3.5	9.2	12.4	14.2	4.6	33.6%
Net Margin (% Gross Revenue)	0.6%	1.4%	1.8%	2.0%	0.7%	0.1 p.p

Rio de Janeiro, May 06, 2026 - d1000 Varejo Farma S.A. ("Rede d1000" or "Company", B3: DMVF3), announces its results for the first quarter of 2026 (1Q26). The Company's financial statements are prepared in Brazilian reais (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 the accounting practices adopted in Brazil. Rede d1000 presents this report with the results under the former standard IAS 17/CPC 06. However, Financial Statements are governed by IFRS 16 and are available in the Annexes. Performance comparisons contained in this report refer to the same periods of the previous year (1Q25).

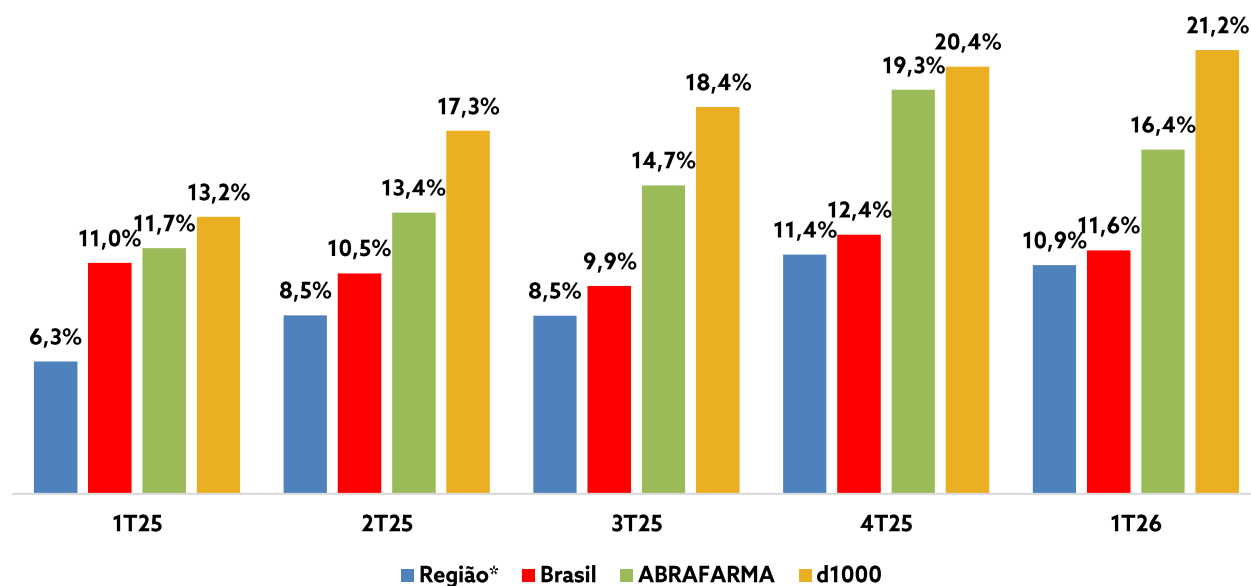
During 1Q25, the Company restarted operations at the subsidiary Centro Oeste Farma Distribuidora de Medicamentos ("COF"), with a focus on optimizing the balance of taxes recoverable. This was a temporary move, completed in 4Q25. However, for the purpose of comparing results with the previous year, the figures presented reflect only the recurring performance of the Company's operations, allowing for a more accurate analysis of the business's performance free from the influence of extraordinary events.

PHARMACEUTICAL RETAIL

In 1Q26, the domestic pharmaceutical retail sector showed 11.6% growth and continued to be driven by sales of GLP-1 class medicines, indicated for weight loss and diabetes, which led to a 15.9% growth for the category of branded drugs. The categories of generic drugs, OTC products, and hygiene and beauty (HB) grew 11.6%, 8.7% and 7.6%, respectively. Extrapolating this growth to the regions where Rede d1000 operates (RJ, DF, and MT), we see a market that grew 10.9% in the quarter, 0.7 p.p. below the domestic market.

Rede d1000, in turn, achieved 21.2% growth in the same period, 9.6 p.p. higher than the domestic market and 10.3 p.p. higher than its region of operation, reaching a market share of 12.2%. Compared to Abrafarma's 16.4% growth in 1Q26, the Company's growth is 4.8 p.p. above the average of major national chains.

Our actions are guided by a *omnichannel* strategy, which integrates physical stores and digital channels, responding to the growing demand for convenience, personal service, and continuous care. By capturing the wave of transformation in pharmaceutical retail—which requires more than just selling medicines—we have created a distinctive customer experience and achieved growth above the average for the sector.



*in its area of operation (RJ, DF and MT). Since late 2025, the Company entered into new regions in Mato Grosso state. Market share data informed in this release includes this expansion, as well as when comparing with 2025.

STORE PORTFOLIO

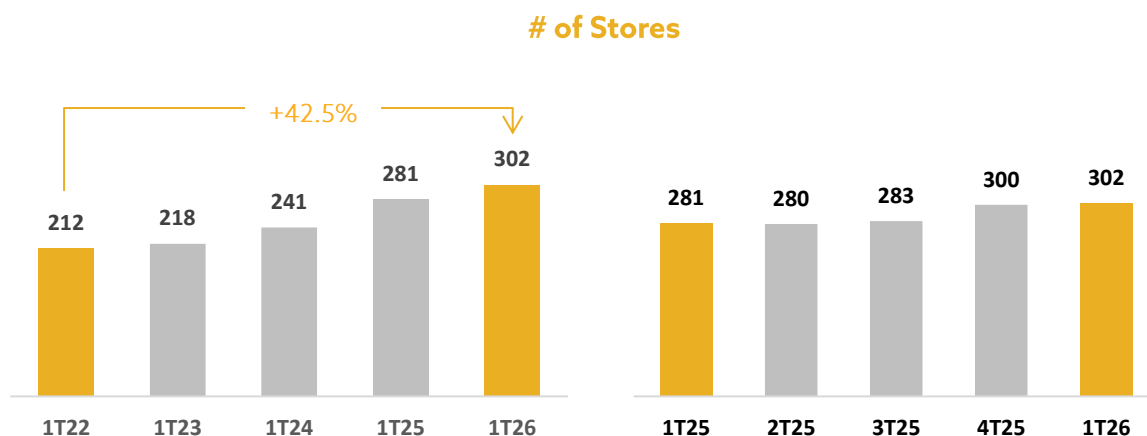
Rede d1000 opened three new stores in 1Q26, two in Rio de Janeiro and one in Brasília (DF). Taking into account these new store openings and the closure of one branch, the Company ended the quarter with 302 stores a record high representing a 7.5% increase compared to the same period last year.

The expansion plan remains on track, as does the enhancement of the store’s portfolio. In line with the guidance previously announced, in addition to the store openings this quarter, the Company expects to open 37 more stores and refurbish another 10 during 2026. A more balanced expansion is expected in 2026, starting in the coming quarters.

Rede d1000 ended the quarter with 31.1% of its stores (94 units) still in the maturation process, with 9.9% (30 units) in their first year of operation, of which 21 stores have been open for less than 6 months, representing significant growth potential ahead, with a significant base of stores in the process of consolidation and maturation. This scenario opens room for significant gains in productivity and profitability in the coming periods, in line with the strategy of sustainable expansion and value generation in the medium and long term.

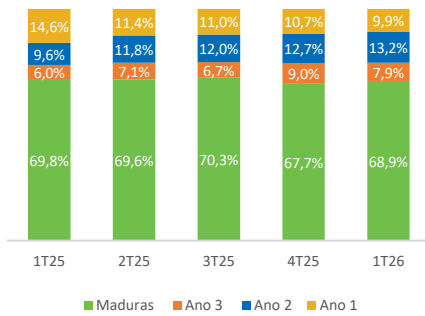
The store profile remains mostly composed of “Standard” and “Popular” stores, which represent 75.7% of the base (228 units). “Premium” stores account for 24.3% of the total (74 units) and have been gaining ground compared to the same period in 2025, when they represented 21.7% of the total number of stores, as expansion shifts toward stores with this profile.

The expansion strategy, combined with the modernization of the existing store portfolio, has contributed significantly to sales growth and market share gains, which reached 12.2%* at the end of 1Q26, expanding 0.6 p.p. compared to the same period last year, according to data released by IQVIA Brazil.

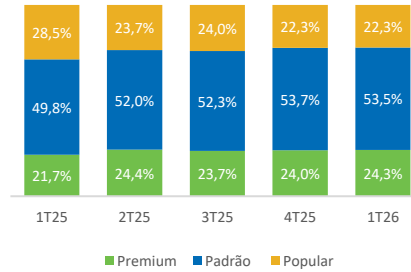


*in its area of operation (RJ, DF and MT). Since late 2025, the Company entered into new regions in Mato Grosso state. Market share data informed in this release includes this expansion, as well as when comparing with 2025.

Store portfolio distribution by age



Breakdown of the store by profile



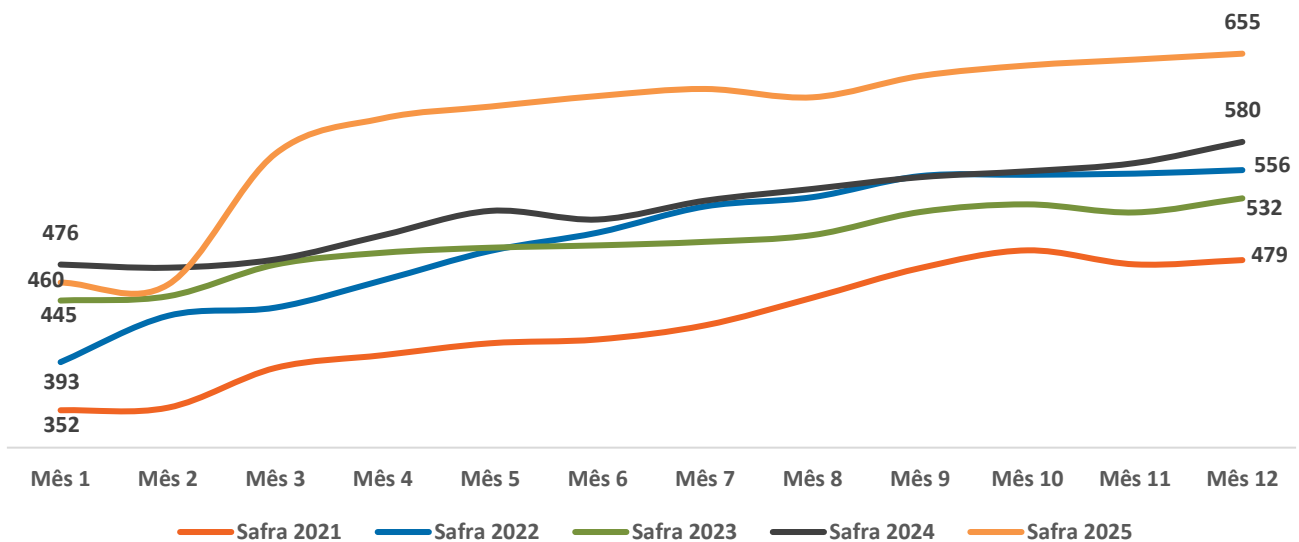
Geographic footprint (#)



Rede d1000 expansion continues to move forward consistently. The use of strategic tools that improve both market analysis and understanding of customer needs, combined with a careful selection of new points of sale, has resulted in the opening of stores with sales performance higher than in previous years, as well as faster maturation.

Analyzing the 2025 vintage, it is already possible to see that sales levels continue to exceed those of previous vintages, achieving, in the fourth month, the average revenue of previous cycles only after the first year of operation, as is the case with the 2024, where all stores have been operating for at least twelve months and average revenue is also higher than in all previous vintages.

Sales by vintage - new stores (R\$ thousand) *



*nominal historical amounts

When analysing expansion from a perspective of return, by calculating the marginal ROIC for vintages that have at least one full year of maturation, 2024 vintage shows 17% return.

For the portfolio related to 2021-2023 expansion, ROIC was 28%. with 38% for 2021, 30% for 2022 and 19% for 2023.

Marginal ROIC - Expansion

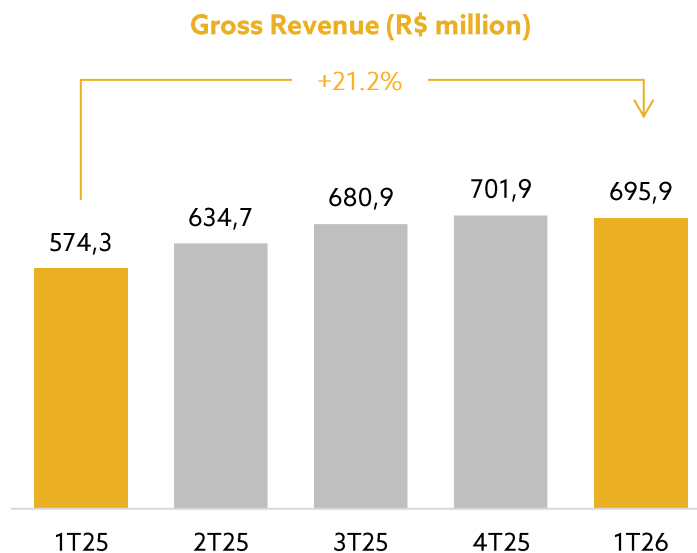
Marginal ROIC	2024 Vintage	2023 Vintage	2022 Vintage	2021 Vintage
	(1-year maturation)	(2-year maturation)	(3-year maturation)	(4-year maturation)
Open Stores	40	30	11	30
Average Sale (R\$ thousand / Month / Store)	616	582	618	712
Contribution Margin (%)	6.8%	7.1%	10.1%	10.3%
Contribution Margin (R\$ thousand / Month / Store)	42	41	62	73
Annual Contribution Margin (R\$ thousand / Year / Store)	502	494	746	877
Average CAPEX	1,725	1,435	1,417	1,300
Average WC (R\$ thousand / Store)	1,200	1,200	1,100	1,000
Average IC (R\$ thousand / Store)	2,925	2,635	2,517	2,300
Marginal ROIC per Store (%)	17%	19%	30%	38%

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

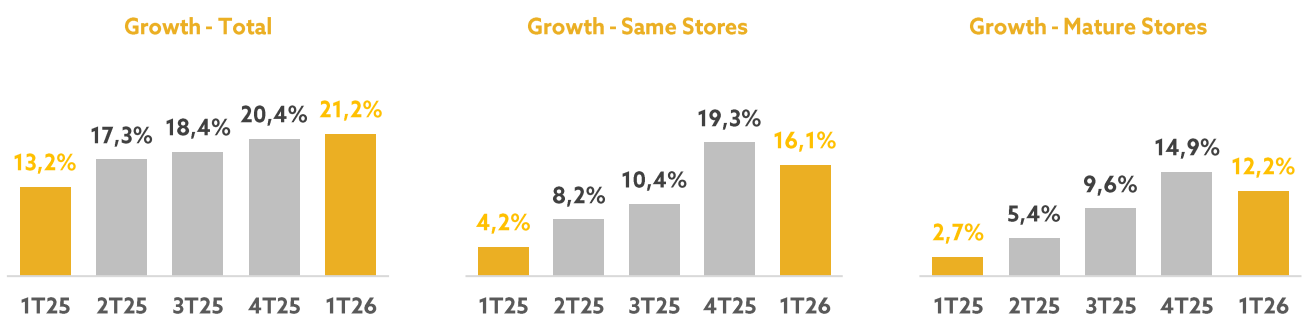
GROSS REVENUES

Rede d1000 reached R\$ 695.9 million in Gross Revenue in the first quarter of 2026, representing a 21.2% increase compared to the same period of 2025. In addition to store expansion, which has been the main growth driver for the Company in recent years, we have experienced growth exceeding inflation in almost all product categories, with particular emphasis on the branded medicines category, which continues to show significant growth, especially due to the high demand for GLP-1 products, used for weight-loss and diabetes.

In the regions where it operates, Rede d1000 continues to grow at a rate well above the market average, reaching a 12.2% market share in 1Q26 an increase of 0.6 p.p. compared to the same period last year, according to updated data from IQVIA Brazil.

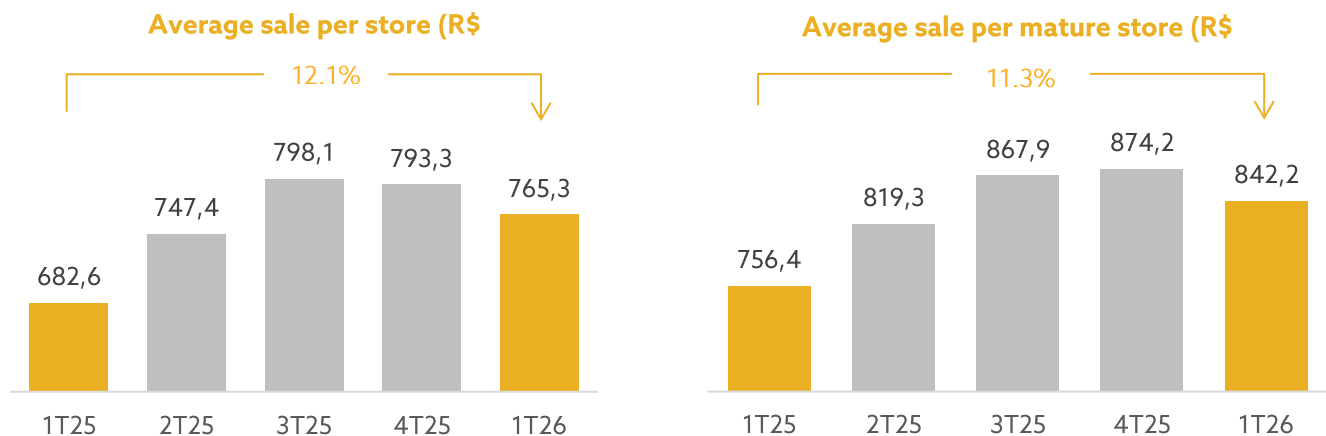


The Company reported 16.1% growth in same-store sales (SSS) and 12.2% growth in mature stores (MSSS), resulting from the process of maturation of part of the portfolio, well above inflation for the period, contributing to the dilution of expenses and increased profitability, and also due to a lower comparative basis, as 1Q25 was a more challenging quarter.



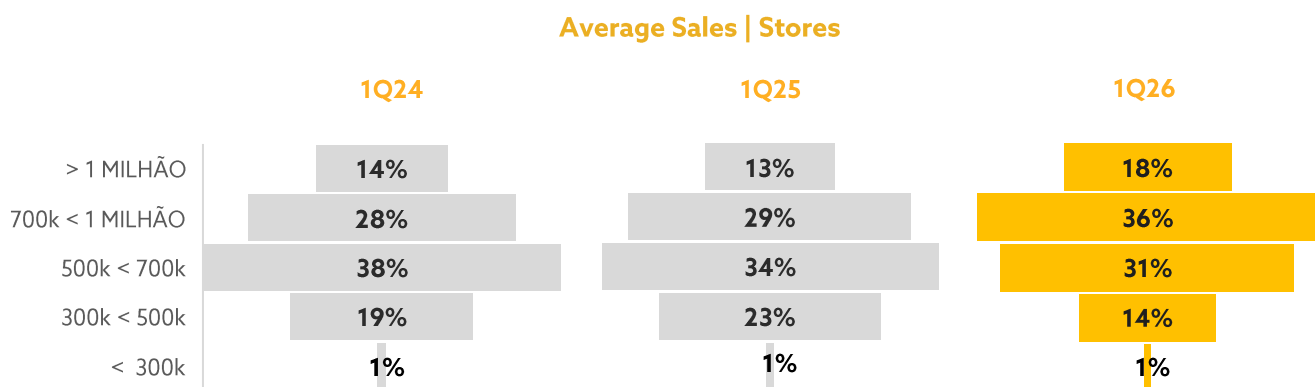
Average sales per store

Rede d1000 reported average sales per store of R\$ 765,300 in 1Q26, representing an increase of 12.1% compared to the same period of previous year, even with 31.1% of the base still maturing, of which 7.0% with less than 6 months of operation. Considering only mature stores, the Company reached average sales of R\$ 842,200, growing 11.3% compared to the same period of previous year.



The graph below shows the progress in the sales performance of stores in their maturing process, considering those that have been open for more than 6 months. The portfolio of stores with revenues exceeding R\$ 700,000 represented 54% of the total stores, versus 42% in 1Q25, up 12.0p.p.

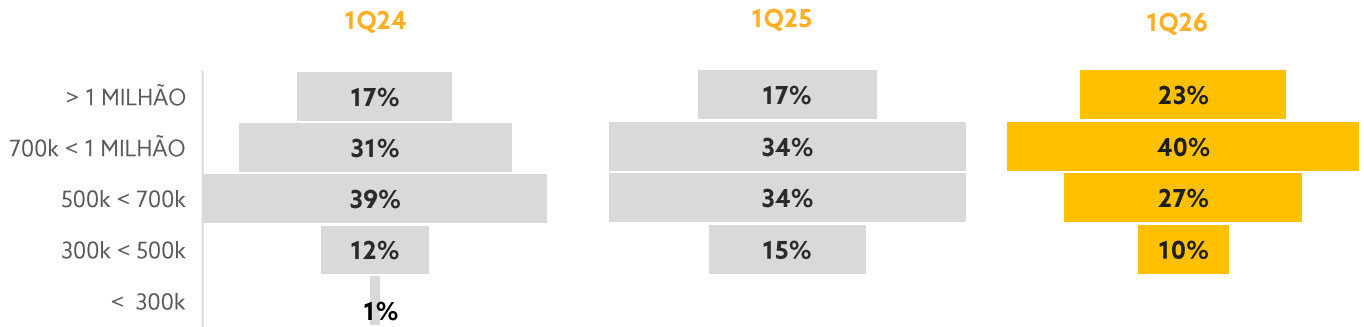
Currently, 18% of Rede d1000 stores have revenues exceeding R\$ 1 million, an increase of 5.0 p.p. in total revenue compared to the same period of previous year.



Includes only stores open for more than 6 months.

When analyzing only the mature store base, we already see that 23% of stores are generating revenues above R\$ 1 million, 6.0 p.p. increase in total share when compared to the same period in 2025

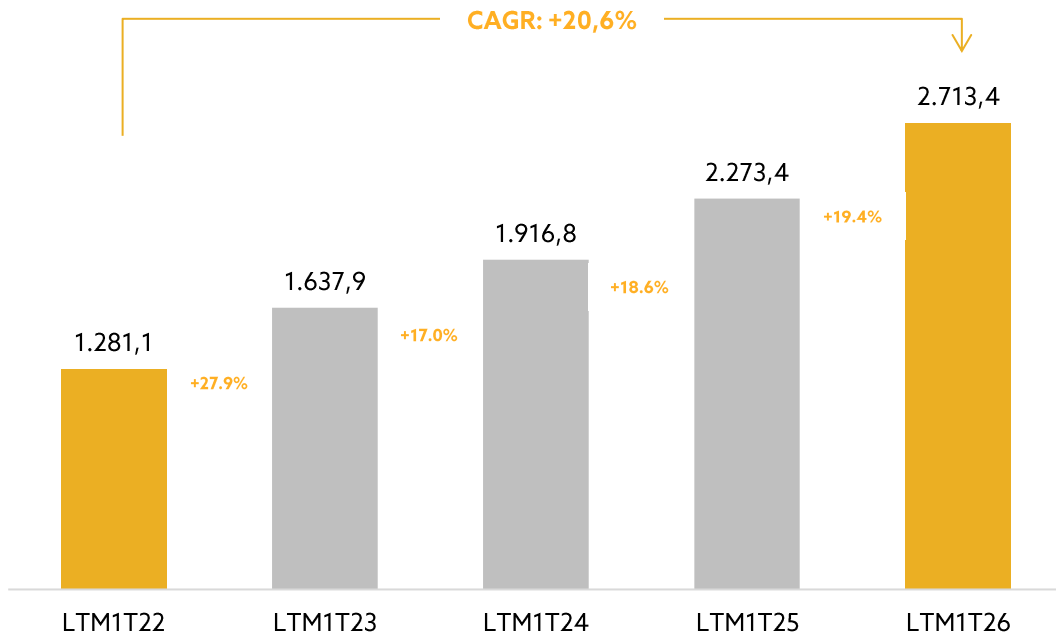
Average Sales | Mature Stores



Includes only mature stores.

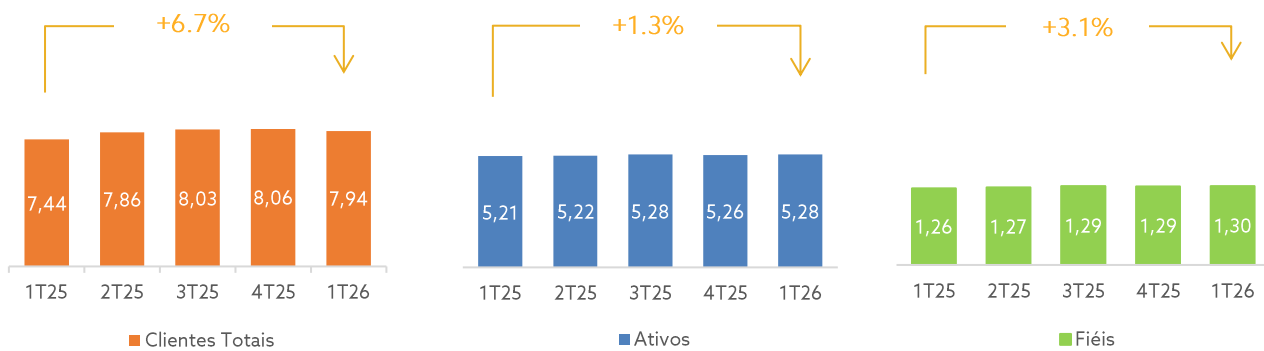
Rede d1000's Gross Revenue has been showing strong growth in recent years, with a CAGR of 20.6%, and reached the mark of R\$ 2.7 billion in the last 12 months, as shown in the graph below:

Gross Revenue LTM (R\$ million)

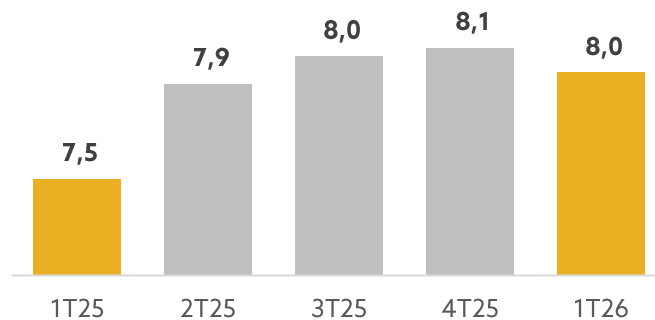


CRM (Customer Relationship Management)

Rede d1000 served 8.0 million customers in 1Q26, representing a 6.7% increase compared to 1Q25, and continues to make progress with its CRM (Customer Relationship Management) strategy. In 1Q26, the active customer base reached 5.3 million, up 1.3% versus the same period last year. The base of loyal customers, which has been the main focus of the customer communication strategy, totaled 1.3 million customers, who have been increasing not only their purchase frequency but also the ticket size, which, this quarter, was approximately 44% higher than the Company's average ticket.

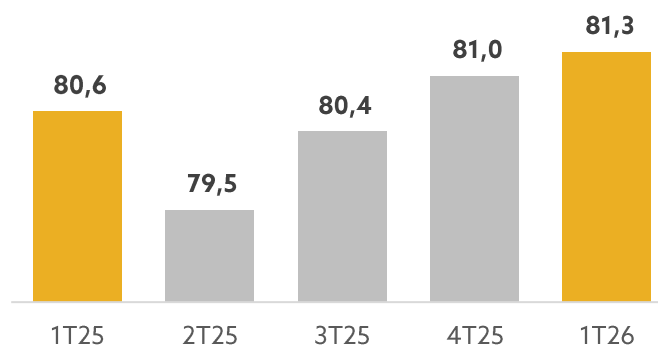


Customer Base (# million)



In 4Q25, Rede d1000 maintained high levels of customer satisfaction, reflected in the Net Promoter Score (NPS), which reached 81.3 points in the period. This result reinforces the Company's commitment to excellence in service and the continuous improvement of the shopping experience in its stores.

NPS

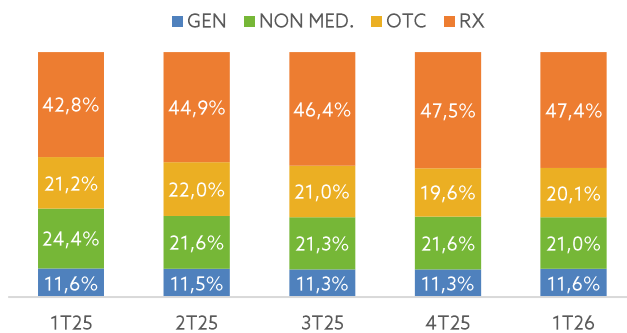


SALES MIX

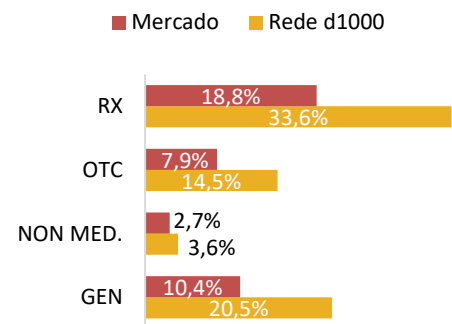
In 1Q26, we once again recorded growth in all categories of the Sales Mix compared to the same period last year, with emphasis on branded drugs (RX) and generic drugs (RX), with 33.6% and 20.5% growth, respectively. The branded drugs category accounted for 47.4% of total sales, an increase of 4.6 p.p. compared to 1Q25, driven by continued demand for products in the GLP-1 drug category during the period and the industry's increased supply capacity for this category.

OTC category also represented an important sales increase in 1Q26 compared to 1Q25, with 14.5% growth versus 7.9% increase in Rede d1000 area of operation, while Non-Drug category grew 3.6%, 0.9 p.p. higher than its operation market, which grew 2.7% in the same period.

Sales Share by Category Growth by Category



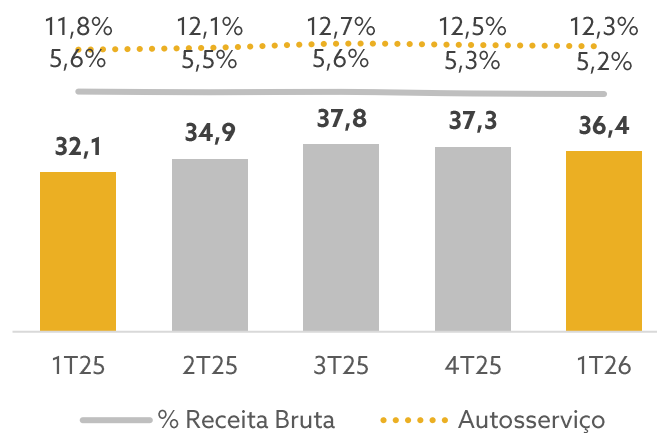
1Q25 x 1Q26



EXCLUSIVE BRANDS

Sales of Exclusive Brands reached R\$ 36.4 million in 1Q26, up 13.3% as compared to 1Q25, representing 12.3% of self-service, with 0.5 p.p. growth versus 1Q25, and 5.2% share in total sales. 9 launches were made in the period, totaling 396 SKUs. With the addition of 15 new categories compared to 1Q25, the Company reached the milestone of operating in more than 100 categories, holding the top position in 47 of them.

Sales (R\$ million) and % of total sales and % self-service





Another highlight is the expansion of the Bonnevi brand, launched in 4Q24, with a significant portion of its product portfolio introduced only at the end of 4Q25. In 1Q26, the brand exceeded R\$ 1.6 million in sales, with a portfolio of 12 SKUs. Its initial performance, combined with a robust pipeline of new product launches, underscores its growth potential, with expectations that it will continue to gain market share in the convenience categories over the coming periods.

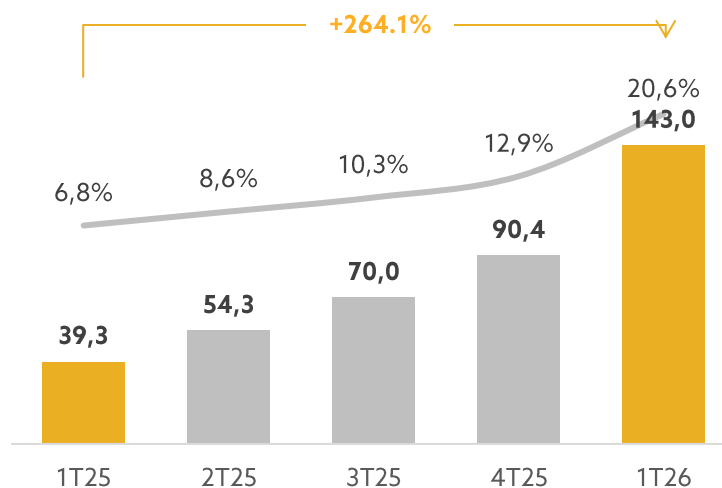
OMNICHANNEL

Non-face-to-face sales are an important growth driver for the Company, and we continue to make progress on several fronts that have been contributing to increased sales and recurring purchases by our customers, in addition to an increase in the average ticket.

In e-commerce, we are investing in our consumers' shopping experience through improvements in the app's usability, which has led to an increase in sales conversion and repurchase volume that, in this channel, is three times higher than on the website. We continue to expand the number of stores offering delivery services and the number of partner carriers, thereby providing increasingly faster deliveries to our customers. Furthermore, the sale of LPG1 products has also contributed significantly to the increase in sales through this channel.

In 1Q26, non-face-to-face sales reached a record of R\$ 143.0 million, representing 264.1% growth versus 1Q25, accounting for 20.6% of the Company's gross revenue and exceeding a 20% share of total sales for the first time.

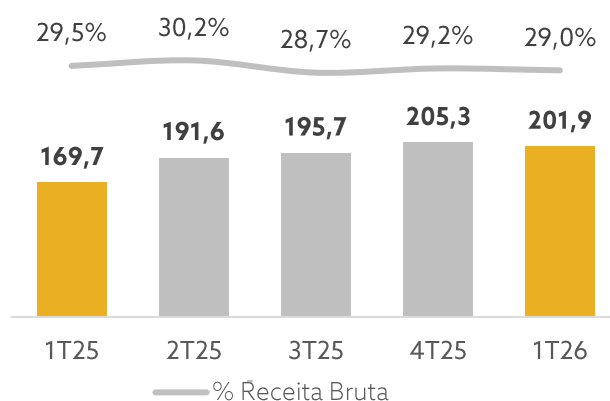
Omnichannel Sales (R\$ million) and % of Total



GROSS PROFIT

In yet another quarter marked by strong growth in sales of weight-loss and diabetes drugs (GLP-1), Rede d1000's gross profit totaled R\$ 201.9 million, a 19.0% increase compared to the same period in 2025. Gross margin for the quarter was 29.0%, down 0.5 p.p. from the figure reported in 1Q25, driven primarily by a 4.6 p.p. increase in the share of branded drugs in the total product mix when comparing the periods. The higher share of RX in the sales mix impact gross margin percentages when comparing periods, but on the other hand, it contributes significantly to the dilution of expenses, due to a higher average ticket.

Gross Profit (R\$ million) and Gross Margin (% Gross Revenue)

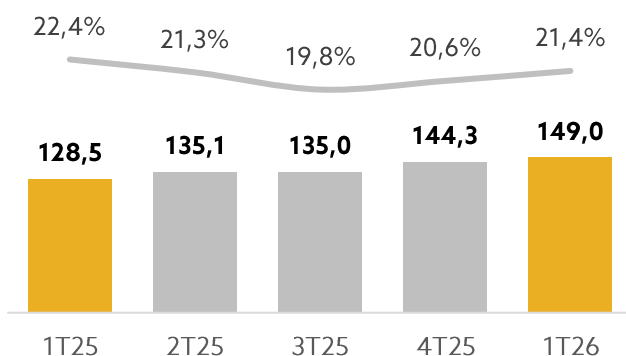


OPERATING EXPENSES

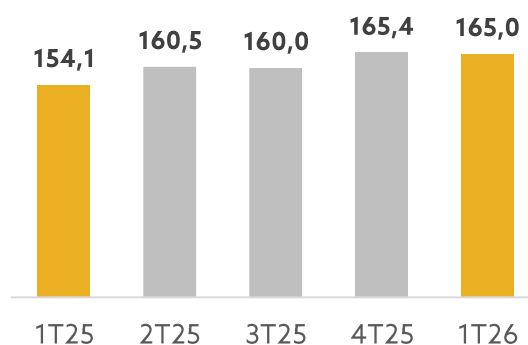
Selling Expenses

In 1Q26, Selling Expenses totaled 149.0 million, up 15.9% versus 1Q26, mainly due to the accelerated pace of store openings in the final months of 2025, but well controlled, as evidenced by the average selling expense per store for the period. In this sense, Selling Expense represented 21.4% of Gross Revenue, with 1.0 p.p. dilution versus 22.4% recorded in 1Q25.

Selling Expenses (R\$ Million) and % of Gross Revenue



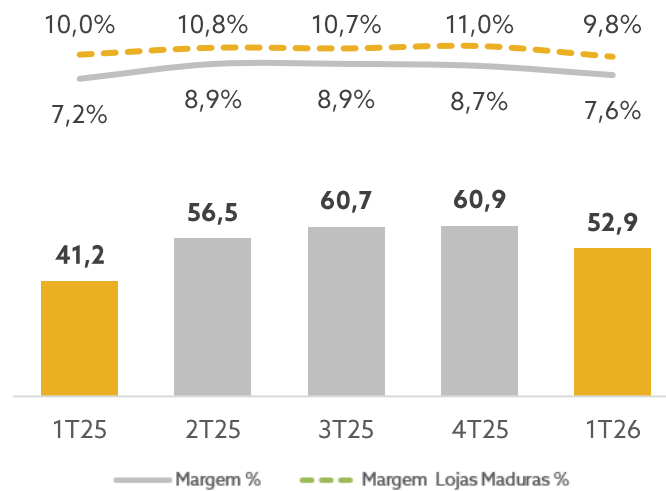
Average Selling Expenses per Store



CONTRIBUTION MARGIN

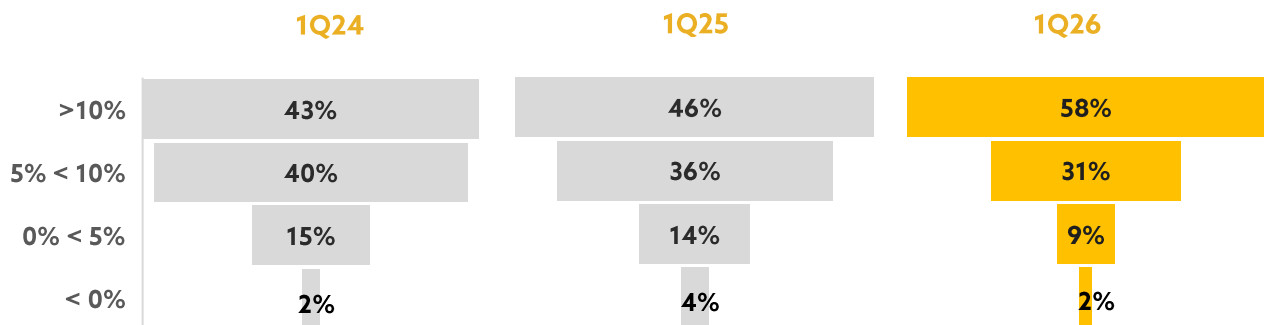
Consolidated Contribution Margin reached R\$ 52.9 million in 1Q26, a 28.5% increase over the previous year, representing 7.6% of Gross Revenue, up 0.4p.p. versus 1Q25. Even with the higher weight of prescription drugs and over 30% of the store base still in the maturation phase, the strong dilution of expenses in the quarter contributed to the improvement of the contribution margin compared to 1Q25.

Contribution Margin (R\$ Million) and % of Gross Revenue)



The graphs below show the evolution of store margins over the years, where we have 58% of mature stores with margins above 10% (1.2 p.p. growth) and opportunities to increase profitability in 42% of the base.

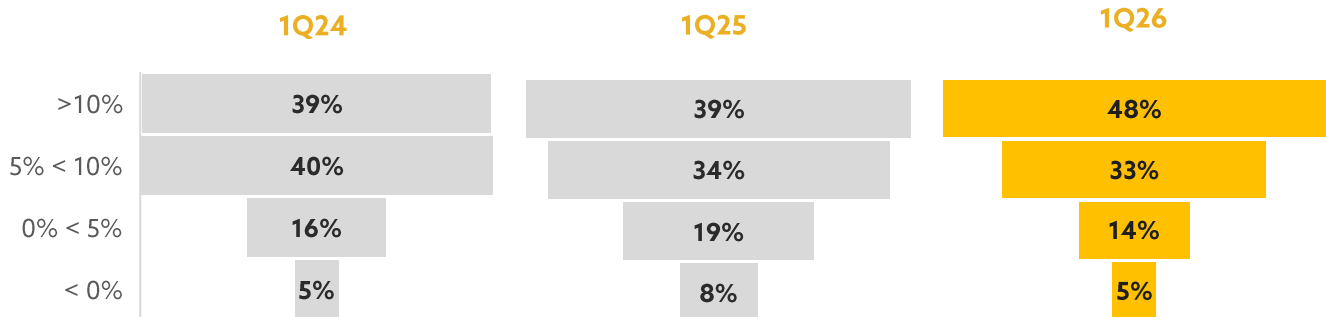
Contribution Margin | Mature Stores



Includes only mature stores.

The potential to increase the company's profitability is even more significant when we look at the base of stores open for more than 6 months, where 52% of the portfolio still delivers less than 10% Contribution Margin, representing an opportunity for operating leverage as they progress in the maturation process.

Contribution Margin | Stores

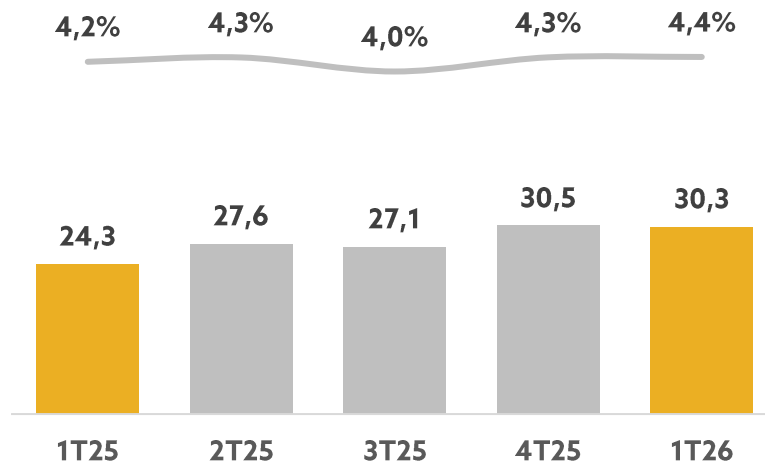


Includes only stores open for at least 6 months

General and Administrative Expenses - G&A

General and Administrative Expenses (G&A) totaled R\$ 30.3 million in 1Q26, up 24.8% compared to the same period in 2025, representing 4.4% of Gross Revenue. This increase is primarily due to continued spending on technology, with a focus on strategic areas such as data and information security.

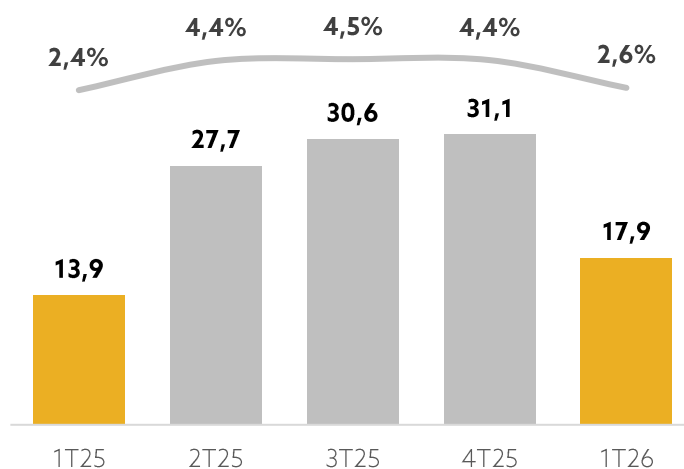
General and Administrative Expenses (R\$ million) and % of Gross Revenue



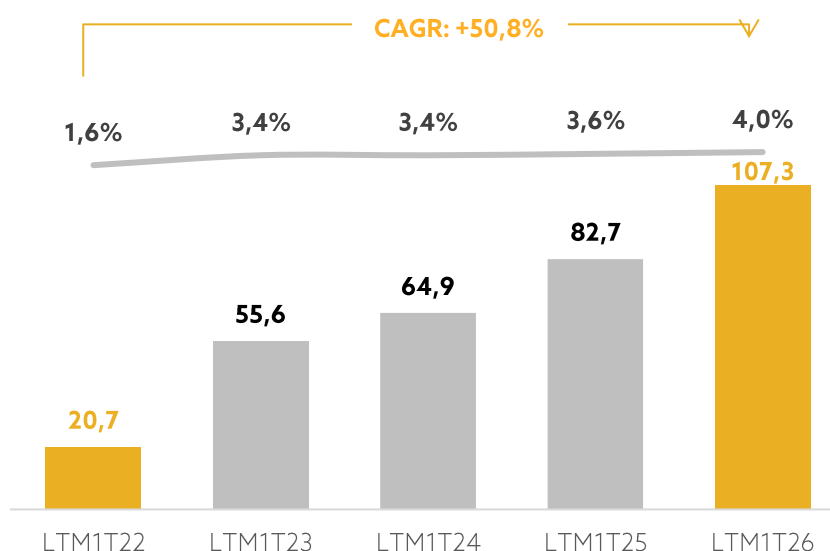
ADJUSTED EBITDA

Adjusted EBITDA reached R\$ 17.9 million in 1Q26, 29.0% higher than the same period of previous year. EBITDA margin was 2.6%, representing a growth of 0.2 p.p. compared to 1Q25, resulting from the dilution of selling expenses. It is worth noting that most of the store openings in 2025 were in the last months of the year, which means that the stores are still in the early stages of development and have not yet contributed significantly to cost dilution, representing a growth driver for the coming quarters.

Adjusted EBITDA (R\$ million)



Adjusted EBITDA LTM (R\$ million)



Adjusted EBITDA Reconciliation	1Q25	1Q26
Net Income (with IFRS 16)	0.1	1.5
(+) Net Financial Result	14.2	18.2
(+) Income Tax and Social Contribution	-5.2	-6.2
(+) Depreciation and Amortization	32.5	36.5
EBITDA (with IFRS 16)	41.6	50.0
(+ / -) IFRS 16 Impacts	-28.3	-32.0
EBITDA (ex-IFRS-16)	13.3	18.0
(+ / -) COF Adjustments	0.6	-0.1
(+ / -) Other Adjustments		
Adjusted EBITDA ex IFRS-16	13.9	17.9

DEPRECIATION AND AMORTIZATION, FINANCIAL RESULT AND INCOME TAX

Depreciation and amortization expenses reached R\$ 13.2 million in 1Q26 versus R\$ 10.9 million in 1Q25. The 21.1% increase year-on-year mainly reflects the increased number of stores (281 stores in 1Q25 vs. 302 stores in 1Q26).

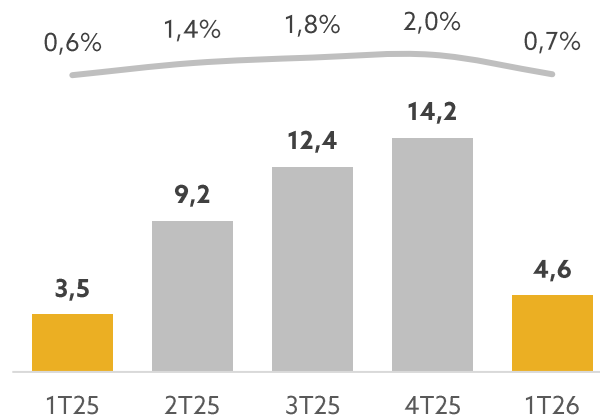
In 1Q26, net financial expenses totaled R\$ 5.1 million, versus a total of R\$ 3.2 million in 1Q25. The increase is explained by the increase in the Company's net debt and the consequent increase in financial expenses due to the continued expansion plan and the need for working capital financing resulting from the increase in the share of certain categories of drugs in total sales, mainly those related to GLP1, which have a significantly longer cash cycle than the rest of the operation.

	1Q26 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	1Q26 Adjusted	1Q25 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	1Q25 Adjusted
Gross Revenue	695.9			695.9	602.9			602.9
Deductions	-35.5			-35.5	-34.6			-34.6
Net Revenue	660.4			660.4	568.3			568.3
Cost of Goods Sold	-458.5			-458.5	-398.7			-398.7
Gross Profit	201.9			201.9	169.7			169.7
Expenses	-151.9	-32.0	-0.1	-184.0	-128.1	-28.3	0.5	-155.8
EBITDA	50.0			17.9	41.6			13.9
Depreciation & Amortization	-36.5	23.3		-13.2	-32.5	21.7		-10.9
Net Financial Result	-18.2	13.1		-5.1	-14.2	11.3	-0.3	-3.2
Income Tax and SC	6.2	-1.2		5.0	5.2	-1.6		3.6
Net Income	1.5			4.6	0.1			3.5

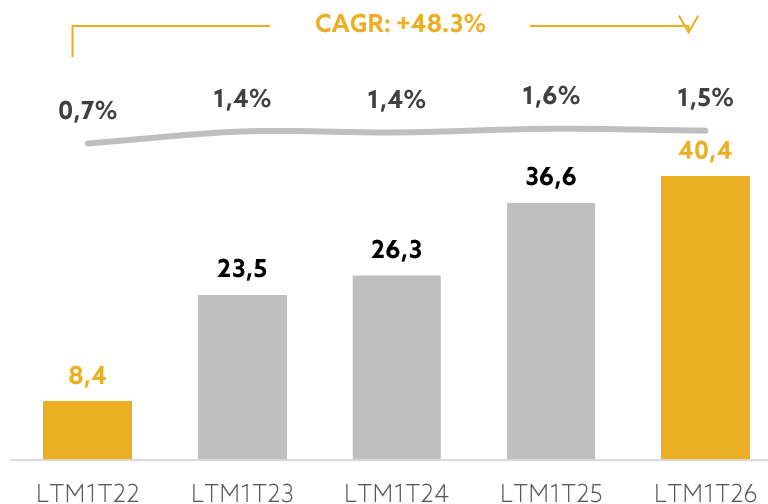
ADJUSTED NET INCOME

Rede d1000's Adjusted Net Income in 1Q26 was R\$ 4.6 million, representing a 33.6% increase compared to the same period last year, with a net margin of 0.7%.

Adjusted Net Income (R\$ Million) and % of Gross Revenue



Adjusted Net Income (R\$ Million) and % of Gross Revenue LTM



Net Income Reconciliation	1Q25	1Q26
Net Income (with IFRS 16)	0.1	1.5
(+ / -) IFRS 16 Impacts	3.1	3.1
(+/-) COF Adjustments	0.3	-0.1
(+ / -) Other Adjustments		
Adjusted Net Income (ex IFRS 16)	3.5	4.6

CASH CYCLE

The Company's Cash Cycle was 18.7 days in 1Q26, compared to 14.9 days in 1Q25. The increase in the Company's cash conversion cycle since then is directly related to the rise in sales of medicines within the overall product mix, particularly those related to GLP-1. The sales cycle for GLP1 products is much longer than the rest of the business, given the high average ticket price and sales mostly paid in installments by credit card, taking the Company's Cash Cycle to a new level. The share of this category in total sales reached 16.4% in 1Q26, versus 7.3% in 1Q25.

Cash Cycle (days)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Accounts receivable	28.1	29.6	31.0	30.7	30.5
Inventories	63.1	56.8	54.1	54.3	57.5
Trade accounts payable	76.3	73.9	69.1	70.2	69.2
Cash Cycle	14.9	12.4	16.0	14.9	18.7

INVESTMENTS AND CASH FLOW

Capex (R\$ million)	1Q25	%	1Q26	%	Δ%
Expansion	8.9	51%	13.3	68%	50%
Store Refurbishment	1.6	9%	1.1	6%	-27%
Information Technology	1.6	9%	2.3	11%	40%
Store and office infrastructure	5.2	30%	3.0	15%	-43%
Total	17.3	100%	19.7	100%	14%

In 1Q26, investments amounted to R\$ 19.7 million, of which R\$ 14.4 million was spent on opening and refurbishing stores, R\$ 2.2 million on information technology, and R\$ 3.0 million on infrastructure and maintenance of stores and offices, with 14% increase compared to investments made in the same period in 2025. Most expansion investments made in the period refer to stores opened at the end of 2025. In addition, the Company continues to invest in technology, particularly in projects to overhaul its data architecture (Data Strategy).

(R\$ million)	1Q25	1Q26	Chg. 1Q25 x 1Q26
EBIT	0.4	-0.3	-191.4%
Depreciation and Amortization	10.9	13.2	21.4%
Non-cash adjustments	7.0	17.1	144.0%
Cash Cycle	-25.9	-17.7	-31.7%
Other Assets/Liabilities)	2.8	-15.1	-633.5%
Operational Cash Flow	-4.9	-2.9	-40.6%
Investments	-17.3	-19.7	13.7%
Free Cash Flow	-22.8	-22.6	-1.1%
Financing	-2.0	0.7	-136.0%
Total Cash Flow	-24.9	-21.8	-12.3%

In 1Q26, Operating Cash Flow showed a negative result of R\$ 7.3 million versus a negative R\$ 5.6 million in 1Q25. The main impacts of non-cash adjustments were provisions for interest on loans and borrowings, contingencies, and other provisions for payroll and related charges recorded during the period. Under "Other Assets/(Liabilities)," the most significant changes were the increase in commercial agreements between periods, which was directly related to the rise in sales of GLP-1 drugs.

As a result, free cash flow was negative at R\$ 27.0 million in 1Q26 versus R\$ 22.8 million in the same period last year.

INDEBTEDNESS

Rede d1000 ended 1Q26 with Net Debt of R\$ 91.0 million versus R\$ 28.9 million in 1Q25, representing net debt of 0.8 times the accumulated EBITDA for the last 12 months, what we understand to be the new level of leverage going forward, considering the speed of expansion combined with the working capital needs resulting from sales related to GLP-1.

During the period, the Company raised R\$ 30 million in bank debt at a cost of CDI + 1.10%, primarily to repay loans maturing in the quarter and to fund planned investments. During the same period, R\$ 24.9 million was paid in interest and repayment of debts.

Calculation of Net Cash (R\$ million)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Gross Debt	-61.7	-58.7	-57.0	-107.8	-114.1
Short term	-31.3	-29.8	-29.5	-58.0	-66.0
Long term	-30.3	-28.9	-27.5	-49.9	-48.1
(+) Cash and Cash Equivalents	32.7	31	13.6	45.9	23.1
Net Cash Position	-28.9	-27.7	-43.3	-61.9	-91.0
Net Debt/Adjusted EBITDA	0.3x	0.3x	0.5x	0.6x	0.8x

ESG

Rede d1000 integrates its ESG agenda into its business strategy, incorporating principles of sustainability, ethics, and positive impact into its decisions and operations. The Company's performance is guided by the United Nations 2030 Agenda and the double materiality process, which focuses priorities on the topics most relevant to both the business and society.

In 2026, the strengthening of the Governance pillar is evidenced by the integration of the Compliance department into the ESG Executive Board, enhancing the robustness of processes, promoting better ethical alignment and transparency, and reinforcing Rede d1000's commitment to best practices in corporate governance.

ENVIRONMENTAL PILLAR



Renewable Energy:

Rede d1000 continues to expand its operations in line with its sustainability agenda. Currently, 83% of its stores already operate using energy from renewable sources, reflecting the Company's commitment to reducing its environmental impact and transitioning to a cleaner energy mix. In the last quarter, approximately 3.3 GWh of renewable energy was fed into the system, underscoring Rede's positive contribution to energy efficiency in the sector. In addition, some of the company-owned stores built in Mato Grosso are designed from the outset with sustainability in mind: six units in the state have solar panels installed, promoting clean energy generation and integrating ESG criteria into Rede's growth.

SOCIAL PILLAR



2025 Annual Activity Report of Proframa Institute

Proframa Institute releases its 2025 Activity Report, a record of the progress, lessons learned, and impacts generated throughout the year through its social initiatives. Over the past three years, more than 1 million people have been reached, thanks to the involvement of over 800 Ambassadors of Good and the collection of thousands of donated items, expanding the scope of our initiatives and strengthening networks of care and solidarity. The report highlights the Institute's progress in fostering consistent social impact, encouraging voluntary work, and building partnerships that contribute to a more equitable and sustainable society.



GOVERNANCE PILLAR:

Due Diligence on carriers:

The Compliance Department conducted a structured integrity assessment involving 35 partner carriers. All companies underwent analysis using an automated research platform, with specific parameters designed to ensure the quality of the analysis, the consistency of the information, and the accurate classification of risks. This strengthened the third-party due diligence process, enhanced risk mitigation, and supported strategic decision-making, in line with best practices in corporate governance and integrity.

FINANCIAL STATEMENTS

R\$ million	IFRS-16		Without IFRS-16 and COF	
	1Q25	1Q26	1Q25	1Q26
Gross Revenue	602.9	695.9	602.9	695.9
RX	258.1	329.6	258.1	329.6
HB	189.7	139.6	189.7	139.6
OTC	85.1	146.0	85.1	146.0
Generic	70.0	80.7	70.0	80.7
Revenue Deductions	-34.6	-35.5	-34.6	-35.5
Net operating revenue	568.3	660.4	568.3	660.4
Cost of goods sold	-398.7	-458.5	-398.7	-458.5
Gross Profit	169.7	201.9	169.7	201.9
Gross Margin (Net Revenue)	29.9%	30.6%	29.9%	30.6%
Gross Margin (Gross Revenue)	28.1%	29.0%	28.1%	29.0%
Operating Expenses	-160.6	-188.4	-166.6	-197.2
General and administrative expenses	-16.9	-20.4	-16.3	-20.4
Selling Expenses	-113.1	-132.4	-141.3	-164.4
Provision for expected credit loss	0.0	0.0	0.0	0.0
Depreciation	-32.5	-36.5	-10.9	-13.2
Other operating revenues (expenses)	1.9	0.9	1.9	0.8
Result before Financial Result	9.1	13.5	3.1	4.7
Financial Result	-14.2	-18.2	-3.2	-5.1
Financial income	0.5	0.1	1.4	0.1
Financial expenses	-14.7	-18.3	-4.6	-5.2
Profit before taxes	-5.1	-4.7	-0.1	-0.4
Income Tax and Social Contribution	5.2	6.2	3.6	5.0
Profit/ Loss for the Period	0.1	1.5	3.5	4.6

BALANCE SHEET

(R\$ thousand)	12/31/2025			03/31/2026		
	IFRS16	Reclassification	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Reclassification	Without IFRS-16 and COF
Cash and cash equivalents	45.913	-31	45.882	22.993	124	23.117
Accounts receivable	239.679	-45	239.634	235.613	0	235.613
Inventories	277.623	0	277.623	292.697	0	292.697
Taxes recoverable	16.938	0	16.938	17.671	0	17.671
Other accounts receivable	40.111	0	40.111	49.444	0	49.444
Total Current Assets	620.264	-76	620.188	618.418	124	618.542
Deposits on court	3.265	0	3.265	3.224	0	3.224
Financial Instruments	393	0	393	0	0	0
Deferred income tax and social contribution	145.151	-27.278	117.873	152.940	-28.487	124.453
Taxes recoverable	5.478	0	5.478	5.478	0	5.478
Other accounts receivable	519	0	519	519	0	519
Property, Plant & equipment (PPE)	567.989	-323.745	244.244	591.464	-341.328	250.136
Intangible assets	606.095	0	606.095	606.700	0	606.700
Total Non-Current Assets	1,328,890	-351.023	977.867	1.360.325	-369.815	990.510
Total Assets	1,949,154	-351,099	1,598,055	1,978,743	-369,691	1,609,052
Trade accounts payable	353,334	-757	352,577	348,417	27	348,444
Suppliers - Forfaiting	5,842	0	5,842	4,166	0	4,166
Loans and financing	55,974	0	55,974	62,208	0	62,208
Financial Instrument	2,396	0	2,396	3,794	0	3,794
Salaries and social contributions	49,601	0	49,601	56,245	0	56,245
Taxes and fees	12,462	0	12,462	10,788	0	10,788
Lease Payable	83,342	-83,342	0	86,860	-86,860	0
Other	10,415	0	10,414	12,647	0	12,647
Total Non-Current Liabilities	573,366	-84,099	489,267	585,125	-86,833	498,292
Loans and financing	15,130	0	15,130	13,020	0	13,020
Deferred taxes	54,477	0	54,477	54,477	0	54,477
Financial Instruments	0	0	0	313	0	313
Provision for Contingencies	31,599	0	31,599	32,074	0	32,074
Lease payable	320,581	-320,581	0	338,205	-338,205	0
Other	34,724	0	34,724	34,736	0	34,736
Total Non-Current Liabilities	456,511	-320,581	135,930	472,825	-338,205	134,620
Share capital	1,004,004	0	1,004,004	1,004,004	0	1,004,004
Accumulated losses	-84,727	53,581	-31,145	-83,211	55,347	-27,864
Total Equity	919,277	53,581	972,858	920,793	55,347	976,140
Total Equity and Liabilities	1,949,154	-351,099	1,598,055	1,978,743	-369,691	1,609,052

CASH FLOW (INDIRECT METHOD)

R\$ thousand	1Q25		1Q26	
	IFRS16	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Without IFRS-16 and COF
Cash flows from operating activities				
Net income (loss) before IT/SC	(5,099)	372	(4,653)	(340)
Adjustments to reconcile net income with cash and cash equivalents from operating activities:				
Depreciation and amortization	10,854	10,854	13,176	13,176
Depreciation of right-to-use of properties	21,684	-	23,287	-
Interest on loan with a related parties	-	-	935	935
Interest on Provisioned Loans	1,322	1,322	4,637	4,637
Allowance / Reversal for expected credit losses	767	767	881	881
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	50	50	-	-
Gain / Loss on reversal of right-of-use of properties	-	-	(164)	-
Provision / Reversal for inventory loss	678	678	178	178
Provision / Reversal for contingencies	548	548	1,403	1,403
Provision / Reversal of tax installment payment	-	-	-	-
Financial charges on right-of-use	11,316	-	13,060	-
Other	4,384	3,640	9,804	9,059
	46,504	18,231	62,544	29,929
Decrease (increase) in assets				
Accounts receivable	(4,393)	(4,393)	3,385	3,380
Inventories	(1,409)	(1,409)	(13,985)	(13,985)
Taxes recoverable	1,954	1,954	174	170
IRPJ and CSLL paid	(2,042)	(2,042)	(1,428)	(1,428)
Commercial agreements	2,178	2,178	(7,452)	(7,452)
Other Assets	(2,115)	(2,115)	(1,935)	(2,429)
Increase (decrease) in liabilities				
Trade accounts payable	(20,114)	(20,114)	(7,828)	(7,104)
Salaries and contributions	3,734	3,734	(997)	(989)
Taxes payable	1,543	1,543	(2,842)	(2,844)
Contingencies	-	-	(928)	(928)
Other Liabilities	(2,421)	(2,421)	(51)	(132)
Net cash from (used in) operating activities	22,720	(5,553)	28,657	(3,812)
Cash flows from investing activities				
Additions to PPE	(15,305)	(15,305)	(15,419)	(15,419)
Additions to intangible assets	(1,978)	(1,978)	(4,254)	(4,254)
Net cash used in investing activities	(17,283)	(17,283)	(19,673)	(19,673)
Cash flow from financing activities				
Related Parties Loan - Interest paid	(699)	(699)	(871)	(871)
Raising of loans - Principal	-	-	30,000	30,000
Loans paid - Amortization	(1,417)	(1,417)	(21,800)	(21,800)
Interest on loans paid	(597)	(597)	(6,609)	(6,609)
Lease Payment - right of use - Amortization	(18,563)	-	(19,592)	-
Lease Payment - right of use - Interest	(9,710)	-	(13,032)	-
Net cash used in (stemming from) financing activities	(30,986)	(2,713)	(31,904)	720
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	(24,850)	(24,850)	(22,920)	(22,765)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	57,598	57,598	45,913	45,882
Cash and cash equivalents at the end of the period	32,748	32,748	22,993	23,117

ABOUT THE COMPANY

We are a chain of drugstores with 302 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 4,500 employees, they serve more than 2.6 million consumers/month. Our platform - with its multiple and supplementary positions - allows us to experience the particularities and needs of all social classes of Brazilian population, inaugurating a unique popular model and respecting the characteristics of each region.

LEGAL NOTICE

The statements contained in this document relating to business prospects, forecasts of operating and financial results and those relating to growth prospects are mere projections and, as such, are based exclusively on Management's expectations about the future of the business. These expectations substantially depend on market conditions, legislation, the performance of Brazilian economy, the sector and international markets and, therefore, are subject to change without prior notice.