DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS 3T26 e 9M26**

12 de novembro de 2026

WEBCAST

13 de novembro, sexta-feira, às 11:00h

CLIQUE AQUI

CONTATO RI

E-mail: ri@reded1000.com.br

REDE d1000

DMVF

B3 LISTED NM

REDE d1000

DMVF
B3 LISTED NM

A **Rede d1000** encerra o 3T26 com Receita Bruta de R$ 728,7 milhões, superior em 7% em relação ao 3T25. Em 9M26, a Receita Bruta totalizou R$ 2.126,0 milhões, maior em 12,5% em relação a 9M25

DESTAQUES 3T26 x 3T25

R$ 728,7 MM
Receita Bruta
+7% x 3T25

R$ 139,9 MM
Omnichannel
+ 100%, atingindo 19,2% da Receita Bruta

Vendas Marcas Exclusivas
R$ 40,2 milhões, 12,5% de participação no autosserviço

Expansão
Safras > 3 anos
ROIC médio de **37%**

320 Lojas
+37 unidades x 3T25

Expansão MT
+ 45% na base de lojas
+ 1,8p.p. *market share*

PRINCIPAIS INDICADORES

	3T25	4T25	1T26	2T26	3T26	VAR. 3T25 X 3T26	9M25	9M26	VAR. 9M25 X 9M26
Nº de Lojas	283	300	302	312	320	13,1%	283	320	13,1%
(R$ milhões)									
Receita Bruta	680,9	701,9	695,9	703,5	728,7	7,0%	1.890,0	2.126,0	12,5%
Lucro Bruto	195,7	205,3	201,9	212,3	213,8	9,2%	557,0	628,0	12,7%
Margem Bruta (% Receita Bruta)	28,7%	29,2%	29,0%	30,2%	29,3%	0,6 p.p	29,5%	29,5%	0 p.p
EBITDA Ajustado	30,6	31,1	17,9	29,3	30,6	0,1%	72,2	77,9	7,8%
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	4,5%	4,4%	2,6%	4,2%	4,2%	-0,3 p.p	3,8%	3,7%	-0,2 p.p
Lucro Líquido Ajustado	12,4	14,2	4,6	9,8	9,4	-24,0%	25,0	23,9	-4,6%
Margem Líquida (% da Receita Bruta)	1,8%	2,0%	0,7%	1,4%	1,3%	-0,5 p.p	1,3%	1,1%	-0,2 p.p

Rio de Janeiro, 12 de novembro de 2026 - A d1000 Varejo Farma SA. *("Rede d1000" ou "Companhia", B3: DMVF3), anuncia os resultados do terceiro trimestre de 2026 (3T26). 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 (3T25)*

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.

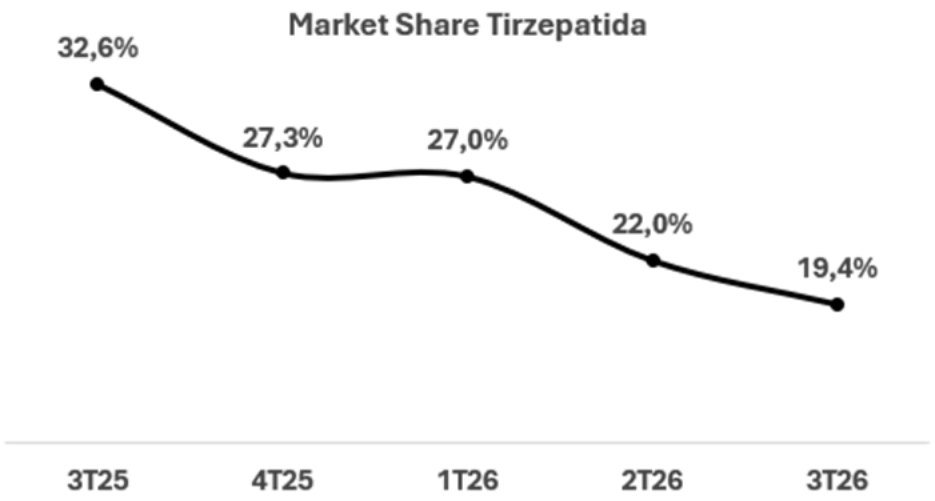
VAREJO FARMACÊUTICO

No 3T26, o varejo farmacêutico brasileiro manteve uma trajetória positiva de crescimento, com avanço de 9,1% nas vendas, segundo dados da IQVIA. O desempenho reforça a resiliência estrutural do setor, sustentada, principalmente, pela natureza recorrente da demanda por medicamentos. Apesar da desaceleração em relação aos elevados patamares observados nos períodos anteriores, influenciada por uma base de comparação mais desafiadora, efeitos de calendário e condições climáticas menos favoráveis em algumas regiões do país, o setor permaneceu apresentando crescimento superior ao observado em grande parte do varejo nacional.

Entre os principais vetores de expansão do mercado, segue em destaque a categoria de medicamentos da classe GLP-1, impulsionada pela crescente demanda por tratamentos para diabetes e obesidade. O mercado de GLP-1 também passou por uma importante transformação competitiva ao longo de 2026, marcada pelo vencimento da patente da semaglutida e pela entrada de novos participantes. O lançamento de apresentações como Ozivy, Semavy, Poviztra e Extensior, ampliou significativamente a oferta disponível ao consumidor. Esse movimento contribuiu para o aumento da penetração da categoria, ampliando o acesso aos tratamentos e promovendo maior competitividade no mercado, ao mesmo tempo em que redistribuiu volumes entre fabricantes, produtos e canais de venda.

Inserida nesse contexto, a Rede d1000 seguiu beneficiando-se do crescimento estrutural da categoria, embora a comparação anual tenha sido fortemente impactada pelo "overshare" na venda do Mounjaro. No 3T25, a Companhia alcançou market share de 32,6% na categoria, devido ao abastecimento mais do que proporcional ao seu "fair Share". Neste trimestre, o market share foi de 19,4%, mais alinhado ao desempenho recorrente da rede.

A expansão do mercado de GLP-1, a ampliação do acesso aos tratamentos e o fortalecimento do canal varejista continuam representando relevantes oportunidades de crescimento e geração de valor para a Rede d1000 nos próximos períodos.



PORTFÓLIO DE LOJAS

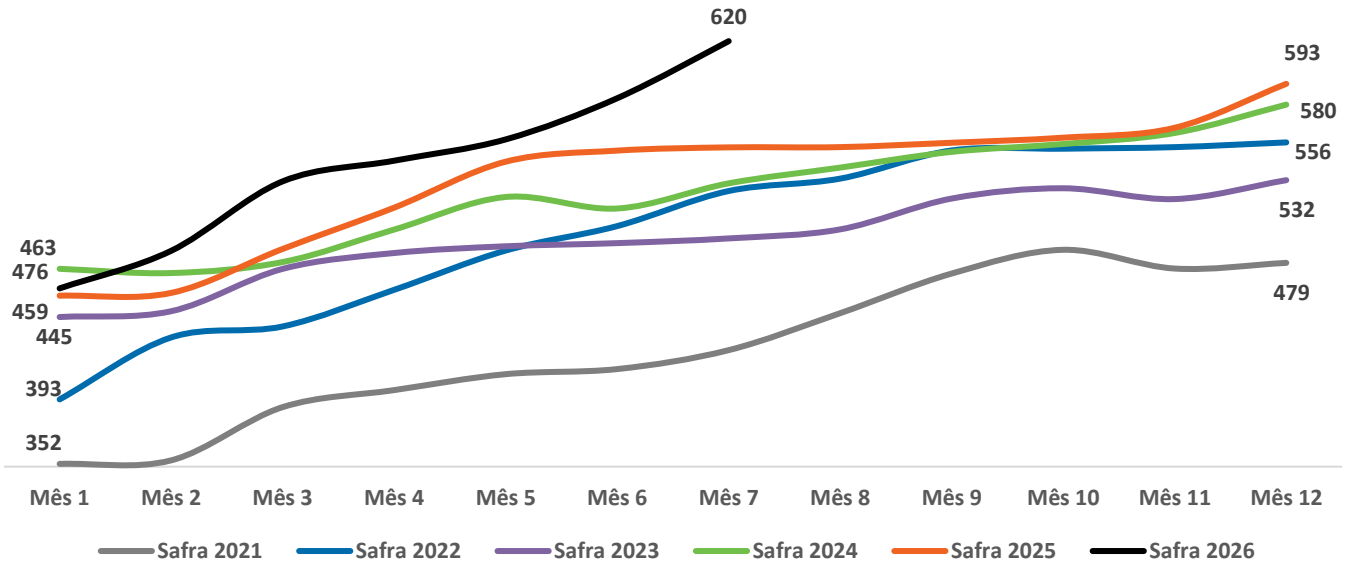
A Rede d1000 inaugurou 9 novas lojas no terceiro trimestre de 2026, sendo quatro no Rio de Janeiro, quatro em Brasília (DF) e uma no Mato Grosso. No acumulado do ano, a Companhia abriu 23 novas lojas e fechou 2 unidades, encerrando o período com 320 unidades, o que representa um crescimento líquido de 13,1% na base de lojas.

Conforme Fato Relevante divulgado nesta data, a Companhia revisou seu guidance de expansão, reduzindo a previsão de abertura de novas lojas de 40 (quarenta) para 31 (trinta e uma) e de realização de reformas/ampliações de 10 (dez) para 9 (nove).

Até a presente data, a Companhia identificou oportunidades para a ocupação de 4 (quatro) novos pontos comerciais estratégicos na cidade do Rio de Janeiro, adicionais às lojas já inauguradas no exercício, caracterizados por elevado fluxo de consumidores, maior área de vendas e potencial de geração de receita superior ao de uma loja padrão. Considerando os investimentos iniciais necessários à implementação desses projetos, a Companhia optou por priorizar sua execução, em linha com sua estratégia de crescimento e disciplina na alocação de capital. Adicionalmente, em referência ao Fator Relevante divulgado em dezembro de 2023, que divulgou a projeção de abertura de 260 (duzentas e sessenta) até 280 (duzentas e oitenta) novas lojas entre 1º de janeiro de 2024 e 31 de dezembro de 2028, a Companhia informa que está reavaliando as premissas de seu plano de expansão de longo prazo. Por ora, a Companhia optou por descontinuar a validade e o acompanhamento da projeção informada no referido documento, mantendo apenas a projeção anual, nos termos do Fato Relevante de Janeiro de 2026.

Com relação a performance de vendas das lojas novas, continua melhor do que a apresentada em ciclos anteriores e vemos a safra de 2026, cuja amostra ainda é pequena, apresentar venda média superior a R$ 600 mil já nos primeiros meses. Analisando a safra de 2025, podemos observar níveis de vendas que superam os de safras mais antigas, atingindo ao final do seu primeiro ano o faturamento próximo a R$ 600 mil na média, resultado superior aos observados em anos anteriores neste mesmo estágio de maturação. O mesmo acontece com a safra de 2024, onde todas as lojas 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*

A expansão no Estado do Mato Grosso vem sendo importante dentro da estratégia de crescimento da Companhia, visto que é uma das regiões de maior crescimento no mercado brasileiro, além de possuir menor participação de grandes redes de farmácias quando comparamos com outros Estados. Finalizamos o terceiro trimestre com 16 unidades na região. Nos últimos dois anos, quase triplicamos o tamanho da Rede no Estado. No 3T26 alcançamos *market share* de 8,3% nas áreas trabalhadas pela Companhia, incremento de 0,4p.p. em relação ao 3T25.

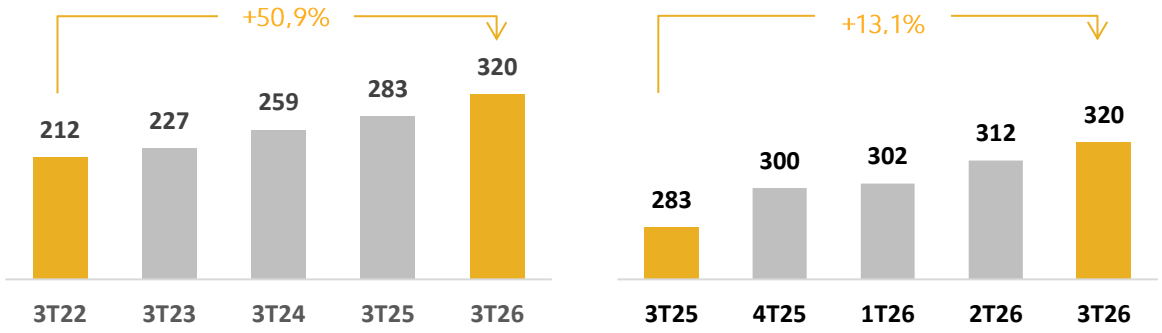
A estratégia de expansão também reflete uma alocação de capital disciplinada. O ROIC marginal das lojas maduras supera 30%, evidenciando o potencial de geração de valor do modelo. Dessa forma, a Companhia segue priorizando investimentos em regiões e praças com atratividade estrutural, combinando crescimento de receita, retorno elevado e fortalecimento de sua presença competitiva.

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)	657	673	689	714
Margem de Contribuição (%)	7,8%	8,2%	10,3%	10,0%
Margem de Contribuição (R$ Mil / Mês / Loja)	51	55	71	72
Margem de Contribuição Anual (R$ Mil / Ano / Loja)	612	664	853	859
CAPEX Médio	1.729	1.454	1.374	1.300
WC Médio (R$ Mil / Loja)	1.200	1.200	1.100	1.000
IC Médio (R$ Mil / Loja)	2.929	2.654	2.474	2.300
ROIC Marginal por Loja (%)	**21%**	**25%**	**34%**	**37%**

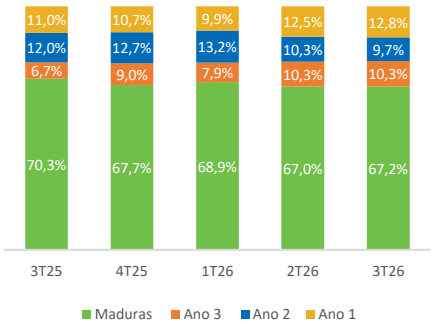
A Rede d1000 encerrou o trimestre com 32,8% de suas lojas (105 unidades) ainda em processo de maturação, sendo 12,8% (41 unidades) no primeiro ano de operação. Ao final do 3T26, a Companhia possuía 20 lojas com menos de 6 meses versus 8 lojas no 3T25, o que pressiona as despesas e margem no curto prazo, mas indica relevante potencial de crescimento para a frente, tendo em vista a 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.

A estratégia de expansão, associada à modernização do portfólio de lojas existentes, são alavancas importantes de crescimento da Companhia e vem contribuindo fortemente para o crescimento de vendas e ganhos de *market share*, que, neste trimestre, alcançou 12,0%* de participação, crescimento de 0,5 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados atualizados pela IQVIA Brasil.

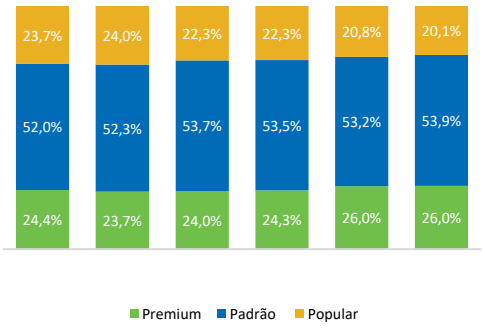
Número de lojas (#)



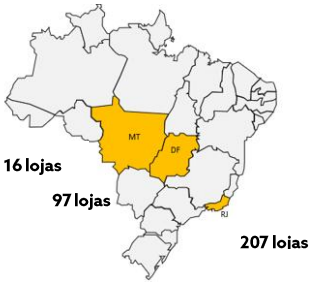
Distribuição etária do portfólio



Rede de lojas por perfil (%)



Presença geográfica (#)



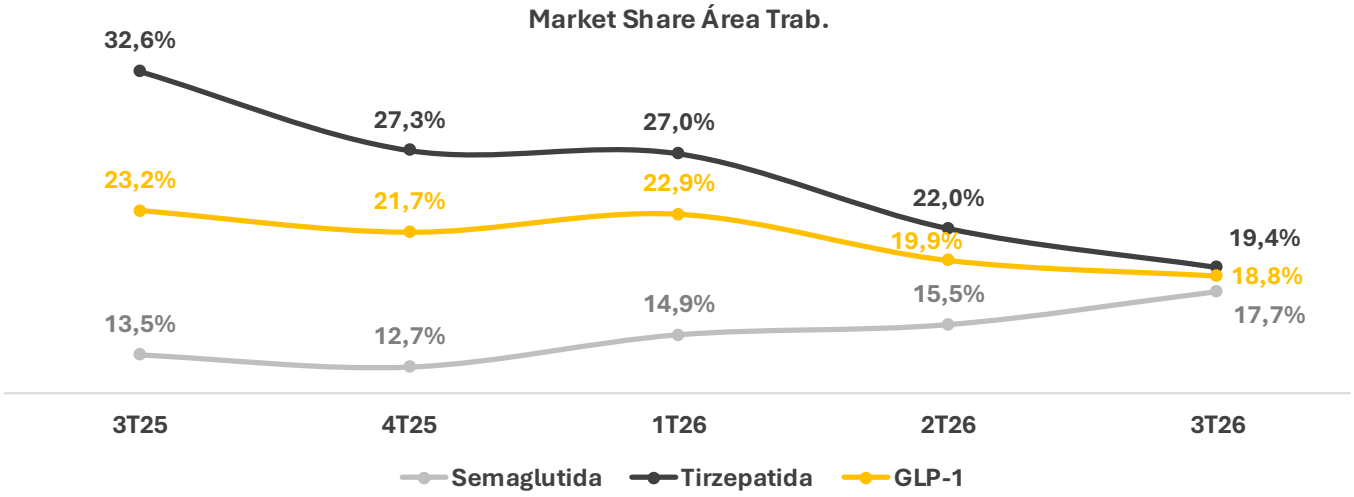
*na sua área de atuação (RJ, DF e MT).

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

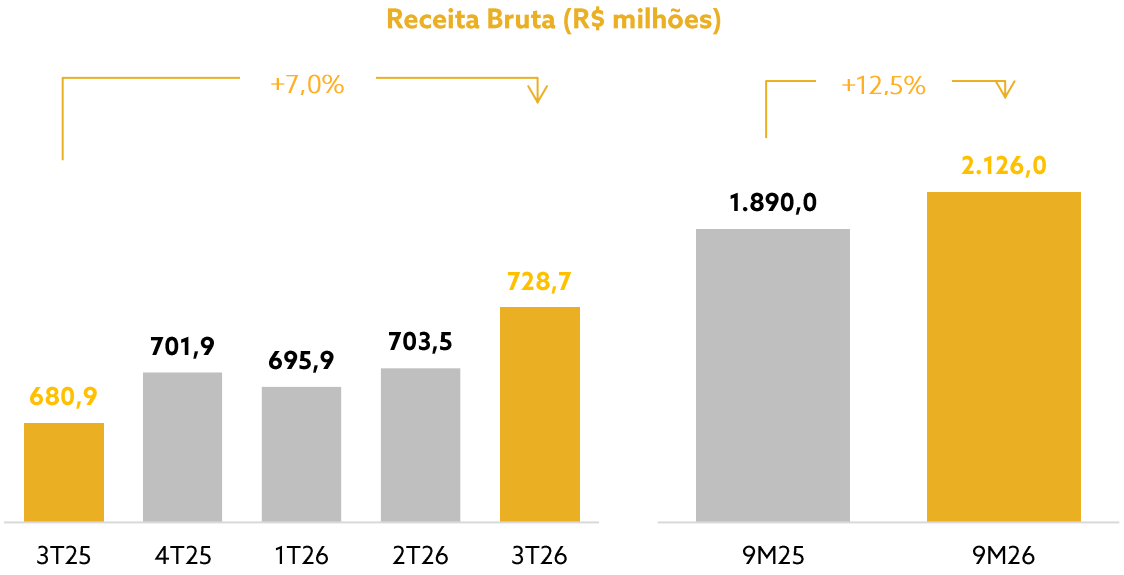
RECEITA BRUTA

No 3T26, a Receita Bruta totalizou R$ 728,7 milhões, avanço de 7,0% em comparação ao 3T25 (vale lembrar, que no 3T25 a Receita Bruta havia crescido 18,4%, em comparação a um mercado que cresceu 8,5% no mesmo período). O desempenho do 3T26 foi sustentado pela expansão orgânica da Companhia, que encerrou o período com 320 lojas em operação, bem como pela resiliência das vendas da categoria de GLP-1.

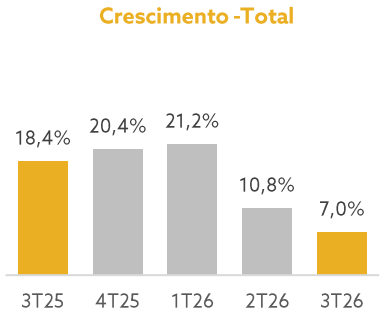
A participação desses medicamentos na Receita Bruta totalizou 13,5% no trimestre, mantendo-se em patamar semelhante ao observado no 3T25. Apesar da normalização da participação da tirzepatida ao longo de 2026, o lançamento das novas apresentações de semaglutida contribuiu para a sustentação do desempenho da categoria. A boa performance da Rede d1000 na venda de semaglutida, elevou o market share desses produtos para 17,7% no 3T26, ganho de 4,2p.p. na comparação com o 3T25, preservando a relevância dos produtos GLP-1 na composição das vendas da Companhia.

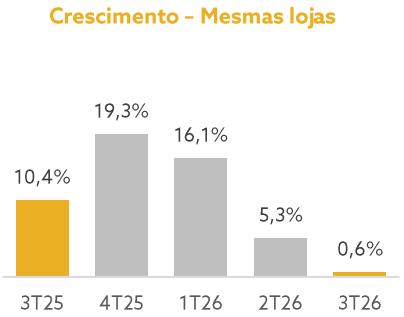


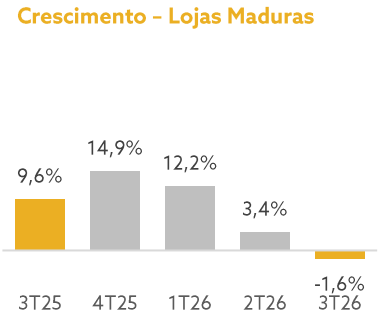
No acumulado do ano, a Rede d1000 apresentou Receita Bruta de R$ 2,1 bilhões, representando um crescimento de 12,5% em relação ao mesmo período de 2025. Nas regiões onde atua, a Rede d1000 continua apresentando crescimento bem superior ao mercado, alcançando 12,0% de participação em 3T26, crescimento de 0,5p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados atualizados pela IQVIA Brasil.



Os desempenhos de mesmas lojas e lojas maduras no 3T26 foram impactados pela normalização da dinâmica competitiva do mercado na venda de Mounjaro. Conforme informado anteriormente, a Rede d1000 se beneficiou de um abastecimento do produto mais do que proporcional, elevando o *market share* para 32,6% no 3T25, bem acima do fair *share* da operação. No 3T26, o *market share* de mounjaro ficou em 19,4%, mais alinhado com o esperado. Por outro lado, verificou-se maior penetração de novos medicamentos à base de semaglutida, cujo volume foi duas vezes maior na comparação 3T25 x 3T26, compensando a redução dos preços médios da categoria. Como resultado, o crescimento de mesmas lojas e lojas maduras passou de 10,4% e 9,6% no 3T25 para 0,6% e -1,6% no 3T26, respectivamente.







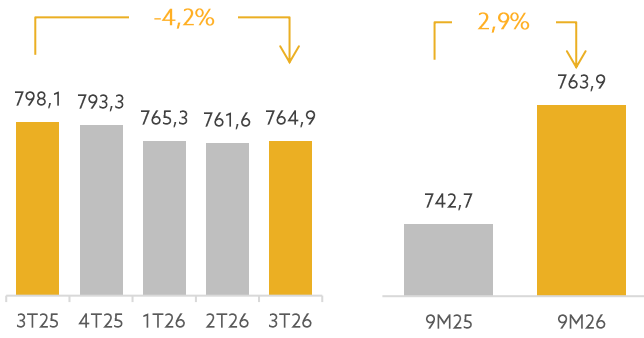
Venda média por loja

A Rede d1000 apresentou no terceiro trimestre de 2026 uma venda média por loja de R$ 764,9 mil, o que representa uma retração de 4,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. A variação anual reflete, principalmente, a mudança de mix dentro da classe de GLP-1 devido a maior participação de produtos à base de semaglutida, cujo ticket médio é inferior ao da tirzepatida, pressionando o ticket de RX e, por consequência, a venda média por loja. Adicionalmente, no 3T26, a Companhia possuía 32,8% de lojas ainda em maturação versus 29,7% no 3T25, onde 20 lojas possuíam menos de 6 meses de operação versus 8 lojas no 3T25.

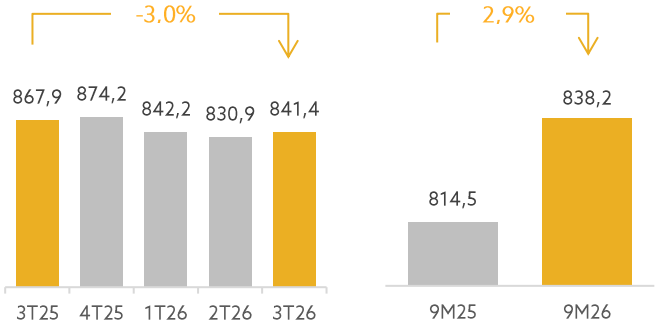
No acumulado do ano, a venda média por loja atingiu R$ 763,9 mil, crescimento de 2,9% em comparação com os R$ 742,7 mil apresentados no 9M25.

Considerando apenas as lojas maduras, a Companhia atingiu R$ 841,4 mil de venda média, retração de 3,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, as lojas maduras cresceram 2,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo o patamar de R$ 838,2 mil/mês na média.

Venda média por loja (R$ mil)

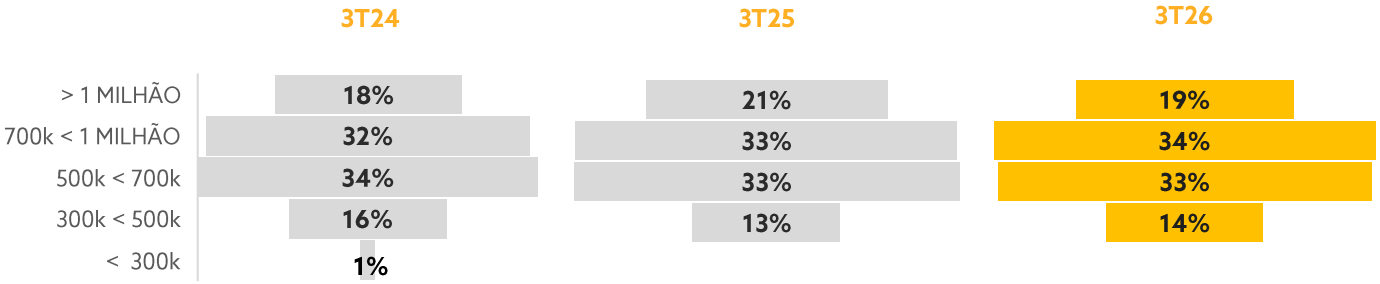


Venda média por madura (R$ mil)



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 53% do total de lojas versus 54% no 3T25, refletindo também os impactos detalhados anteriormente, com queda de 1p.p. na comparação entre os períodos.

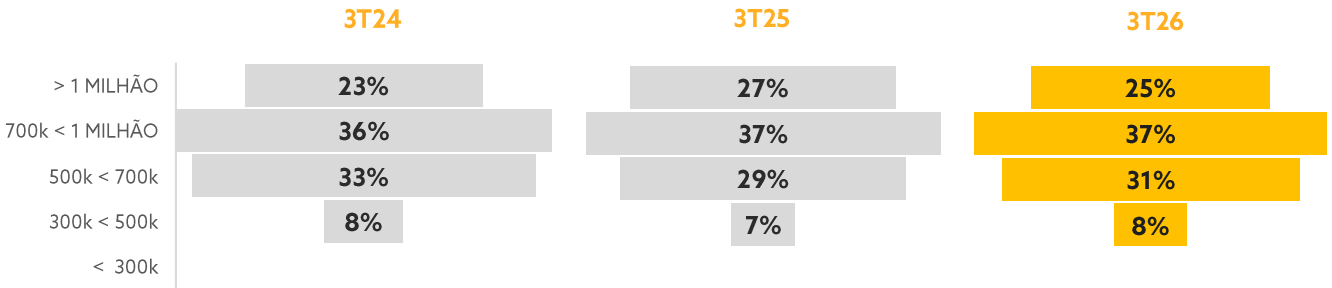
Venda Média | Lojas



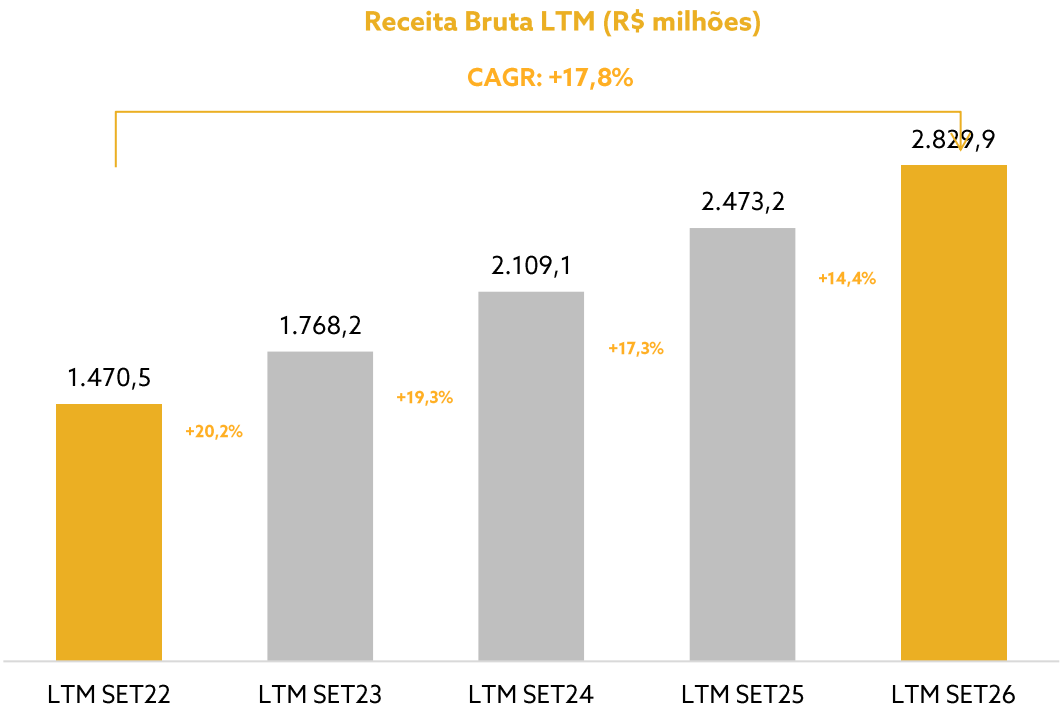
Foram consideradas apenas lojas abertas há mais de 6 meses

Quando analisamos apenas a base de lojas maduras, observamos 62% das lojas faturando acima de R$ 700 mil, redução de 3,0p.p na participação total, quando comparado com o mesmo período de 2025. A base existente de lojas é a mais impactada pela normalização da dinâmica competitiva do Mounjaro e consequente adequação de market share, explicado anteriormente.

Venda Média | Lojas Maduras

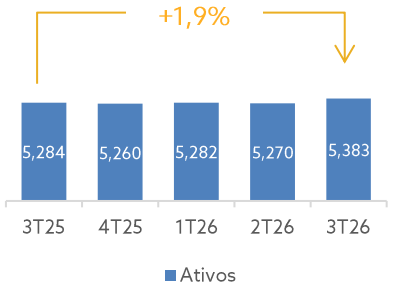


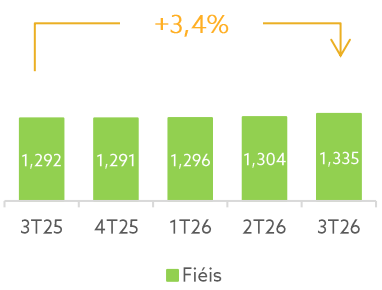
A Receita Bruta da Rede d1000 vem apresentando forte crescimento nos últimos anos, com um CAGR de 17,8%, alcançando aproximadamente R$ 2,8 bilhões nos últimos 12 meses, conforme demonstrado no gráfico abaixo:



CLIENTES

A Companhia continua fortalecendo sua estratégia de atenção e relacionamento com os clientes fiéis, que encerraram o trimestre totalizando 1,33 milhão, crescimento de 3,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. Quando analisamos o faturamento desse grupo de clientes, observamos um crescimento de 14% em relação ao ano anterior, com avanço de 10% no ticket médio. Esse público apresenta maior recorrência de compras e maior engajamento com a Rede, refletindo-se em um ticket médio aproximadamente 21% superior ao ticket médio da Companhia. A evolução desses indicadores reforça a relevância dos clientes fiéis para o crescimento sustentável do negócio e para a geração de valor de longo prazo.



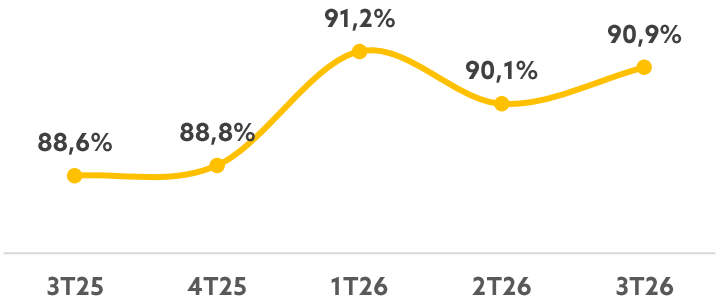


Ao longo de 2025, a Rede d1000 evoluiu em sua metodologia de mensuração da satisfação dos clientes das lojas físicas. A coleta de avaliações, anteriormente realizada por meio de pesquisas enviadas por e-mail, passou a ocorrer diretamente no checkout das lojas, ampliando significativamente o volume de respostas e a representatividade da amostra.

Essa mudança tornou os indicadores mais aderentes à experiência efetivamente vivenciada pelos clientes nos pontos de venda, proporcionando uma visão mais abrangente e consistente da percepção sobre a qualidade do atendimento e da jornada de compra. A iniciativa reforça o compromisso da Companhia com o monitoramento contínuo da experiência dos consumidores e com a busca permanente pela excelência operacional.

Na comparação com o 3T25, o nível de satisfação dos clientes atingiu 90,9%, incremento de 2.p.p.

NÍVEL DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES



MIX DE VENDA

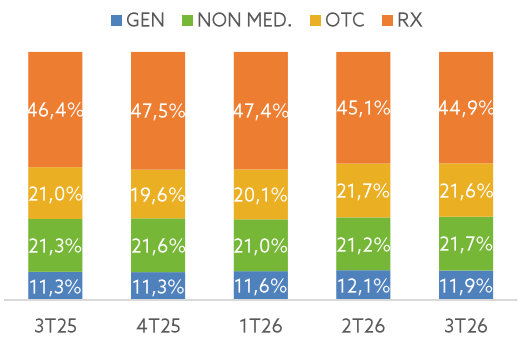
Na categoria OTC a Rede d1000 apresentou crescimento de 10,6% no trimestre, apesar de uma temporada de inverno menos intensa em relação à observada em 2025, o que impactou a demanda por produtos sazonais em toda a indústria, acumulando 11,4% de evolução no acumulado 9M26 x 9M25.

Em Não Medicamentos, a Companhia registrou crescimento de 9,7%. Esse desempenho foi impulsionado pelo aumento da atividade promocional nas lojas e no canal digital, suportado por ganhos de competitividade em preços e maior assertividade na execução das estratégias comerciais.

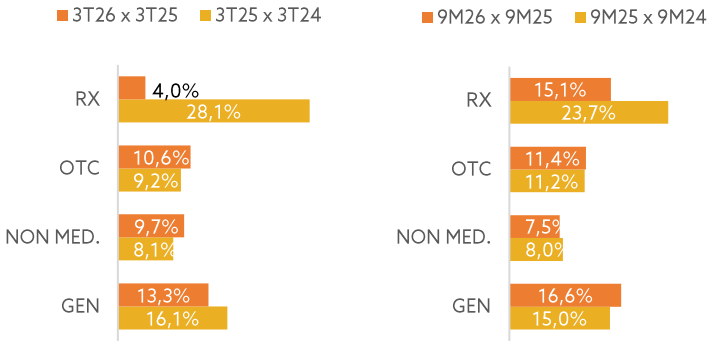
A categoria Genéricos também se destacou no período, com crescimento de 13,3%. A performance refletiu a combinação de melhorias na disponibilidade de estoque, maior competitividade de preços e iniciativas promocionais focadas em *packs* e alavancas de conversão.

Por sua vez, a categoria RX apresentou crescimento de 4,0%. Esse desempenho foi influenciado, principalmente, pela dinâmica da categoria de GLP-1, que enfrentou uma base de comparação mais elevada, conforme explicado anteriormente. Vale lembrar que nessa categoria a Rede d1000 cresceu 28% no 3T25, quando o mercado à época cresceu 13%.

Participação de Venda por Categoria



Crescimento Rede d1000



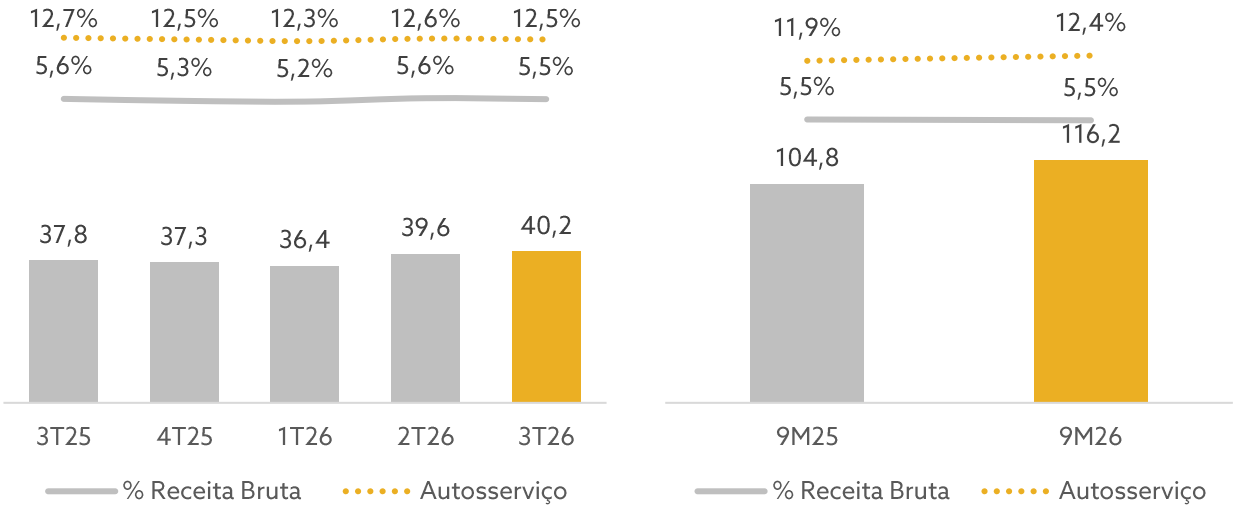
MARCAS EXCLUSIVAS

No 3T26, os produtos da Rede d1000 reportaram recorde histórico de vendas, atingindo R$40,2 milhões, aumento de 6,2% em relação ao mesmo período de 2025. As vendas de itens de Marcas Exclusivas representaram 12,5% da receita do autosserviço e participação de 5,5% nas vendas totais.

Com os lançamentos realizados no período, o portfólio passou a contar com 393 SKUs. Além disso, com a entrada em 10 novas categorias em comparação ao 3T25, a Companhia alcançou a marca de atuação em 104 categorias, com liderança em 52 delas.

No acumulado do ano, as vendas de produtos de Marcas exclusivas da Rede d1000 totalizaram R$ 116,2 milhões versus R$ 104,8 milhões reportados no mesmo período de 2025, evolução de 10,9%.

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



OMNICHANNEL

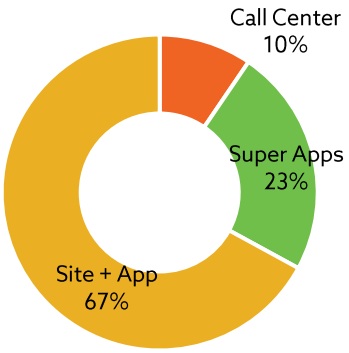
No 3T26, as vendas não presenciais atingiram R$ 139,9 milhões, crescimento de aproximadamente 100% quando comparadas ao 3T25, representando 19,2% da Receita Bruta da Companhia.

Os produtos análogos ao GLP-1 vêm contribuindo de forma significativa para o crescimento das vendas *Omnichannel* e sua participação no faturamento total da Companhia. Além disso, no *e-commerce*, continuamos investindo no fortalecimento dos nossos canais proprietários, especialmente o *app*, cuja venda representou 45,5% de *share no período*, um aumento de 6,4p.p. em relação aos 39,1% observados no 3T25. A venda através do *app* melhora a experiência de compra dos nossos consumidores, 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 investindo no Programa de Afiliados, e neste trimestre, tivemos um faturamento 362% maior do que no 3T25 nas vendas através destas parcerias.

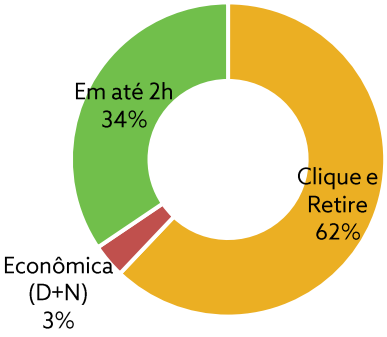
O 3T26 consolida avanços importantes na estratégia *omnichannel*, com crescimento expressivo em pedidos, categorias estratégicas e quantidade de itens por cesta. Além da venda de medicamentos de marca, a Companhia vem investindo no crescimento das outras categorias e já observou evolução de 41% em Não Medicamentos, 20% em OTC e 15% em Genéricos, trazendo um aumento de 25% no volume total de pedidos e 19,4% na cesta média, que passou de 3,1 para 3,7 itens por pedido.

Ao longo do último ano, aumentamos o número de lojas com modal de entrega, reduzindo os prazos de atendimento. Atualmente, 34% dos pedidos já são entregues em até duas horas.

Mix de Canais Digitais

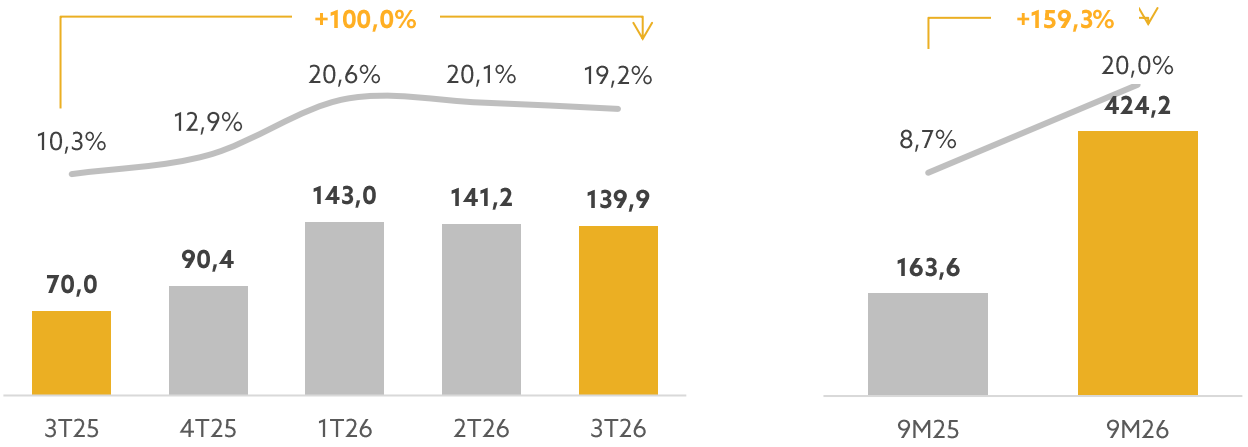


Mix de Entregas



Os canais 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 acumulado do ano, as Vendas Omnichannel totalizaram R$ 424,2 milhões, crescimento de 159,3% em relação ao 9M25, aumentando a participação sobre a Receita Bruta da Companhia em 11,2p.p.

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

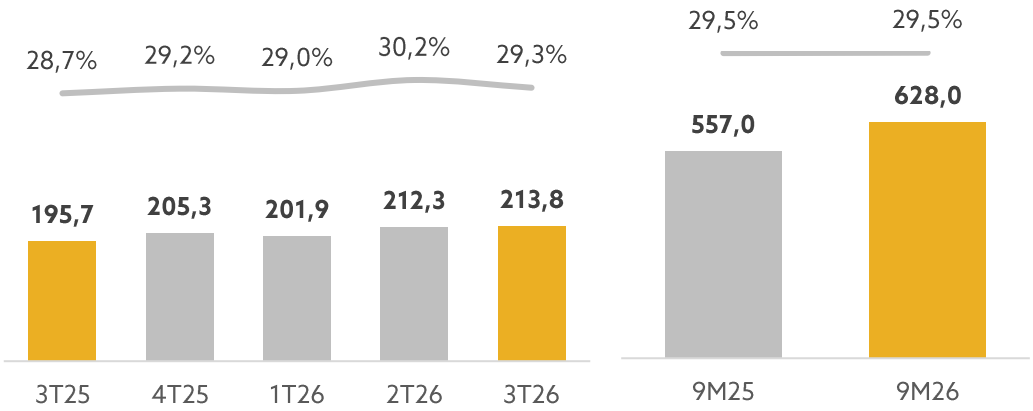


LUCRO BRUTO

O Lucro Bruto totalizou R$ 213,8 milhões no 3T26, representando crescimento de 9,2% em relação ao 3T25. A Margem Bruta do 3T26 foi de 29,3%, 0,6p.p superior ao mesmo período do ano passado. A evolução decorre, principalmente, de práticas comerciais consistentes, portfólio mais equilibrado entre medicamentos e não medicamentos e aumento de participação de genéricos.

No acumulado do ano, o Lucro Bruto total foi de R$ 628,0 milhões, representando um crescimento de 12,7% em relação aos R$ 557,0 milhões reportados no 9M25.

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



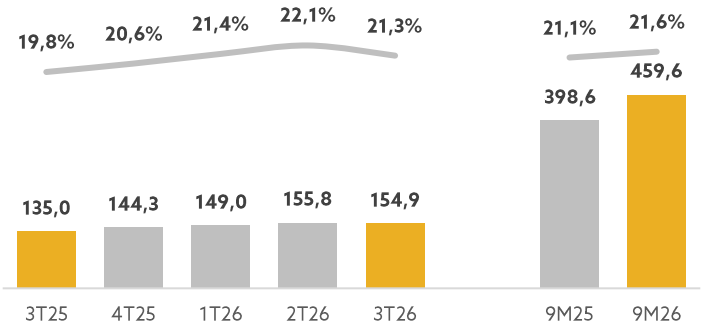
DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas com vendas

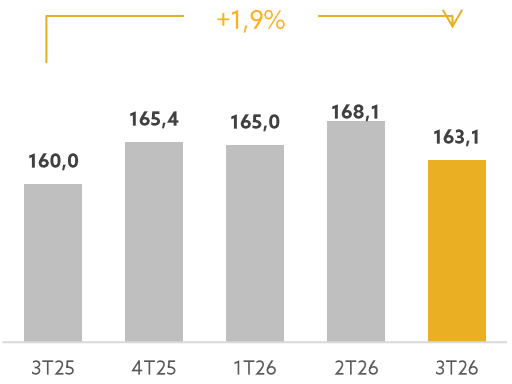
No 3T26, as Despesas com Vendas totalizaram R$ 154,9 milhões, aumento de 14,7% em relação ao 3T25, justificado, principalmente, pelo aumento de lojas na base total (283 lojas no 3T25 x 320 lojas no 3T26). A despesa média por loja foi de R$ 163,1 mil no 3T26 versus R$ 160,0 mil no 3T25, incremento de 1,9% na comparação entre os períodos, abaixo da inflação, evidenciando disciplina e eficiência na gestão de despesas de loja e serviços compartilhados.

As Despesas com Vendas representaram 21,3% no 3T26 versus 19,8% no 3T25, um incremento de 1,5p.p. na participação sobre as vendas, impactado, principalmente, pelo menor crescimento de vendas nas lojas maduras, além do volume de aberturas de lojas no trimestre (9 lojas no 3T26 x 6 lojas no 3T25), tendo em vista o consumo integral das despesas dessas lojas, com vendas em estágios iniciais de maturação.

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



Despesas Venda Média Loja (R$ mil)

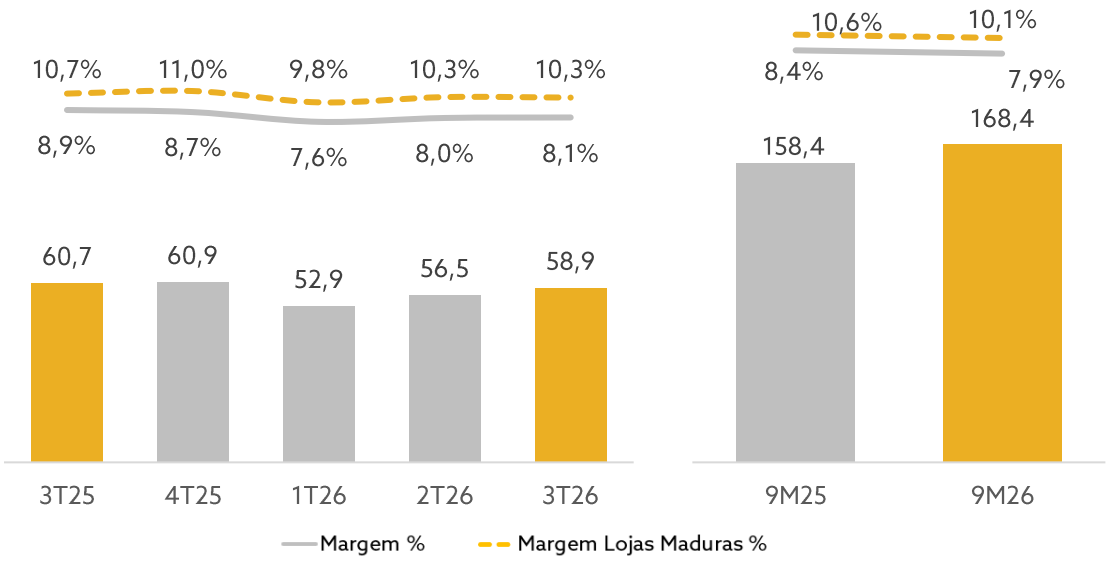


MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A Margem de Contribuição consolidada atingiu R$58,9 milhões no 3T26, ligeiramente inferior ao mesmo período de 2025, impactado, principalmente, pelas vendas de lojas existentes e/ou maduras no período, apesar da disciplina e eficiência apresentadas na gestão das despesas operacionais.

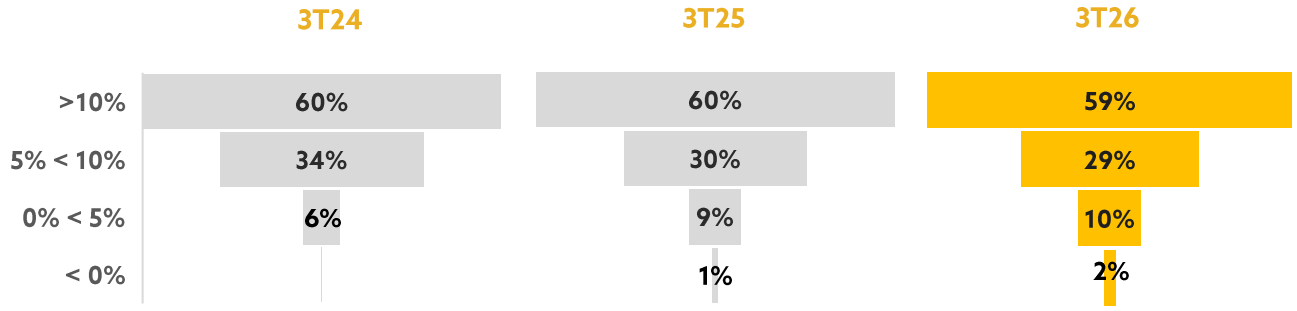
No acumulado do ano, a Margem de Contribuição da Rede d1000 totalizou R$ 168,4 milhões, avançando 6,3% em relação aos R$ 158,4 milhões reportados no 9M25.

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



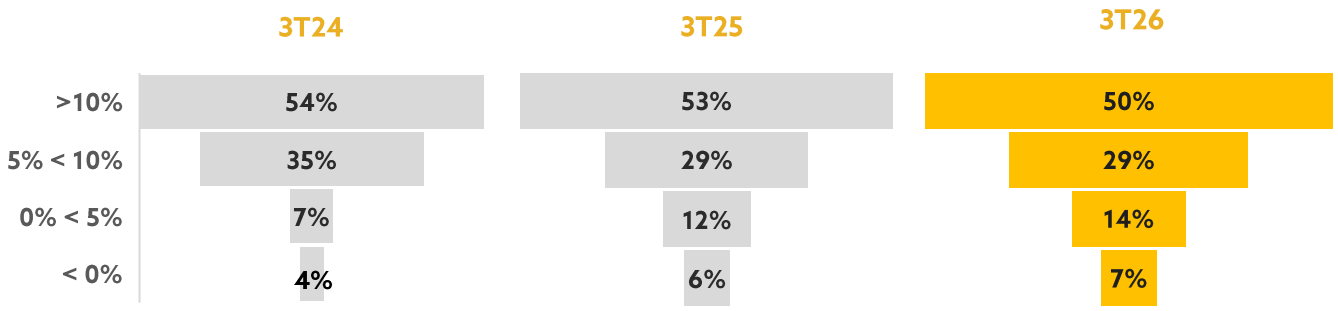
Os gráficos abaixo demonstram a evolução da margem das lojas ao longo dos anos, onde temos 59% de lojas maduras com margem acima de 10% e oportunidades de incrementar a rentabilidade em outros 41% da base.

Margem de Contribuição | Lojas Maduras



O aumento potencial da rentabilidade da Companhia é ainda maior quando olhamos a base de lojas acima de 6 meses, onde 50% do portfólio ainda entrega menos de 10% de Margem de Contribuição, representando oportunidade de alavancagem operacional à medida que avançarem no processo de maturação.

Margem de Contribuição | Lojas



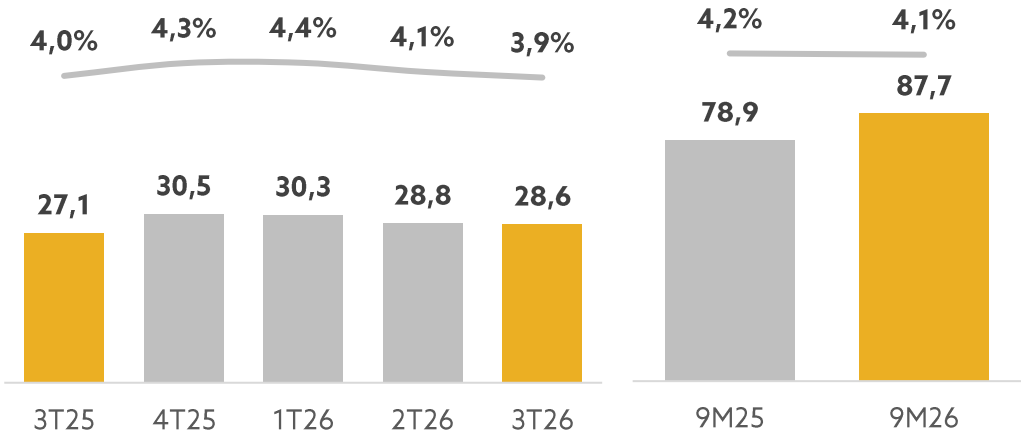
Foram consideradas apenas lojas abertas há pelo menos 6 meses

Despesas Gerais e Administrativas – G&A

As Despesas Gerais e Administrativas (G&A) totalizaram R$ 28,6 milhões no 3T26, um aumento de 5,7% em relação ao mesmo período de 2025, representando 3,9% da Receita Bruta, diluição de 0,1p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

No ano, as Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R$ 87,7 milhões, representando 4,1% da Receita Bruta, diluindo 0,1p.p. em relação aos nove primeiros meses de 2025.

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

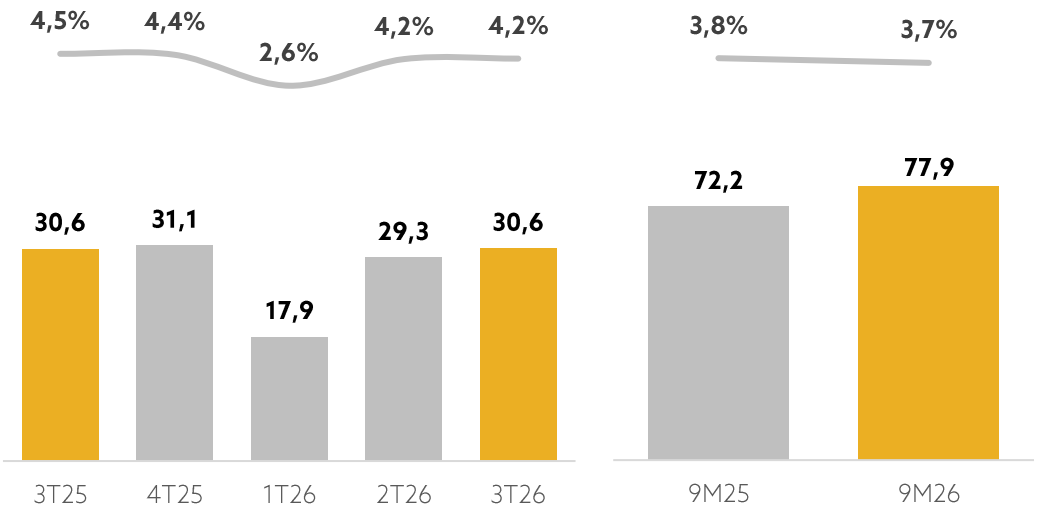


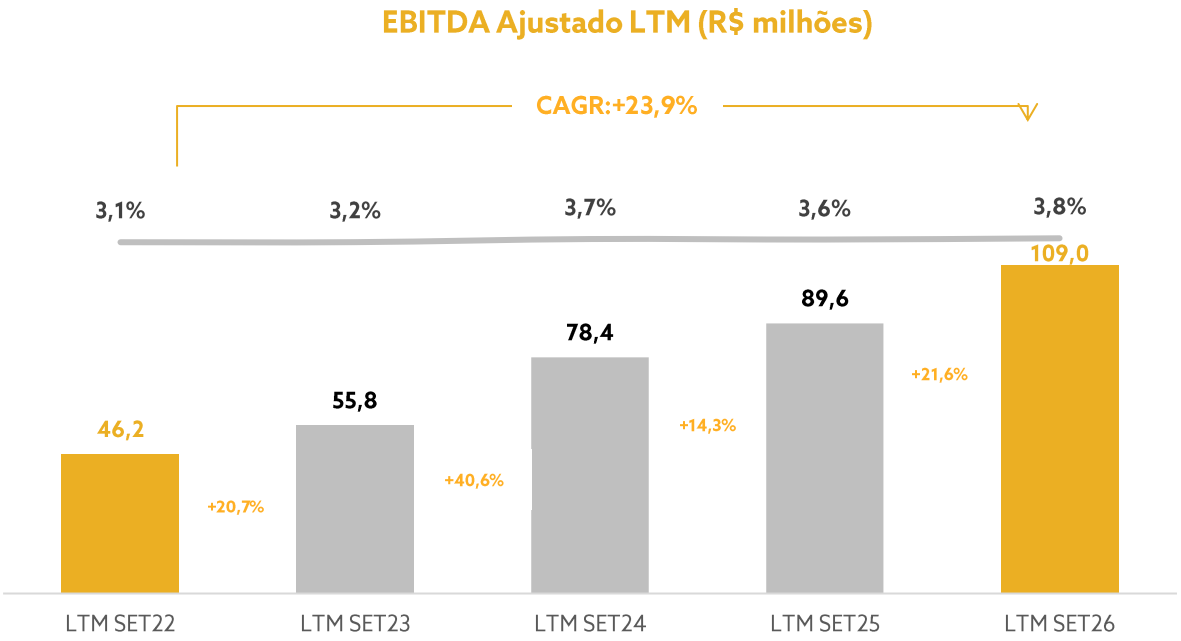
EBITDA AJUSTADO

O EBITDA Ajustado alcançou R$ 30,6 milhões no 3T26, praticamente estável em valor em relação ao 3T25. A performance reflete a pressão nas vendas das lojas maduras e mesmas lojas, explicada, principalmente, pela mudança de mix em GLP-1 (maior participação de semaglutida, de menor ticket vs. tirzepatida), pela normalização do abastecimento de Mounjaro em 2026 e pelo maior peso de lojas em maturação, que reduz a diluição de despesas no curto prazo, compensadas, em parte, pelo controle no crescimento da despesa média/loja e despesas corporativas.

No acumulado do ano, o EBITDA totalizou R$ 77,9 milhões, resultado 7,9% superior aos R$ 72,2 milhões reportados no 3T25. A Margem EBITDA acumulada foi de 3,7p.p., apresentando leve retração em relação aos 3,8% apresentados no 3T25.

EBITDA Ajustado (R$ milhões)





Conciliação EBITDA Ajustado	3T25	3T26	9M25	9M26
Lucro Líquido (com IFRS 16)	**7,6**	**8,6**	**13,2**	**13,3**
(+) Resultado Financeiro Líquido	16,6	16,1	45,3	52,5
(+) Imposto de Renda e CS	1,2	1,4	-1,1	-1,2
(+) Depreciação e Amortização	34,1	38,3	99,8	112,2
EBITDA (com IFRS 16)	**59,5**	**64,4**	**157,2**	**176,8**
(+ / -) Impactos IFRS 16	-29,6	-33,8	-86,9	-99,1
EBITDA (ex IFRS 16)	**29,9**	**30,6**	**70,3**	**77,7**
(+ / -) Ajustes COF	0,7		1,9	0,1
(+ / -) Outros Ajustes				
EBITDA Ajustado sem IFRS 16	**30,6**	**30,6**	**72,2**	**77,8**

DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IMPOSTO DE RENDA

As despesas com depreciação e amortização atingiram R$13,8 milhões no 3T26 versus R$11,8 milhões apresentados no 3T25. O resultado 16,9% maior na comparação ano contra ano reflete, principalmente, o aumento do número de lojas (283 lojas no 3T25 x 320 lojas no 3T26).

No 3T26, as despesas financeiras líquidas totalizaram R$ 5,1 milhões, versus o total de R$ 3,5 milhões no 3T25. O incremento é explicado pelo aumento do endividamento líquido da Companhia na comparação entre os períodos. Quando comparada com o 2T26, a despesa financeira líquida ficou praticamente estável.

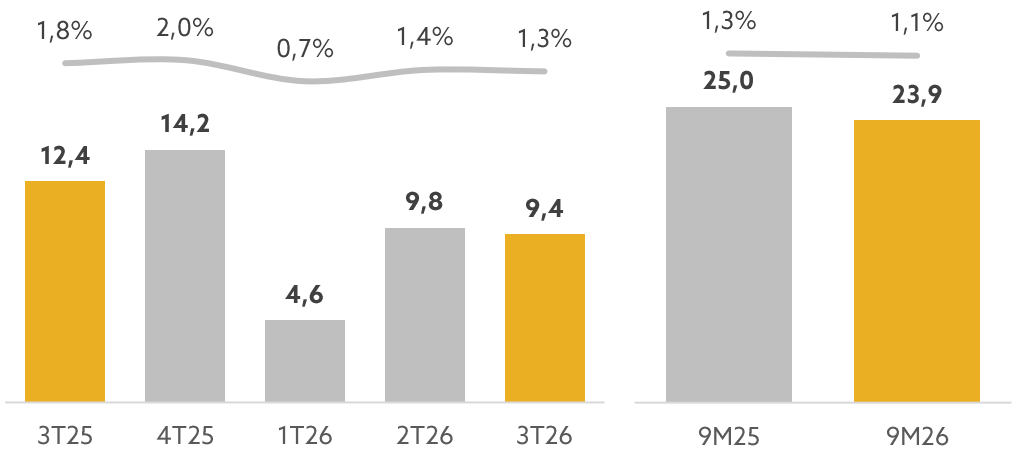
	3T26 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	3T26 Ajustado	3T25 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	3T25 Ajustado
Receita Bruta	**728,7**			**728,7**	**774,6**		**-96,0**	**678,6**
Deduções	-36,4			-36,4	-43,2		8,5	-34,7
Receita Líquida	**692,3**			**692,3**	**731,4**			**643,9**
Custo dos Produtos Vendidos	-478,5			-478,5	-535,7		87,5	-448,2
Lucro Bruto	**213,8**			**213,8**	**195,7**			**195,7**
Despesas	-149,4	-33,8		-183,2	-136,2	-29,6	0,7	-165,1
EBITDA	**64,4**			**30,6**	**59,5**			**30,6**
Depreciação e Amortização	-38,3	24,5		-13,8	-34,1	22,3		-11,8
Resultado Financeiro Líquido	-16,1	13,6	-2,6	-5,1	-16,6	13,2	-0,1	-3,5
Imposto de Renda e CS	-1,4	-0,8		-2,2	-1,2	-1,7		-2,9
Lucro Líquido	**8,6**			**9,5**	**7,6**			**12,4**

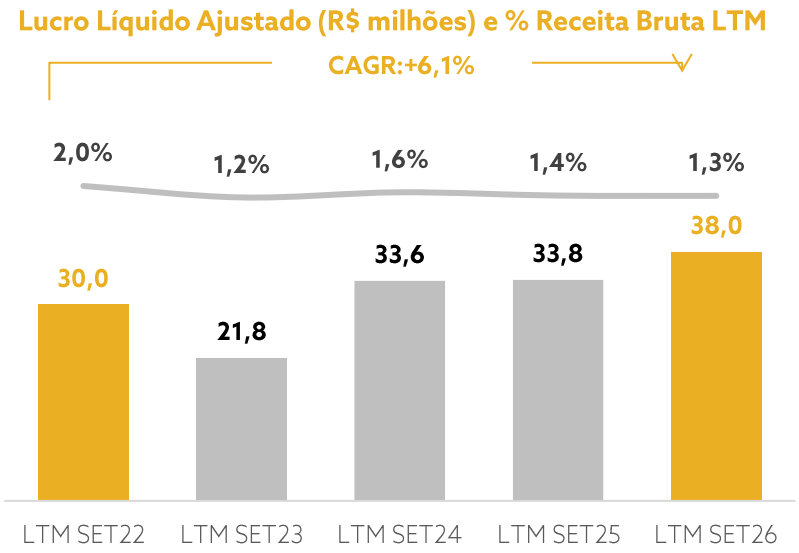
	9M26 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	9M26 Ajustado	9M25 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	9M25 Ajustado
Receita Bruta	**2.125,9**			**2.125,9**	**2.097,7**		**-210,0**	**1.887,7**
Deduções	-104,7			-104,7	-121,3		23,9	-97,4
Receita Líquida	**2.021,2**			**2.021,2**	**1.976,4**			**1.790,3**
Custo dos Produtos Vendidos	-1.393,2			-1.393,2	-1.419,5		186,1	-1.233,4
Lucro Bruto	**628,0**			**628,0**	**556,9**			**556,9**
Despesas	-451,2	-99,1	0,1	-550,2	-399,7	-86,9	1,9	-484,7
EBITDA	**176,8**			**77,8**	**157,2**			**72,2**
Depreciação e Amortização	-112,2	71,5		-40,7	-99,8	65,9		-33,9
Resultado Financeiro Líquido	-52,5	40,1	-2,6	-15,0	-45,4	36,4	-0,6	-9,6
Imposto de Renda e CS	1,2	0,6		1,8	1,1	-4,7		-3,6
Lucro Líquido	**13,3**			**23,9**	**13,1**			**25,1**

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

O Lucro Líquido Ajustado da Rede d1000 no 3T26 foi de R$ 9,4 milhões, representando uma queda de 24,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo 1,3% de margem líquida.

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





Conciliação Lucro Líquido	3T25	3T26	9M25	9M26
Lucro Líquido (com IFRS 16)	**7,6**	**8,6**	**13,2**	**13,3**
(+ / -) Impactos IFRS 16	4,2	3,5	10,5	13,1
(+/-) Ajustes COF	0,7	-2,6	1,4	-2,5
(+ / -) Outros Ajustes				
Lucro Líquido Ajustado (sem IFRS 16)	**12,4**	**9,5**	**25,1**	**23,9**

CICLO DE CAIXA

No 3T26, o ciclo de caixa da Companhia foi de 12,9 dias, ante 16,0 dias no 3T25.

O prazo médio de contas a receber fechou o trimestre em 27,7 dias, sendo aproximadamente 3 dias menor do 3T25, impactado pela antecipação de recebíveis no valor de R$22,0 milhões ocorrida no período. O prazo médio de contas a receber foi pontualmente menor do que os trimestres anteriores e a expectativa é que retorne ao patamar histórico nos próximos trimestres.

O prazo médio de estoques foi de 63,0 dias, incremento de 8,9 dias em relação ao 3T25, refletindo, principalmente, o alto volume de abertura de lojas no período.

Por outro lado, o prazo médio de fornecedores foi de 77,8 dias, melhor em 8,7 dias em relação ao mesmo período do ano anterior, alinhado com a expansão ocorrida no período, seja pelo ciclo de pagamento do estoque de loja nova que é bem maior que da compra recorrente ou pelo CAPEX investido nessas novas lojas.

Ciclo de Caixa (dias)	3T25	4T25	1T26	2T26	3T26
Contas a Receber	31,0	30,7	30,5	30,4	27,7
Estoque	54,1	54,3	57,5	60,4	63,0
Fornecedores	69,1	70,2	69,2	81,2	77,8
Ciclo de Caixa	**16,0**	**14,9**	**18,7**	**9,6**	**12,9**

INVESTIMENTOS E FLUXO DE CAIXA

CAPEX (R$ milhões)	3T25	%	3T26	%	Δ%	9M25	%	9M26	%	Δ%
Expansão	17,9	*70%*	20,3	*72%*	*14%*	34,2	*58%*	52,4	*69%*	*53%*
Reforma de Lojas	3,1	*12%*	4,0	*14%*	*28%*	9,0	*15%*	8,5	*11%*	*-7%*
Tecnologia da Informação	2,4	*9%*	1,7	*6%*	*-28%*	5,8	*10%*	6,7	*9%*	*16%*
Infraestrutura de lojas e escritórios	2,2	*8%*	2,3	*8%*	*5%*	10,1	*17%*	8,5	*11%*	*-16%*
Total	**25,5**	***100%***	**28,3**	***100%***	***11%***	**59,1**	***100%***	**76,1**	***100%***	***29%***

No 3T26, os investimentos totalizaram R$28,3 milhões, onde R$ 24,3 milhões foram gastos em abertura e reforma de lojas, R$ 1,7 milhão em tecnologia da informação e R$2,3 milhões em infraestrutura e manutenção de lojas e escritórios, representando um aumento de 11% em relação aos investimentos realizados no mesmo período de 2025.
No acumulado do ano os investimentos somaram R$ 76,1 milhões, sendo o maior aumento relacionado à expansão dado o volume maior de lojas abertas ao longo de 2026.

(R$ milhões)	3T25	3T26	Var. 3T25 x 3T26	9M25	9M26	Var. 9M25 x 9M26
LAIR	**15,4**	**11,7**	**-24,0%**	**28,7**	**22,1**	**-23,0%**
Depreciação e Amortização	11,8	13,8	17,3%	33,9	40,8	20,4%
Ciclo de Caixa	-28,1	-10,5	-62,6%	-48,7	16,1	-133,1%
Outros Ativos e Passivos/Efeitos não caixa	16,8	-1,0	-106,0%	21,2	-18,7	-188,1%
Fluxo de Caixa Operacional	**15,9**	**14,0**	**-11,7%**	**35,1**	**60,3**	**71,9%**
Atividades de Investimento	-25,5	-28,3	10,8%	-59,0	-76,0	28,8%
Fluxo de Caixa Livre	**-9,5**	**-14,2**	**49,7%**	**-24,0**	**-15,6**	**-34,9%**
Atividades de Financiamento	-1,9	-0,1	-96,1%	-8,4	-18,1	115,7%
Fluxo de Caixa Total	**-11,5**	**-14,3**	**24,3%**	**-32,4**	**-33,7**	**4,2%**

No 3T26, a geração operacional de caixa foi de R$ 14,0 milhões. No período, foram consumidos R$ 28,3 milhões em investimentos, resultando em um consumo de caixa de R$ 14,3 milhões.

No acumulado do ano, a geração operacional de caixa totalizou R$ 60,3 milhões, que foram utilizados majoritariamente na expansão da empresa. Além disso, durante 2026 a Companhia realizou a captação de R$ 30 milhões com o Banco Itaú, ao custo de CDI + 1,1% e prazo de um ano e amortizou R$ 38,9 milhões em dívidas, além do pagamento de R$ 10,2 milhões em juros.

Desta forma, o Fluxo de Caixa Total em 9M26 foi de R$ 33,7 milhões.

ENDIVIDAMENTO

A Rede d1000 encerrou o 3T26 com Dívida Líquida de R$ 87 milhões versus R$ 43,3 milhões no 3T25, representando um endividamento líquido de 0,8x o EBITDA acumulado dos últimos 12 meses, chegando a 1,0x quando ajustado com a antecipação de recebíveis ocorrida no período.

Apuração do Caixa Líquido (R$ milhões)	**2T25**	**3T25**	**4T25**	**1T26**	**2T26**	**3T26**
Dívida Bruta	-58,7	-57,0	-107,8	-114,1	-98,3	-99,1
Curto Prazo	-29,8	-29,5	-58,0	-66,0	-63,6	-64,4
Longo Prazo	-28,9	-27,5	-49,9	-48,1	-34,7	-34,7
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	31,0	13,6	45,9	23,1	26,4	12,2
Posição Líquida de Caixa	**-27,7**	**-43,3**	**-61,9**	**-91,0**	**-71,9**	**-87,0**
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado	0,3 X	0,5 X	0,6 X	0,8 X	0,7 X	0,8 X
Antecipação de Recebíveis						-22,0
Posição Líquida de Caixa Ajustada	**-27,7**	**-43,3**	**-61,9**	**-91,0**	**-71,9**	**-109,0**
Dívida Líquida Ajustada/EBITDA Ajustado						1,0 X

ESG

Com o ESG incorporado às suas operações, a Rede d1000 segue convertendo impacto em valor. Essa estratégia continuou a orientar decisões ponderadas, a impulsionar a inovação e a consolidar a conexão da Companhia com a sociedade e com o mercado, reiterando o compromisso de evoluir de forma responsável.

PILAR AMBIENTAL

Gestão de Resíduos:
O uso contínuo de caixas retornáveis na logística da Rede d1000 evitou a utilização de mais de 1,8 milhão de caixas de papelão no acumulado do primeiro semestre de 2026, volume 5% superior ao registrado em igual período do ano anterior, resultando na preservação de aproximadamente 1,7 mil árvores.

PILAR SOCIAL

20 Anos do Instituto Profarma com Ações em Todos os Negócios:
Para celebrar seus 20 anos de história, o Instituto Profarma promoveu uma semana de ações nas unidades de negócios da Companhia. Na Sede Corporativa do Rio de Janeiro, as atividades contaram com o apoio de nove indústrias parceiras. Mais do que homenagear todos que contribuíram para essa trajetória, a iniciativa reforçou o poder da colaboração na geração de impacto positivo para a sociedade, evidenciando os três pilares estratégicos que norteiam a atuação do Instituto: saúde, bem-estar e protagonismo social.

Formatura do Programa "Seja Protagonista da Sua História":
A iniciativa reforçou o poder da colaboração na geração de impacto positivo para a sociedade, evidenciando os três pilares estratégicos que norteiam a atuação do Instituto: saúde, bem-estar e protagonismo social. conclusão e formatura da sexta turma da iniciativa voltada ao empoderamento, qualificação e desenvolvimento pessoal. A edição contou com mais de 50 mulheres, entre formandas e técnicas. Ao longo das seis edições, mais de 300 mulheres já foram impactadas pela iniciativa.

Lançamento do Programa #"PraSomar":
Apresentação do novo programa de impacto social e relacionamento com a comunidade da Rede d1000. A iniciativa permitirá que clientes realizem micro doações nos caixas das lojas, apoiando 17 ONGs localizadas nas regiões onde a Rede d1000 atua, fortalecendo a comunidade local do entorno.

PILAR GOVERNANÇA:

***Due Diligence* de Integridade (DDI) de Fornecedores:**
Estruturação e avanço dos processos de DDI voltados à cadeia de suprimentos, reforçando os critérios éticos, de integridade e de mitigação de riscos operacionais e reputacionais.

Construção da Nova Matriz de Materialidade:
A Companhia iniciou o processo de revisão e construção de sua nova materialidade, agora contemplando o escopo de atuação da 4BIO. Os resultados consolidados e os temas prioritários serão divulgados ao mercado no próximo trimestre.

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

	IFRS-16		Sem IFRS-16 e COF		IFRS-16		Sem IFRS-16 e COF	
R$ milhões	**3T25**	**3T26**	**3T25**	**3T26**	**9M25**	**9M26**	**9M25**	**9M26**
Receita Bruta	**774,6**	**728,7**	**678,6**	**728,7**	**2.097,7**	**2.125,9**	**1.887,7**	**2.125,9**
RX	358,5	336,7	313,9	336,7	940,2	982,2	844,9	982,2
HB	165,2	155,9	144,8	155,9	513,4	448,3	467,6	448,3
OTC	163,0	151,6	142,8	151,6	403,5	443,9	358,5	443,9
Genérico	87,9	84,5	77,1	84,5	240,6	251,4	216,7	251,4
Deduções da Receita	-43,2	-36,4	-34,7	-36,4	-121,3	-104,7	-97,4	-104,7
Receita operacional líquida	**731,4**	**692,3**	**643,9**	**692,3**	**1.976,4**	**2.021,2**	**1.790,3**	**2.021,2**
Custos dos produtos vendidos	-535,7	-478,5	-448,2	-478,5	-1.419,5	-1.393,2	-1.233,4	-1.393,2
Lucro Bruto	**195,7**	**213,8**	**195,7**	**213,8**	**557,0**	**628,0**	**557,0**	**628,0**
Margem Bruta (Receita Líquida)	26,8%	30,9%	30,4%	30,9%	28,2%	31,1%	31,1%	31,1%
Margem Bruta (Receita Bruta)	25,2%	29,3%	28,8%	29,3%	26,6%	29,4%	29,5%	29,4%
Despesas Operacionais	**-170,3**	**-187,7**	**-176,9**	**-197,0**	**-499,4**	**-563,4**	**-518,7**	**-590,9**
Despesas Gerais e administrativas	-20,2	-19,4	-19,7	-19,5	-56,1	-59,2	-54,3	-59,4
Despesas com Vendas	-117,1	-135,8	-146,6	-169,5	-349,2	-395,5	-436,0	-494,2
Provisão p/ Perda Crédito Esperado	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Depreciação	-34,2	-38,3	-11,8	-13,8	-99,8	-112,2	-34,0	-40,8
Outras receitas/despesas operacionais	1,2	5,8	1,2	5,8	5,6	3,5	5,6	3,5
Resultado antes do Resultado Financeiro	**25,4**	**26,1**	**18,8**	**16,8**	**57,5**	**64,6**	**38,3**	**37,1**
Resultado Financeiro	-16,6	-16,1	-3,4	-5,1	-45,4	-52,5	-9,5	-15,0
Receitas financeiras	0,4	2,7	0,3	0,1	1,4	3,0	2,0	0,4
Despesas financeiras	-17,0	-18,8	-3,7	-5,2	-46,8	-55,5	-11,5	-15,4
Resultado antes dos Impostos	**8,8**	**10,0**	**15,4**	**11,7**	**12,1**	**12,1**	**28,8**	**22,1**
Imposto de Renda e Contribuição Social	-1,2	-1,4	-3,0	-2,2	1,1	1,2	-3,7	1,8
Lucro/Prejuízo do Período	**7,6**	**8,6**	**12,4**	**9,5**	**13,2**	**13,3**	**25,1**	**23,9**

BALANÇO PATRIMONIAL

	31/12/2025			30/09/2026		
(R$ mil)	IFRS16	Reclassificação	Sem IFRS-16 e COF	IFRS16	Reclassificação	Sem IFRS-16 e COF
Caixa e equivalentes de caixa	45.913	-31	45.882	12.242	-92	12.150
Instrumentos financeiros	0	0	0	0	0	0
Contas a Receber	239.679	-45	239.634	224.123	0	224.123
Estoques	277.623	0	277.623	334.846	0	334.846
Impostos a recuperar	16.938	0	16.938	21.049	0	21.049
Outras contas a receber	40.111	0	40.111	65.045	0	65.045
Total do Ativo Circulante	**620.264**	**-76**	**620.188**	**657.305**	**-92**	**657.213**
Depósitos Judiciais	3.265	0	3.265	3.129	0	3.129
Instrumentos financeiros	393	0	393	0	0	0
IR e CSLL diferidos	145.151	-27.278	117.873	149.377	-26.691	122.686
Impostos a recuperar	5.478	0	5.478	8.108	0	8.108
Outras contas a receber	519	0	519	519	0	519
Imobilizado	567.989	-323.745	244.244	623.031	-350.896	272.135
Intangível	606.095	0	606.095	606.243	0	606.243
Total do Ativo Não Circulante	**1.328.890**	**-351.023**	**977.867**	**1.390.407**	**-377.587**	**1.012.820**
Total do Ativo	**1.949.154**	**-351.099**	**1.598.055**	**2.047.712**	**-377.679**	**1.670.033**
Fornecedores	353.334	-757	352.577	408.880	-28	408.852
Fornecedores - Risco Sacado	5.842	0	5.842	4.596	0	4.596
Empréstimos e financiamentos	55.974	0	55.974	58.763	0	58.763
Instrumento Financeiro	2.396	0	2.396	5.621	0	5.621
Salários e contribuições sociais	49.601	0	49.601	63.493	0	63.493
Impostos e taxas	12.462	0	12.462	11.894	0	11.894
Arrendamento a Pagar	83.342	-83.342	0	92.747	-92.747	0
Outros	10.415	0	10.414	11.162	0	11.162
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0	0	0	0	0	0
Total do Passivo Circulante	**573.366**	**-84.099**	**489.267**	**657.156**	**-92.775**	**564.381**
Empréstimos e financiamentos	15.130	0	15.130	0	0	0
Impostos e taxas	0	0	0	0	0	0
Impostos diferidos	54.477	0	54.477	54.477	0	54.477
Instrumentos financeiros	0	0	0	0	0	0
Provisão para Contingências	31.599	0	31.599	32.089	0	32.089
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0	0	0	0	0	0
Arrendamento a pagar	320.581	-320.581	0	336.600	-336.600	0
Outros	34.724	0	34.724	34.737	0	34.737
Total do Passivo Não Circulante	**456.511**	**-320.581**	**135.930**	**457.903**	**-336.600**	**121.303**
Capital social	1.004.004	0	1.004.004	1.004.004	0	1.004.004
Prejuízos acumulados	-84.727	53.581	-31.145	-71.351	51.696	-19.655
Total do Patrimônio Líquido	**919.277**	**53.581**	**972.858**	**932.653**	**51.696**	**984.349**
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	**1.949.154**	**-351.099**	**1.598.055**	**2.047.712**	**-377.679**	**1.670.033**

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO) - TRIMESTRE

R$ mil	3T25		3T26	
Fluxos de caixa de atividades operacionais	**IFRS16**	**Sem IFRS 16 e COF**	**IFRS16**	**Sem IFRS 16 e COF**
Lucro líquido (prejuízo) antes do IR/CS	**8.806**	**15.370**	**9.985**	**11.663**
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	11.757	11.757	13.841	13.841
Depreciação direito de uso imóveis	22.311	-	24.450	-
Juros mútuo partes relacionadas	-	-	1.645	1.645
Juros de Empréstimos Provisionados	1.381	1.381	492	492
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	9	9	(13)	(13)
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	622	622	(103)	(105)
Ganho / Perda na reversão direito de uso imovéis	(192)	-	(735)	195
Provisão / Reversão para perda estoque	64	64	(858)	(858)
Provisão / Reversão para contingência	1.113	1.113	594	594
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	-	-	-	-
Encargos financeiros direito de uso	13.185	-	13.613	-
Outros	8.036	7.219	2.177	2.824
	67.092	**37.535**	**65.088**	**30.278**
Redução (aumento) nos ativos				
Contas a receber	(50.416)	(37.400)	13.654	13.654
Estoques	31.344	8.173	(25.356)	(25.356)
Impostos a recuperar	3.179	(426)	(2.685)	(2.683)
IRPJ e CSLL pagos	(6.008)	(6.008)	(256)	(256)
Acordos comerciais	4.911	4.911	(4.403)	(4.353)
Outros Ativos	(1.672)	566	2.258	2.348
Aumento (redução) nos passivos				
Fornecedores	(13.352)	1.167	1.246	1.246
Salários e contribuições	4.073	4.068	201	207
Impostos a recolher	2.702	2.699	45	45
Contingências	-	-	(838)	(838)
Outros Passivos	(1.595)	634	3	(249)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	**40.258**	**15.919**	**48.957**	**14.043**
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Adições ao imobilizado	(20.937)	(20.937)	(23.337)	(23.337)
Adições ao Intangível	(4.526)	(4.526)	(4.922)	(4.922)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	**(25.463)**	**(25.463)**	**(28.259)**	**(28.259)**
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	-	-	(384)	(384)
Pagamento de empréstimos - Amortização	(1.417)	(1.417)	(1.832)	(1.832)
Pagamento de empréstimos - Juros	(490)	(490)	2.142	2.142
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(18.657)	-	(21.209)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(11.584)	-	(13.613)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	**(32.148)**	**(1.907)**	**(34.896)**	**(74)**
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	**(17.353)**	**(11.451)**	**(14.198)**	**(14.290)**
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	**30.999**	**25.179**	**26.440**	**26.440**
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	**13.646**	**13.728**	**12.242**	**12.150**

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO) - ACUMULADO

R$ mil	9M25		9M26	
Fluxos de caixa de atividades operacionais	**IFRS16**	**Sem IFRS 16 e COF**	**IFRS16**	**Sem IFRS 16 e COF**
Lucro líquido (prejuízo) antes do IR/CS	**12.074**	**28.667**	**12.165**	**22.067**
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	33.920	33.920	40.807	40.807
Depreciação direito de uso imóveis	65.832	-	71.396	-
Juros mútuo partes relacionadas	-	-	3.469	3.469
Juros de Empréstimos Provisionados	4.131	4.131	7.435	7.435
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	784	784	860	860
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	1.982	1.982	7.116	7.113
Ganho / Perda na reversão direito de uso imovéis	(416)	-	(1.500)	-
Provisão / Reversão para perda estoque	744	744	(1.415)	(1.415)
Provisão / Reversão para contingência	2.097	2.097	2.716	2.716
Encargos financeiros direito de uso	36.340	-	40.046	-
Outros	10.584	6.015	(1.714)	(2.798)
	168.072	**78.340**	**181.381**	**80.254**
Redução (aumento) nos ativos				
Contas a receber	(73.735)	(63.442)	14.696	14.651
Estoques	8.149	3.751	(50.936)	(50.936)
Impostos a recuperar	6.373	2.768	(1.424)	(1.427)
IRPJ e CSLL pagos	(8.050)	(8.050)	(3.234)	(3.234)
Acordos comerciais	1.783	1.783	(20.472)	(20.422)
Outros Ativos	(5.829)	(3.591)	(4.553)	(4.687)
Aumento (redução) nos passivos				
Fornecedores	4.319	11.024	51.645	52.431
Salários e contribuições	7.528	7.523	(152)	(126)
Impostos a recolher	7.464	7.461	(3.145)	(3.148)
Contingências	-	-	(2.226)	(2.226)
Outros Passivos	(4.739)	(2.510)	1	(779)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	**111.335**	**35.057**	**161.581**	**60.351**
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Adições ao imobilizado	(49.305)	(49.305)	(63.688)	(63.688)
Adições ao Intangível	(9.711)	(9.711)	(12.275)	(12.275)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	**(59.016)**	**(59.016)**	**(75.963)**	**(75.963)**
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	-	-	(1.962)	(1.962)
Obtenção de empréstimos - Principal	-	-	30.000	30.000
Pagamento de empréstimos - Amortização	(6.750)	(6.750)	(37.934)	(37.934)
Pagamento de empréstimos - Juros	(1.676)	(1.676)	(8.224)	(8.224)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(55.972)	-	(61.151)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(31.873)	-	(40.018)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	**(96.271)**	**(8.426)**	**(119.289)**	**(18.120)**
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	**(43.952)**	**(32.385)**	**(33.671)**	**(33.732)**
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	**57.598**	**46.113**	**45.913**	**45.882**
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	**13.646**	**13.728**	**12.242**	**12.150**

SOBRE A COMPANHIA

Somos uma rede de drogarias que conta com 320 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.

3Q26 and 9M26
EARNINGS RELEASE

November 12, 2026

WEBCAST
November 13th, Friday, at 11:00 AM

CLICK HERE

IR CONTACT
E-mail: ri@reded1000.com.br

REDE d1000

DMVF
B3 LISTED NM

REDE d1000

DMVF
B3 LISTED NM

Rede d1000 ends 3Q26 with Gross Revenue of R$ 728.7 million, 7% higher versus 3Q25. For 9M26, Gross Revenue amounted to R$ 2,126.0 million, 12.5% higher versus 9M25.

HIGHLIGHTS 3Q26 vs 3Q25

R$ 728.7 Mn
Gross Revenue
+7% x 3Q25

R$ 139.9 Mn
Omnichannel
+100%, reaching 19,2% of Grosse Revenue

Sales Exclusive Brands
R$ 40.2 million, 12.5% market share in self-service.

Expansion
Vintages > 3 years
Average ROIC of

320 stores
+37 units x 3Q25

MT Expansion
+45% in the store base
+ 1.8p.p. *market share*

KEY INDICATORS

	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	3Q26	CHG. 3Q25 X 3Q26	9M25	9M26	CHG. 9M25 X 9M26
Number of stores	283	300	302	312	320	13.1%	283	320	13.1%
(R$ million)									
Gross Revenue	680.9	701.9	695.9	703.5	728.7	7.0%	1,890.0	2,126.0	12.5%
Gross Profit	195.7	205.3	201.9	212.3	213.8	9.2%	557.0	628.0	12.7%
Gross Margin (% Gross Revenue)	28.7%	29.2%	29.0%	30.2%	29.3%	0.6 p.p	29.5%	29.5%	0 p.p
Adjusted EBITDA	30.6	31.1	17.9	29.3	30.6	0.1%	72.2	77.9	7.8%
EBITDA Margin (% Gross Revenue)	4.5%	4.4%	2.6%	4.2%	4.2%	-0.3 p.p	3.8%	3.7%	-0.2 p.p
Adjusted Net Income	12.4	14.2	4.6	9.8	9.4	-24.0%	25.0	23.9	-4.6%
Net Margin (% Gross Revenue)	1.8%	2.0%	0.7%	1.4%	1.3%	-0.5 p.p	1.3%	1.1%	-0.2 p.p

Rio de Janeiro, November 12, 2026 - d1000 Varejo Farma S.A. *("Rede d1000" or "Company", B3: DMVF3), announces its results for the third quarter of 2026 (3Q26). 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 (3Q25)*

During 4Q24, 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.

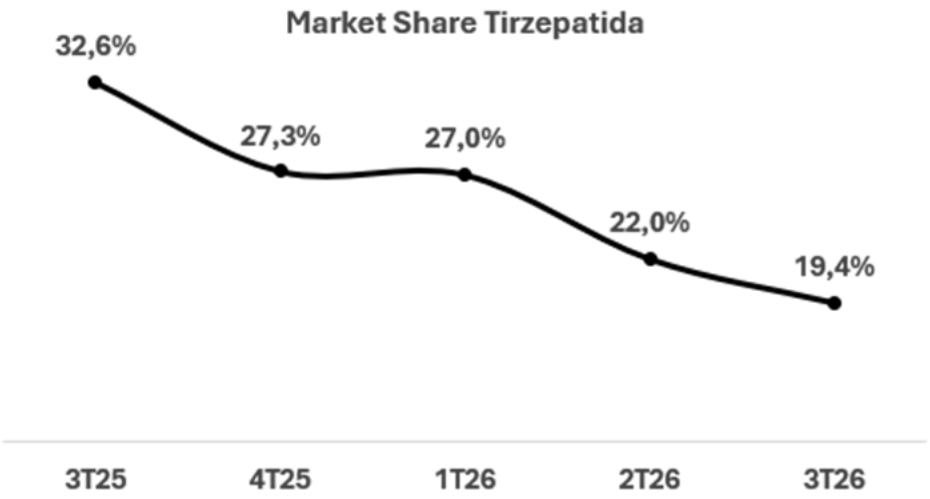
PHARMACEUTICAL RETAIL

In 3Q26, Brazilian pharmaceutical retail sector maintained a positive growth path, with a 9.1% increase in sales, according to IQVIA data. This performance reinforces the sector's structural resilience, primarily supported by the recurring nature of the demand for medicines. Despite the slowdown compared to the high levels reported in previous periods, influenced by a more challenging comparison base, calendar effects, and less favorable weather conditions in some regions of the country, the sector continued to show growth higher than most of the domestic retail sector.

Among the main drivers of market growth, GLP-1 class of drugs continued to stand out, fueled by rising demand for treatments for diabetes and obesity. GLP-1 market also underwent a significant competitive transformation throughout 2026, marked by the expiration of the semaglutide patent and the entry of new players. The launch of products such as Ozivy, Semavy, Poviztra, and Extensior has significantly expanded the range of products available to consumers. This trend contributed to increased penetration of the category, expanding access to treatments and fostering increased market competitiveness, while also redistributing sales volumes among manufacturers, products, and sales channels.

Placed in this context, the Rede d1000 continued to benefit from the structural growth of the category, although the year-over-year comparison was heavily impacted by the "overshare" in Mounjaro sales. In Q3 2025, the Company reached a market share of 32.6% in the category, due to supply being more than proportional to its "fair share." This quarter, the market share was 19.4%, more in line with Rede d1000 recurring performance.

The expansion of the GLP-1 market, the increased access to treatments, and the strengthening of the retail channel continue to represent significant opportunities for growth and value creation for the Rede d1000 in the coming periods.



STORE PORTFOLIO

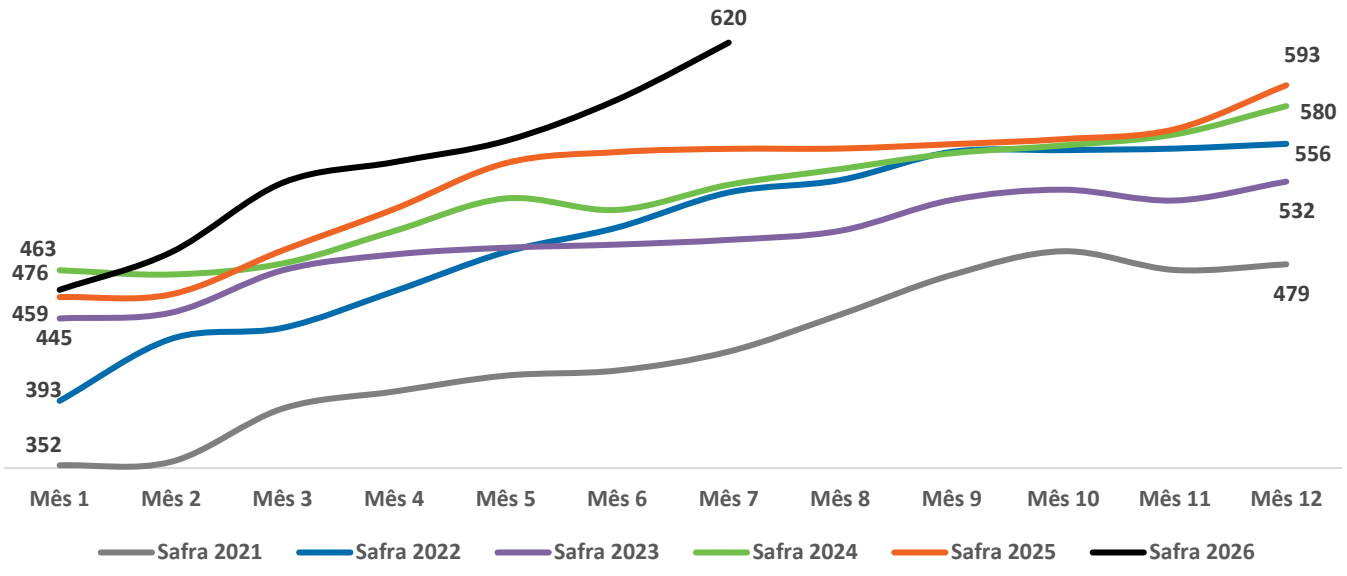
Rede d1000 opened 9 new stores in 3Q26, four in Rio de Janeiro, four in Brasília (DF) and one in Mato Grosso. Year-to-date, the Company opened 23 new stores and closed 2 units, ending the period with 320 stores, representing a net growth of 13.1% in the store base.

According to the Material Fact released today, the Company has revised its expansion guidance, reducing the forecast for opening new stores from 40 (forty) to 31 (thirty-one) and for renovations/expansions from 10 (ten) to 9 (nine).

To date, the Company has identified opportunities to open 4 (four) new strategic commercial locations in the city of Rio de Janeiro, in addition to the stores already opened during the fiscal year, characterized by high consumer traffic, larger sales areas, and potential revenue generation higher than a standard store. Considering the initial investments required to implement these projects, the Company has chosen to prioritize their execution, in line with its growth strategy and discipline in capital allocation. Additionally, with reference to the Relevant Factor disclosed in December 2023, which projected the opening of 260 (two hundred and sixty) to 280 (two hundred and eighty) new stores between January 1, 2024, and December 31, 2028, the Company informs that it is reassessing the assumptions of its long-term expansion plan. For now, the Company has decided to discontinue the validity and monitoring of the projection mentioned in the said document, keeping only the annual projection, according to the Relevant Fact from January 2026.

Regarding the sales performance of the new stores, it continues to be better than in previous cycles, and we can see the 2026 batch, which still has a small sample, showing an average sale of over R$ 600 thousand in the first few months. Looking at the 2025 batch, we can observe sales levels that surpass those of older batches, reaching an average turnover close to R$ 600 thousand by the end of their first year, a result higher than that seen in previous years at the same stage of maturity. The same goes for the 2024 batch, where all stores have been operating for at least 12 months, and the average turnover achieved is higher than all previous batches.

Sales by vintage – new stores (R$ thousand) *



**nominal historical amounts*

Expansion in the state of Mato Grosso has been important within the company's growth strategy, as it is one of the fastest-growing regions in the Brazilian market, and also has a smaller share of large drugstore chains when compared to other states. We ended 3Q26 with 16 units in the region. Over the past two years, we have nearly tripled the size of the chain in the state. In 3Q26, we reached 8.3% market share in the areas operated by the Company, with a 0.4 p.p. increase versus 3Q25.

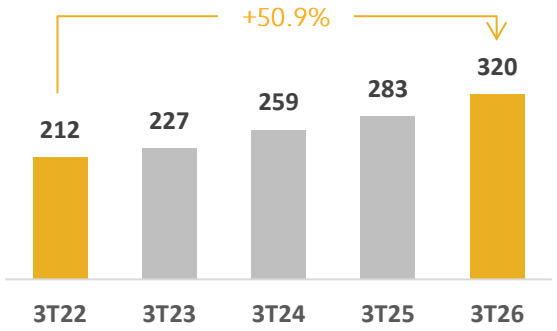
The expansion strategy also reflects a disciplined allocation of capital. Marginal ROIC of mature stores exceeds 30%, highlighting the value creation potential of the model. Thus, the Company continues to prioritize investments in regions and markets with structural attractiveness, combining revenue growth, high returns, and strengthening its competitive footprint.

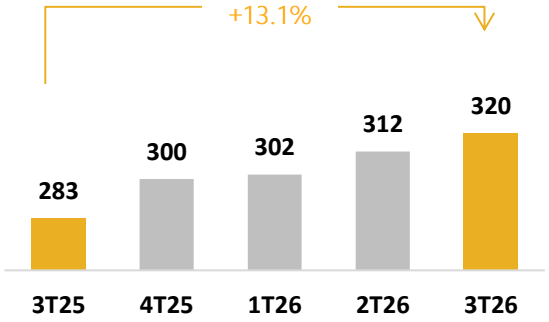
Marginal ROIC	**2024 Vintage** (1-year maturation)	**2023 Vintage** (2-year maturation)	**2022 Vintage** (3-year maturation)	**2021 Vintage** (4-year maturation)
Open Stores	40	30	11	30
Average Sale (R$ thousand / Month / Store)	657	673	689	714
Contribution Margin (%)	7.8%	8.2%	10.3%	10.0%
Contribution Margin (R$ thousand / Month / Store)	51	55	71	72
Annual Contribution Margin (R$ thousand / Year / Store)	612	664	853	859
Average CAPEX	1,729	1,454	1,374	1,300
Average WC (R$ thousand / Store)	1,200	1,200	1,100	1,000
Average IC (R$ thousand / Store)	2,929	2,654	2,474	2,300
Marginal ROIC per Store (%)	**21%**	**25%**	**34%**	**37%**

Rede d1000 ended the quarter with 32.8% of its stores (105 units) still in the maturation process, with 12.8% (41 units) in their first year of operation. At the end of 3Q26, the Company had 20 stores with less than 6 months of operation versus 8 stores in 3Q25, which puts pressure on expenses and margins in the short term, but indicates significant growth potential going forward, given the substantial 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.

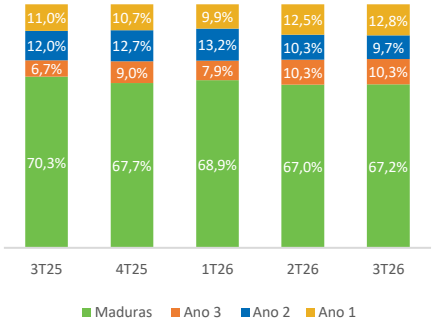
The expansion strategy, combined with the modernization of the existing store portfolio, are key drivers of the Company's growth and have been contributing significantly to sales growth and market share gains, which reached a 12.0%* market share this quarter, an increase of 0.5 p.p. compared to the same period last year, according to data updated by IQVIA Brazil.

of Stores

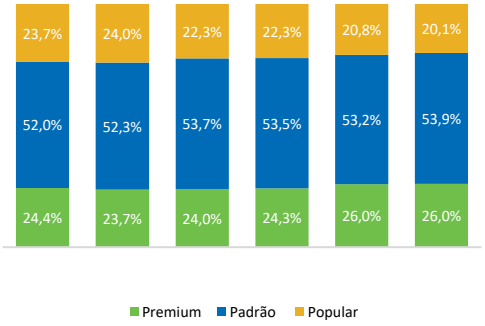




Store portfolio distribution by age



Store network by profile (%)



Geographic footprint (#)



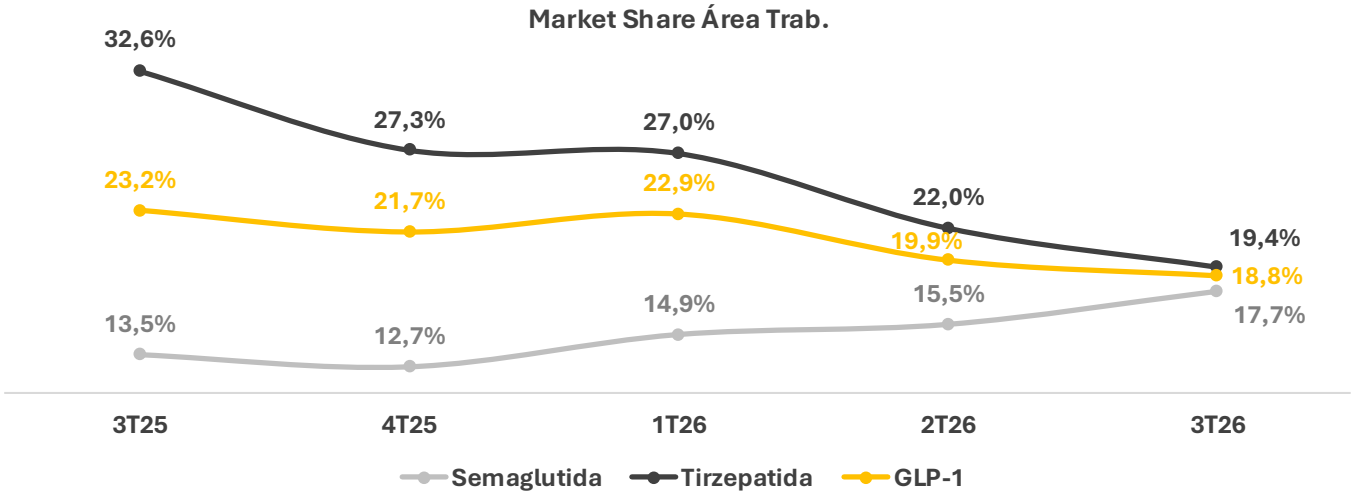
in its area of operation (RJ, DF and MT).

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

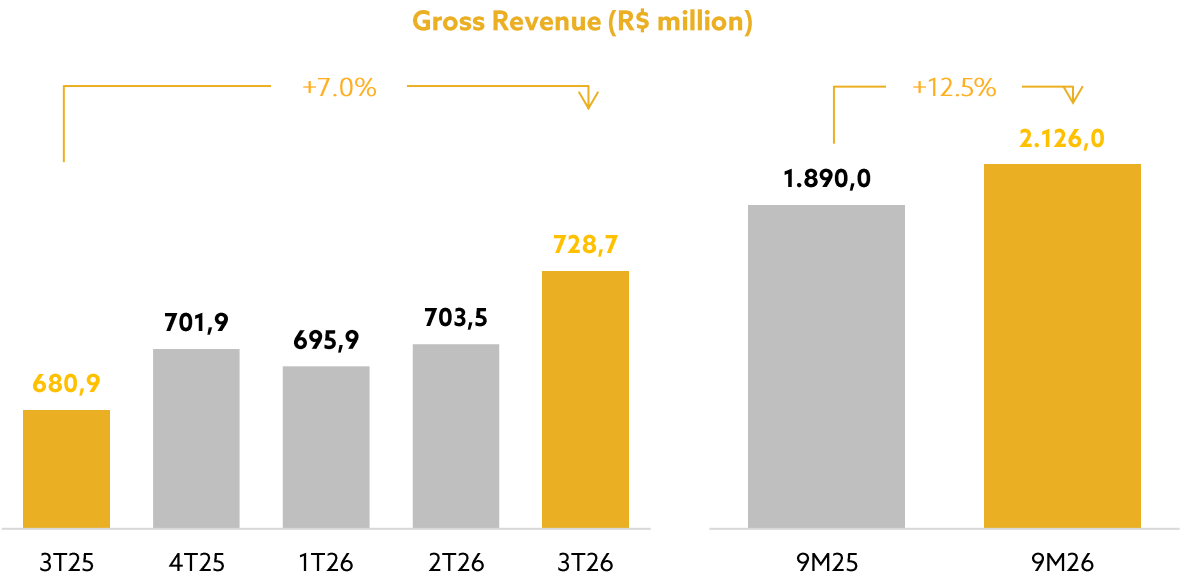
GROSS REVENUES

In Q3 2026, Gross Revenue totaled R$ 728.7 million, up 7.0% compared to Q3 2025 (it's worth remembering that in Q3 2025, Gross Revenue had increased 18.4%, compared to a market that grew 8.5% in the same period). The performance in Q3 2026 was supported by the Company's organic expansion, which ended the period with 320 stores in operation, as well as by the resilience of sales in the GLP-1 category.

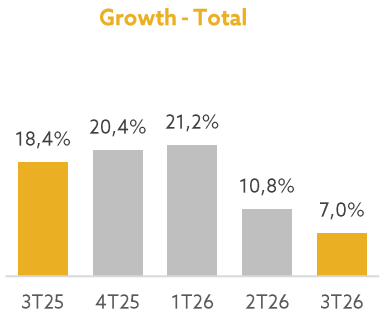
The share of these medicines in Gross Revenue totaled 13.5% for the quarter, remaining at a level similar to that seen in Q3 2025. Despite the normalization of tirzepatide's share throughout 2026, the launch of new semaglutide presentations helped sustain the category's performance. The strong performance of Rede d1000 in selling semaglutide raised the market share of these products to 17.7% in Q3 2026, a gain of 4.2 percentage points compared to Q3 2025, maintaining the relevance of GLP-1 products in the Company's sales mix.

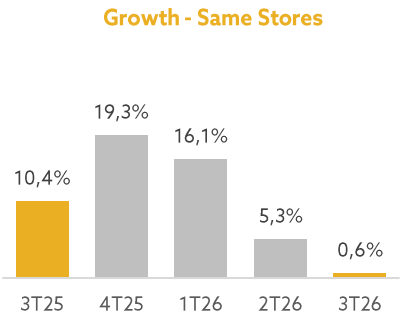


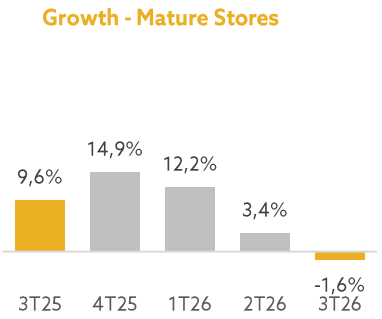
For the year so far, Rede d1000 posted Gross Revenue of R$ 2.21 billion, representing a 12.65% growth compared to the same period in 2025. In the regions where it operates, Rede d1000 continues to show growth well above the market, reaching a 12.0% share in Q3 2026, up 0.5 percentage points compared to the same period last year, according to updated data from IQVIA Brazil.



Same-store and mature store performance in 3Q26 was impacted by the normalization of competitive market dynamics in the sale of Mounjaro. As previously reported, Rede d1000 benefited from a more-than-proportional supply of the product, raising its market share to 32.6% in 3Q25, well above the operation's fair share. In 3Q26, Mounjaro's market share stood at 19.4%, more in line with expectations. On the other hand, new semaglutide-based drugs recorded higher market penetration, with sales volume doubling when comparing 3Q25 to 3Q26, offsetting the decline in average prices for the category. As a result, same-store and mature store growth fell from 10.4% and 9.6% in 3Q25 to 0.6% and -1.6% in 3Q26, respectively.







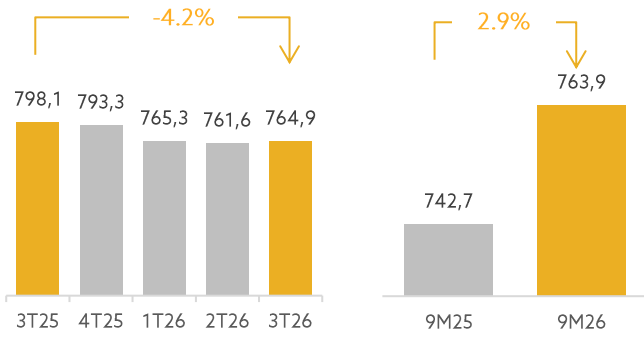
Average sales per store

In 3Q26, Rede d1000 reported average sales per store of R$ 764.9 thousand, representing a 4.2% decrease compared to the same period of the previous year. The year-over-year change primarily reflects a shift in the product mix within GLP-1 class due to the increased market share of semaglutide-based products, whose average ticket is lower than that of tirzepatide, putting pressure on RX ticket and, consequently, on average sales per store. Additionally, in 3Q26, the Company had 32.8% of stores still in the maturation phase versus 29.7% in 3Q25, where 20 stores had been operating for less than 6 months versus 8 stores in 3Q25.

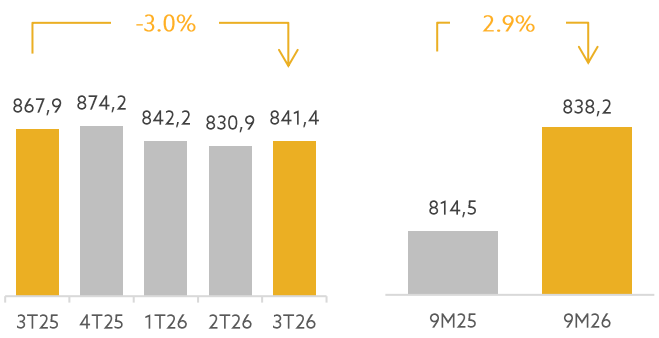
Year-to-date, average sales per store reached R$ 763,900, with 2.9% growth compared to R$ 742,700 in 9M25.

Considering only mature stores, the Company reached average sales of R$ 841,400, down 3.0% compared to the same period of the previous year. Year-to-date, mature stores grew 2.9% versus the same period last year, reaching R$ 838,200/month, in average.

Average sale per store (R$

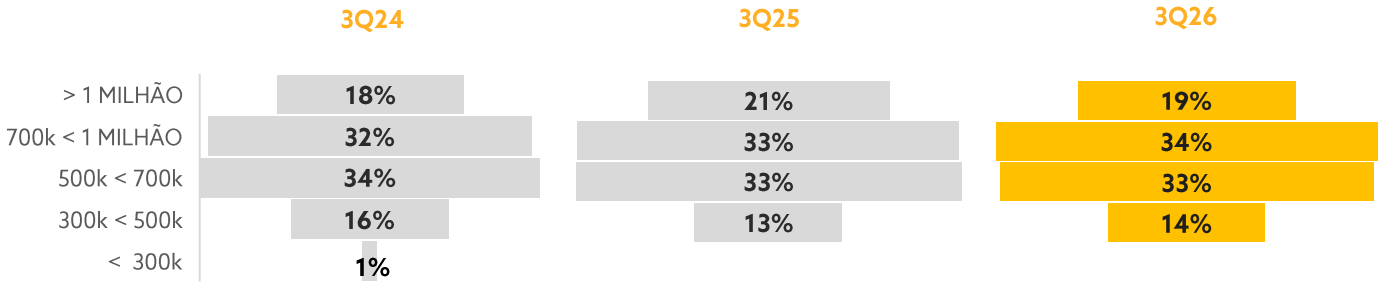


Average sale per mature store (R$



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 53% of the total number of stores, versus 54% in 3Q25, also reflecting the impacts detailed previously, with a 1p.p. decrease when comparing the periods.

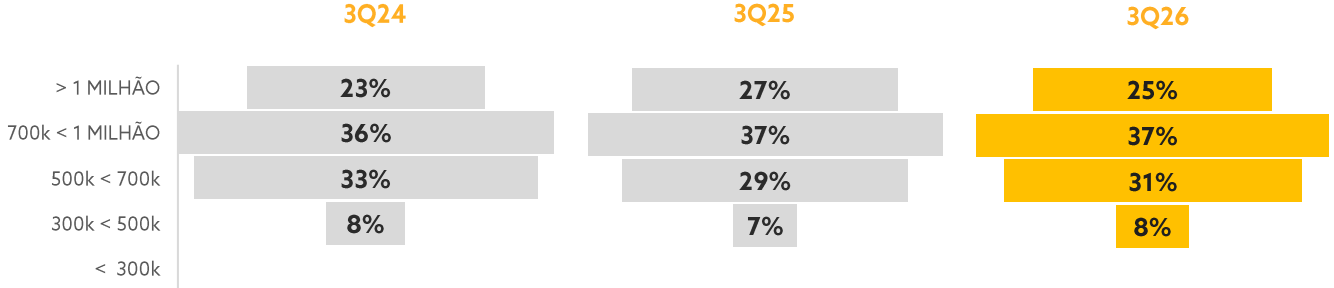
Average Sales | Stores



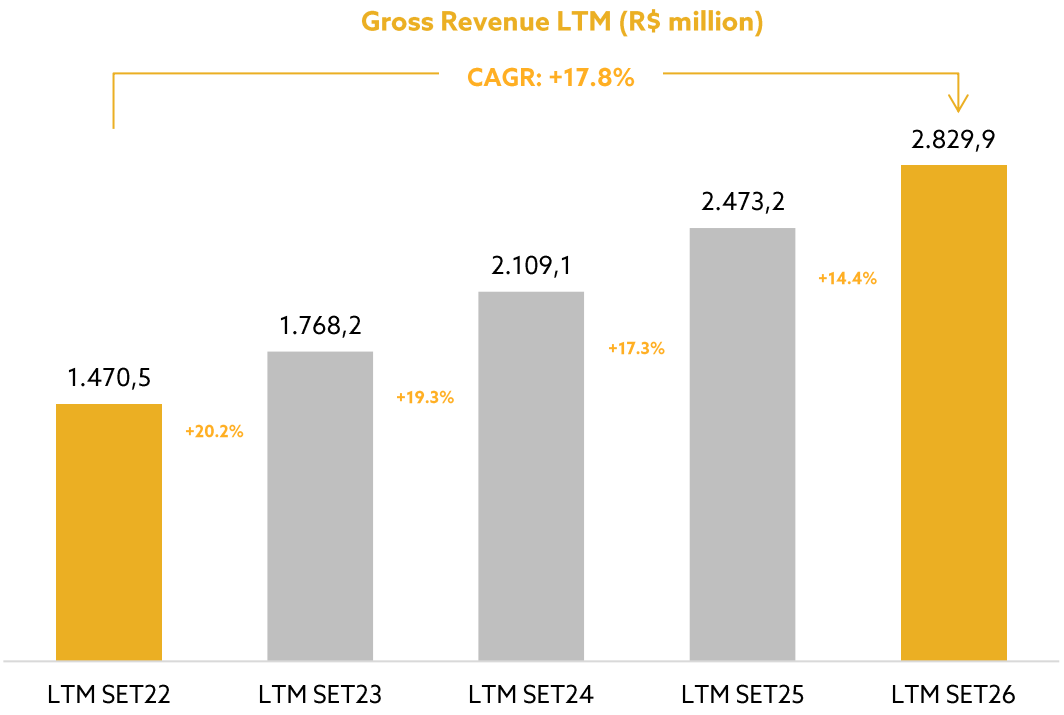
Includes only stores open for more than 6 months.

When analyzing only the mature store base, we can see that 62% of stores are generating revenues above R$ 700,000, a 3.0 p.p. decrease in total share when compared to the same period in 2025. The existing store base is the most impacted by the normalization of Mounjaro's competitive dynamics and the consequent adjustment of market share, as previously explained.

Average Sales | Mature Stores

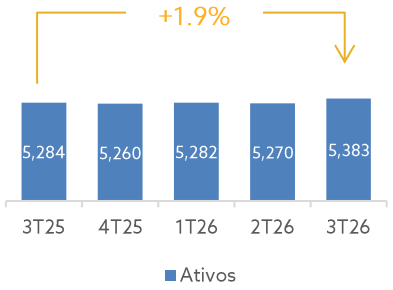


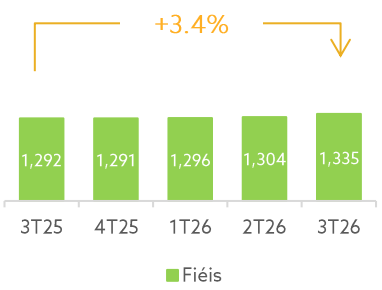
Rede d1000's Gross Revenue has been showing strong growth in recent years, with a CAGR of 17.8%, and reached the mark of approximately R$ 2.8 billion in the last 12 months, as shown in the graph below:



CUSTOMERS

The Company continues to strengthen its strategy of caring for and building relationships with loyal customers, who totaled 1.33 million at the end of the quarter, a 3.4% increase compared to the same period of last year. When analyzing the revenue of this customer group, a 14% growth can be seen compared to last year, with 10% growth in average ticket. This customer segment has a higher frequency of purchases and stronger engagement with Rede, resulting in an average ticket approximately 21% higher than the Company's average ticket. The progress of these indicators reinforces the relevance of loyal customers for the sustainable growth of the business and for long-term value creation.



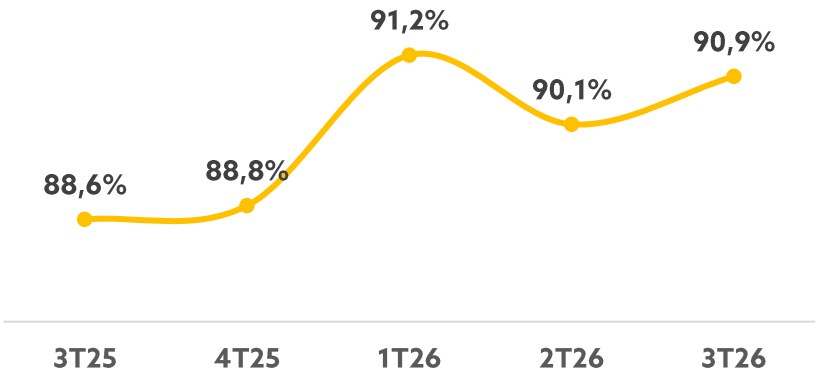


Throughout 2025, Rede d1000 evolved its methodology for measuring customer satisfaction in its physical stores. The collection of reviews, which was previously conducted through surveys sent by email, now takes place directly at the checkout in stores, significantly increasing the number of responses and the representativeness of the sample.

This change has made the metrics more closely aligned with the actual experience customers have at the point of sale, providing a more comprehensive and consistent view of their perceptions regarding the quality of service and the shopping experience. This initiative reinforces the Company's commitment to continuously monitoring the customer experience and to the ongoing pursuit of operational excellence.

Compared to 3Q25, customer satisfaction reached 90.9%, up 2 p.p.

CUSTOMER SATISFACTION LEVEL



SALES MIX

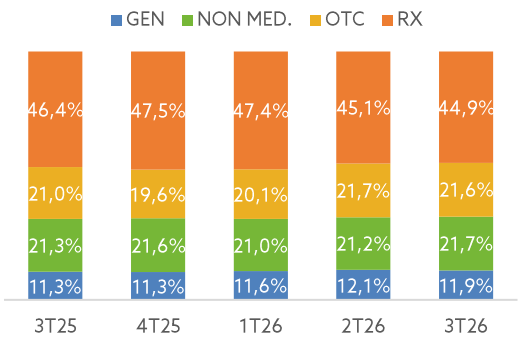
In OTC category, Rede d1000 showed 10.6% growth in the quarter, despite a less intense winter season compared to 2025, which impacted the demand for seasonal products across the industry, accumulating 11.4% growth in 9M26 vs. 9M25.

In Non-Drug, the Company recorded 9.7% growth. This performance was driven by increased promotional activity in stores and across digital channels, supported by gains in price competitiveness and more assertive execution of commercial strategies.

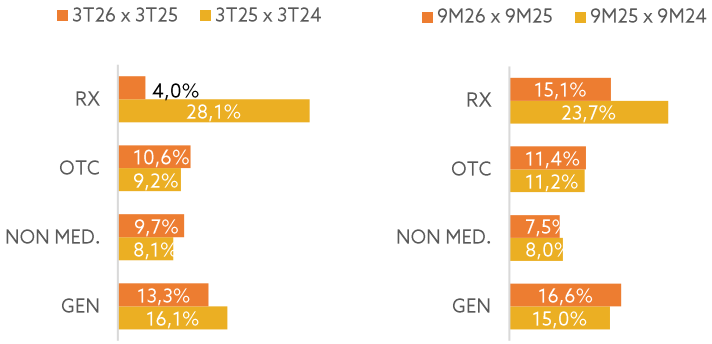
Generics also stood out in the period, with 13.3% growth. The performance reflected a combination of improvements in stock availability, increased price competitiveness, and promotional initiatives focused on packs and conversion levers.

In turn, RX category showed growth of 4.0%. This performance was primarily influenced by the dynamics of GLP-1 category, which faced a higher comparison base, as previously explained. It's worth remembering that in this category, Rede d1000 grew 28% in Q3 25, when the market at the time grew 13%.

Sales Share by Category



Rede d1000 Growth



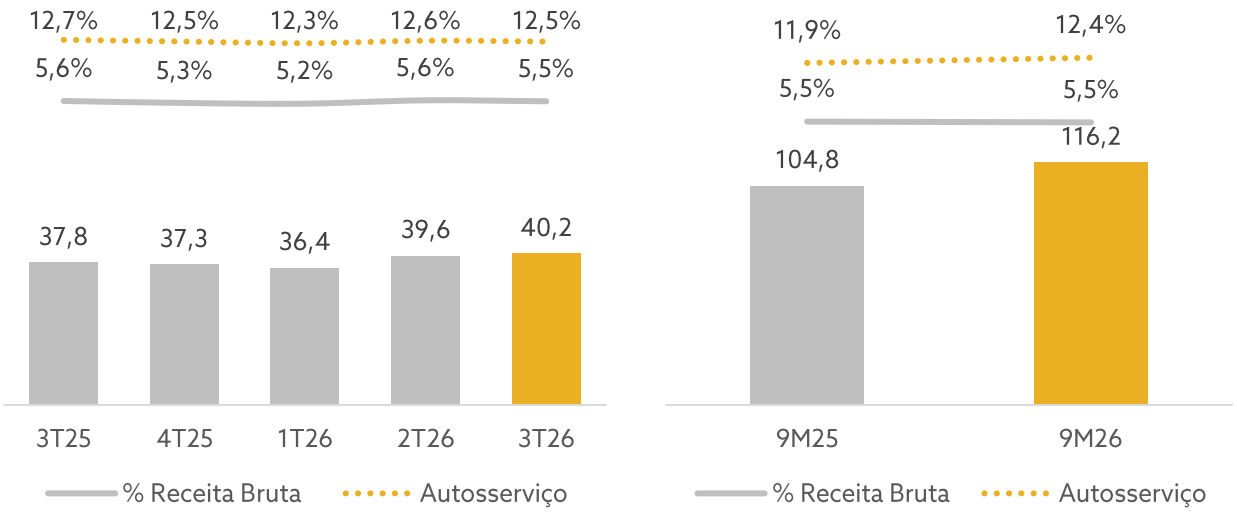
EXCLUSIVE BRANDS

In 3Q26, Rede d1000 products reported record sales, reaching R$ 40.2 million, a 6.2% increase compared to the same period in 2025. Sales of Exclusive Brand items accounted for 12.5% of self-service revenue, with 5.5% share in total sales.

With the new products launched during this period, the portfolio now includes 393 SKUs. In addition, with the addition of 10 new categories compared to 3Q25, the Company reached the milestone of operating in 104 categories, holding the top position in 52 of them.

Year-to-date, sales of products from Rede d1000's exclusive brands totaled R$ 116.2 million versus R$ 104.8 million reported in the same period of 2025, improving by 10.9%.

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



OMNICHANNEL

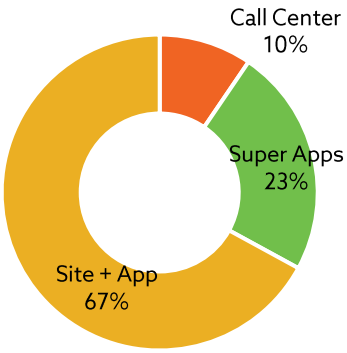
In 3Q26, non-face-to-face sales reached a record of R$ 139.9 million, representing approximately 100% growth versus 3Q25, accounting for 19.2% of the Company's Gross Revenue.

Products similar to GLP-1 have been contributing significantly to the growth of Omnichannel sales and their share of the Company's total revenue. In addition, in e-commerce, we continue to invest in strengthening our proprietary channels, particularly the app, which accounted for 45.5% of sales during the period a 6.4 p.p. increase versus the 39.1% recorded in 3Q25. Sales through the app enhance our customers' shopping experience, driving an increase in sales conversion and repeat purchase volume, which, through this channel, is up to three times higher than on the website. We continue to invest in the Affiliate Program, and this quarter, we had a 362% increase in revenue compared to 3Q25 in sales through these partnerships.

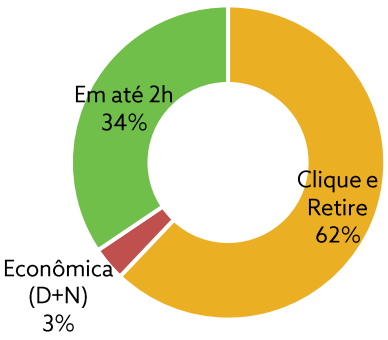
3Q26 builds on significant progress in the omnichannel strategy, with strong growth in orders, strategic categories, and the number of items per basket. In addition to sales of branded medicines, the Company has been investing in the growth of other categories and has already seen a 41% increase in Non-Drug, a 20% increase in OTC products, and a 15% increase in generics, resulting in a 25% increase in total order volume and a 19.4% increase in the average basket size, which rose from 3.1 to 3.7 items per order.

Over the past year, we have increased the number of stores offering delivery, reducing service times. Currently, 34% of orders are delivered within two hours.

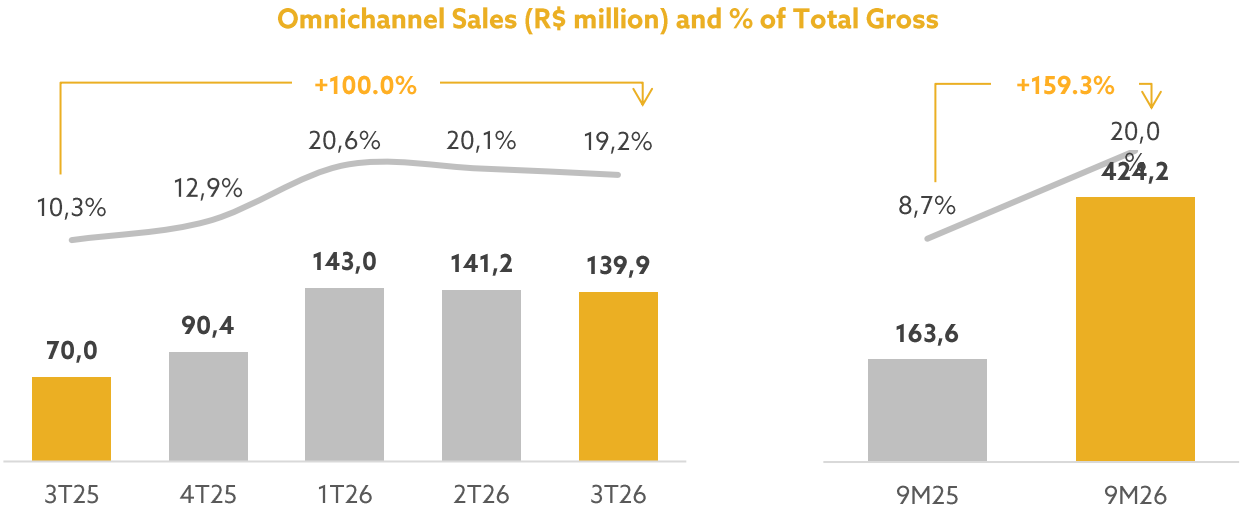
Mix of Digital



Mix of Deliveries



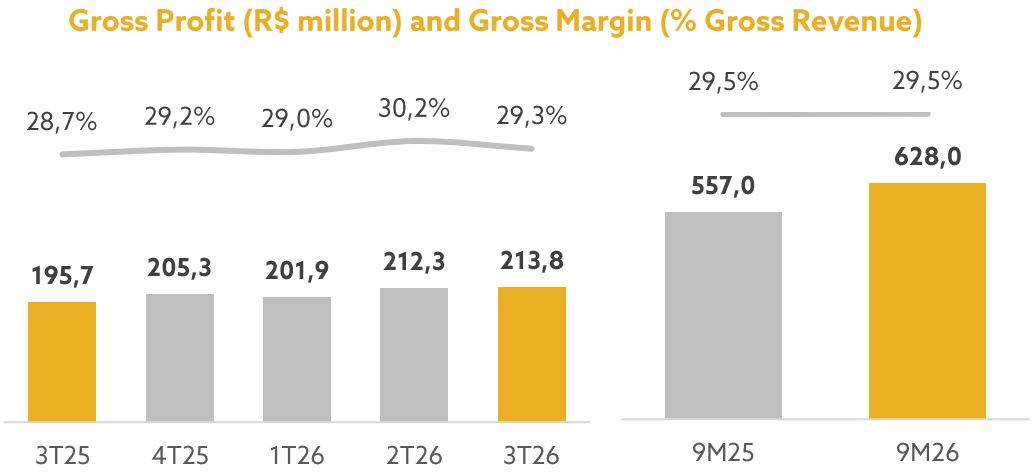
Non-face-to-face channels are an important growth driver for the Company, and we continue to make progress on several fronts that have been contributing to increased sales and recurring purchases by our customers, in addition to an increase in the average ticket. Year-to-date, Omnichannel Sales amounted to R$ 424.2 million, with 159.3% growth compared to 9M25, increasing its share on the Company's Gross Revenue by 11.2 p.p.



GROSS PROFIT

In 3Q26, Gross Profit amounted to R$ 213.8 million, representing 9.2% growth versus 3Q25. Gross margin for 3Q26 was 29.3%, 0.6 p.p. higher than the same period last year. This improvement stems primarily from consistent commercial practices, a more balanced portfolio between Drugs and Non-Drug, and an increased market share for generics.

Year-to-date, total Gross Profit amounted to R$ 628.0 million, representing 12.7% growth compared to R$ 557.0 million reported in 9M25.



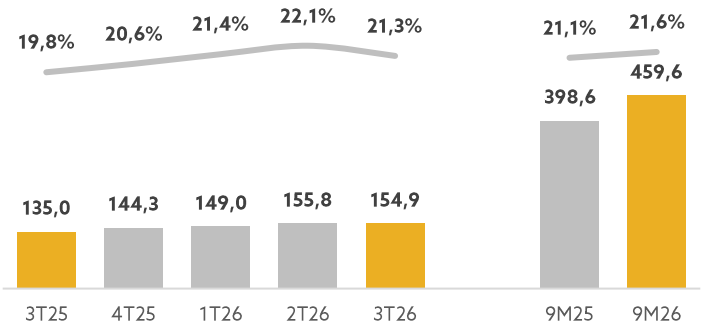
OPERATING EXPENSES

Selling Expenses

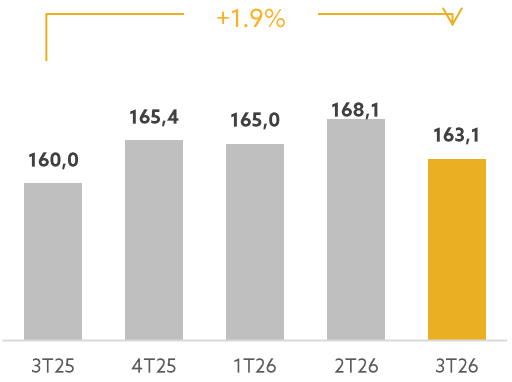
In 3Q26, Sales Expenses amounted to R$ 154.9 million, 14.7% higher when compared to 3Q25, mainly explained by the increased number of stores in total base (283 stores in 3Q25 x 320 stores in 3Q26). Average expenses per store were R$ 163,100 in 3Q26 versus R$ 160,000 in 3Q25, representing 1.9% growth when comparing the periods, below inflation, demonstrating discipline and efficiency in managing store expenses and shared services.

Sales Expenses accounted for 21.3% in 3Q26 compared to 19.8% in 3Q25, up 1.5p.p. as a percentage of sales, driven primarily by slower sales growth at mature stores, as well as the number of store openings during the quarter (9 stores in 3Q26 vs. 6 stores in 3Q25), considering the full recognition of expenses for these stores, whose sales are in the early stages of maturity.

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



Average Selling Expenses per Store (R$ thousand) and % of Gross Revenue

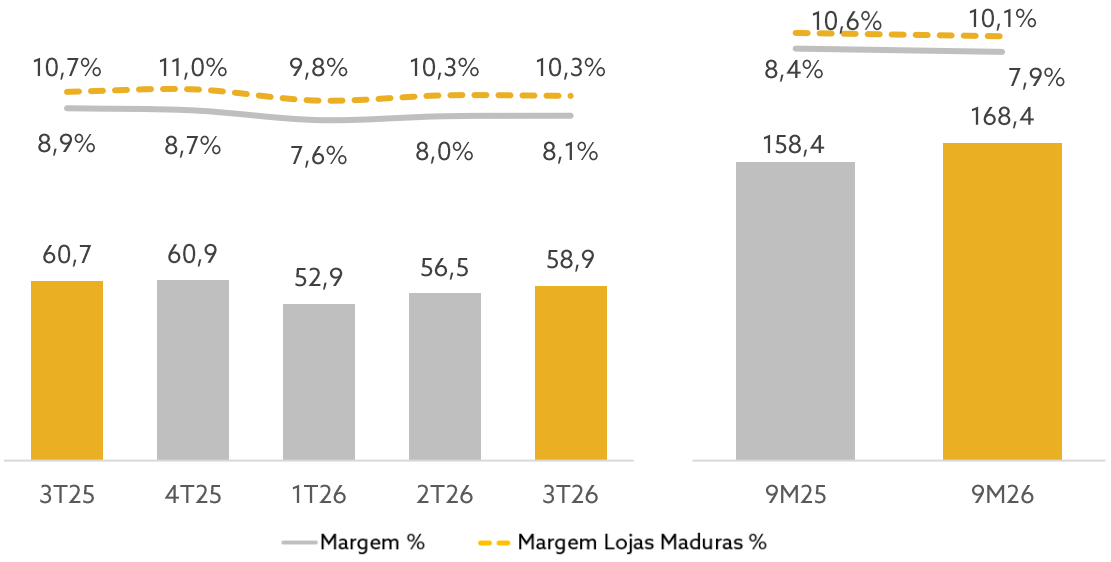


CONTRIBUTION MARGIN

Consolidated contribution margin reached R$ 58.9 million in 3Q26, slightly lower than in the same period of 2025, primarily due to sales from existing and/or mature stores during the period, despite the discipline and efficiency shown in managing operating expenses.

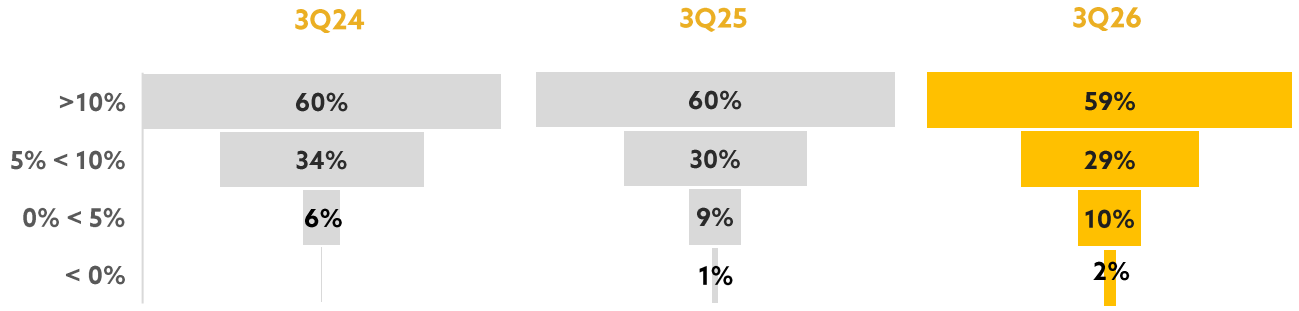
Year-to-date, Rede d1000's Contribution Margin totaled R$ 168.4 million, with 6.3% growth as compared to R$ 158.4 million in 9M25.

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



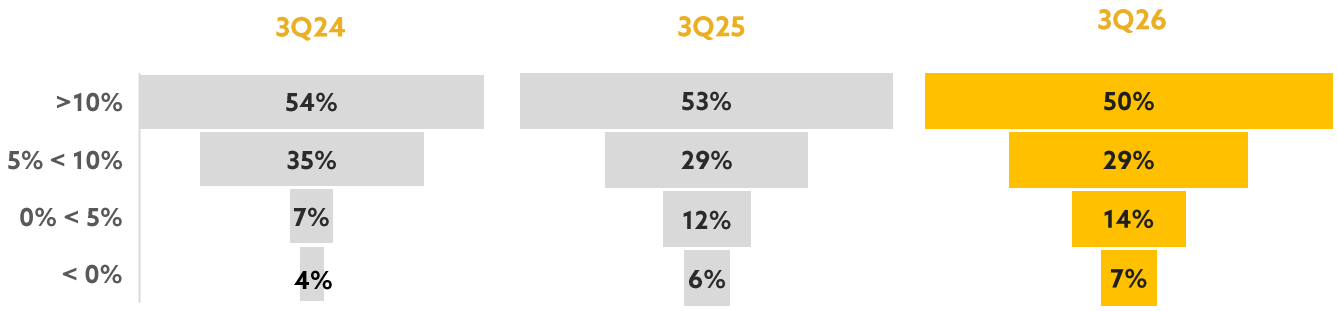
The graphs below show the evolution of store margins over the years, where we have 59% of mature stores with margins above 10% and opportunities to increase profitability in 41% of the base.

Contribution Margin | Mature Stores



The potential increase of the company's profitability is even more significant when we look at the base of stores open for more than 6 months, where 50% 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



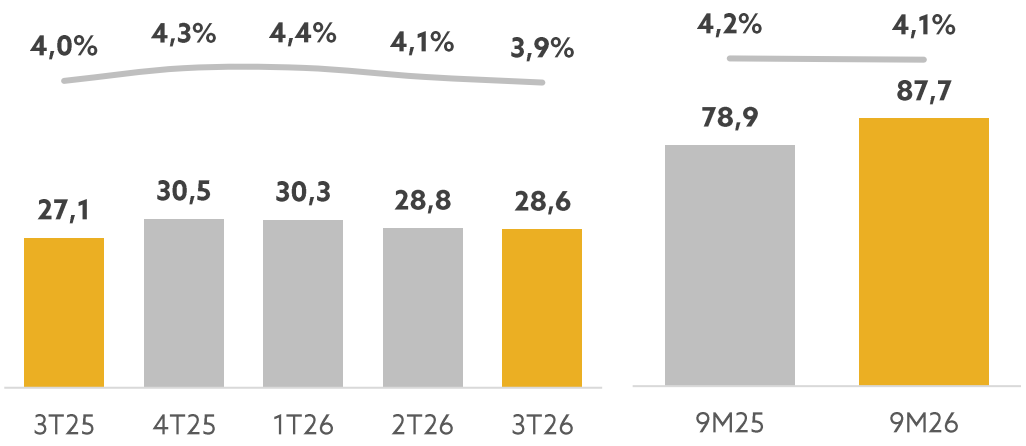
Includes only stores open for at least 6 months

General and Administrative Expenses - G&A

General and Administrative Expenses (G&A) totaled R$ 28.6 million in 3Q26, up 5.7% compared to the same period in 2025, representing 3.9% of Gross Revenue, with 0.1 p.p. dilution versus the same period last year.

For the year, General and Administrative Expenses (G&A) totaled R$ 87.7 million, representing 4.1% of Gross Revenue, with 0.1 p.p. dilution compared to 9M25.

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

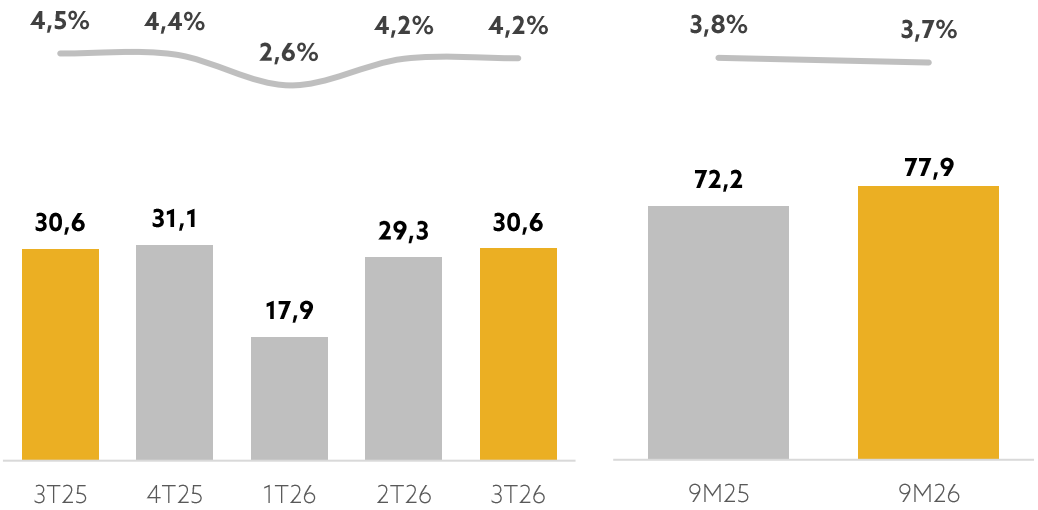


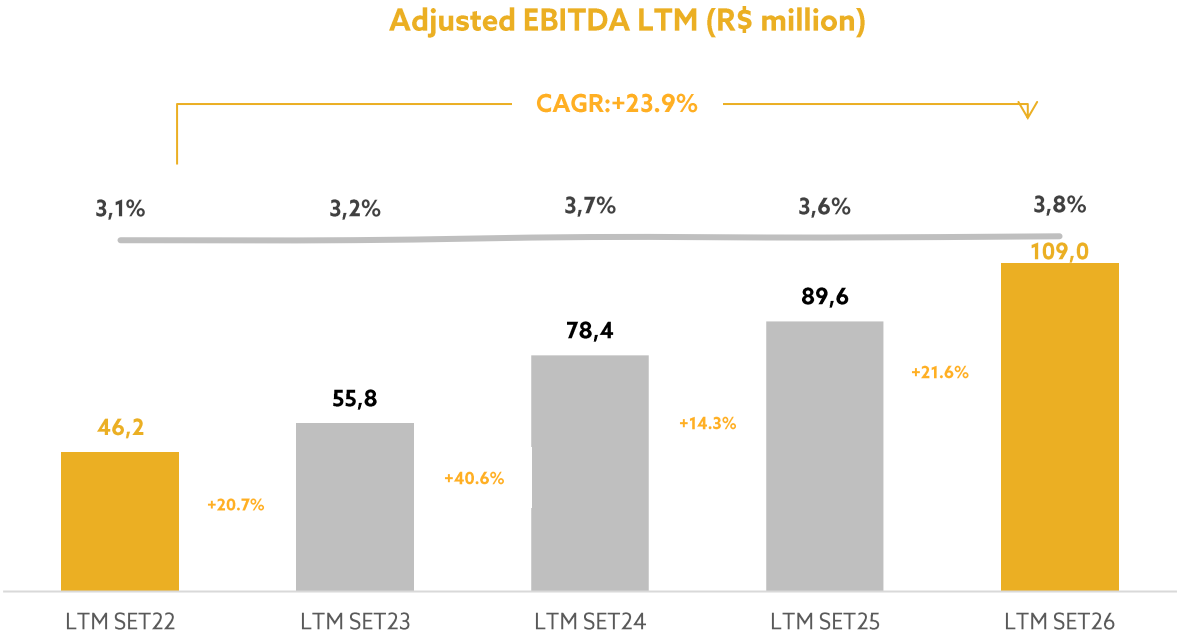
ADJUSTED EBITDA

Adjusted EBITDA reached R$ 30.6 million in 3Q26, virtually flat in value compared to 3Q25. The performance reflects pressure on sales at mature stores and same-store sales, driven primarily by a shift in GLP-1 mix (a higher share of semaglutide, which has a lower average ticket price compared to tirzepatide), by the normalization of Mounjaro supply in 2026, and by the increased weight of maturing stores, which reduces expense dilution in the short term, partially offset by control over the growth of average-per-store expenses and corporate expenses.

Year-to-date, EBITDA amounted to R$ 77.9 million, 7.9% higher than R$ 72.2 million in 3Q25. Accumulated EBITDA Margin was 3.7 p.p., showing a slight decrease compared to 3.8% in 3Q25.

Adjusted EBITDA (R$ million)





Adjusted EBITDA Reconciliation	3Q25	3Q26	9M25	9M26
Net Income (with IFRS 16)	**7.6**	**8.6**	**13.2**	**13.3**
(+) Net Financial Result	16.6	16.1	45.3	52.5
(+) Income Tax and Social Contribution	1.2	1.4	-1.1	-1.2
(+) Depreciation and Amortization	34.1	38.3	99.8	112.2
EBITDA (with IFRS 16)	**59.5**	**64.4**	**157.2**	**176.8**
(+ / -) IFRS 16 Impacts	-29.6	-33.8	-86.9	-99.1
EBITDA (ex-IFRS-16)	**29.9**	**30.6**	**70.3**	**77.7**
(+ / -) COF Adjustments	0.7		1.9	0.1
(+ / -) Other Adjustments				
Adjusted EBITDA ex IFRS-16	**30.6**	**30.6**	**72.2**	**77.8**

DEPRECIATION AND AMORTIZATION, FINANCIAL RESULT AND INCOME TAX

Depreciation and amortization expenses reached R$ 13.8 million in 3Q26 versus R$ 11.8 million in 3Q25. The 16.9% increase year-on-year mainly reflects the increased number of stores (283 stores in 3Q25 vs. 320 stores in 3Q26).

In 3Q26, net financial expenses totaled R$ 5.1 million, versus a total of R$ 3.5 million in 3Q25. The increase is explained by the rise in the Company's net debt when comparing the periods. When compared to 2Q26, net financial expenses remained virtually flat.

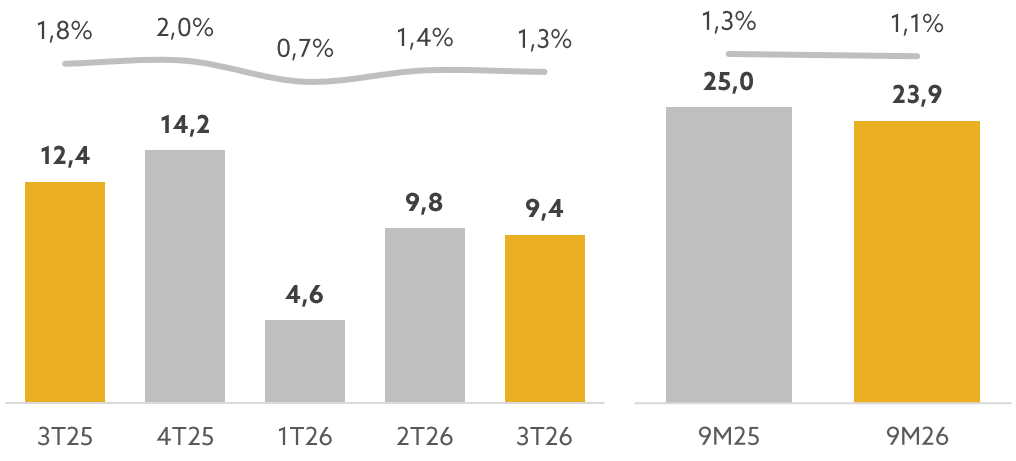
	3Q26 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	3Q26 Adjusted	3Q25 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	3Q25 Adjusted
Gross Revenue	**728.7**			**728.7**	**774.6**		**-96.0**	**678.6**
Deductions	-36.4			-36.4	-43.2		8.5	-34.7
Net Revenue	**692.3**			**692.3**	**731.4**			**643.9**
Cost of Goods Sold	-478.5			-478.5	-535.7		87.5	-448.2
Gross Profit	**213.8**			**213.8**	**195.7**			**195.7**
Expenses	-149.4	-33.8		-183.2	-136.2	-29.6	0.7	-165.1
EBITDA	**64.4**			**30.6**	**59.5**			**30.6**
Depreciation & Amortization	-38.3	24.5		-13.8	-34.1	22.3		-11.8
Net Financial Result	-16.1	13.6	-2.6	-5.1	-16.6	13.2	-0.1	-3.5
Income Tax and SC	-1.4	-0.8		-2.2	-1.2	-1.7		-2.9
Net Income	**8.6**			**9.5**	**7.6**			**12.4**

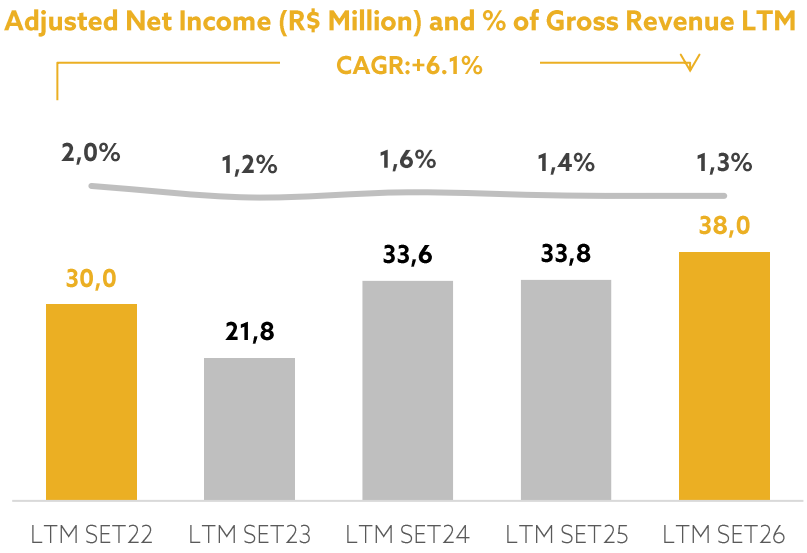
	9M26 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	9M26 Adjusted	9M25 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	9M25 Adjusted
Gross Revenue	**2,125.9**			**2,125.9**	**2,097.7**		**-210.0**	**1,887.7**
Deductions	-104.7			-104.7	-121.3		23.9	-97.4
Net Revenue	**2,021.2**			**2,021.2**	**1,976.4**			**1,790.3**
Cost of Goods Sold	-1,393.2			-1,393.2	-1,419.5		186.1	-1,233.4
Gross Profit	**628.0**			**628.0**	**556.9**			**556.9**
Expenses	-451.2	-99.1	0.1	-550.2	-399.7	-86.9	1.9	-484.7
EBITDA	**176.8**			**77.8**	**157.2**			**72.2**
Depreciation & Amortization	-112.2	71.5		-40.7	-99.8	65.9		-33.9
Net Financial Result	-52.5	40.1	-2.6	-15.0	-45.4	36.4	-0.6	-9.6
Income Tax and SC	1.2	0.6		1.8	1.1	-4.7		-3.6
Net Income	**13.3**			**23.9**	**13.1**			**25.1**

ADJUSTED NET INCOME

Rede d1000's Adjusted Net Income in 3Q26 was R$ 9.4 million, representing a 24.2% drop compared to the same period last year, with a net margin of 1.3%.

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





Net Income Reconciliation	3Q25	3Q26	9M25	9M26
Net Income (with IFRS 16)	**7.6**	**8.6**	**13.2**	**13.3**
(+ / -) IFRS 16 Impacts	4.2	3.5	10.5	13.1
(+/-) COF Adjustments	0.7	-2.6	1.4	-2.5
(+ / -) Other Adjustments				
Adjusted Net Income (ex IFRS 16)	**12.4**	**9.5**	**25.1**	**23.9**

CASH CYCLE

The Company's cash cycle was 12.9 days in 3Q26, compared to 16.0 days in 3Q25.

Average days of accounts receivable stood at 27.7 days at the end of the quarter, approximately 3 days shorter than in 3Q25, due to the prepayment of receivables totaling R$ 22.0 million during the period. Average days of accounts receivable was slightly shorter than in previous quarters, and it is expected to return to its historical level in the coming quarters.

Average inventory period was 63.0 days, an increase of 8.9 days compared to 3Q25, mainly reflecting the high volume of store openings during the period.

Average days of accounts payable was 77.8 days, improving 8.7 days versus the same period last year, in line with the expansion occurred during the period, whether due to the payment cycle for new store inventory, which is much longer than that for recurring purchases, or due to the CAPEX invested in these new stores.

Cash Cycle (days)	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	3Q26
Accounts receivable	31.0	30.7	30.5	30.4	27.7
Inventories	54.1	54.3	57.5	60.4	63.0
Trade accounts payable	69.1	70.2	69.2	81.2	77.8
Cash Cycle	**16.0**	**14.9**	**18.7**	**9.6**	**12.9**

INVESTMENTS AND CASH FLOW

CAPEX (R$ million)	3Q25	%	3Q26	%	Δ%	9M25	%	9M26	%	Δ%
Expansion	17.9	*70%*	20.3	*72%*	*14%*	34.2	*58%*	52.4	*69%*	*53%*
Store Refurbishment	3.1	*12%*	4.0	*14%*	*28%*	9.0	*15%*	8.5	*11%*	*-7%*
Information Technology	2.4	*9%*	1.7	*6%*	*-28%*	5.8	*10%*	6.7	*9%*	*16%*
Store and office infrastructure	2.2	*8%*	2.3	*8%*	*5%*	10.1	*17%*	8.5	*11%*	*-16%*
Total	**25.5**	***100%***	**28.3**	***100%***	***11%***	**59.1**	***100%***	**76.1**	***100%***	***29%***

In 3Q26, investments amounted to R$ 28.3 million, of which R$ 24.3 million was spent on opening and refurbishing stores, R$ 1.7 million on information technology, and R$ 2.3 million on infrastructure and maintenance of stores and offices, with an 11% increase compared to investments made in the same period in 2025.
Year-to-date, investments totaled R$ 76.1 million, with the largest increase related to expansion due to the higher volume of stores opened during 2026.

(R$ million)	3Q25	3Q26	Chg. 3Q25 x 3Q26	9M25	9M26	Chg. 9M25 x 9M26
EBT	**15.4**	**11.7**	**-24.0%**	**28.7**	**22.1**	**-23.0%**
Depreciation & Amortization	11.8	13.8	17.3%	33.9	40.8	20.4%
Cash Cycle	-28.1	-10.5	-62.6%	-48.7	16.1	-133.1%
Other Assets and Liabilities/Non-cash Effects	16.8	-1.0	-106.0%	21.2	-18.7	-188.1%
Operational Cash Flow	**15.9**	**14.0**	**-11.7%**	**35.1**	**60.3**	**71.9%**
Investment Activities	-25.5	-28.3	10.8%	-59.0	-76.0	28.8%
Free Cash Flow	**-9.5**	**-14.2**	**49.7%**	**-24.0**	**-15.6**	**-34.9%**
Financing Activities	-1.9	-0.1	-96.1%	-8.4	-18.1	115.7%
Total Cash Flow	**-11.5**	**-14.3**	**24.3%**	**-32.4**	**-33.7**	**4.2%**

In 3Q26, operating cash flow was R$ 14.0 million. During the period, R$ 28.3 million was spent on investments, resulting in a cash outflow of R$ 14.3 million.

Year-to-date, operating cash generation amounted to R$ 60.3 million, mainly used in the Company's expansion. In addition, in 2026, the Company raised R$ 30 million from Banco Itaú, at a cost of CDI + 1.1% and a term of one year, and repaid R$ 38.9 million in debt, in addition to paying R$ 10.2 million in interest.

Thus, the Total Cash Flow in 9M26 was R$ 33.7 million.

INDEBTEDNESS

Rede d1000 ended 3Q26 with Net Debt of R$ 87 million versus R$ 43.3 million in 3Q25, representing net debt of 0.8x the accumulated EBITDA for the last 12 months, reaching 1.0x when adjusted for the prepayment of receivables in the period.

Calculation of Net Cash (R$ million)	**2Q25**	**3Q25**	**4Q25**	**1Q26**	**2Q26**	**3Q26**
Gross Debt	-58.7	-57.0	-107.8	-114.1	-98.3	-99.1
Short term	-29.8	-29.5	-58.0	-66.0	-63.6	-64.4
Long term	-28.9	-27.5	-49.9	-48.1	-34.7	-34.7
(+) Cash and Cash Equivalents	31.0	13.6	45.9	23.1	26.4	12.2
Net Cash Position	**-27.7**	**-43.3**	**-61.9**	**-91.0**	**-71.9**	**-87.0**
Net Debt/Adjusted EBITDA	0.3 X	0.5 X	0.6 X	0.8 X	0.7 X	0.8 X
Prepayment of receivables						-22.0
Adjusted Net Cash Position	**-27.7**	**-43.3**	**-61.9**	**-91.0**	**-71.9**	**-109.0**
Adjusted Net Debt/Adjusted EBITDA						1.0 X

ESG

With ESG integrated into its operations, Rede d1000 continues to turn impact into value. This strategy has continued to guide thoughtful decisions, drive innovation, and strengthen the Company's connection with society and the market, reaffirming its commitment to responsible growth.

ENVIRONMENTAL PILLAR

Waste Management:
The continued use of returnable boxes in Rede d1000's logistics operations prevented the use of more than 1.8 million cardboard boxes in 1H26, a volume 5% higher than that recorded in the same period of the previous year, resulting in the preservation of approximately 1,700 trees.

SOCIAL PILLAR

20 Years of the Profarma Institute with Actions in All Businesses:
Celebrating its 20th anniversary, Profarma Institute promoted a week of activities in the Company's business units. At the Corporate Headquarters in Rio de Janeiro, the activities were supported by nine partner industries. More than just honoring everyone who contributed to this journey, the initiative underscored the power of collaboration in generating a positive impact on society, highlighting the three strategic pillars that guide the Institute's work: health, well-being, and social leadership.

Graduation ceremony for Seja Protagonista da Sua História (Be the Lead Player of Your Story) Program:
The initiative reinforced the power of collaboration in generating a positive impact on society, highlighting the three strategic pillars that guide the Institute's work: health, well-being, and social leadership. This marked the conclusion and graduation of the sixth class of the initiative focused on empowerment, qualification, and personal development. The program was attended by more than 50 women, including graduates and technical staff. Over the course of the six editions, more than 300 women have benefited from the initiative.

Launch of the #"PraSomar" Program:
Presentation of Rede d1000's new program for social impact and community relations. The initiative will allow customers to make small donations at store registers, supporting 17 NGOs located in the regions where Rede d1000 operates and strengthening the surrounding local community.

GOVERNANCE PILLAR:

Supplier's Integrity Due Diligence (DDI):
Structuring and progress of DDI processes focused on the supply chain, reinforcing criteria related to ethics, integrity, and the mitigation of operational and reputational risks.

Construction of the New Materiality Matrix:
The Company has begun the process of reviewing and building its new materiality assessment, now encompassing the scope of 4BIO's operations. The consolidated results and priority topics will be released to the market in the next quarter.

FINANCIAL STATEMENTS

	IFRS-16		Without IFRS-16 and COF		IFRS-16		Without IFRS-16 and COF	
R$ million	**3Q25**	**3Q26**	**3Q25**	**3Q26**	**9M25**	**9M26**	**9M25**	**9M26**
Gross Revenue	**774.6**	**728.7**	**678.6**	**728.7**	**2,097.7**	**2,125.9**	**1,887.7**	**2,125.9**
RX	358.5	336.7	313.9	336.7	940.2	982.2	844.9	982.2
HB	165.2	155.9	144.8	155.9	513.4	448.3	467.6	448.3
OTC	163.0	151.6	142.8	151.6	403.5	443.9	358.5	443.9
Generic	87.9	84.5	77.1	84.5	240.6	251.4	216.7	251.4
Revenue Deductions	-43.2	-36.4	-34.7	-36.4	-121.3	-104.7	-97.4	-104.7
Net operating revenue	**731.4**	**692.3**	**643.9**	**692.3**	**1,976.4**	**2,021.2**	**1,790.3**	**2,021.2**
Cost of goods sold	-535.7	-478.5	-448.2	-478.5	-1,419.5	-1,393.2	-1,233.4	-1,393.2
Gross Profit	**195.7**	**213.8**	**195.7**	**213.8**	**557.0**	**628.0**	**557.0**	**628.0**
Gross Margin (Net Revenue)	26.8%	30.9%	30.4%	30.9%	28.2%	31.1%	31.1%	31.1%
Gross Margin (Gross Revenue)	25.2%	29.3%	28.8%	29.3%	26.6%	29.4%	29.5%	29.4%
Operating Expenses	**-170.3**	**-187.7**	**-176.9**	**-197.0**	**-499.4**	**-563.4**	**-518.7**	**-590.9**
General and administrative expenses	-20.2	-19.4	-19.7	-19.5	-56.1	-59.2	-54.3	-59.4
Selling Expenses	-117.1	-135.8	-146.6	-169.5	-349.2	-395.5	-436.0	-494.2
Provision for expected credit loss	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Depreciation	-34.2	-38.3	-11.8	-13.8	-99.8	-112.2	-34.0	-40.8
Other operating revenues (expenses)	1.2	5.8	1.2	5.8	5.6	3.5	5.6	3.5
Result before Financial Result	**25.4**	**26.1**	**18.8**	**16.8**	**57.5**	**64.6**	**38.3**	**37.1**
Financial Result	-16.6	-16.1	-3.4	-5.1	-45.4	-52.5	-9.5	-15.0
Financial income	0.4	2.7	0.3	0.1	1.4	3.0	2.0	0.4
Financial expenses	-17.0	-18.8	-3.7	-5.2	-46.8	-55.5	-11.5	-15.4
Profit before taxes	**8.8**	**10.0**	**15.4**	**11.7**	**12.1**	**12.1**	**28.8**	**22.1**
Income Tax and Social Contribution	-1.2	-1.4	-3.0	-2.2	1.1	1.2	-3.7	1.8
Profit/ Loss for the Period	**7.6**	**8.6**	**12.4**	**9.5**	**13.2**	**13.3**	**25.1**	**23.9**

BALANCE SHEET

(R$ thousand)	12/31/2025 IFRS16	12/31/2025 Reclassification	12/31/2025 Without IFRS-16 and COF	09/30/2026 IFRS16	09/30/2026 Reclassification	09/30/2026 Without IFRS-16 and COF
Cash and cash equivalents	45,913	-31	45,882	12,242	-92	12,150
Financial Instruments	0	0	0	0	0	0
Accounts receivable	239,679	-45	239,634	224,123	0	224,123
Inventories	277,623	0	277,623	334,846	0	334,846
Taxes recoverable	16,938	0	16,938	21,049	0	21,049
Other accounts receivable	40,111	0	40,111	65,045	0	65,045
Total Current Assets	**620,264**	**-76**	**620,188**	**657,305**	**-92**	**657,213**
Deposits on court	3,265	0	3,265	3,129	0	3,129
Financial Instruments	393	0	393	0	0	0
Deferred income tax and social contribution	145,151	-27,278	117,873	149,377	-26,691	122,686
Taxes recoverable	5,478	0	5,478	8,108	0	8,108
Other accounts receivable	519	0	519	519	0	519
Property, Plant & equipment (PPE)	567,989	-323,745	244,244	623,031	-350,896	272,135
Intangible assets	606,095	0	606,095	606,243	0	606,243
Total Non-Current Assets	**1,328,890**	**-351,023**	**977,867**	**1,390,407**	**-377,587**	**1,012,820**
Total Assets	**1,949,154**	**-351,099**	**1,598,055**	**2,047,712**	**-377,679**	**1,670,033**
Trade accounts payable	353,334	-757	352,577	408,880	-28	408,852
Suppliers - Forfaiting	5,842	0	5,842	4,596	0	4,596
Loans and financing	55,974	0	55,974	58,763	0	58,763
Financial Instrument	2,396	0	2,396	5,621	0	5,621
Salaries and social contributions	49,601	0	49,601	63,493	0	63,493
Taxes and fees	12,462	0	12,462	11,894	0	11,894
Lease Payable	83,342	-83,342	0	92,747	-92,747	0
Other	10,415	0	10,414	11,162	0	11,162
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0	0	0	0	0	0
Total Current Liabilities	**573,366**	**-84,099**	**489,267**	**657,156**	**-92,775**	**564,381**
Loans and financing	15,130	0	15,130	0	0	0
Taxes and fees	0	0	0	0	0	0
Deferred taxes	54,477	0	54,477	54,477	0	54,477
Financial Instruments	0	0	0	0	0	0
Provision for Contingencies	31,599	0	31,599	32,089	0	32,089
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0	0	0	0	0	0
Lease payable	320,581	-320,581	0	336,600	-336,600	0
Other	34,724	0	34,724	34,737	0	34,737
Total Non-Current Liabilities	**456,511**	**-320,581**	**135,930**	**457,903**	**-336,600**	**121,303**
Share capital	1,004,004	0	1,004,004	1,004,004	0	1,004,004
Accumulated losses	-84,727	53,581	-31,145	-71,351	51,696	-19,655
Total Equity	**919,277**	**53,581**	**972,858**	**932,653**	**51,696**	**984,349**
Total Equity and Liabilities	**1,949,154**	**-351,099**	**1,598,055**	**2,047,712**	**-377,679**	**1,670,033**

CASH FLOW (INDIRECT METHOD) - QUARTER

R$ thousand	3Q25		3Q26	
Cash flows from operating activities	**IFRS16**	**Without IFRS-16 and COF**	**IFRS16**	**Without IFRS-16 and COF**
Net income (loss) before IT/SC	**8,806**	**15,370**	**9,985**	**11,663**
Adjustments to reconcile net income with cash and cash equivalents from operating activities:				
Depreciation and amortization	11,757	11,757	13,841	13,841
Depreciation of right-to-use of properties	22,311	-	24,450	-
Interest on loan with related parties	-	-	1,645	1,645
Interest on Provisioned Loans	1,381	1,381	492	492
Allowance / Reversal for expected credit losses	9	9	(13)	(13)
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	622	622	(103)	(105)
Gain / Loss on reversal of right-of-use of properties	(192)	-	(735)	195
Provision / Reversal for inventory loss	64	64	(858)	(858)
Provision / Reversal for contingencies	1,113	1,113	594	594
Provision / Reversal of tax installment payment	-	-	-	-
Financial charges on right-of-use	13,185	-	13,613	-
Other	8,036	7,219	2,177	2,824
	67,092	**37,535**	**65,088**	**30,278**
Decrease (increase) in assets				
Accounts receivable	(50,416)	(37,400)	13,654	13,654
Inventories	31,344	8,173	(25,356)	(25,356)
Taxes recoverable	3,179	(426)	(2,685)	(2,683)
IRPJ and CSLL paid	(6,008)	(6,008)	(256)	(256)
Commercial agreements	4,911	4,911	(4,403)	(4,353)
Other Assets	(1,672)	566	2,258	2,348
Increase (decrease) in liabilities				
Trade accounts payable	(13,352)	1,167	1,246	1,246
Salaries and contributions	4,073	4,068	201	207
Taxes payable	2,702	2,699	45	45
Contingencies	-	-	(838)	(838)
Other Liabilities	(1,595)	634	3	(249)
Net cash from (used in) operating activities	**40,258**	**15,919**	**48,957**	**14,043**
Cash flows from investing activities				
Additions to PPE	(20,937)	(20,937)	(23,337)	(23,337)
Additions to intangible assets	(4,526)	(4,526)	(4,922)	(4,922)
Net cash used in investing activities	**(25,463)**	**(25,463)**	**(28,259)**	**(28,259)**
Cash flow from financing activities				
Payment of Intercompany Loan - Interest	-	-	(384)	(384)
Loans paid - Amortization	(1,417)	(1,417)	(1,832)	(1,832)
Interest on loans paid	(490)	(490)	2,142	2,142
Lease Payment - right of use - Amortization	(18,657)	-	(21,209)	-
Lease Payment - right of use - Interest	(11,584)	-	(13,613)	-
Net cash used in (stemming from) financing activities	**(32,148)**	**(1,907)**	**(34,896)**	**(74)**
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	**(17,353)**	**(11,451)**	**(14,198)**	**(14,290)**
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	**30,999**	**25,179**	**26,440**	**26,440**
Cash and cash equivalents at the end of the period	**13,646**	**13,728**	**12,242**	**12,150**

CASH FLOW (INDIRECT METHOD) - ACCUMULATED

R$ thousand	9M25		9M26	
Cash flows from operating activities	**IFRS16**	**Without IFRS-16 and COF**	**IFRS16**	**Without IFRS-16 and COF**
Net income (loss) before IT/SC	**12,074**	**28,667**	**12,165**	**22,067**
Adjustments to reconcile net income with cash and cash equivalents from operating activities:				
Depreciation and amortization	33,920	33,920	40,807	40,807
Depreciation of right-to-use of properties	65,832	-	71,396	-
Interest on loan with related parties	-	-	3,469	3,469
Interest on Provisioned Loans	4,131	4,131	7,435	7,435
Allowance / Reversal for expected credit losses	784	784	860	860
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	1,982	1,982	7,116	7,113
Gain / Loss on reversal of right-of-use of properties	(416)	-	(1,500)	-
Provision / Reversal for inventory loss	744	744	(1,415)	(1,415)
Provision / Reversal for contingencies	2,097	2,097	2,716	2,716
Financial charges on right-of-use	36,340	-	40,046	-
Other	10,584	6,015	(1,714)	(2,798)
	168,072	**78,340**	**181,381**	**80,254**
Decrease (increase) in assets				
Accounts receivable	(73,735)	(63,442)	14,696	14,651
Inventories	8,149	3,751	(50,936)	(50,936)
Taxes recoverable	6,373	2,768	(1,424)	(1,427)
IRPJ and CSLL paid	(8,050)	(8,050)	(3,234)	(3,234)
Commercial agreements	1,783	1,783	(20,472)	(20,422)
Other Assets	(5,829)	(3,591)	(4,553)	(4,687)
Increase (decrease) in liabilities				
Trade accounts payable	4,319	11,024	51,645	52,431
Salaries and contributions	7,528	7,523	(152)	(126)
Taxes payable	7,464	7,461	(3,145)	(3,148)
Contingencies	-	-	(2,226)	(2,226)
Other Liabilities	(4,739)	(2,510)	1	(779)
Net cash from (used in) operating activities	**111,335**	**35,057**	**161,581**	**60,351**
Cash flows from investing activities				
Additions to PPE	(49,305)	(49,305)	(63,688)	(63,688)
Additions to intangible assets	(9,711)	(9,711)	(12,275)	(12,275)
Net cash used in investing activities	**(59,016)**	**(59,016)**	**(75,963)**	**(75,963)**
Cash flow from financing activities				
Payment of Intercompany Loan - Interest	-	-	(1,962)	(1,962)
Raising of loans - Principal	-	-	30,000	30,000
Loans paid - Amortization	(6,750)	(6,750)	(37,934)	(37,934)
Interest on loans paid	(1,676)	(1,676)	(8,224)	(8,224)
Lease Payment - right of use - Amortization	(55,972)	-	(61,151)	-
Lease Payment - right of use - Interest	(31,873)	-	(40,018)	-
Net cash used in (stemming from) financing activities	**(96,271)**	**(8,426)**	**(119,289)**	**(18,120)**
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	**(43,952)**	**(32,385)**	**(33,671)**	**(33,732)**
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	**57,598**	**46,113**	**45,913**	**45,882**
Cash and cash equivalents at the end of the period	**13,646**	**13,728**	**12,242**	**12,150**

ABOUT THE COMPANY

We are a chain of drugstores with 320 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.