

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS 2T26 e 6M26**

29 de julho de 2026

WEBCAST

30 de julho, quinta-feira, às 11:00h

CLIQUE AQUI

CONTATO RI

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM

A **Rede d1000** encerra o 2T26 com EBITDA Ajustado de R\$ 29,3 milhões e Lucro Líquido de R\$ 9,8 milhões, crescimento de 5,8% e 7,2% em relação ao 2T25.

DESTAQUES 2T26 x 2T25

R\$ 703,5 MM

Receita Bruta

+10,8% x 2T25
2,9p.p. acima do mercado

R\$ 141,2 MM

Omnichannel

+ 160%, atingindo 20,1%
da Receita Bruta
Vendas
Marcas Exclusivas
+13,5% x 2T25
Expansão

Safras > 3 anos

ROIC médio de **35%**
312 Lojas

+32 unidades x 2T25
Expansão MT
+ 36% na base de lojas
+ 1,8p.p. market share

PRINCIPAIS INDICADORES

	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	VAR. 2T25 X 2T26	6M25	6M26	VAR. 6M25 X 6M26
Nº de Lojas	280	283	300	302	312	11,4%	280	312	11,4%
(R\$ milhões)									
Receita Bruta	634,7	680,9	701,9	695,9	703,5	10,8%	1.209,1	1.399,4	15,7%
Lucro Bruto	191,6	195,7	205,3	201,9	212,3	10,8%	361,3	414,2	14,6%
Margem Bruta (% Receita Bruta)	30,2%	28,7%	29,2%	29,0%	30,2%	0 p.p.	29,9%	29,6%	-0,3 p.p.
EBITDA Ajustado	27,7	30,6	31,1	17,9	29,3	5,8%	41,6	47,2	13,5%
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	4,4%	4,5%	4,4%	2,6%	4,2%	-0,2 p.p.	3,4%	3,4%	0 p.p.
Lucro Líquido Ajustado	9,2	12,4	14,2	4,6	9,8	7,2%	12,6	14,4	14,4%
Margem Líquida (% da Receita Bruta)	1,4%	1,8%	2,0%	0,7%	1,4%	0 p.p.	1,0%	1,0%	0 p.p.

Rio de Janeiro, 29 de julho de 2026 - A **d1000 Varejo Farma SA**, ("Rede d1000" ou "Companhia", B3: DMVF3), anuncia os resultados do segundo trimestre de 2026 (2T26). 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 (2T25).

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.

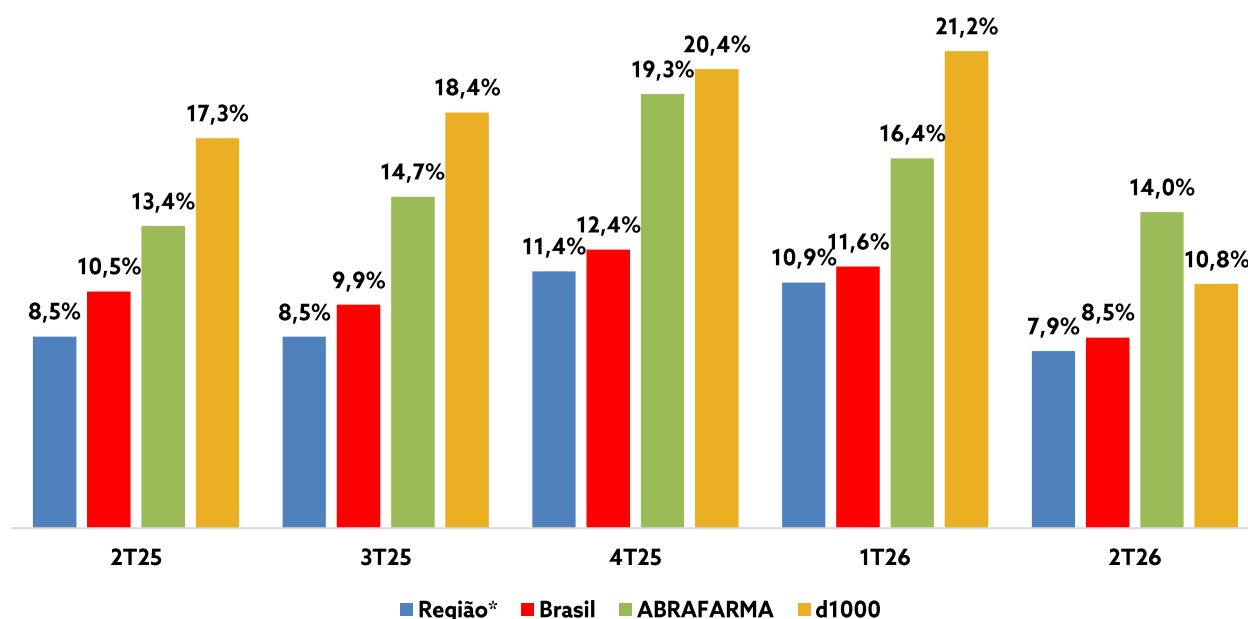
VAREJO FARMACÊUTICO

No 2T26, o varejo farmacêutico nacional apresentou crescimento de 8,5% e continuou sendo impulsionado pela venda de medicamentos da classe GLP-1, indicados para obesidade e diabetes, levando a categoria de medicamento de marca ao crescimento de 11,7%. As categorias de medicamentos genéricos, OTC e higiene e beleza (HB) cresceram, respectivamente, 6,9%, 2,2% e 9,8%.

A Rede d1000, alcançou crescimento de 10,8% no mesmo período, resultado 2,3p.p. superior ao observado no mercado nacional e 2,9p.p. acima dos 7,9% reportados na sua região de atuação, atingindo *market share* de 12,1%.

Já a Abrafarma, no mesmo período, apresentou crescimento de 14,0%. Essa base de comparação foi impactada pois no 2T25 a Rede d1000 se beneficiou de um abastecimento de Mounjaro mais que proporcional ao seu número de lojas resultando em um *market share* bem superior ao *fair share* da Rede. À medida que o abastecimento foi sendo regularizado, a dinâmica competitiva do mercado normalizou.

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



*na sua área de atuação (RJ, DF e MT). Quando comparamos o *market share* com o 1T26, vemos uma queda de 0.1p.p. devido a um efeito estatístico em função da ampliação da área trabalhada no Estado do MT.

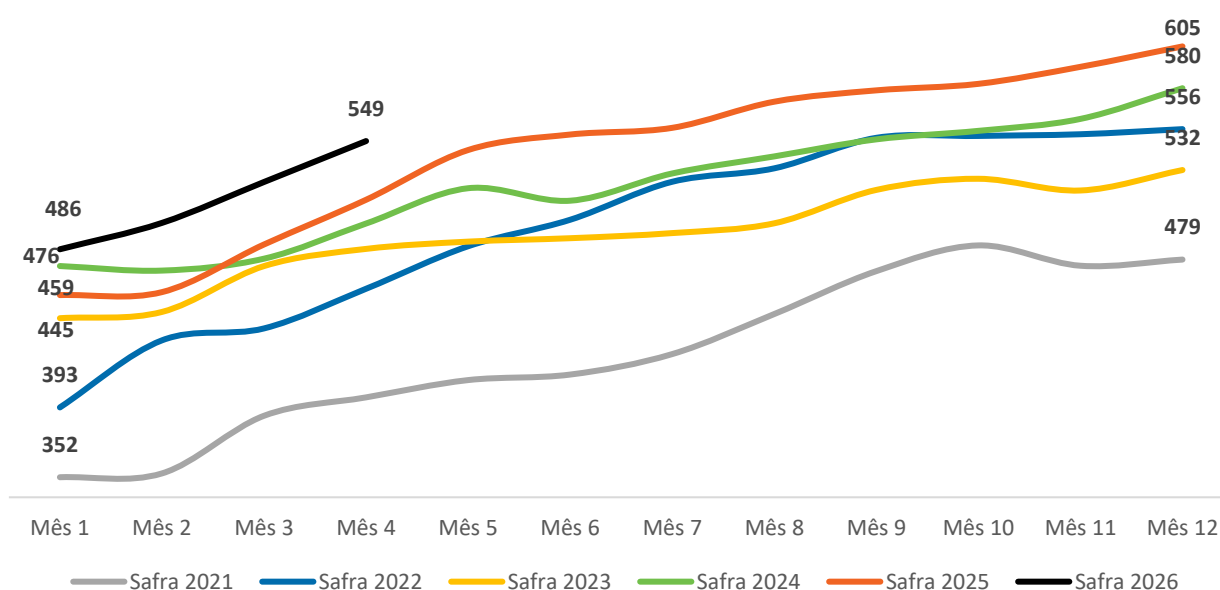
PORTFÓLIO DE LOJAS

A Rede d1000 inaugurou 11 novas lojas no segundo trimestre de 2026, sendo quatro no Rio de Janeiro, cinco em Brasília (DF) e duas no Mato Grosso. No mesmo período, houve o fechamento de uma unidade. No acumulado do ano, a Companhia abriu 14 novas lojas e fechou 2 unidades, encerrando o período com 312 lojas, o que representa um crescimento líquido de 11,4% na base de lojas.

O plano de expansão continua consistente, bem como o aprimoramento do portfólio de lojas. Conforme o previsto, o cronograma de abertura de lojas está mais equilibrado entre os trimestres e a expectativa é a de que não haverá concentração de inaugurações nos últimos meses do ano, como vinha acontecendo anteriormente.

A performance de vendas das lojas novas continua melhor do que a apresentada em ciclos anteriores. Analisando a safra de 2025, já podemos observar níveis de vendas que superam os de safras mais antigas, atingindo ao final do seu primeiro ano o faturamento de 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 já operam há pelo menos 12 meses e o faturamento médio alcançado é superior a todas as safras anteriores.

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



*valores históricos nominais

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 segundo trimestre com 15 unidades na região, um incremento de 36% na base de lojas. Nos últimos dois anos, dobramos o tamanho da rede no Estado. No 2T26 alcançamos *market share* de 8,2% nas áreas trabalhadas pela Companhia, incremento de 1,8p.p. em relação ao 2T25.

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.

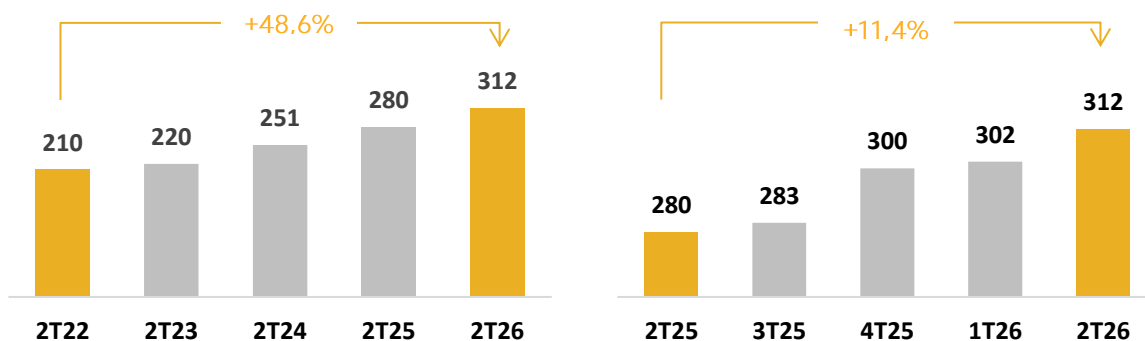
ROIC Marginal	Safra 2024 (1 ano de maturação)	Safra 2023 (2 anos de maturação)	Safra 2022 (3 anos de maturação)	Safra 2021 (4 anos de maturação)
Lojas Abertas	40	30	11	30
Venda Média (R\$ Mil / Mês / Loja)	635	636	645	715
Margem de Contribuição (%)	7,5%	7,8%	9,9%	10,3%
Margem de Contribuição (R\$ Mil / Mês / Loja)	48	50	64	74
Margem de Contribuição Anual (R\$ Mil / Ano / Loja)	575	597	762	886
CAPEX Médio	1.725	1.435	1.417	1.300
WC Médio (R\$ Mil / Loja)	1.200	1.200	1.100	1.000
IC Médio (R\$ Mil / Loja)	2.925	2.635	2.517	2.300
ROIC Marginal por Loja (%)	20%	23%	30%	39%

A Rede d1000 encerrou o trimestre com 33% de suas lojas (103 unidades) ainda em processo de maturação, sendo 12,5% (39 unidades) no primeiro ano de operação. Ao final do 2T26, a Companhia possuía 25 lojas com menos de 6 meses versus 14 lojas no 2T25, 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.

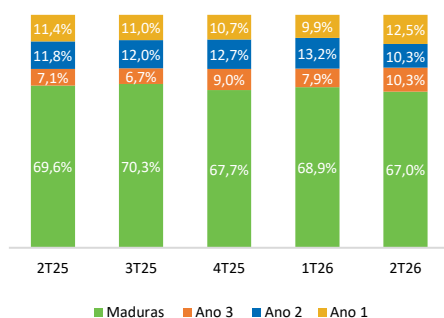
A estratégia de expansão, associada à modernização do portfólio de lojas existentes, são alavancas importantes de crescimento da Companhia e vem contribuindo fortemente para o crescimento de vendas e ganhos de *market share*, que, neste trimestre, alcançou 12,1%* de participação, crescimento de 0,4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados atualizados pela IQVIA Brasil.

*na sua área de atuação (RJ, DF e MT). Quando comparamos o market share com o 1T26, vemos uma queda de 0.1p.p. devido a um efeito estatístico em função da ampliação da área trabalhada no Estado do MT.

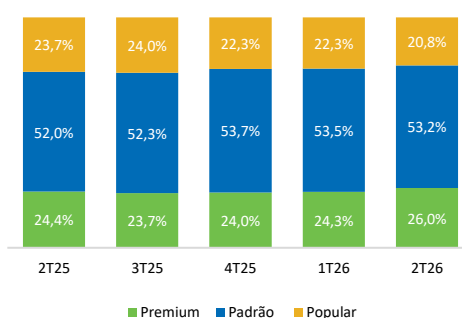
Número de lojas (#)



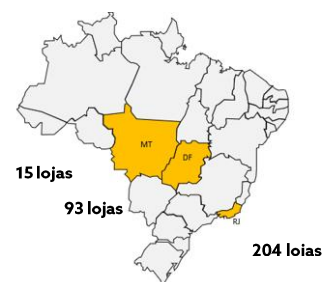
Distribuição etária do portfólio



Rede de lojas por perfil (%)



Presença geográfica (#)



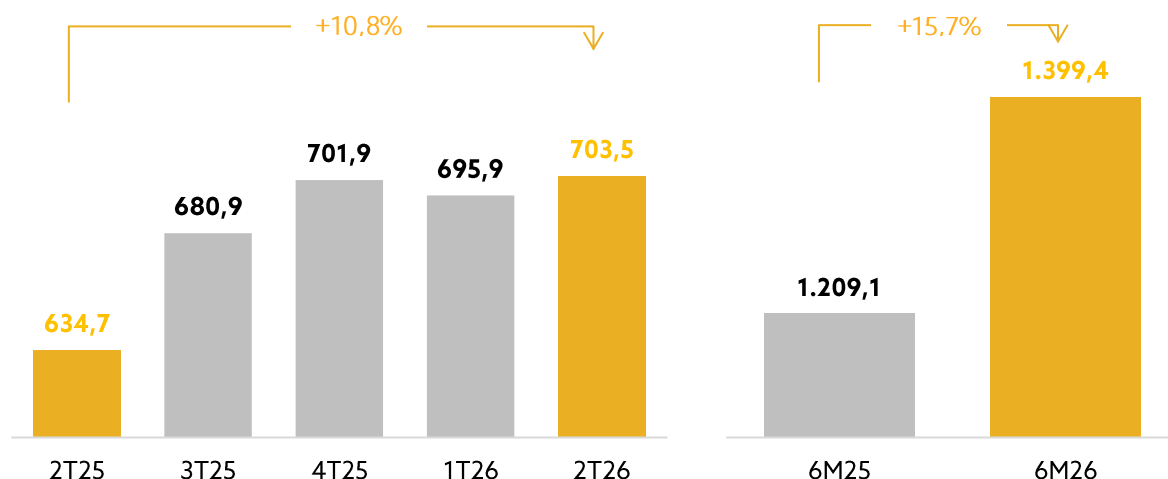
DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

RECEITA BRUTA

A Rede d1000 alcançou R\$703,5 milhões de Receita Bruta no segundo trimestre de 2026, apresentando um avanço de 10,8% em relação ao mesmo período de 2025. Neste trimestre, a evolução de vendas foi impulsionada pela abertura de novas lojas, que continua sendo a principal alavanca de crescimento da Companhia, além da venda de produtos análogos ao GLP-1, cujo crescimento foi de 39,4% no 2T26. A demanda por esses produtos continua forte e temos a expectativa de que continuem evoluindo após a entrada de novos produtos similares da semaglutida, cuja venda vem apresentando tendência positiva de crescimento.

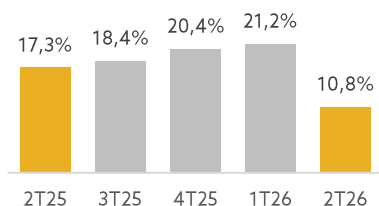
No acumulado do ano, a Rede d1000 apresentou Receita Bruta de R\$ 1,4 bilhão, representando um crescimento de 15,7% em relação ao mesmo período de 2025. Nas regiões onde atua, a Rede d1000 continua apresentando crescimento bem superior ao mercado, alcançando 12,1% de participação em 2T26, crescimento de 0,4p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados atualizados pela IQVIA Brasil.

Receita Bruta (R\$ milhões)

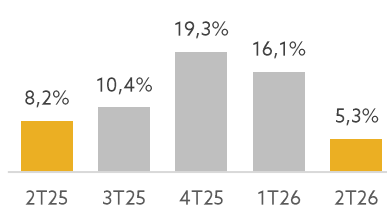


O desempenho das vendas em mesmas lojas (5,3%) e lojas maduras (3,4%) foi mais modesto no trimestre, um pouco abaixo da inflação do período, impactado, principalmente, pelo efeito calendário - em função de menor número de dias úteis no período e da realização da Copa do Mundo. Além disso, conforme já esperado, o abastecimento regularizado de Mounjaro trouxe uma normalização da dinâmica competitiva do mercado, dificultando a manutenção do alto *market share* da Rede d1000 no período comparável de 2025.

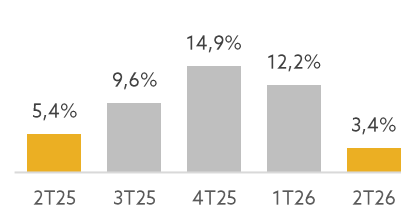
Crescimento - Total



Crescimento - Mesmas lojas



Crescimento - Lojas Maduras



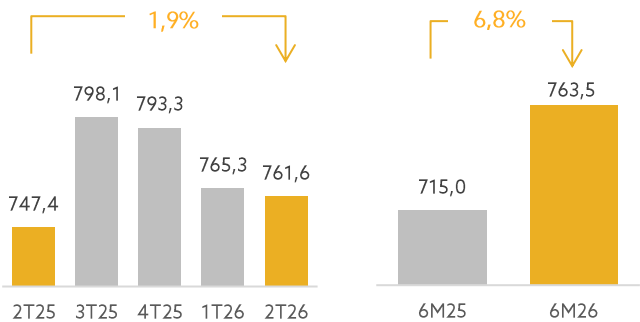
Venda média por loja

A Rede d1000 apresentou no segundo trimestre de 2026 uma venda média por loja de R\$ 761,6 mil, o que representa uma evolução de 1,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Vale evidenciar que, no 2T26, a Companhia possuía 33,0% de lojas ainda em maturação versus 30,4% no 2T25, onde 25 lojas possuíam menos de 6 meses de existência contra 14 lojas no 2T25.

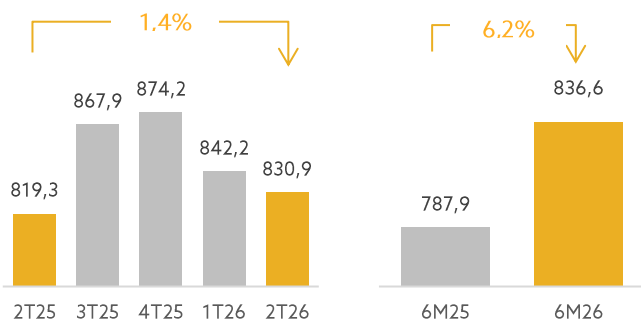
No acumulado do ano, a venda média por loja atingiu R\$ 763,5 mil, crescimento de 6,8% em comparação com os R\$ 715,0 mil apresentados no 6M25.

Considerando apenas as lojas maduras, a Companhia atingiu R\$ 830,9 mil de venda média, crescendo 1,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, as lojas maduras cresceram 6,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo o patamar de R\$ 836,6 mil/mês na média.

Venda média por loja (R\$ mil)

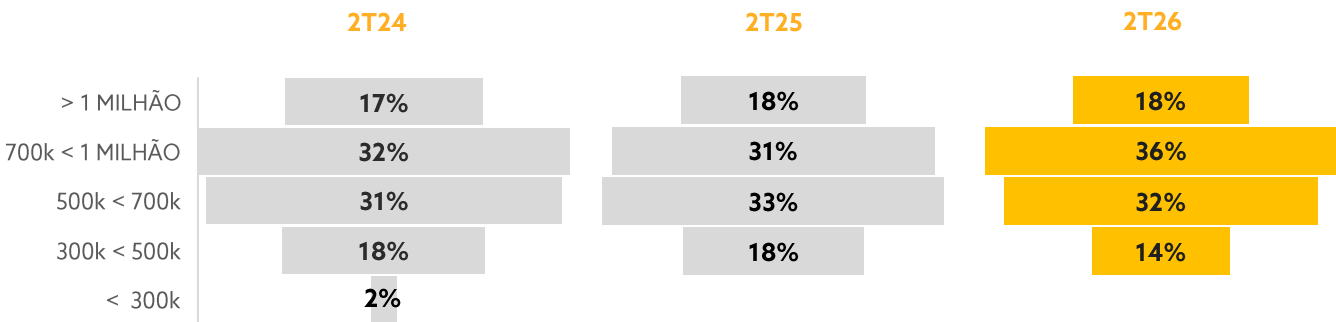


Venda média por madura (R\$ mil)



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 54% do total de lojas versus 49% no 2T25, aumento de 5p.p. na comparação entre os períodos.

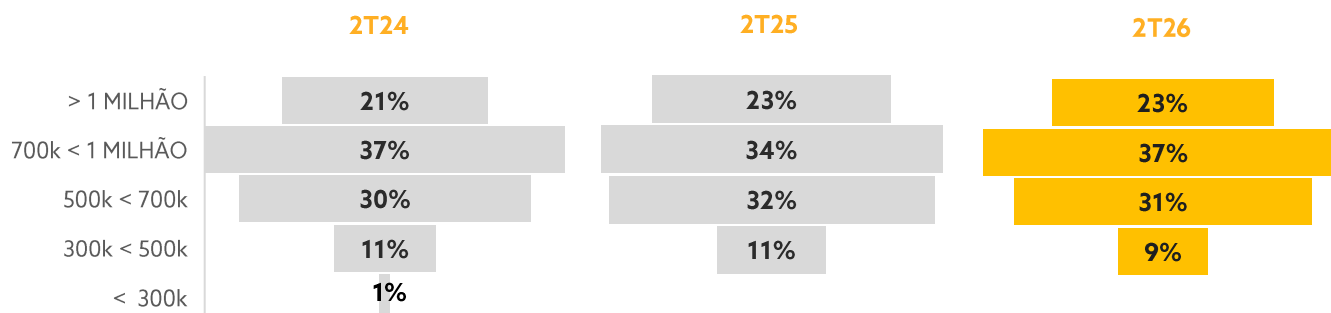
Venda Média | Lojas



Foram consideradas apenas lojas abertas há mais de 6 meses

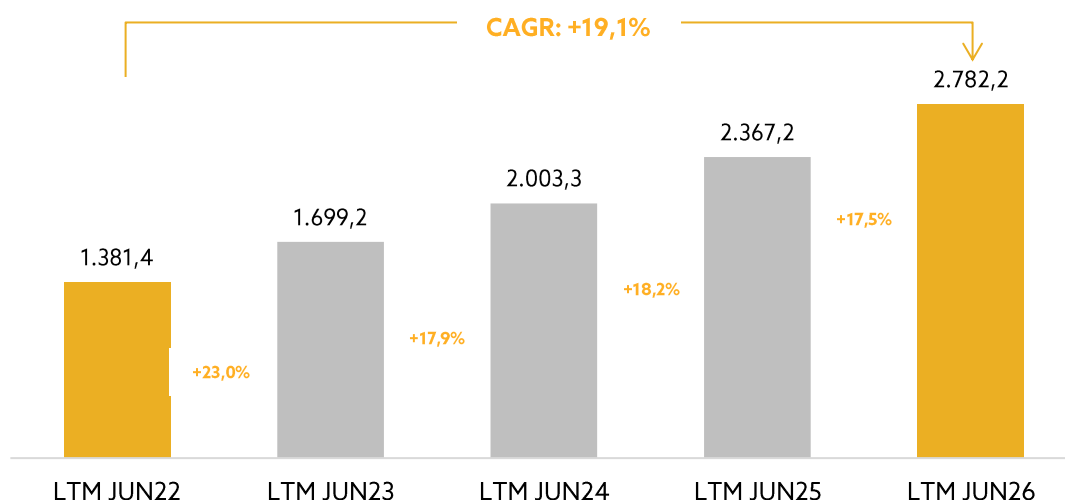
Quando analisamos apenas a base de lojas maduras, observamos 60% das lojas faturando acima de R\$ 700 mil, incremento de 3,0p.p na participação total, quando comparado com o mesmo período de 2025.

Venda Média | Lojas Maduras



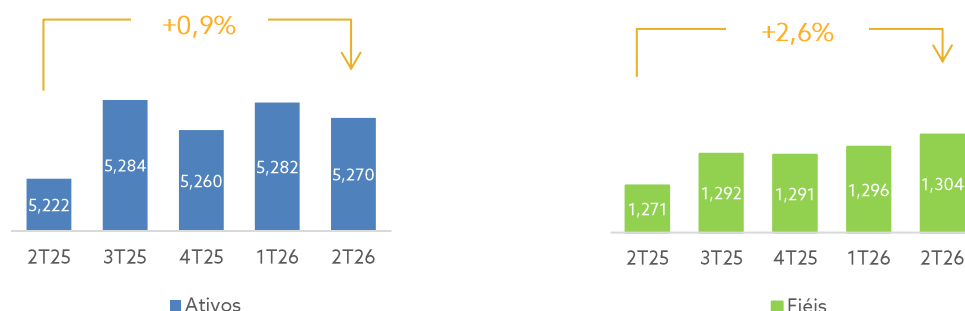
A Receita Bruta da Rede d1000 vem apresentando forte crescimento nos últimos anos, com um CAGR de 19,1%, alcançando aproximadamente R\$ 2,8 bilhões nos últimos 12 meses, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

Receita Bruta LTM (R\$ milhões)



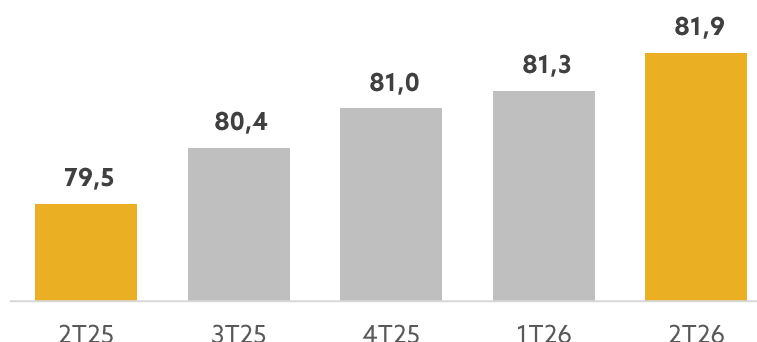
CLIENTES

A Companhia continua fortalecendo sua estratégia de atenção e relacionamento com os clientes fiéis, que encerraram o trimestre totalizando 1,3 milhão, crescimento de 2,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. Quando analisamos o faturamento desse grupo de clientes, observamos um crescimento de 15% em relação ao ano anterior, com avanço de 12% no ticket médio. Esse público apresenta maior recorrência de compras e maior engajamento com a Rede, refletindo-se em um ticket médio aproximadamente 44% 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.



A Rede D1000 encerrou o 2T26 com NPS de 81,9 pontos, mantendo elevados padrões de satisfação dos clientes. O resultado reforça o compromisso da Companhia com a excelência no atendimento e com a construção de relacionamentos duradouros com seus consumidores.

NÍVEL DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES



MIX DE VENDA

No 2T26, a Rede d1000 apresentou sólido desempenho, com crescimento em todas as principais categorias e expansão sustentada tanto em medicamentos quanto em não medicamentos.

A categoria de genéricos manteve forte trajetória de crescimento, avançando 16,6% na comparação entre os períodos. O desempenho foi impulsionado principalmente por moléculas ligadas ao tratamento de doenças crônicas, como diabetes, hipertensão e colesterol, reforçando o aumento da adesão aos tratamentos de uso contínuo e a relevância da categoria para a companhia.

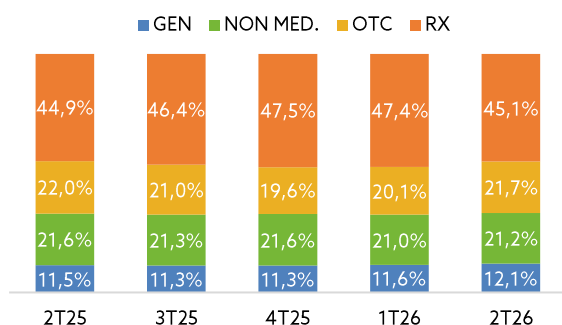
A categoria de medicamentos de prescrição foi outro importante destaque, apresentando crescimento de 11,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. O resultado foi impulsionado principalmente pela forte expansão dos medicamentos da classe GLP-1, refletindo a crescente demanda por tratamentos relacionados ao diabetes e ao controle de peso.

Em Higiene e Beleza, o crescimento foi de 9,2%, sustentado por uma base diversificada de categorias. Os destaques foram cuidados com a pele, proteção solar e higiene oral, evidenciando o fortalecimento das categorias de saúde, bem-estar e cuidados pessoais.

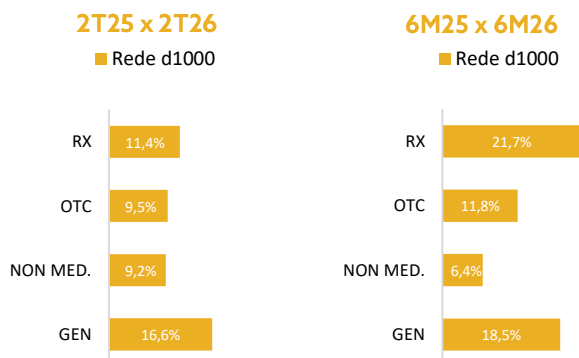
A categoria de OTC registrou crescimento de 9,5% em vendas no trimestre. O desempenho foi impulsionado principalmente por Nutrição Infantil e Gastro, refletindo a continuidade da demanda por prevenção e suplementação e autocuidado.

De forma consolidada, os resultados do trimestre reforçam importantes tendências estruturais para a Rede d1000, com destaque para o avanço dos tratamentos de doenças crônicas, o fortalecimento dos medicamentos genéricos e a expansão das categorias relacionadas à saúde, bem-estar e cuidados pessoais, sustentando uma trajetória consistente de crescimento e diversificação das receitas.

Participação de Venda por Categoria



Crescimento por Categoria



MARCAS EXCLUSIVAS

No 2T26, os produtos da Rede d1000 reportaram recorde histórico de vendas, atingindo R\$39,6 milhões, aumento de 13,5% em relação ao mesmo período de 2025. As vendas de itens de Marcas Exclusivas representaram 12,6% da receita do autosserviço, incremento de 0,5 p.p. em relação ao 2T25, e participação de 5,6% nas vendas totais.

O desempenho do trimestre foi impulsionado pelo portfólio de OTC, principalmente, por Vitaminas, Minerais e Gripe, além da forte contribuição de produtos de conveniência, cuja venda cresceu 24% no período.

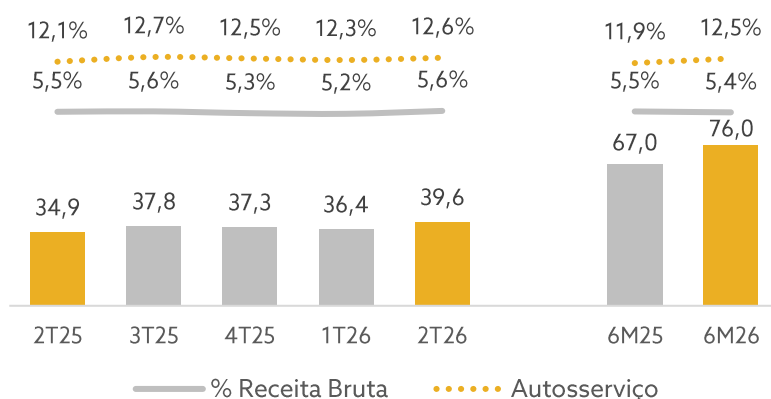


A marca Bonnevi segue ampliando sua relevância dos lançamentos mais recentes, evidenciando a assertividade de inovação das Marcas Exclusivas da Rede d1000.

Nesse período foram realizados 3 lançamentos, totalizando 393 SKUs. Com a entrada em 10 novas categorias em relação ao 2T25, a Companhia alcançou o marco de atuação em 102 categorias, com liderança em 52 delas.

No acumulado do ano, as vendas de produtos de Marcas exclusivas da Rede d1000 totalizaram R\$ 76,0 milhões versus R\$ 67,0 milhões reportados no mesmo período de 2025.

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



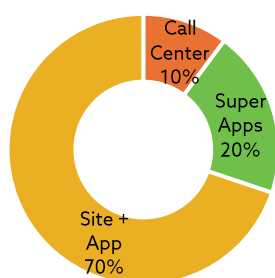
OMNICHANNEL

No 2T26, as vendas não presenciais atingiram R\$ 141,2 milhões, crescimento de 160,0% quando comparadas ao 2T25, representando 20,1% da Receita Bruta da Companhia, em linha com o apresentado no trimestre anterior.

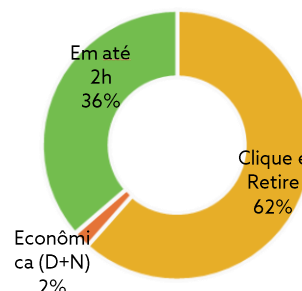
Os produtos análogos ao GLP-1 vêm contribuindo de forma significativa para o crescimento das vendas Omnichannel e sua participação no faturamento total da Companhia. Além disso, no e-commerce, continuamos investindo no fortalecimento dos nossos canais proprietários, especialmente o *app*, cuja venda representou 42% de *share no período*, um aumento de 5p.p. em relação aos 37% observados no 2T25. 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 405% maior do que no 2T25 nas vendas através destas parcerias. As vendas através dos *Super Apps* também vêm contribuindo para o crescimento deste canal, crescendo 58% em relação ao mesmo período de 2025.

Ao longo do último ano, aumentamos o número de lojas com modal de entrega, reduzindo os prazos de atendimento. Atualmente, 36% dos pedidos já são entregues em até duas horas.

Mix de Canais Digitais

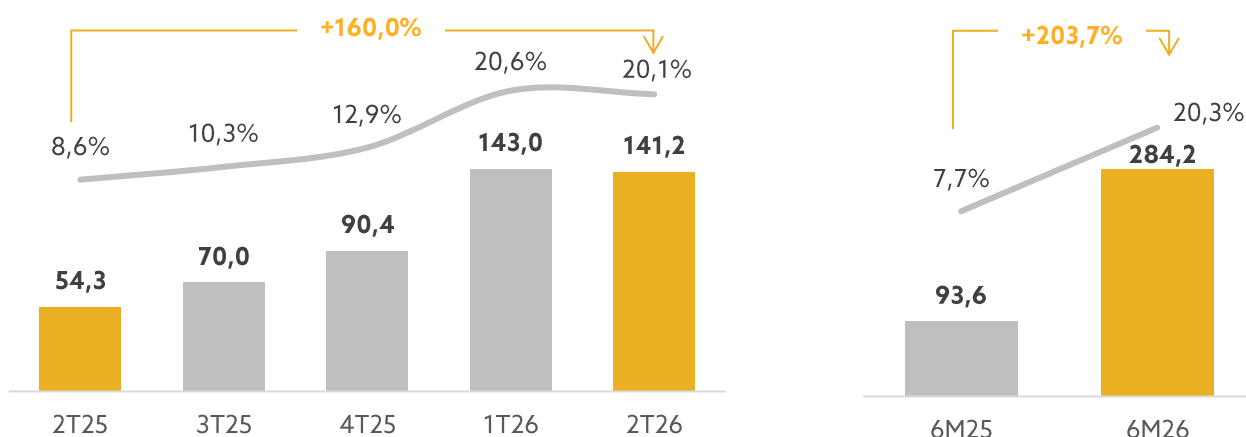


Mix de Entregas



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\$ 284,2 milhões, crescimento de 203,7% em relação ao 6M25, aumento a participação sobre a Receita Bruta da Companhia em 12.6p.p.

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

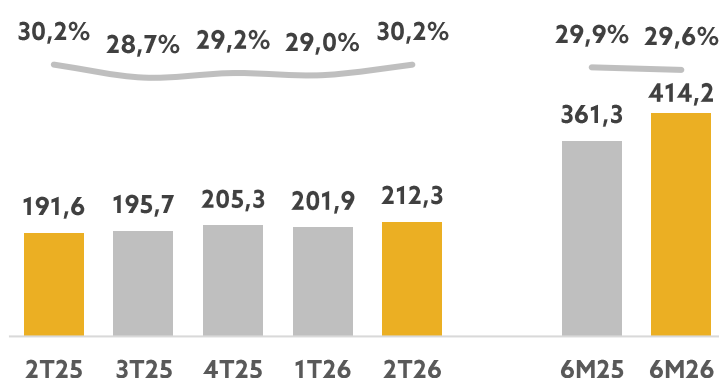


LUCRO BRUTO

O Lucro Bruto totalizou R\$ 212,3 milhões no 2T26, representando crescimento de 10,8% em relação ao 2T25. A Margem Bruta do 2T26 foi de 30,2%, ficando igual ao mesmo período do ano passado, mesmo com um reajuste de preços menor que o praticado em 2025. A participação de medicamentos de marca ficou estável na comparação entre os períodos, o que contribuiu para a estabilidade da margem bruta.

No acumulado do ano, o Lucro Bruto total foi de R\$ 414,2 milhões, representando um crescimento de 14,6% em relação aos R\$ 361,3 milhões reportados no 6M25.

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



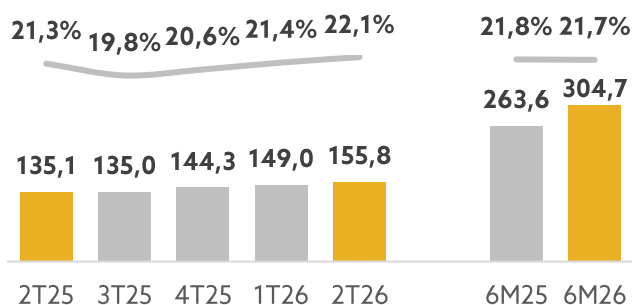
DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas com vendas

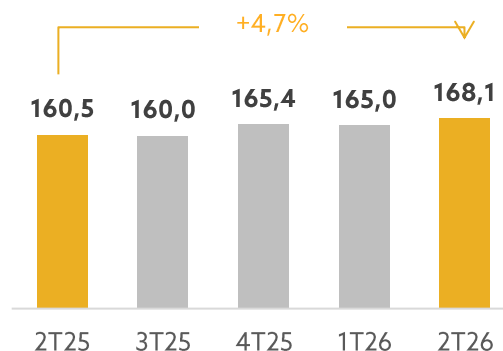
No 2T26, as Despesas com Vendas totalizaram 155,8 milhões, aumento de 15,3% em relação ao 2T25, justificado, principalmente, pelo aumento de lojas na base total (280 lojas no 2T25 x 312 lojas no 2T26). A despesa média por loja foi de R\$ 168,1 mil no 2T26 versus R\$ 160,5 mil no 2T25, incremento de 4,7% na comparação entre os períodos, alinhado com a inflação.

As Despesas com Vendas representaram 22,1% no 2T26 versus 21,3% no 2T25, um incremento de 0,8p.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 (11 lojas no 2T26 x 2 lojas no 2T25), tendo em vista o embarque 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)

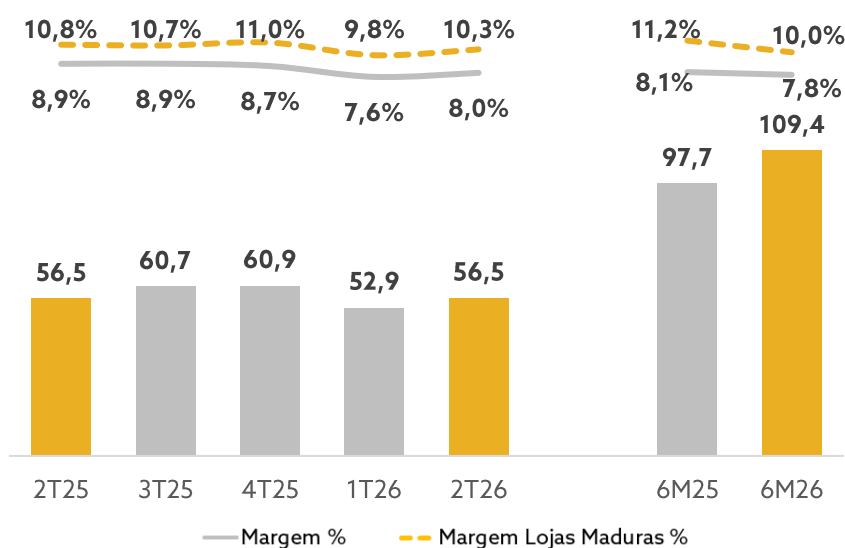


MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A Margem de Contribuição consolidada atingiu R\$56,5 milhões no 2T26, mesmo patamar apresentado no 2T25. A maior abertura de lojas ao longo do primeiro semestre trará um maior equilíbrio da expansão, evitando a concentração de aberturas de lojas nos últimos meses do ano, apesar de pressionar a rentabilidade no curto prazo.

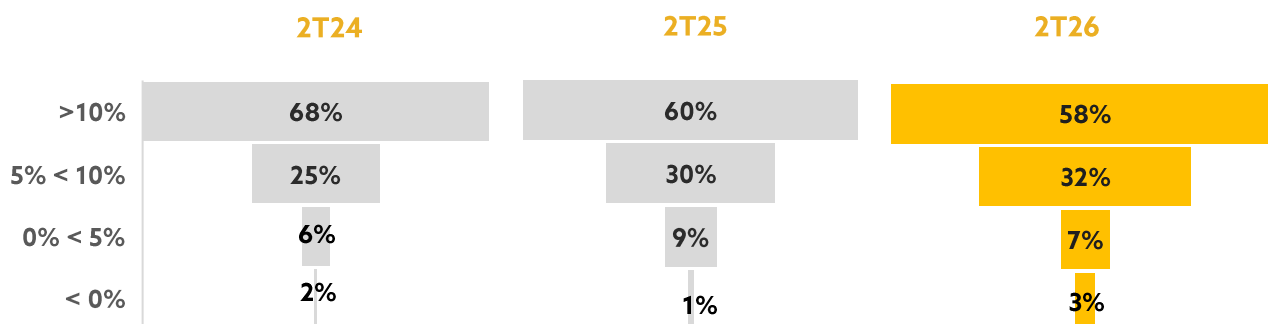
No acumulado do ano, a Margem de Contribuição da Rede d1000 totalizou R\$ 109,4 milhões, avançando 12% em relação aos R\$ 97,7 milhões reportados no 6M25.

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



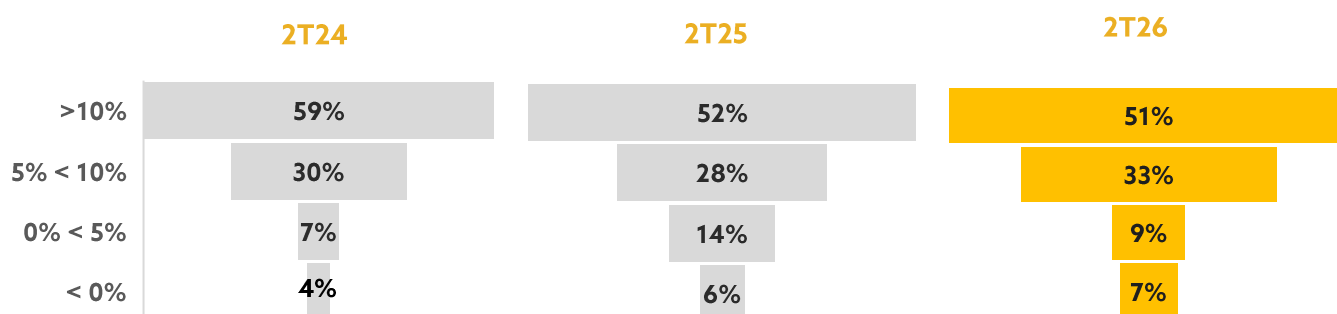
Os gráficos abaixo demonstram a evolução da margem das lojas ao longo dos anos, onde temos 58% de lojas maduras com margem acima de 10% e oportunidades de incrementar a rentabilidade em outros 42% da base.

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 51% do portfólio ainda entrega menos de 10% de Margem de Contribuição, representando oportunidade de alavancagem operacional à medida que evoluírem no processo de maturação.

Margem de Contribuição | Lojas



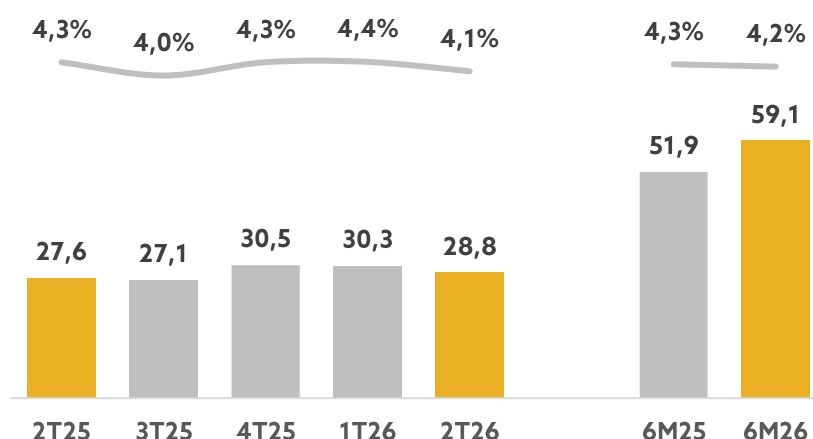
Foram consideradas apenas lojas abertas há pelo menos 6 meses

Despesas Gerais e Administrativas – G&A

As Despesas Gerais e Administrativas (G&A) totalizaram R\$ 28,8 milhões no 2T26, um aumento de 4,3% em relação ao mesmo período de 2025, representando 4,1% da Receita Bruta, diluição de 0,2p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

No ano, as Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 59,1 milhões, representando 4,2% da Receita Bruta, diluindo 0,1p.p. em relação aos seis primeiros meses de 2025.

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

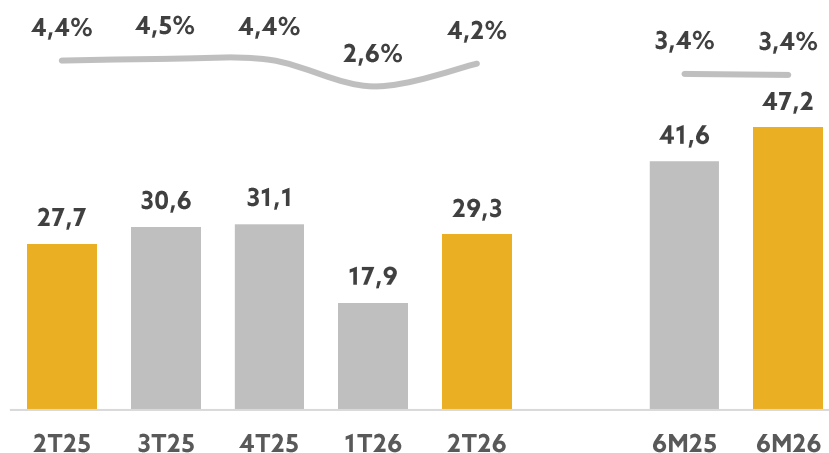


EBITDA AJUSTADO

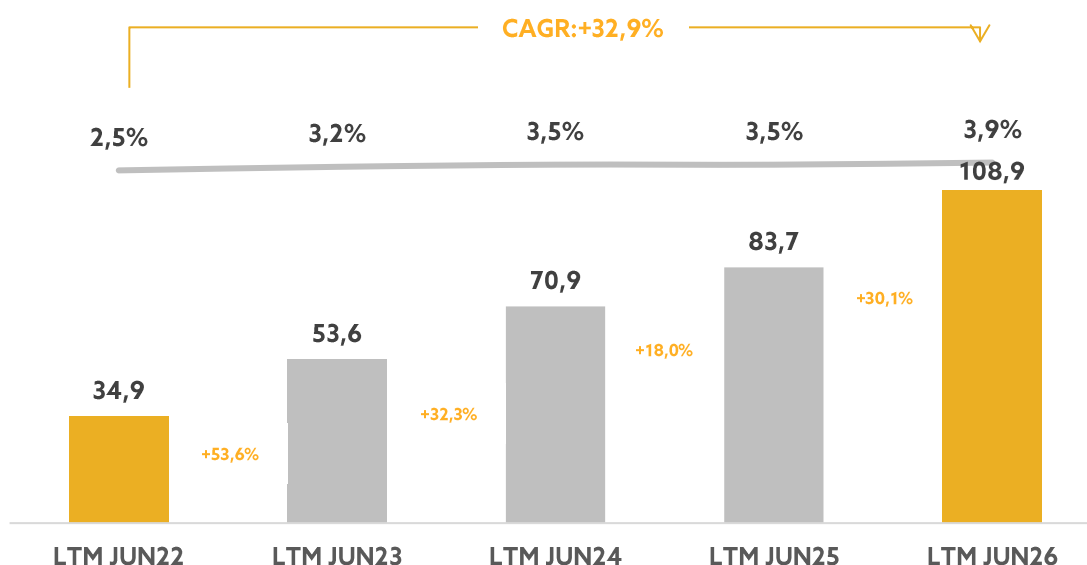
O EBITDA Ajustado alcançou R\$ 29,3 milhões no 2T26, crescimento de 5,8% em relação ao mesmo período de 2025. A margem EBITDA foi de 4,2%, versus 4,4% apresentados no 2T25, explicados, majoritariamente, pelo desempenho das lojas maduras e o maior peso das despesas de vendas no período, compensado em parte pela diluição de 0,2p.p. nas despesas administrativas. Vale ressaltar que, além de maior abertura de lojas neste primeiro semestre de 2026, grande parte das inaugurações de 2025 ocorreu nos últimos meses do ano, o que faz com que todas essas lojas ainda estejam em estágio inicial de maturação, sem contribuir de forma significativa para a diluição de despesas, representando uma alavanca de crescimento para os próximos trimestres.

No acumulado do ano, o EBITDA Ajustado totalizou R\$ 47,2 milhões, incremento de 13,5% em relação ao mesmo período de 2025. A Margem Ebitda de 3,4% ficou estável em relação ao 6M25.

EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



EBITDA Ajustado LTM (R\$ milhões)



Conciliação EBITDA Ajustado	2T25	2T26	6M25	6M26
Lucro Líquido (com IFRS 16)	6,0	3,2	5,5	4,8
(+) Resultado Financeiro Líquido	14,1	18,2	28,8	36,4
(+) Imposto de Renda e CS	2,9	3,6	-2,3	-2,6
(+) Depreciação e Amortização	33,1	37,4	65,7	73,9
EBITDA (com IFRS 16)	56,1	62,4	97,7	112,5
(+ / -) Impactos IFRS 16	-28,9	-33,2	-57,3	-65,3
EBITDA (ex IFRS 16)	27,3	29,2	40,4	47,2
(+ / -) Ajustes COF	0,5	0,1	1,2	0,0
(+ / -) Outros Ajustes				
EBITDA Ajustado sem IFRS 16	27,7	29,3	41,6	47,2

DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IMPOSTO DE RENDA

As despesas com depreciação e amortização atingiram R\$13,8 milhões no 2T26 versus R\$11,3 milhões apresentados no 2T25. O resultado 22,12% maior na comparação ano contra ano reflete, principalmente, o aumento do número de lojas (280 lojas no 2T25 x 312 lojas no 2T26).

No 2T26, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$ 4,8 milhões, versus o total de R\$ 2,9 milhões no 2T25. O incremento é explicado pelo aumento do endividamento líquido da Companhia e consequente aumento da despesa financeira dada a manutenção do plano de expansão e pela necessidade de financiamento em capital de giro decorrentes do aumento da participação das categorias de medicamentos no total das vendas, principalmente, as relacionadas a GLP1, cujo ciclo de caixa é significativamente mais longo do que o restante da operação.

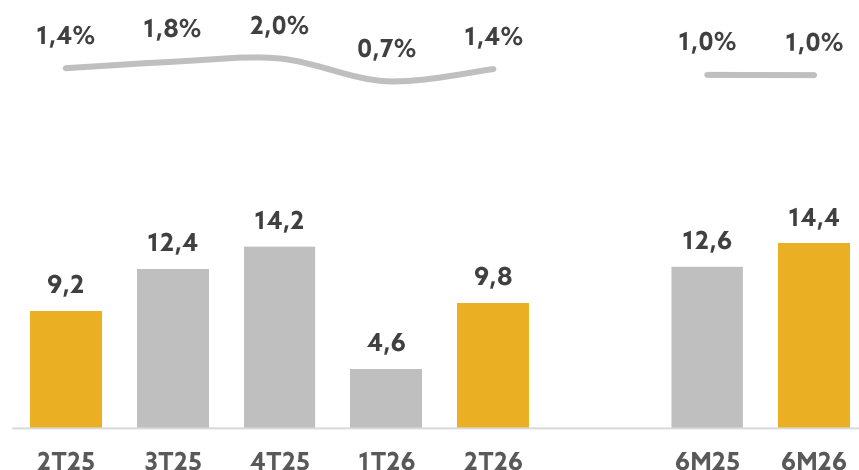
	2T26 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	2T26 Ajustado	2T25 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	2T25 Ajustado
Receita Bruta	703,5			703,5	720,2			720,2
Deduções	-35,1			-35,1	-43,5			-43,5
Receita Líquida	668,4			668,4	676,7			676,7
Custo dos Produtos Vendidos	-456,2			-456,2	-485,1			-485,1
Lucro Bruto	212,2			212,2	191,6			191,6
Despesas	-149,8	-33,2	0,1	-182,9	-135,5	-28,9	0,5	-163,9
EBITDA	62,4			29,3	56,1			27,7
Depreciação e Amortização	-37,4	23,6		-13,8	-33,1	21,8		-11,3
Resultado Financeiro Líquido	-18,2	13,4		-4,8	-14,6	11,8	-0,1	-2,9
Imposto de Renda e CS	-3,6	2,7		-0,9	-2,9	-1,4		-4,3
Lucro Líquido	3,2			9,8	5,5			9,2

	6M26 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	6M26 Ajustado	6M25 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	6M25 Ajustado
Receita Bruta	1.399,4			1.399,4	1.323,1			1.323,1
Deduções	-70,5			-70,5	-78,1			-78,1
Receita Líquida	1.328,9			1.328,9	1.245,0			1.245,0
Custo dos Produtos Vendidos	-914,7			-914,7	-883,8			-883,8
Lucro Bruto	414,2			414,2	361,2			361,2
Despesas	-301,7	-65,3	0,0	-367,0	-263,5	-57,3	1,2	-319,6
EBITDA	112,5			47,2	97,7			41,6
Depreciação e Amortização	-73,9	47,0		-26,9	-65,7	43,5		-22,2
Resultado Financeiro Líquido	-36,4	26,5		-9,9	-28,8	23,2	-0,4	-6,1
Imposto de Renda e CS	2,6	1,4		4,0	2,3	-3,0		-0,7
Lucro Líquido	4,8			14,4	5,6			12,6

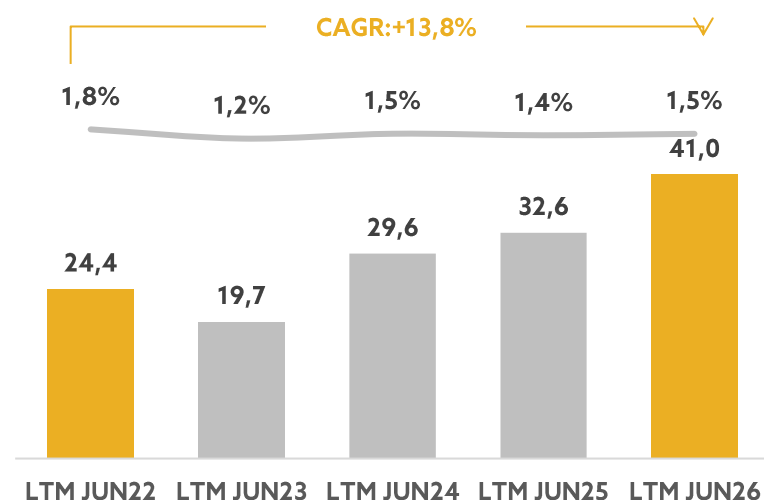
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

O Lucro Líquido Ajustado da Rede d1000 no 2T26 foi de R\$ 9,8 milhões, representando uma evolução de 7,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo 1,4% de margem líquida.

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



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



Conciliação Lucro Líquido	2T25	2T26	6M25	6M26
Lucro Líquido (com IFRS 16)	5,5	3,2	5,6	4,8
(+ / -) Impactos IFRS 16	3,4	6,5	6,3	9,6
(+/-) Ajustes COF	0,3	0,1	0,7	0,0
(+ / -) Outros Ajustes				
Lucro Líquido Ajustado (sem IFRS 16)	9,2	9,8	12,6	14,4

CICLO DE CAIXA

No 2T26, o ciclo de caixa da Companhia foi de 9,6 dias, ante 12,4 dias no 2T25.

O prazo médio de contas a receber fechou o trimestre em 30,4 dias, sendo 1 dia maior do que o 2T25, mas em linha com o apresentado nos últimos trimestres, pós aumento de vendas de produtos análogos ao GLP-1 no mix total que possuem ciclo de recebimento maior do que o restante do portfólio.

O prazo médio de estoques foi de 60,4 dias, incremento de 3,6 dias em relação ao 2T25, refletindo, principalmente, o alto volume de abertura de lojas no período e estabilização dos estoques de GLP-1.

O prazo médio de fornecedores foi de 81,2 dias, melhor em 7,3 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. O ciclo de pagamento do estoque inicial de uma loja nova é bem maior do que o da compra recorrente. A combinação deste ciclo maior com o alto volume de aberturas no trimestre, fez com que, pontualmente, o prazo médio de contas a pagar ficasse maior do que o normalmente apresentado. Além disso, o prazo de pagamento do CAPEX de loja nova também influencia a conta de fornecedores e, devido ao volume de lojas novas abertas no período, impacta positivamente o Contas a Pagar. Por fim, giro dos estoques de GLP-1 era muito alto em 2025, estabilizando ao longo de 2026.

Desta forma, entendemos que o Ciclo de Caixa normalizado da Rede d1000 seja mais parecido com os apresentados no 4T25 e 1T26.

Ciclo de Caixa (dias)	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Contas a Receber	29,6	31,0	30,7	30,5	30,4
Estoque	56,8	54,1	54,3	57,5	60,4
Fornecedores	73,9	69,1	70,2	69,2	81,2
Ciclo de Caixa	12,4	16,0	14,9	18,7	9,6

INVESTIMENTOS E FLUXO DE CAIXA

CAPEX (R\$ milhões)	2T25	%	2T26	%	Δ%	6M25	%	6M26	%	Δ%
Expansão	7,4	46%	18,9	67%	154%	16,3	49%	32,2	67%	98%
Reforma de Lojas	4,3	27%	3,2	11%	-27%	5,9	18%	4,3	9%	-27%
Tecnologia da Informação	1,8	11%	2,1	7%	15%	3,4	10%	4,4	9%	28%
Infraestrutura de lojas e escritórios	2,7	16%	3,8	14%	43%	7,9	24%	6,9	14%	-13%
Total	16,3	100%	28,1	100%	72%	33,6	100%	47,8	100%	42%

No 2T26, os investimentos totalizaram R\$28,1 milhões, onde R\$ 22,1 milhões foram gastos em abertura e reforma de lojas, R\$2,1 milhões em tecnologia da informação e R\$3,8 milhões em infraestrutura e manutenção de lojas e escritórios, representando um aumento de 72,4% em relação aos investimentos realizados no mesmo período de 2025.

No acumulado do ano os investimentos somaram R\$ 47,8 milhões, sendo o maior aumento relacionado à expansão dado o volume maior de lojas abertas ao longo de 2026.

(R\$ milhões)	2T25	2T26	Var. 2T25 x 2T26	6M25	6M26	Var. 6M25 x 6M26
LAIR	13,5	10,7	-20,7%	13,3	10,4	-21,8%
Depreciação e Amortização	11,3	13,8	22,0%	22,2	27,0	21,5%
Ciclo de Caixa	-6,5	44,3	-781,5%	-20,6	26,6	-229,1%
Outros Ativos e Passivos/Efeitos não caixa	-5,1	-18,7	267,4%	4,2	-17,7	-520,9%
Fluxo de Caixa Operacional	13,2	50,1	279,2%	19,1	46,3	142,4%
Atividades de Investimento	-16,3	-28,0	72,0%	-33,6	-47,7	42,0%
Fluxo de Caixa Livre	-3,1	22,0	-810,4%	-14,4	-1,4	-90,2%
Atividades de Financiamento	-4,5	-18,8	317,0%	-6,5	-18,0	177,6%
Fluxo de Caixa Total	-7,6	3,3	-142,8%	-20,9	-19,5	-6,9%

No 2T26, a geração operacional de caixa foi de R\$ 50,1 milhões, refletindo a melhora do Ciclo de Caixa mencionados anteriormente. No período, foram consumidos R\$ 28,0 milhões em investimentos, resultando em um Fluxo de Caixa Livre de R\$ 22,0 milhões. Ao longo do trimestre, a Companhia pagou o total de R\$ 18,8 milhões em amortização de principal e juros da dívida.

No acumulado do ano, a geração operacional de caixa totalizou R\$ 46,3 milhões, que foram utilizados majoritariamente na expansão da empresa. 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\$ 36,1 milhões em dívidas, além do pagamento de R\$ 11,9 milhões em juros.

Desta forma, o Fluxo de Caixa Total foi de R\$ 3,3 milhões no 2T26 e negativo em R\$ 19,5 milhões no acumulado do ano.

ENDIVIDAMENTO

A Rede d1000 encerrou o 2T26 com Dívida Líquida de R\$ 71,9 milhões versus R\$ 27,7 milhões no 2T25, representando um endividamento líquido de 0,7 vez o EBITDA acumulado dos últimos 12 meses.

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



No âmbito ESG, a Rede d1000 manteve sua trajetória de evolução, consolidando a integração dos temas ambientais, sociais e de governança à estratégia de negócios. Ao longo do período, a Companhia alcançou avanços relevantes em sua agenda de sustentabilidade, com resultados consistentes na gestão climática, ampliação do impacto social e fortalecimento das práticas de governança e transparência.

Além dos resultados alcançados, a Rede d1000 segue fortalecendo sua cultura ESG por meio do engajamento de colaboradores, lideranças e parceiros, ampliando a incorporação desses princípios em suas operações. Essa atuação reforça o compromisso da Companhia com a geração de valor sustentável, a perenidade dos negócios e a construção de resultados de longo prazo para todos os seus stakeholders

PILAR AMBIENTAL



Gestão de Emissões:

A Companhia avançou em sua estratégia de gestão climática, ampliando o uso de energia renovável em suas operações. A Rede d1000 alcançou a marca de 83% das lojas abastecidas por fontes renováveis. Como resultado, a Companhia reduziu em aproximadamente 41% as emissões de Escopo 2 e obteve uma redução de cerca de 25% nos custos de energia em relação a 2024. Complementando essas iniciativas, a Companhia manteve a neutralização integral das emissões de Escopo 1 por meio de créditos de carbono vinculados a projetos REDD+ de preservação florestal. Em reconhecimento à consistência e transparência de sua gestão climática, o Grupo Profarma conquistou, pelo quarto ano consecutivo, o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol.

PILAR SOCIAL



Engajamento e Impacto Social:

A Companhia deu continuidade a iniciativas de relevante impacto social, destacando a tradicional Campanha do Leite que arrecadou mais de 1,5 tonelada de doações, beneficiando 21 organizações sociais. Somadas, as ações promovidas pelo Instituto Profarma já impactaram mais de 161 mil pessoas neste semestre. Esses resultados refletem o compromisso contínuo do Instituto Profarma com o desenvolvimento social e o fortalecimento das comunidades onde atua, por meio da mobilização de pessoas, parcerias estratégicas e iniciativas que ampliam seu impacto positivo e sustentável.



PILAR GOVERNANÇA:

Transparência e Engajamento:

A Companhia avançou de forma consistente em sua agenda de governança, reforçando seu compromisso com a transparência, a integridade e a prestação de contas aos seus públicos de relacionamento. Entre os principais marcos, destaca-se a adoção, pela primeira vez, do Relato Integrado do Grupo Profarma, ampliando a visão sobre a geração de valor e a integração entre desempenho financeiro e práticas ESG.

A Companhia também internalizou a elaboração do Relatório de Sustentabilidade da Rede d1000, fortalecendo a gestão e o acompanhamento de suas iniciativas socioambientais. Complementando esses avanços, foi concluído o primeiro ciclo de assecuração externa do Relato Integrado do Grupo. Essas iniciativas reforçam o compromisso do Grupo Profarma com as melhores práticas de governança corporativa, promovendo maior credibilidade, engajamento e geração de valor sustentável para seus acionistas, colaboradores, parceiros e demais públicos de interesse.

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

R\$ milhões	IFRS-16		Sem IFRS-16 e COF		IFRS-16		Sem IFRS-16 e COF	
	2T25	2T26	2T25	2T26	6M25	6M26	6M25	6M26
Receita Bruta	720,2	703,5	634,7	703,5	1.323,1	1.399,4	1.209,1	1.399,4
RX	323,6	317,0	285,1	317,0	581,7	646,6	531,0	646,6
HB	158,5	149,2	140,1	149,2	348,2	295,1	322,8	295,1
OTC	155,4	152,5	136,6	152,5	240,5	292,2	215,7	292,2
Genérico	82,7	84,8	72,9	84,8	152,7	165,5	139,6	165,5
Deduções da Receita	-43,5	-35,1	-33,0	-35,1	-78,1	-70,5	-62,7	-70,5
Receita operacional líquida	676,7	668,4	601,7	668,4	1.245,0	1.328,9	1.146,4	1.328,9
Custos dos produtos vendidos	-485,1	-456,2	-410,1	-456,2	-883,8	-914,7	-785,2	-914,7
Lucro Bruto	191,6	212,2	191,6	212,2	361,2	414,2	361,2	414,2
Margem Bruta (Receita Líquida)	28,3%	31,7%	31,8%	31,7%	29,0%	31,2%	31,5%	31,2%
Margem Bruta (Receita Bruta)	26,6%	30,2%	30,2%	30,2%	27,3%	29,6%	29,9%	29,6%
Despesas Operacionais	-168,6	-187,2	-175,2	-196,7	-329,2	-375,6	-341,8	-393,9
Despesas Gerais e administrativas	-17,7	-19,4	-17,8	-19,5	-33,5	-39,8	-33,6	-39,9
Despesas com Vendas	-120,3	-137,8	-148,6	-170,8	-234,4	-270,2	-290,4	-335,3
Provisão p/ Perda Crédito Esperado	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Depreciação	-33,1	-37,4	-11,3	-13,8	-65,7	-73,9	-22,2	-27,0
Outras receitas/despesas operacionais	2,5	7,4	2,5	7,4	4,4	8,3	4,4	8,3
Resultado antes do Resultado Financeiro	23,0	25,0	16,4	15,5	32,0	38,6	19,4	20,3
Resultado Financeiro	-14,1	-18,2	-2,9	-4,8	-28,8	-36,4	-6,1	-9,9
Receitas financeiras	0,5	0,2	0,3	0,2	1,0	0,3	1,7	0,3
Despesas financeiras	-15,1	-18,4	-3,2	-5,0	-29,8	-36,7	-7,8	-10,2
Resultado antes dos Impostos	8,4	6,8	13,5	10,7	3,2	2,2	13,3	10,4
Imposto de Renda e Contribuição Social	-2,9	-3,6	-4,3	-0,9	2,3	2,6	-0,7	4,0
Lucro/Prejuízo do Período	5,5	3,2	9,2	9,8	5,6	4,8	12,6	14,4

BALANÇO PATRIMONIAL

(R\$ mil)	31/12/2025			30/06/2026		
	IFRS16	Reclassificação	Sem IFRS-16 e COF	IFRS16	Reclassificação	Sem IFRS-16 e COF
Caixa e equivalentes de caixa	45.913	-31	45.882	26.440	-11	26.429
Contas a Receber	239.679	-45	239.634	237.764	0	237.764
Estoques	277.623	0	277.623	305.964	0	305.964
Impostos a recuperar	16.938	0	16.938	18.566	0	18.566
Outras contas a receber	40.111	0	40.111	63.130	0	63.130
Total do Ativo Circulante	620.264	-76	620.188	651.864	-11	651.853
Depósitos Judiciais	3.265	0	3.265	2.912	0	2.912
Instrumentos financeiros	393	0	393	0	0	0
IR e CSLL diferidos	145.151	-27.278	117.873	150.163	-25.839	124.324
Impostos a recuperar	5.478	0	5.478	5.478	0	5.478
Outros contas a receber	519	0	519	519	0	519
Imobilizado	567.989	-323.745	244.244	609.299	-350.450	258.849
Intangível	606.095	0	606.095	605.008	0	605.008
Total do Ativo Não Circulante	1.328.890	-351.023	977.867	1.373.379	-376.289	997.090
Total do Ativo	1.949.154	-351.099	1.598.055	2.025.243	-376.300	1.648.943
Fornecedores	353.334	-757	352.577	405.230	-28	405.202
Fornecedores - Risco Sacado	5.842	0	5.842	6.269	0	6.269
Empréstimos e financiamentos	55.974	0	55.974	59.645	0	59.645
Instrumento Financeiro	2.396	0	2.396	3.937	0	3.937
Salários e contribuições sociais	49.601	0	49.601	57.086	0	57.086
Impostos e taxas	12.462	0	12.462	11.683	0	11.683
Arrendamento a Pagar	83.342	-83.342	0	89.266	-89.266	0
Outros	10.415	0	10.414	9.414	-3	9.411
Total do Passivo Circulante	573.366	-84.099	489.267	642.530	-89.297	553.233
Empréstimos e financiamentos	15.130	0	15.130	0	0	0
Impostos diferidos	54.477	0	54.477	54.477	0	54.477
Provisão para Contingências	31.599	0	31.599	32.333	0	32.333
Arrendamento a pagar	320.581	-320.581	0	337.128	-337.128	0
Outros	34.724	0	34.724	34.737	0	34.737
Total do Passivo Não Circulante	456.511	-320.581	135.930	458.675	-337.128	121.547
Capital social	1.004.004	0	1.004.004	1.004.004	0	1.004.004
Prejuízos acumulados	-84.727	53.581	-31.145	-79.966	50.125	-29.841
Total do Patrimônio Líquido	919.277	53.581	972.858	924.038	50.125	974.163
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.949.154	-351.099	1.598.055	2.025.243	-376.300	1.648.943

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO) - TRIMESTRE

R\$ mil	2T25		2T26	
Fluxos de caixa de atividades operacionais	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF
Lucro líquido antes do IR/CS	8.367	13.462	6.833	10.744
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	11.309	11.309	13.790	13.790
Depreciação direito de uso imóveis	21.837	-	23.659	-
Juros mútuo partes relacionadas	1.207	1.207	889	889
Juros de Empréstimos Provisionados	1.428	1.428	2.306	2.306
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	8	8	(8)	(8)
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	1.310	1.310	7.219	7.218
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	(224)	-	(601)	(195)
Provisão / Reversão para perda estoque	1	1	(735)	(735)
Provisão / Reversão para contingência	436	436	719	719
Encargos financeiros direito de uso	11.839	-	13.373	-
Outros	(2.343)	(5.581)	(13.695)	(14.681)
	55.175	23.580	53.749	20.047
Redução (aumento) nos ativos				
Contas a receber	(18.926)	(11.047)	(2.343)	(2.383)
Estoques	(21.786)	(16.686)	(11.595)	(11.595)
Impostos a recuperar	1.240	1.240	1.087	1.086
IRPJ e CSLL pagos	-	-	(1.550)	(1.550)
Acordos comerciais	(5.305)	(5.305)	(8.617)	(8.617)
Outros Ativos	(2.043)	(2.043)	(4.876)	(4.606)
Aumento (redução) nos passivos				
Fornecedores	37.785	21.245	58.227	58.289
Salários e contribuições	(279)	(279)	644	656
Impostos a recolher	3.219	3.219	(348)	(349)
Contingências	-	-	(460)	(460)
Outros Passivos	(723)	(723)	49	(398)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	48.357	13.201	83.967	50.120
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Adições ao imobilizado	(13.063)	(13.063)	(24.932)	(24.932)
Adições ao Intangível	(3.207)	(3.207)	(3.099)	(3.099)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(16.270)	(16.270)	(28.031)	(28.031)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	-	-	(707)	(707)
Pagamento de empréstimos - Amortização	(3.916)	(3.916)	(14.302)	(14.302)
Pagamento de empréstimos - Juros	(589)	(589)	(3.757)	(3.757)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(18.752)	-	(20.350)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(10.579)	-	(13.373)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(33.836)	(4.505)	(52.489)	(18.766)
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	(1.749)	(7.574)	3.447	3.311
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	57.598	57.598	22.993	23.117
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	55.849	55.849	26.440	26.440

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO) - ACUMULADO

R\$ mil	6M25		6M26	
Fluxos de caixa de atividades operacionais	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF
Lucro líquido antes do IR/CS	3.268	13.297	2.180	10.404
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	22.163	22.163	26.966	26.966
Depreciação direito de uso imóveis	43.521	-	46.946	-
Juros mútuo partes relacionadas	1.207	1.207	1.824	1.824
Juros de Empréstimos Provisionados	2.750	2.750	6.943	6.943
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	775	775	873	873
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	1.361	1.360	7.219	7.218
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	(224)	-	(765)	(195)
Provisão / Reversão para perda estoque	679	679	(557)	(557)
Provisão / Reversão para contingência	984	984	2.122	2.122
Encargos financeiros direito de uso	23.155	-	26.433	-
Outros	1.342	(2.410)	(3.891)	(5.622)
	100.981	40.805	116.293	49.976
Redução (aumento) nos ativos				
Contas a receber	(23.319)	(26.042)	1.042	997
Estoques	(23.195)	(4.422)	(25.580)	(25.580)
Impostos a recuperar	3.194	3.194	1.261	1.256
IRPJ e CSLL pagos	(2.042)	(2.042)	(2.978)	(2.978)
Acordos comerciais	(3.127)	(3.127)	(16.069)	(16.069)
Outros Ativos	(4.158)	(4.158)	(6.811)	(7.035)
Aumento (redução) nos passivos				
Fornecedores	17.671	9.857	50.399	51.185
Salários e contribuições	3.455	3.455	(353)	(333)
Impostos a recolher	4.762	4.762	(3.190)	(3.193)
Contingências	(1.787)	(1.787)	(1.388)	(1.388)
Outros Passivos	(1.357)	(1.357)	(2)	(530)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	71.078	19.138	112.624	46.308
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Adições ao imobilizado	(28.368)	(28.368)	(40.351)	(40.351)
Adições ao Intangível	(5.185)	(5.185)	(7.353)	(7.353)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(33.553)	(33.553)	(47.704)	(47.704)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Obtenção de Mútuo intercompany - Principal	-	-	-	-
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	-	-	(1.578)	(1.578)
Obtenção de empréstimos - Principal	-	-	30.000	30.000
Pagamento de empréstimos - Amortização	(5.333)	(5.333)	(36.102)	(36.102)
Pagamento de empréstimos - Juros	(1.186)	(1.186)	(10.366)	(10.366)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(37.315)	-	(39.942)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(20.289)	-	(26.405)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(64.123)	(6.519)	(84.393)	(18.046)
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	(26.599)	(20.934)	(19.473)	(19.454)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	57.598	57.598	45.913	45.882
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	30.999	30.999	26.440	26.440

SOBRE A COMPANHIA

Somos uma rede de drogarias que conta com 312 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.

2Q26 and 6M26 EARNINGS RELEASE

July 29, 2026

WEBCAST

July 30, Thursday, at 11:00 am

[**CLICK HERE**](#)

IR CONTACT

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



DMVF
B3 LISTED NM

Rede d1000 ends 2Q26 with R\$ 29.3 million Adjusted EBITDA and R\$ 9.8 million Net Income, 5.8% and 7.2% growth, respectively.

HIGHLIGHTS 2Q26 vs 2Q25

R\$ 703.5 Mn

Gross Revenue
+10.8% x 2Q25
2.9p.p. above market

R\$ 141.2 MM

Omnichannel
+160%, reaching 20% of
Gross Revenue

Sales

Exclusive Brands
+13.5% x 2Q25

Expansion

Vintages > 3 years

Average ROIC of
25%

312 stores

+32 units x 2Q25

MT Expansion

+36% in the store base
+1.8p.p. market share

KEY INDICATORS

	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	CHG. 2Q25 X 2Q26	6M25	6M26	CHG. 6M25 X 6M26
Number of stores	280	283	300	302	312	11.4%	280	312	11.4%
(R\$ million)									
Gross Revenue	634.7	680.9	701.9	695.9	703.5	10.8%	1,209.1	1,399.4	15.7%
Gross Profit	191.6	195.7	205.3	201.9	212.3	10.8%	361.3	414.2	14.6%
Gross Margin (% Gross Revenue)	30.2%	28.7%	29.2%	29.0%	30.2%	0 p.p.	29.9%	29.6%	-0.3 p.p.
Adjusted EBITDA	27.7	30.6	31.1	17.9	29.3	5.8%	41.6	47.2	13.5%
EBITDA Margin (% Gross Revenue)	4.4%	4.5%	4.4%	2.6%	4.2%	-0.2 p.p.	3.4%	3.4%	0 p.p.
Adjusted Net Income	9.2	12.4	14.2	4.6	9.8	7.2%	12.6	14.4	14.4%
Net Margin (% Gross Revenue)	1.4%	1.8%	2.0%	0.7%	1.4%	0 p.p.	1.0%	1.0%	0 p.p.

Rio de Janeiro, July 29, 2026 - d1000 Varejo Farma S.A. ("Rede d1000" or "Company", B3: DMVF3), announces its results for the second quarter of 2026 (2Q26). 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 (2Q25).

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

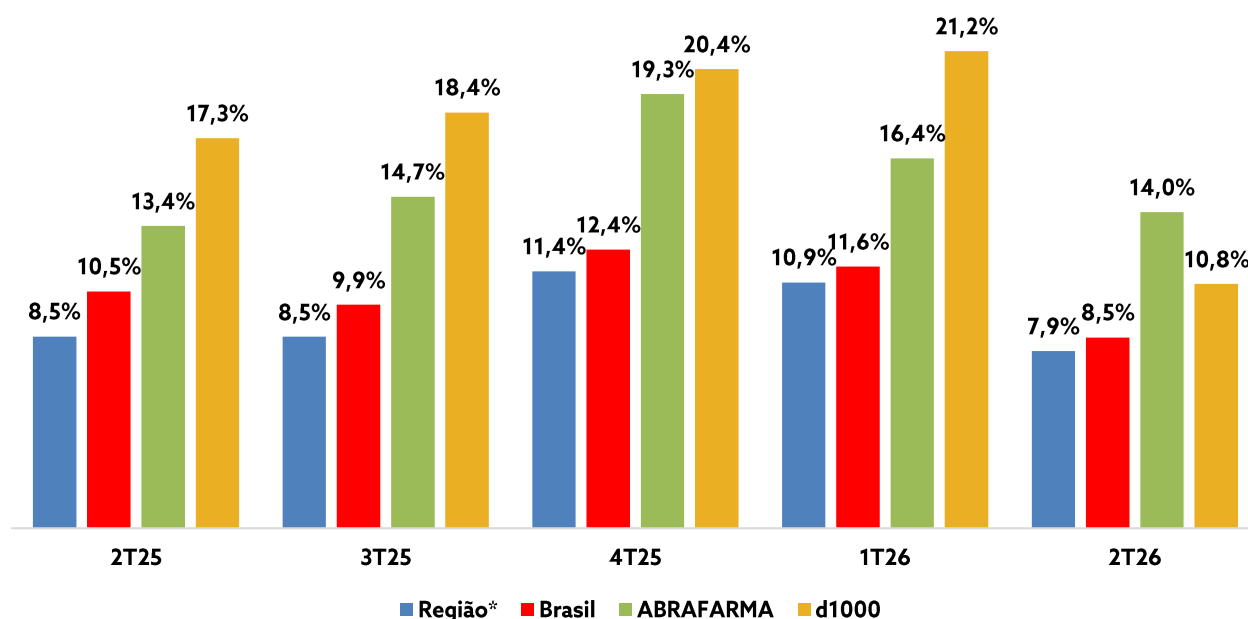
PHARMACEUTICAL RETAIL

In 2Q26, the domestic pharma retail sector showed 8.5% growth and continued to be driven by sales of GLP-1 class medicines, indicated for obesity and diabetes, which led to an 11.7% growth for the category of branded drugs. The categories of generic drugs, OTC products, and hygiene and beauty (HB) grew 6.9%, 2.2% and 9.8%, respectively.

Rede d1000, in turn, grew by 10.8% over the same period, 2.3 percentage points higher than the national market and 2.9 points above the 7.9% reported in its operating region, reaching a 12.1% market share.

As for Abrafarma, in the same period, it showed a 14.0% growth. This comparison base was impacted because in Q2 2025, the Rede d1000 benefited from a supply of Mounjaro that was more than proportional to its number of stores, resulting in a market share well above the fair share. As the supply was regularized, the market's competitive dynamics returned to normal.

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



*in its area of operation (RJ, DF and MT). When comparing market share to 1Q26, we see a decline of 0.1 p.p. due to a statistical effect resulting from the expansion of the area covered in the state of Mato Grosso.

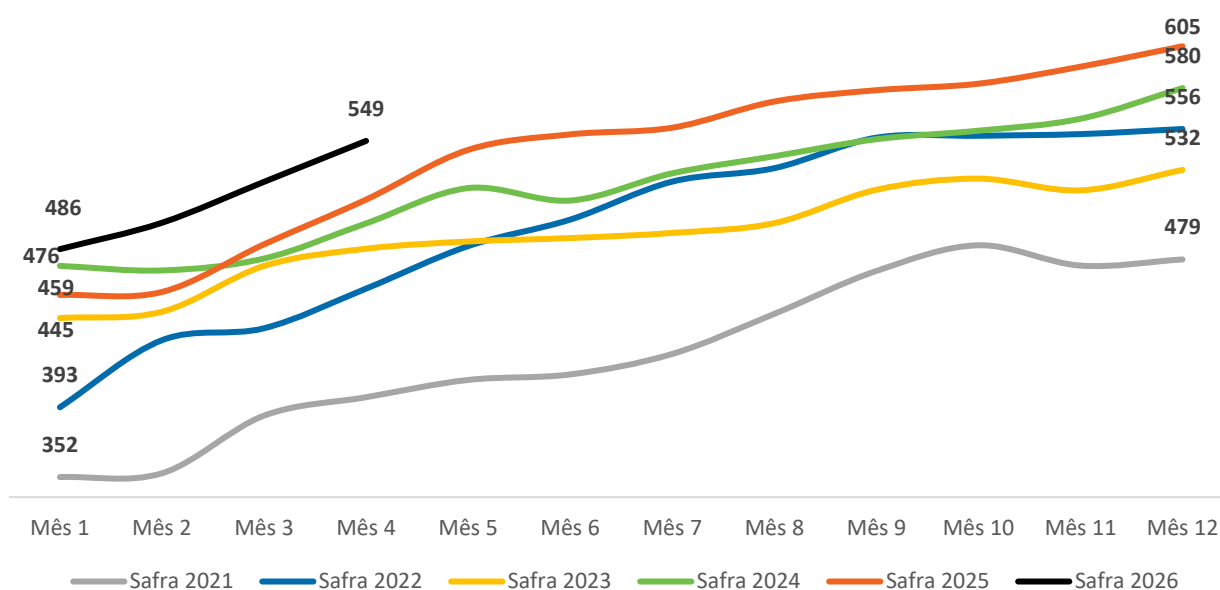
STORE PORTFOLIO

Rede d1000 opened 11 new stores in 2Q26, four in Rio de Janeiro, five in Brasília (DF) and two in Mato Grosso. During the same period, one unit was closed. Year-to-date, the Company opened 14 new stores and closed 2 units, ending the period with 312 stores, representing a net growth of 11.4% in the store base.

The expansion plan remains on track, as does the enhancement of the store portfolio. As expected, the store opening schedule is more balanced across the quarters, and the expectation is that there will not be a concentration of openings in the last months of the year, as had been happening previously.

Sales performance at new stores continues to accelerate compared to previous cycles. Looking at the 2025 vintage, sales levels are already exceeding those of previous vintages, reaching an average revenue of R\$ 600,000 by the end of its first year, a result that exceeds those seen in previous years. The same is true for the 2024 vintage, where all stores have been operating for at least 12 months and the average revenue achieved is higher than all previous vintages.

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 the second quarter with 15 units in the region, with 36% increase in the store base. Over the past two years, we have doubled the size of the chain in the state. In 2Q26, we reached 8.2% market share in the areas operated by the Company, with 1.8 p.p. increase versus 2Q25.

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.

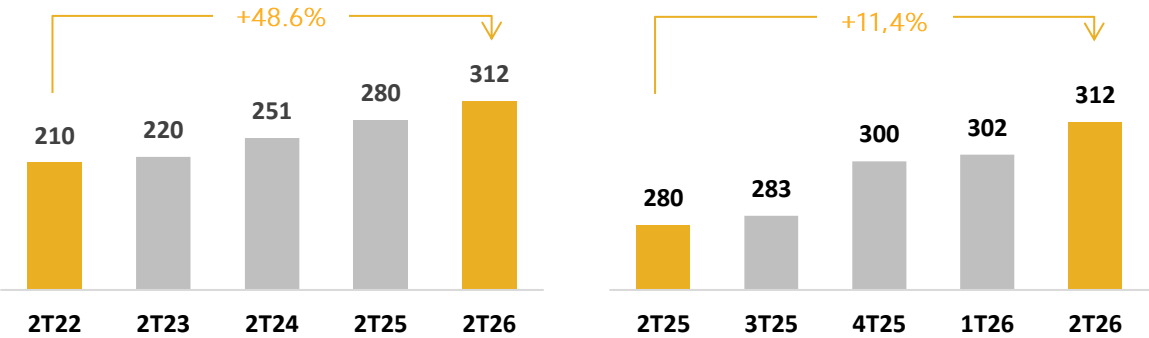
Marginal ROIC	2024 Vintage (1-year maturation)	2023 Vintage (2-year maturation)	2022 Vintage (3-year maturation)	2021 Vintage (4-year maturation)
Open Stores	40	30	11	30
Average Sale (R\$ thousand / Month / Store)	635	636	645	715
Contribution Margin (%)	7.5%	7.8%	9.9%	10.3%
Contribution Margin (R\$ thousand / Month / Store)	48	50	64	74
Annual Contribution Margin (R\$ thousand / Year / Store)	575	597	762	886
Average CAPEX	1,725	1,435	1,417	1,300
Average WC (R\$ thousand / Store)	1,200	1,200	1,100	1,000
Average IC (R\$ thousand / Store)	2,925	2,635	2,517	2,300
Marginal ROIC per Store (%)	20%	23%	30%	39%

Rede d1000 ended the quarter with 33% of its stores (103 units) still in the maturation process, with 12.5% (39 units) in their first year of operation. At the end of 2Q26, the Company had 25 stores less than 6 months of operation versus 14 stores in 2Q25, 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.

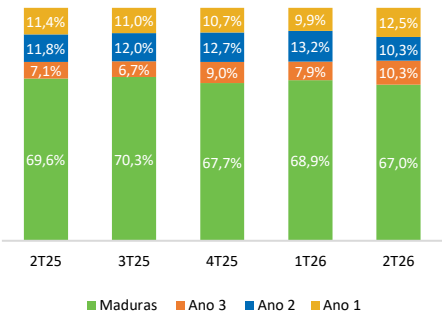
The expansion strategy, combined with the modernization of the existing store portfolio, are key drivers of the Company's growth and have been contributing significantly to sales growth and market share gains, which reached a 12.1%* market share this quarter, an increase of 0.4 percentage points compared to the same period last year, according to data updated by IQVIA Brazil.

**in its area of operation (RJ, DF and MT). When comparing market share to 1Q26, we see a decline of 0.1 p.p. due to a statistical effect resulting from the expansion of the area covered in the state of Mato Grosso.*

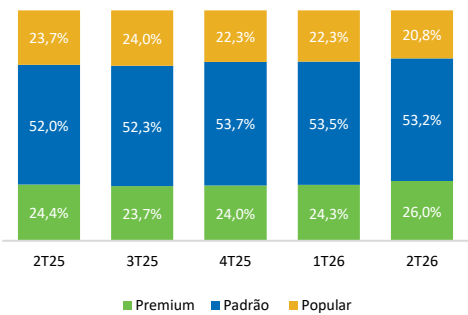
of Stores



Store portfolio distribution by age



Breakdown of the store network by profile (%)



Geographic footprint (#)



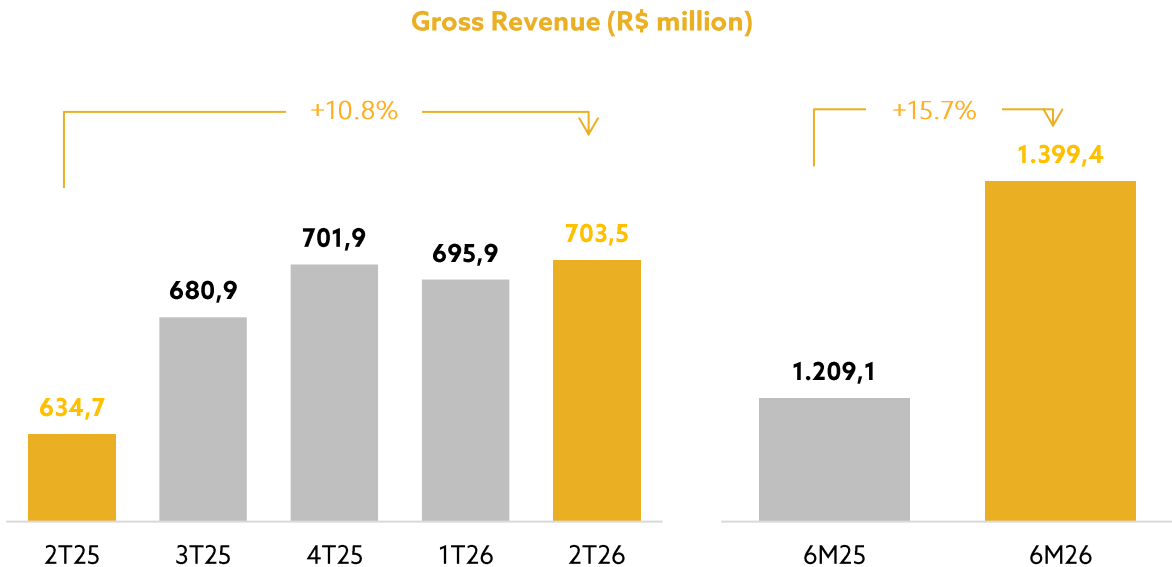
ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

GROSS REVENUES

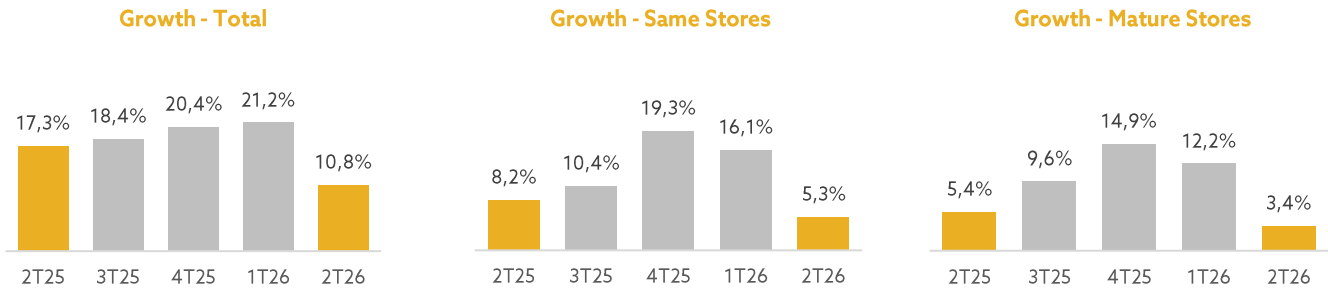
Rede d1000 reached R\$ 703.5 million in Gross Revenue in the second quarter of 2026, representing a 10.8% increase compared to the same period of 2025. This quarter, sales progress was boosted by the opening of new stores, which remains the key growth driver for the Company, in addition to products similar to GLP-1, for which growth reached 39.4% growth in 2Q26. The demand for these products remains strong, and we expect it to continue growing and evolving after the introduction of medications based on new semaglutide-like products, whose sales have been showing a growth trend.

Year-to-date, Rede d1000's Gross Revenue reached R\$ 1.4 billion, representing 15.7% growth as compared to the same period in 2025.

In the regions where it operates, Rede d1000 continues to grow at a rate well above the market average, reaching a 12.1% market share in 2Q26, an increase of 0.4 p.p. compared to the same period last year, according to updated data from IQVIA Brazil.



Same-store sales (5.3%) and mature store sales (3.4%) were more modest this quarter, a bit below the period's inflation, mainly impacted by the calendar effect—due to fewer business days in the period—as well as occasional sales drops because of the event and the World Cup. Also, as expected, the regularization of Mounjaro's supply brought the market's competitive dynamics back to normal, affecting regions that are important for GLP-1 sales, since it made it harder to maintain the high market share seen during the product's first months of launch, especially across most of the d1000 network in the comparable period of 2025.

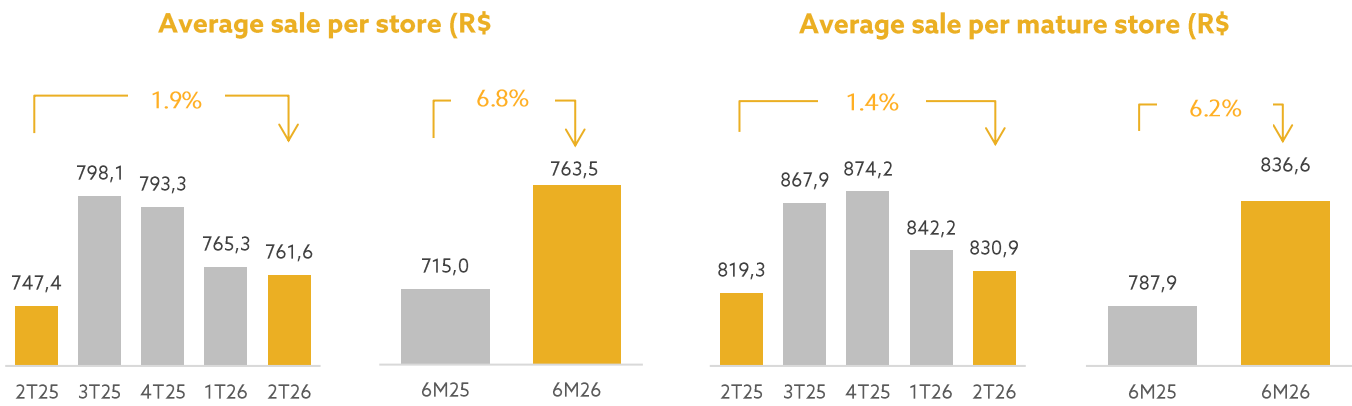


Average sales per store

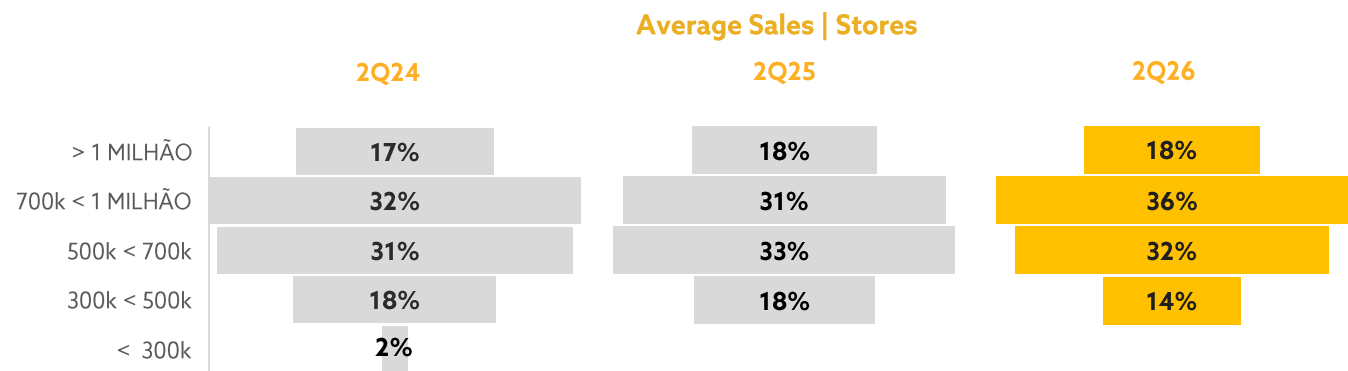
In 2Q26, Rede d1000 reported average sales per store of R\$ 761.6 thousand, representing a 1.9% increase compared to the same period of previous year. It should be noted that, in 2Q26, 33.0% of the Company's stores were still in the maturation stage, versus 30.4% in 2Q25, when 25 stores had been in operation for less than 6 months compared to 14 stores in 2Q25.

Year-to-date, average sales per store reached R\$ 763.5 thousand, with 6.8% growth compared to R\$ 715.0 thousand in 6M25.

Considering only mature stores, the Company reached average sales of R\$ 830.9 thousand, growing 1.4% compared to the same period of previous year. Year-to-date, mature stores grew 6.2% versus the same period last year, reaching R\$ 836.6 thousand/month, in average.



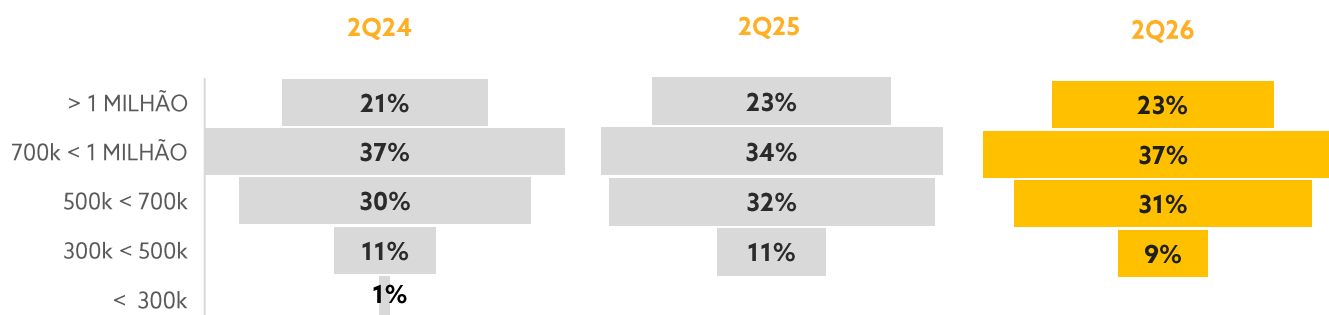
The graph below shows the progress in the sales performance of stores in their maturing process, considering those that have been open for more than 6 months. The portfolio of stores with revenues exceeding R\$ 700,000 represented 54% of the total stores, compared to 49% in 2Q25, up 5 p.p. when comparing the periods.



Includes only stores open for more than 6 months.

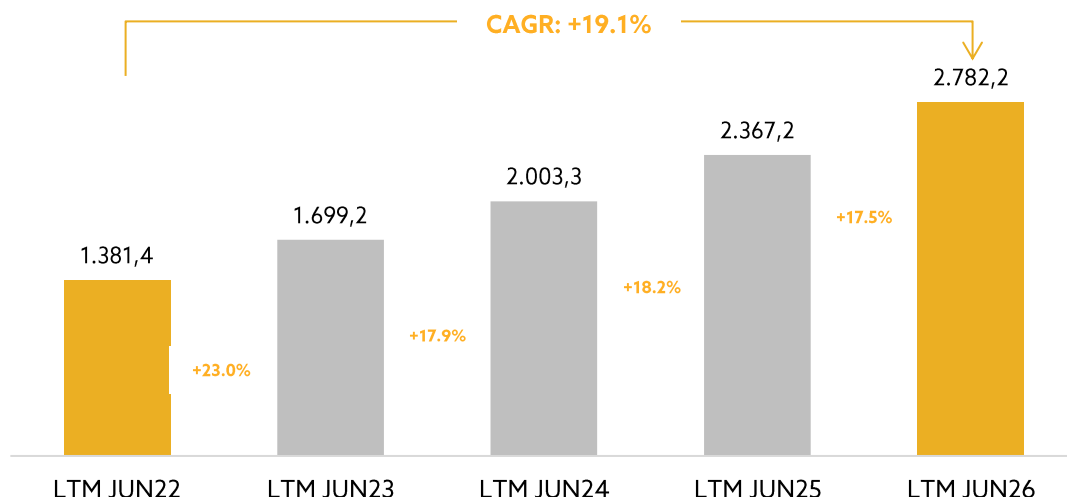
When analyzing only the mature store base, we already see that 60% of stores are generating revenues above R\$ 700,000, 3.0 p.p. increase in total share when compared to the same period in 2025.

Average Sales | Mature Stores



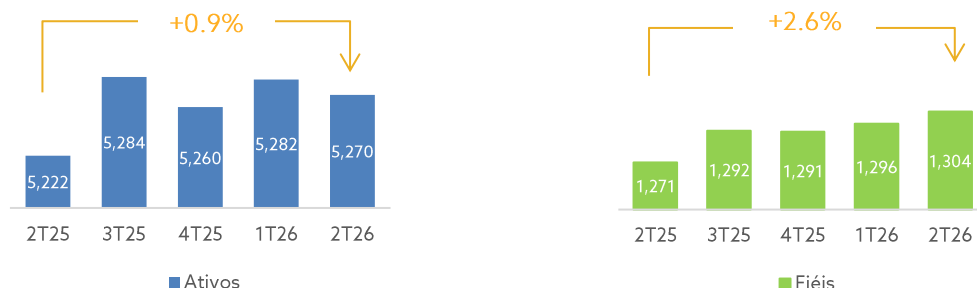
Rede d1000's Gross Revenue has been showing strong growth in recent years, with a CAGR of 19.1%, and reached the mark of R\$ 2.8 billion in the last 12 months, as shown in the graph below:

Gross Revenue LTM (R\$ million)



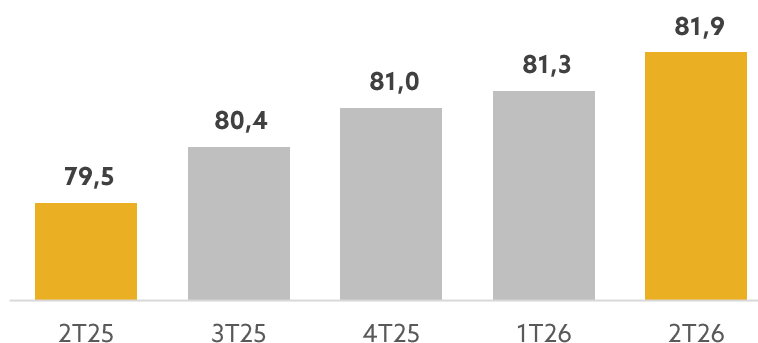
CUSTOMERS

The Company continues to strengthen its strategy of attention and building relationships with loyal customers, who totaled 1.3 million at the end of the quarter, a 2.6% increase compared to the same period of last year. When analyzing the revenue of this customer group, 15% growth can be seen compared to last year, with 12% growth in average ticket. This customer segment has a higher frequency of purchases and stronger engagement with the chain, resulting in an average ticket approximately 44% 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.



Rede D1000 ended 2Q26 with NPS of 81.9 points, maintaining high standards of customer satisfaction. The result reinforces the Company's commitment to excellence in service and to building lasting relationships with its consumers.

CUSTOMER SATISFACTION LEVEL



SALES MIX

In 2Q26, Rede d1000 delivered solid performance, with growth in all major categories and sustained expansion in both drug and non-drug segments.

The generic drug category maintained a strong growth path, with 16.6% growth when comparing the periods. Performance was primarily driven by molecules linked to the treatment of chronic diseases such as diabetes, hypertension, and high cholesterol, reinforcing the increased adherence to ongoing treatments and the category's relevance to the company.

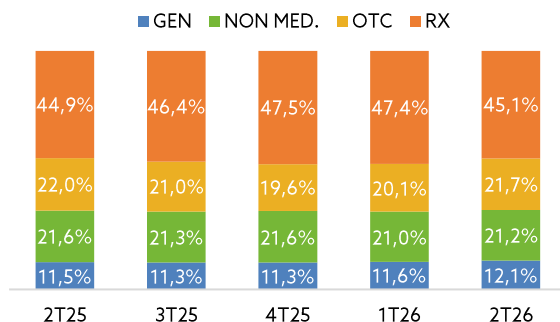
The prescription drug category also showed outstanding performance, growing 11.4% compared to the same period last year. The result was mainly driven by the strong expansion of GLP-1 class medications, reflecting the growing demand for treatments related to diabetes and weight management.

In Hygiene and Beauty category, growth was 9.2%, supported by a diversified base of categories. The highlights were skincare, sun protection, and oral hygiene, evidencing the strengthening of the health, wellness, and personal care categories.

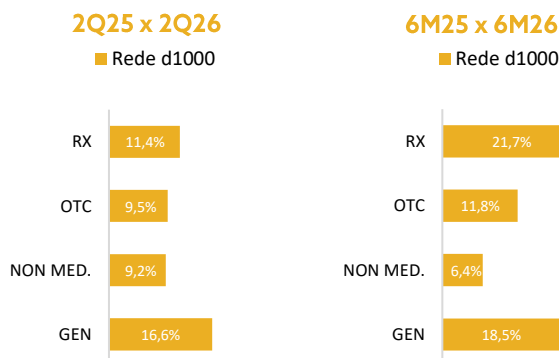
OTC category recorded 9.5% sales growth in the quarter. Performance was primarily driven by Child Nutrition and Gastro, reflecting the continued demand for prevention, supplementation, and self-care.

On a consolidated basis, the quarter's results reinforce key structural trends for Rede d1000, notably the growth in treatments for chronic diseases, the strengthening of generic drugs, and the expansion of categories related to health, wellness, and personal care, sustaining a consistent track record of revenue growth and diversification.

Sales Share by Category



Growth by Category



EXCLUSIVE BRANDS

In 2Q26, Rede d1000 products reported record sales, reaching R\$ 39.6 million, a 13.5% increase compared to the same period in 2025. Sales of Exclusive Brand items accounted for 12.6% of self-service revenue, with 0.5 p.p. increase compared to 2Q25, and represented 5.6% of total sales.

The quarter's performance was boosted by the OTC portfolio, primarily Vitamins, Minerals and Flu products, in addition to the strong contribution of convenience products, which reached 24% sales growth during the period.

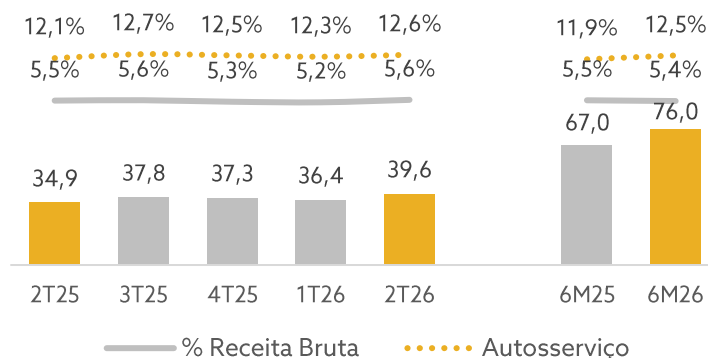


Bonnevi brand continues to expand its relevance with its most recent launches, highlighting the innovative approach of Rede d1000's Exclusive Brands.

3 launches were made in the period, totaling 393 SKUs. With the addition of 10 new categories compared to 2Q25, the Company reached the milestone of operating in 102 categories, holding the top position in 52 of them.

Year-to-date, sales of products from Rede d1000's Exclusive Brands totaled R\$ 76.0 million versus R\$ 67.0 million reported in the same period of 2025.

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



OMNICHANNEL

In 2Q26, non-face-to-face sales reached R\$141.2 million, a 160.0% increase compared to 2Q25, representing 20.1% of the Company's Gross Revenue, a mark reached for the second time in this sales channel, in line with what was reported in the previous quarter.

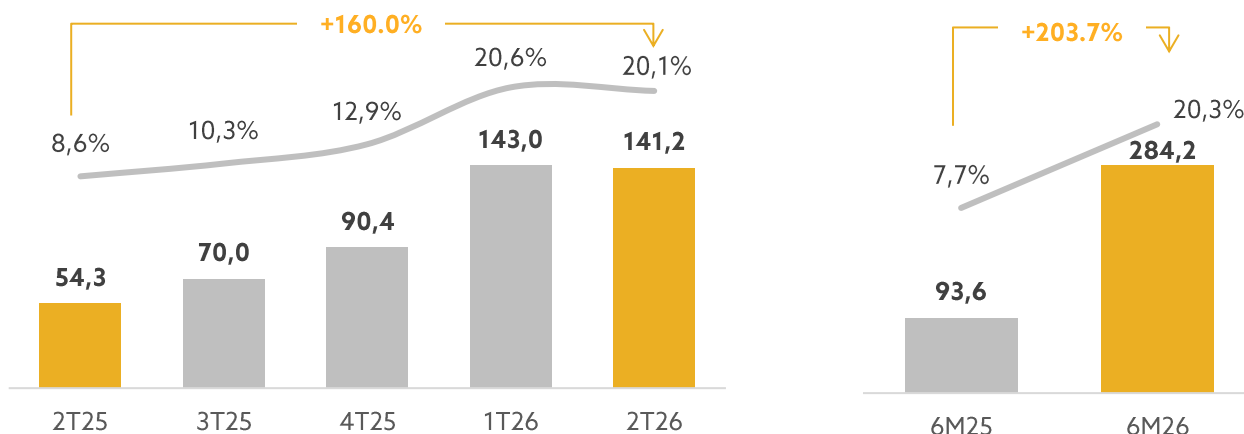
Products similar to GLP-1 have been contributing significantly to the growth of Omnichannel sales and their share of the Company's total revenue. In addition, in e-commerce, we continue to invest in strengthening our proprietary channels, particularly the app, which accounted for 42% of sales during the period—a 5 p.p. increase versus the 37% recorded in 2Q25. 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 405% increase in revenue compared to 2Q25 in sales through these partnerships. Sales through *Super Apps* have also been contributing to the growth of this channel, which has grown by 58% compared to the same period in 2025.

Over the past year, we have increased the number of stores offering delivery, reducing service times. Currently, 36% of orders are delivered within two hours.



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\$ 284.2 million, with 203.7% growth compared to 6M25, increasing its share of the Company's Gross Revenue by 12.6 p.p.

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

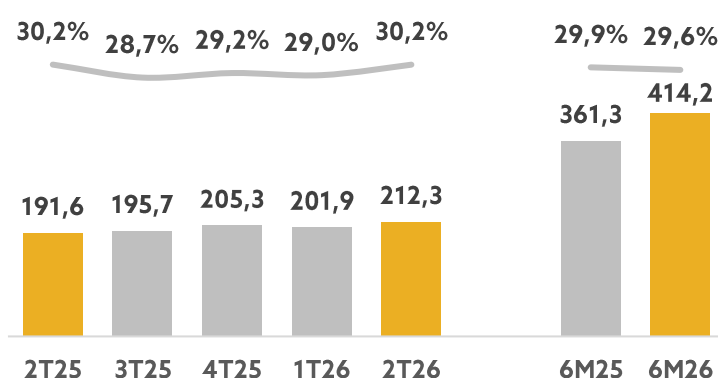


GROSS PROFIT

In 2Q26, Gross Profit amounted to R\$ 212.3 million, representing 10.8% growth versus 2Q25. Gross Margin for 2Q26 reached 30.2%, in line with the same period last year, even though the price increase was smaller than in 2025. The share of branded drugs was flat when comparing the periods, which contributes to the stability of gross margin.

Year-to-date, total Gross Profit amounted to R\$ 414.2 million, representing 14.6% growth compared to R\$ 361.3 million reported in 6M25.

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



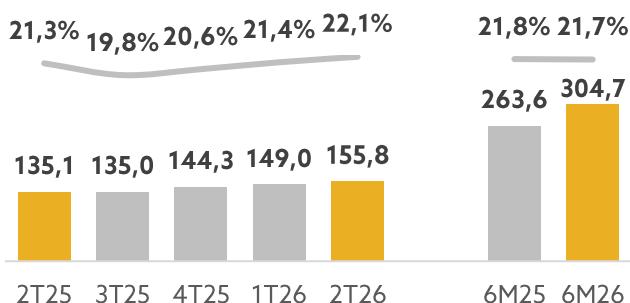
OPERATING EXPENSES

Selling Expenses

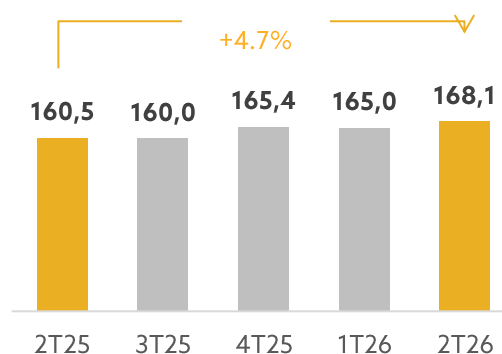
In 2Q26, Sales Expenses amounted to 155.8 million, 15.3% higher when compared to 2Q25, mainly explained by the increase in the stores in total base (280 stores in 2Q25 x 312 stores in 2Q26). Average expense per store was R\$ 168,100 in 2Q26 versus R\$ 160,500 in 2Q25, an increase of 4.7% when comparing the periods, in line with inflation.

Selling Expenses accounted for 22.1% in Q2 26 versus 21.3% in Q2 25, an increase of 0.8 percentage points in share of sales, mainly impacted by slower sales growth in mature stores, as well as the number of store openings during the quarter (11 stores in Q2 26 vs. 2 stores in Q2 25), considering the full booking of expenses for these stores, with sales still in the early stages of maturity.

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



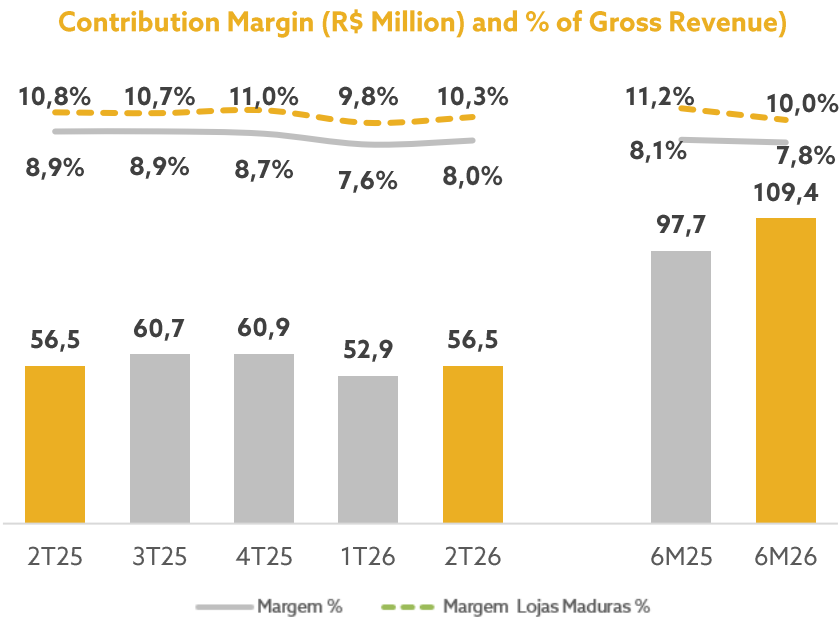
Average Selling Expenses per Store (R\$ thousand)



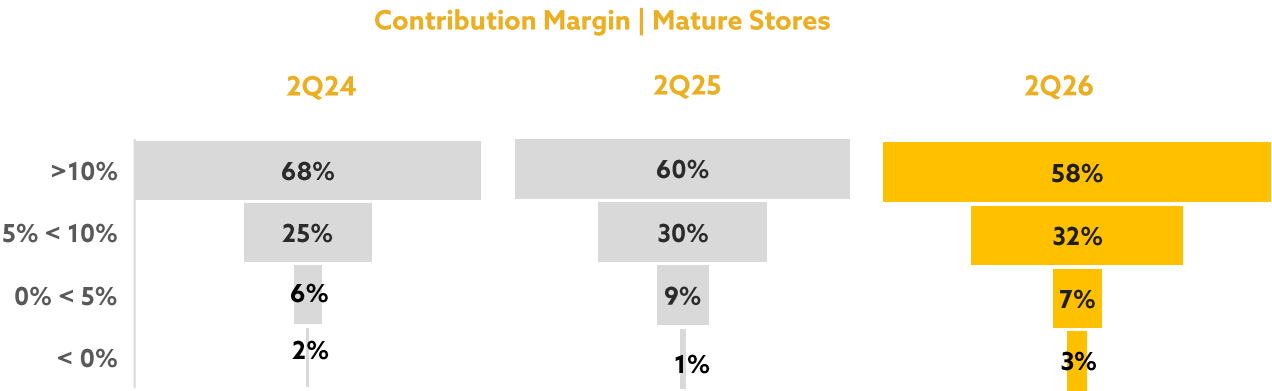
CONTRIBUTION MARGIN

Consolidated Contribution Margin reached R\$ 56.5 million in 2Q26, the same level as in 2Q25. The increased number of store openings during the first half of the year will lead to a more balanced expansion, preventing a concentration of store openings in the final months of the year, despite putting pressure on profitability in the short term.

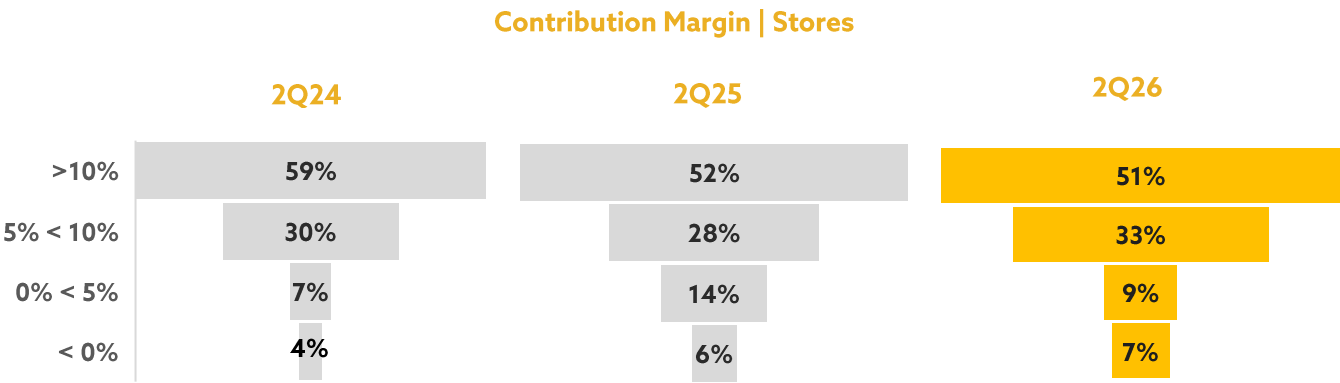
Year-to-date, Rede d1000's Contribution Margin totaled R\$ 109.4 million, with 12% growth as compared to R\$ 97.7 million in 6M25.



The graphs below show the evolution of store margins over the years, where we have 57% of mature stores with margins above 10% and opportunities to increase profitability in 43% of the base.



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.



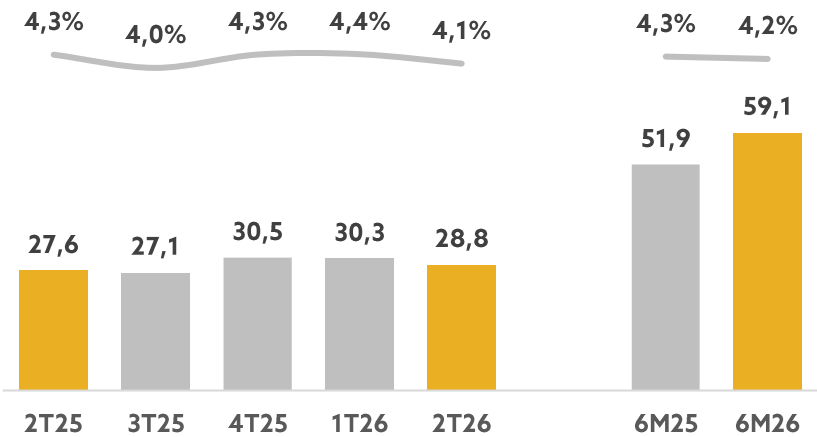
Includes only stores open for at least 6 months

General and Administrative Expenses - G&A

General and Administrative Expenses (G&A) totaled R\$ 28.8 million in 2Q26, up 4.3% compared to the same period in 2025, representing 4.1% of Gross Revenue, with 0.2 p.p. dilution versus the same period last year.

For the year, General and Administrative Expenses (G&A) totaled R\$ 59.1 million, representing 4.2% of Gross Revenue, with 0.1 p.p. dilution compared to 6M25.

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

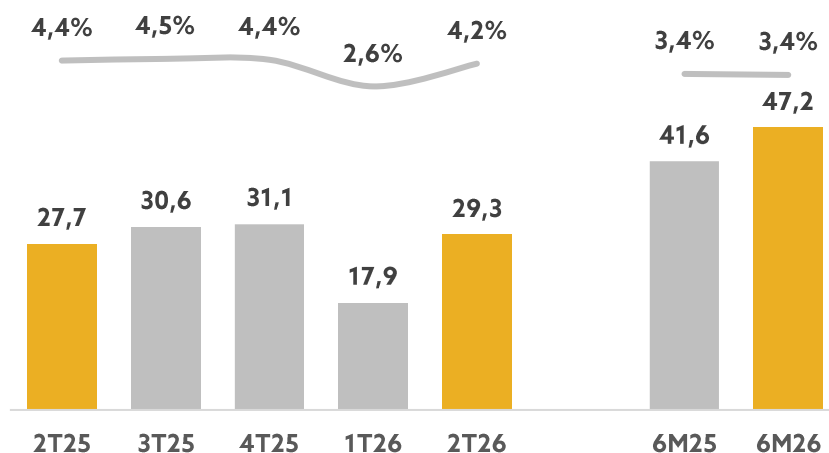


ADJUSTED EBITDA

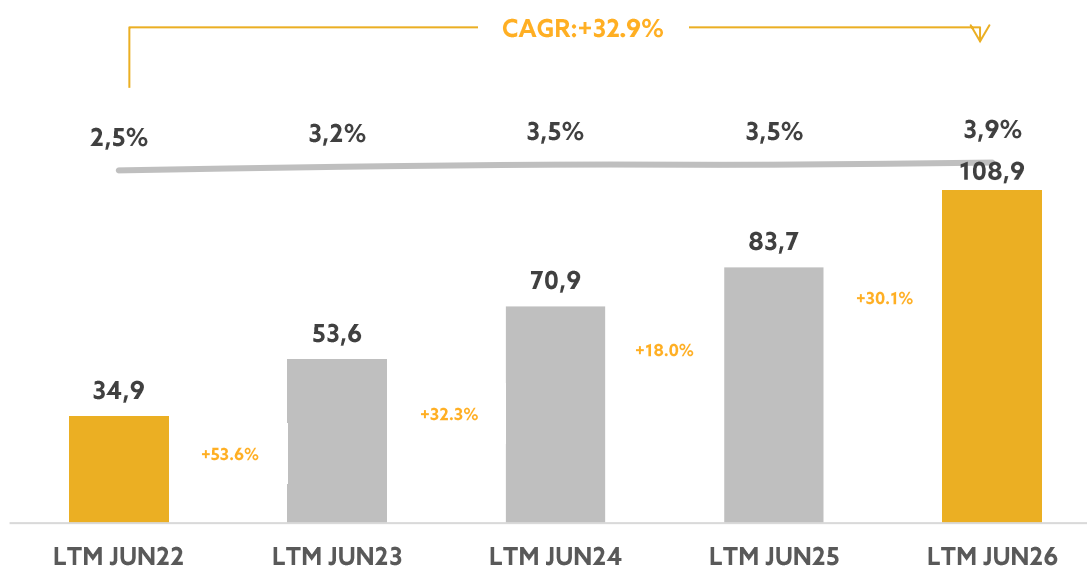
Adjusted EBITDA reached R\$ 29.3 million in Q2 2026, up 5.8% compared to the same period in 2025. The EBITDA margin was 4.2%, versus 4.4% in Q2 2025, mainly explained by the performance of mature stores, as well as the higher weight of selling expenses during the period, partially offset by a 0.2 p.p. dilution in administrative expenses. It's worth noting that, in addition to the larger number of store openings in the first half of 2026, many of the 2025 openings took place in the last months of the year, meaning all these stores are still in the early stages of maturation and don't contribute significantly to expense dilution, representing a growth lever for the coming quarters.

Year-to-date, Adjusted EBITDA amounted to R\$ 47.2 million, up 13.5% versus the same period in 2025. Ebitda Margin was 3.4%, flat versus 6M25.

Adjusted EBITDA (R\$ million)



Adjusted EBITDA LTM (R\$ million)



Adjusted EBITDA Reconciliation	2Q25	2Q26	6M25	6M26
Net Income (with IFRS 16)	6.0	3.2	5.5	4.8
(+) Net Financial Result	14.1	18.2	28.8	36.4
(+) Income Tax and Social Contribution	2.9	3.6	-2.3	-2.6
(+) Depreciation and Amortization	33.1	37.4	65.7	73.9
EBITDA (with IFRS 16)	56.1	62.4	97.7	112.5
(+ / -) IFRS 16 Impacts	-28.9	-33.2	-57.3	-65.3
EBITDA (ex-IFRS-16)	27.3	29.2	40.4	47.2
(+ / -) COF Adjustments	0.5	0.1	1.2	0.0
(+ / -) Other Adjustments				
Adjusted EBITDA ex IFRS-16	27.7	29.3	41.6	47.2

DEPRECIATION AND AMORTIZATION, FINANCIAL RESULT AND INCOME TAX

Depreciation and amortization expenses reached R\$ 13.8 million in 2Q26 versus R\$ 11.3 million in 2Q25. The 22.12% increase year-on-year mainly reflects the increased number of stores (280 stores in 2Q25 vs. 312 stores in 2Q26).

In 2Q26, net financial expenses totaled R\$ 4.8 million, versus a total of R\$ 2.9 million in 2Q25. The increase is explained by the increase in the Company's net debt and the consequent increase in financial expenses due to the continued expansion plan and the need for working capital financing resulting from the increase in the share of certain categories of drugs in total sales, mainly those related to GLP1, which have a significantly longer cash cycle than the rest of the operation.

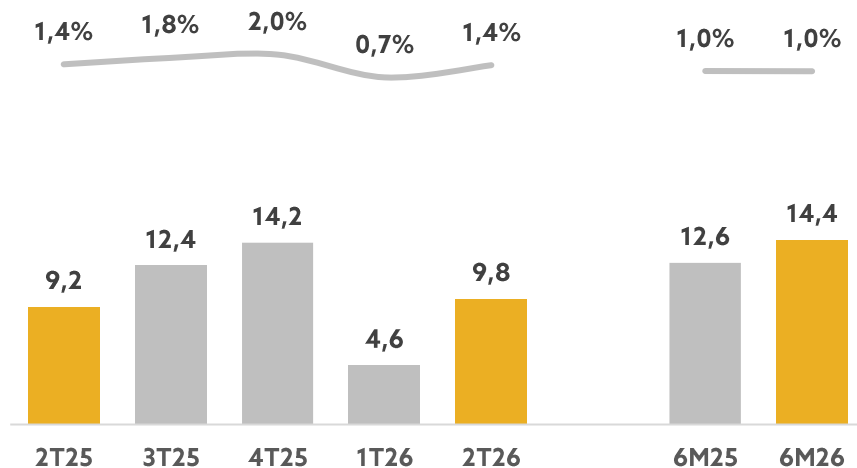
	2Q26 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	2Q26 Adjusted	2Q25 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	2Q25 Adjusted
Gross Revenue	703.5			703.5	720.2			720.2
Deductions	-35.1			-35.1	-43.5			-43.5
Net Revenue	668.4			668.4	676.7			676.7
Cost of Goods Sold	-456.2			-456.2	-485.1			-485.1
Gross Profit	212.2			212.2	191.6			191.6
Expenses	-149.8	-33.2	0.1	-182.9	-135.5	-28.9	0.5	-163.9
EBITDA	62.4			29.3	56.1			27.7
Depreciation & Amortization	-37.4	23.6		-13.8	-33.1	21.8		-11.3
Net Financial Result	-18.2	13.4		-4.8	-14.6	11.8	-0.1	-2.9
Income Tax and SC	-3.6	2.7		-0.9	-2.9	-1.4		-4.3
Net Income	3.2			9.8	5.5			9.2

	6M26 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	6M26 Adjusted	6M25 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	6M25 Adjusted
Gross Revenue	1,399.4			1,399.4	1,323.1			1,323.1
Deductions	-70.5			-70.5	-78.1			-78.1
Net Revenue	1,328.9			1,328.9	1,245.0			1,245.0
Cost of Goods Sold	-914.7			-914.7	-883.8			-883.8
Gross Profit	414.2			414.2	361.2			361.2
Expenses	-301.7	-65.3	0.0	-367.0	-263.5	-57.3	1.2	-319.6
EBITDA	112.5			47.2	97.7			41.6
Depreciation & Amortization	-73.9	47.0		-26.9	-65.7	43.5		-22.2
Net Financial Result	-36.4	26.5		-9.9	-28.8	23.2	-0.4	-6.1
Income Tax and SC	2.6	1.4		4.0	2.3	-3.0		-0.7
Net Income	4.8			14.4	5.6			12.6

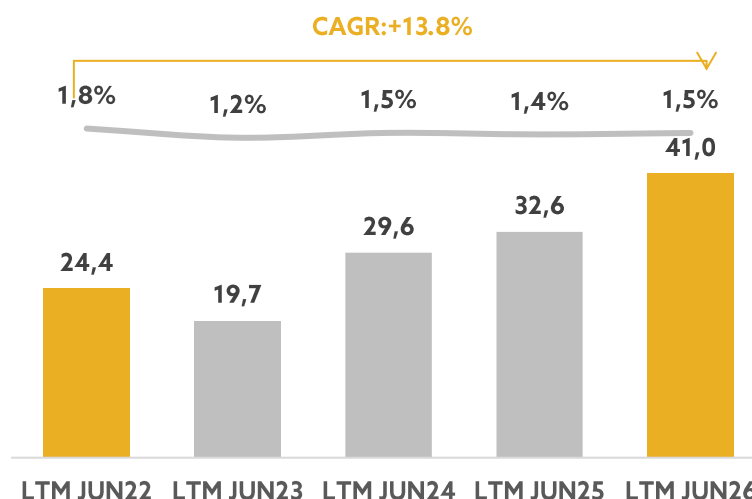
ADJUSTED NET INCOME

Rede d1000's Adjusted Net Income in 2Q26 was R\$ 9.8 million, representing a 7.2% increase compared to the same period last year, with a net margin of 1.4%.

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



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



Net Income Reconciliation	2Q25	2Q26	6M25	6M26
Net Income (with IFRS 16)	5.5	3.2	5.6	4.8
(+ / -) IFRS 16 Impacts	3.4	6.5	6.3	9.6
(+/-) COF Adjustments	0.3	0.1	0.7	0.0
(+ / -) Other Adjustments				
Adjusted Net Income (ex IFRS 16)	9.2	9.8	12.6	14.4

CASH CYCLE

The Company's Cash Cycle was 9.6 days in 2Q26, compared to 12.4 days in 2Q25.

Average days of accounts receivable ended the quarter at 30.4 days, 1 day more than 2Q25, but in line with what has been recorded in recent quarters, following the increased sales of products similar to GLP-1 in total mix, which have a longer collection cycle than the rest of the portfolio.

Average inventory period was 60.4 days, an increase of 3.6 days compared to 2Q25, mainly reflecting the high volume of store openings during the period and the stabilization of GLP-1 inventories.

Average days of accounts payable was 81.2 days, improving 7.3 days versus the same period last year. The payment cycle for the initial inventory of a new store is much longer than that of recurring purchases. The combination of this longer cycle with the high volume of new store openings in the quarter meant that, at certain times, the average accounts payable period was longer than usual. Furthermore, the payment term for CAPEX for new stores also influences accounts payable and, due to the volume of new stores opened during the period, positively impacts accounts payable. Finally, inventory turnover for GLP-1 was very high in 2025, normalizing over the course of 2026.

Therefore, we understand that the normalized Cash Cycle of Rede d1000 is more similar to those presented in 4Q25 and 1Q26.

Cash Cycle (days)	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
Accounts receivable	29.6	31.0	30.7	30.5	30.4
Inventories	56.8	54.1	54.3	57.5	60.4
Trade accounts payable	73.9	69.1	70.2	69.2	81.2
Cash Cycle	12.4	16.0	14.9	18.7	9.6

INVESTMENTS AND CASH FLOW

CAPEX (R\$ million)	2Q25	%	2Q26	%	Δ%	6M25	%	6M26	%	Δ%
Expansion	7.4	46%	18.9	67%	154%	16.3	49%	32.2	67%	98%
Store Refurbishment	4.3	27%	3.2	11%	-27%	5.9	18%	4.3	9%	-27%
Information Technology	1.8	11%	2.1	7%	15%	3.4	10%	4.4	9%	28%
Store and office infrastructure	2.7	16%	3.8	14%	43%	7.9	24%	6.9	14%	-13%
Total	16.3	100%	28.1	100%	72%	33.6	100%	47.8	100%	42%

In 2Q26, investments amounted to R\$ 28.1 million, of which R\$ 22.1 million was spent on opening and refurbishing stores, R\$ 2.1 million on information technology, and R\$ 3.8 million on infrastructure and maintenance of stores and offices, with 72.4% increase compared to investments made in the same period in 2025.

Year-to-date, investments totaled R\$ 47.8 million, with the largest increase related to expansion due to the higher volume of stores opened during 2026.

(R\$ million)	2Q25	2Q26	Chg. 2Q25 x 2Q26	6M25	6M26	Chg. 6M25 x 6M26
EBT	13.5	10.7	-20.7%	13.3	10.4	-21.8%
Depreciation and Amortization	11.3	13.8	22.0%	22.2	27.0	21.5%
Cash Cycle	-6.5	44.3	-781.5%	-20.6	26.6	-229.1%
Other Assets and Liabilities/Non-cash Effects	-5.1	-18.7	267.4%	4.2	-17.7	-520.9%
Operational Cash Flow	13.2	50.1	279.2%	19.1	46.3	142.4%
Investment Activities	-16.3	-28.0	72.0%	-33.6	-47.7	42.0%
Free Cash Flow	-3.1	22.0	-810.4%	-14.4	-1.4	-90.2%
Financing Activities	-4.5	-18.8	317.0%	-6.5	-18.0	177.6%
Total Cash Flow	-7.6	3.3	-142.8%	-20.9	-19.5	-6.9%

In 2Q26, operating cash flow generation was R\$ 50.1 million, reflecting the previously mentioned improvements in Cash Cycle. During this period, R\$ 28.0 million was spent on investments, resulting in a Free Cash Flow of R\$ 22.0 million. Throughout the quarter, the Company paid a total of R\$ 18.8 million in principal and interest amortization on its debt.

Year-to-date, operating cash generation amounted to R\$ 46.3 million, mainly used in the Company's expansion. 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\$ 36.1 million in debt, in addition to paying R\$ 11.9 million in interest.

As a result, Total Free Cash Flow was R\$ 3.3 million in 2Q26 and negative R\$ 19.5 million for the year.

INDEBTEDNESS

Rede d1000 ended 2Q26 with Net Debt of R\$ 71.9 million versus R\$ 27.7 million in 2Q25, representing net debt of 0.7 times the accumulated EBITDA for the last 12 months.

Calculation of Net Cash (R\$ million)	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
Gross Debt	-58.7	-57.0	-107.8	-114.1	-98.3
<i>Short term</i>	-29.8	-29.5	-58.0	-66.0	-63.6
<i>Long term</i>	-28.9	-27.5	-49.9	-48.1	-34.7
(+) Cash and Cash Equivalents	31	13.6	45.9	23.1	26.4
Net Cash Position	-27.7	-43.3	-61.9	-91.0	-71.9
Net Debt/Adjusted EBITDA	0.3x	0.5x	0.6x	0.8x	0.7x



Regarding ESG, Rede d1000 continued on its path of progress, further integrating environmental, social, and governance issues into its business strategy. Throughout the period, the Company made significant progress in its sustainability agenda, with consistent results in climate management, expansion of social impact, and strengthening of governance and transparency practices.

In addition to the results achieved, Rede d1000 continues to strengthen its ESG culture through the engagement of employees, leaders, and partners, expanding the integration of these principles into its operations. This action reinforces the Company's commitment to generating sustainable value, ensuring business longevity, and building long-term results for all its stakeholders.

ENVIRONMENTAL PILLAR



Management of Emissions:

The Company has made progress its climate management strategy by expanding the use of renewable energy in its operations. Rede d1000 achieved the mark of 83% of its stores supplied by renewable sources. As a result, the Company reduced Scope 2 emissions by approximately 41% and achieved a reduction of about 25% in energy costs compared to 2024. Complementing these initiatives, the Company maintained the full neutralization of Scope 1 emissions through carbon credits linked to REDD+ forest preservation projects. In recognition of the consistency and transparency of its climate management, Profarma Group was awarded, for the fourth consecutive year, with the Gold Seal of the Brazilian GHG Protocol Program.

SOCIAL PILLAR



Engagement and Social Impact:

The Company continued initiatives with significant social impact, highlighting the traditional Milk Campaign which collected more than 1.5 tons of donations, benefiting 21 social organizations. Taken together, the actions promoted by Profarma Institute have already impacted more than 161,000 people in 6M26. These results reflect Profarma Institute's ongoing commitment to social development and the strengthening of the communities where it operates, through the mobilization of people, strategic partnerships, and initiatives that broaden its positive and sustainable impact.



GOVERNANCE PILLAR:

Transparency and Engagement:

The Company has made consistent progress on its governance agenda, reinforcing its commitment to transparency, integrity, and accountability to its stakeholders. Among the main milestones, the adoption, for the first time, of Profarma Group's Integrated Reporting stands out, broadening the vision on value creation and the integration between financial performance and ESG practices.

The Company has also taken over the preparation of Rede d1000's Sustainability Report in-house, thereby strengthening the management and monitoring of its social and environmental initiatives. In addition to this progress, the first cycle of external assurance of the Group's Integrated Report has been completed. These initiatives reinforce Profarma Group's commitment to best corporate governance practices, promoting higher credibility, engagement, and the generation of sustainable value for its shareholders, employees, partners, and other stakeholders.

FINANCIAL STATEMENTS

R\$ million	IFRS-16		Without IFRS-16 and COF		IFRS-16		Without IFRS-16 and COF	
	2Q25	2Q26	2Q25	2Q26	6M25	6M26	6M25	6M26
Gross Revenue	720.2	703.5	634.7	703.5	1,323.1	1,399.4	1,209.1	1,399.4
RX	323.6	317.0	285.1	317.0	581.7	646.6	531.0	646.6
HB	158.5	149.2	140.1	149.2	348.2	295.1	322.8	295.1
OTC	155.4	152.5	136.6	152.5	240.5	292.2	215.7	292.2
Generic	82.7	84.8	72.9	84.8	152.7	165.5	139.6	165.5
Revenue Deductions	-43.5	-35.1	-33.0	-35.1	-78.1	-70.5	-62.7	-70.5
Net operating revenue	676.7	668.4	601.7	668.4	1,245.0	1,328.9	1,146.4	1,328.9
Cost of goods sold	-485.1	-456.2	-410.1	-456.2	-883.8	-914.7	-785.2	-914.7
Gross Profit	191.6	212.2	191.6	212.2	361.2	414.2	361.2	414.2
Gross Margin (Net Revenue)	28.3%	31.7%	31.8%	31.7%	29.0%	31.2%	31.5%	31.2%
Gross Margin (Gross Revenue)	26.6%	30.2%	30.2%	30.2%	27.3%	29.6%	29.9%	29.6%
Operating Expenses	-168.6	-187.2	-175.2	-196.7	-329.2	-375.6	-341.8	-393.9
General and administrative expenses	-17.7	-19.4	-17.8	-19.5	-33.5	-39.8	-33.6	-39.9
Selling Expenses	-120.3	-137.8	-148.6	-170.8	-234.4	-270.2	-290.4	-335.3
Provision for expected credit loss	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Depreciation	-33.1	-37.4	-11.3	-13.8	-65.7	-73.9	-22.2	-27.0
Other operating revenues (expenses)	2.5	7.4	2.5	7.4	4.4	8.3	4.4	8.3
Result before Financial Result	23.0	25.0	16.4	15.5	32.0	38.6	19.4	20.3
Financial Result	-14.1	-18.2	-2.9	-4.8	-28.8	-36.4	-6.1	-9.9
Financial income	0.5	0.2	0.3	0.2	1.0	0.3	1.7	0.3
Financial expenses	-15.1	-18.4	-3.2	-5.0	-29.8	-36.7	-7.8	-10.2
Profit before taxes	8.4	6.8	13.5	10.7	3.2	2.2	13.3	10.4
Income Tax and Social Contribution	-2.9	-3.6	-4.3	-0.9	2.3	2.6	-0.7	4.0
Profit/ Loss for the Period	5.5	3.2	9.2	9.8	5.6	4.8	12.6	14.4

BALANCE SHEET

(R\$ thousand)	12/31/2025			06/30/2026		
	IFRS16	Reclassification	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Reclassification	Without IFRS-16 and COF
Cash and cash equivalents	45,913	-31	45,882	26,440	-11	26,429
Accounts receivable	239,679	-45	239,634	237,764	0	237,764
Inventories	277,623	0	277,623	305,964	0	305,964
Taxes recoverable	16,938	0	16,938	18,566	0	18,566
Other accounts receivable	40,111	0	40,111	63,130	0	63,130
Total Current Assets	620,264	-76	620,188	651,864	-11	651,853
Deposits on court	3,265	0	3,265	2,912	0	2,912
Financial Instruments	393	0	393	0	0	0
Deferred income tax and social contribution	145,151	-27,278	117,873	150,163	-25,839	124,324
Taxes recoverable	5,478	0	5,478	5,478	0	5,478
Other accounts receivable	519	0	519	519	0	519
Property, Plant & equipment (PPE)	567,989	-323,745	244,244	609,299	-350,450	258,849
Intangible assets	606,095	0	606,095	605,008	0	605,008
Total Non-Current Assets	1,328,890	-351,023	977,867	1,373,379	-376,289	997,090
Total Assets	1,949,154	-351,099	1,598,055	2,025,243	-376,300	1,648,943
Trade accounts payable	353,334	-757	352,577	405,230	-28	405,202
Suppliers - Forfaiting	5,842	0	5,842	6,269	0	6,269
Loans and financing	55,974	0	55,974	59,645	0	59,645
Financial Instrument	2,396	0	2,396	3,937	0	3,937
Salaries and social contributions	49,601	0	49,601	57,086	0	57,086
Taxes and fees	12,462	0	12,462	11,683	0	11,683
Lease Payable	83,342	-83,342	0	89,266	-89,266	0
Other	10,415	0	10,414	9,414	-3	9,411
Total Current Liabilities	573,366	-84,099	489,267	642,530	-89,297	553,233
Loans and financing	15,130	0	15,130	0	0	0
Deferred taxes	54,477	0	54,477	54,477	0	54,477
Provision for Contingencies	31,599	0	31,599	32,333	0	32,333
Lease payable	320,581	-320,581	0	337,128	-337,128	0
Other	34,724	0	34,724	34,737	0	34,737
Total Non-Current Liabilities	456,511	-320,581	135,930	458,675	-337,128	121,547
Share capital	1,004,004	0	1,004,004	1,004,004	0	1,004,004
Accumulated losses	-84,727	53,581	-31,145	-79,966	50,125	-29,841
Total Equity	919,277	53,581	972,858	924,038	50,125	974,163
Total Equity and Liabilities	1,949,154	-351,099	1,598,055	2,025,243	-376,300	1,648,943

CASH FLOW (INDIRECT METHOD) - QUARTER

R\$ thousand	2Q25		2Q26	
	IFRS16	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Without IFRS-16 and COF
Cash flows from operating activities				
Net income before IT/SC	8,367	13,462	6,833	10,744
Adjustments to reconcile net income with cash and cash equivalents from operating activities:				
Depreciation and amortization	11,309	11,309	13,790	13,790
Depreciation of right-to-use of properties	21,837	-	23,659	-
Interest on loan with a related parties	1,207	1,207	889	889
Interest on Provisioned Loans	1,428	1,428	2,306	2,306
Allowance / Reversal for expected credit losses	8	8	(8)	(8)
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	1,310	1,310	7,219	7,218
Gain / Loss on reversal of right-of-use of properties	(224)	-	(601)	(195)
Provision / Reversal for inventory loss	1	1	(735)	(735)
Provision / Reversal for contingencies	436	436	719	719
Financial charges on right-of-use	11,839	-	13,373	-
Other	(2,343)	(5,581)	(13,695)	(14,681)
	55,175	23,580	53,749	20,047
Decrease (increase) in assets				
Accounts receivable	(18,926)	(11,047)	(2,343)	(2,383)
Inventories	(21,786)	(16,686)	(11,595)	(11,595)
Taxes recoverable	1,240	1,240	1,087	1,086
IRPJ and CSLL paid	-	-	(1,550)	(1,550)
Commercial agreements	(5,305)	(5,305)	(8,617)	(8,617)
Other Assets	(2,043)	(2,043)	(4,876)	(4,606)
Increase (decrease) in liabilities				
Trade accounts payable	37,785	21,245	58,227	58,289
Salaries and contributions	(279)	(279)	644	656
Taxes payable	3,219	3,219	(348)	(349)
Contingencies	-	-	(460)	(460)
Other Liabilities	(723)	(723)	49	(398)
Net cash from (used in) operating activities	48,357	13,201	83,967	50,120
Cash flows from investing activities				
Additions to PPE	(13,063)	(13,063)	(24,932)	(24,932)
Additions to intangible assets	(3,207)	(3,207)	(3,099)	(3,099)
Net cash used in investing activities	(16,270)	(16,270)	(28,031)	(28,031)
Cash flow from financing activities				
Payment of Intercompany Loan - Interest	-	-	(707)	(707)
Loans paid - Amortization	(3,916)	(3,916)	(14,302)	(14,302)
Interest on loans paid	(589)	(589)	(3,757)	(3,757)
Lease Payment - right of use - Amortization	(18,752)	-	(20,350)	-
Lease Payment - right of use - Interest	(10,579)	-	(13,373)	-
Net cash used in (stemming from) financing activities	(33,836)	(4,505)	(52,489)	(18,766)
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	(1,749)	(7,574)	3,447	3,311
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	57,598	57,598	22,993	23,117
Cash and cash equivalents at the end of the period	55,849	55,849	26,440	26,440

CASH FLOW (INDIRECT METHOD) - ACCUMULATED

R\$ thousand	6M25		6M26	
	IFRS16	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Without IFRS-16 and COF
Cash flows from operating activities				
Net income before IT/SC	3,268	13,297	2,180	10,404
Adjustments to reconcile net income with cash and cash equivalents from operating activities:				
Depreciation and amortization	22,163	22,163	26,966	26,966
Depreciation of right-to-use of properties	43,521	-	46,946	-
Interest on loan with a related parties	1,207	1,207	1,824	1,824
Interest on Provisioned Loans	2,750	2,750	6,943	6,943
Allowance / Reversal for expected credit losses	775	775	873	873
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	1,361	1,360	7,219	7,218
Gain / Loss on reversal of right-of-use of properties	(224)	-	(765)	(195)
Provision / Reversal for inventory loss	679	679	(557)	(557)
Provision / Reversal for contingencies	984	984	2,122	2,122
Financial charges on right-of-use	23,155	-	26,433	-
Other	1,342	(2,410)	(3,891)	(5,622)
	100,981	40,805	116,293	49,976
Decrease (increase) in assets				
Accounts receivable	(23,319)	(26,042)	1,042	997
Inventories	(23,195)	(4,422)	(25,580)	(25,580)
Taxes recoverable	3,194	3,194	1,261	1,256
IRPJ and CSLL paid	(2,042)	(2,042)	(2,978)	(2,978)
Commercial agreements	(3,127)	(3,127)	(16,069)	(16,069)
Other Assets	(4,158)	(4,158)	(6,811)	(7,035)
Increase (decrease) in liabilities				
Trade accounts payable	17,671	9,857	50,399	51,185
Salaries and contributions	3,455	3,455	(353)	(333)
Taxes payable	4,762	4,762	(3,190)	(3,193)
Contingencies	(1,787)	(1,787)	(1,388)	(1,388)
Other Liabilities	(1,357)	(1,357)	(2)	(530)
Net cash from (used in) operating activities	71,078	19,138	112,624	46,308
Cash flows from investing activities				
Additions to PPE	(28,368)	(28,368)	(40,351)	(40,351)
Additions to intangible assets	(5,185)	(5,185)	(7,353)	(7,353)
Net cash used in investing activities	(33,553)	(33,553)	(47,704)	(47,704)
Cash flow from financing activities				
Raising of Intercompany Loan - Principal	-	-	-	-
Payment of Intercompany Loan - Interest	-	-	(1,578)	(1,578)
Raising of loans - Principal	-	-	30,000	30,000
Loans paid - Amortization	(5,333)	(5,333)	(36,102)	(36,102)
Interest on loans paid	(1,186)	(1,186)	(10,366)	(10,366)
Lease Payment - right of use - Amortization	(37,315)	-	(39,942)	-
Lease Payment - right of use - Interest	(20,289)	-	(26,405)	-
Net cash used in (stemming from) financing activities	(64,123)	(6,519)	(84,393)	(18,046)
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	(26,599)	(20,934)	(19,473)	(19,454)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	57,598	57,598	45,913	45,882
Cash and cash equivalents at the end of the period	30,999	30,999	26,440	26,440

ABOUT THE COMPANY

We are a chain of drugstores with 312 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 the 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 the Brazilian economy, the sector and international markets and, therefore, are subject to change without prior notice.