

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

1T21

varejo farma
dlooo

DROGASMIL

FARMALIFE

TAMOJO

ROSÁRIO

DMVF

B3 LISTED NM

IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

1T21



DMVF
B3 LISTED NM

Rio de Janeiro, 12 de maio de 2021 – A d1000 varejo farma S.A. (“d1000” ou “Companhia”, B3: DMVF3), rede de drogarias formada pela Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio e Drogaria Rosário, anuncia os resultados do primeiro trimestre de 2021 (1T21). 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.

As comparações de resultado referem-se ao primeiro trimestre de 2020 (1T20). Desde janeiro de 2019, as Demonstrações Financeiras da Companhia estão sendo elaboradas de acordo com o IFRS 16 e todos os números aqui apresentados seguem este padrão. As informações pré-IFRS16 podem ser encontradas no anexo.

DESTAQUES 1T21

- **Receita Bruta:** R\$ 274,5 milhões, involução de 8,7% ou R\$26,1 milhões vs. 1T20, dos quais R\$8,6 milhões concentrados em lojas de shopping.
- **Margem Bruta:** 31,2%, 2,6 p.p. superior a 1T20.
- **Ebitda** de R\$ 14,8 milhões, com margem Ebitda de 5,4%, involução de 0,9 p.p. vs 1T20.
- **Prejuízo Líquido** de R\$ 8,5 milhões, vs. Prejuízo Líquido de R\$6,3 milhões no 1T20.
- **Fluxo de Caixa Livre** negativo de R\$ 33,3 milhões.
- **202 lojas** em operação, sendo 9 aberturas, 4 fechamentos e 1 ampliação no 1T21.

	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21
Dados Financeiros (R\$ Milhões)					
Receita Bruta	300,6	230,0	263,2	278,5	274,5
Lucro Bruto	85,9	70,3	84,2	84,4	85,6
Margem Bruta (Receita Bruta)	28,6%	30,6%	32,0%	30,3%	31,2%
Ebitda (1)	19,0	14,5	23,6	26,5	14,8
Margem Ebitda (%Receita Bruta)	6,3%	6,3%	9,0%	9,5%	5,4%
Lucro Líquido	-6,3	-13,0	1,5	18,0	-8,5
Margem Líquida (%Receita Bruta)	-2,1%	-5,7%	0,6%	6,5%	-3,1%
Fluxo de Caixa Livre	-34,5	8,1	-20,1	-41,9	-33,3
Dados Operacionais					
# Lojas	196	188	192	197	202

(1) Ebitda - Lucro (prejuízo) líquido acrescido de imposto de renda e contribuição social, resultado financeiro líquido, depreciação e amortização.

Webcast: quinta-feira, 13 de maio, às 11h (Brasil).
Inscrição via Zoom [Clique aqui](#)

DMVF
B3 LISTED NM

IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3

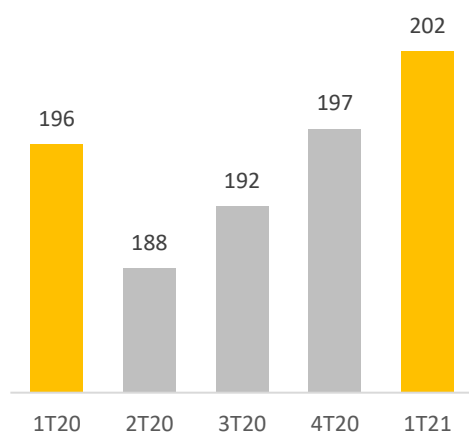


Nossas Lojas

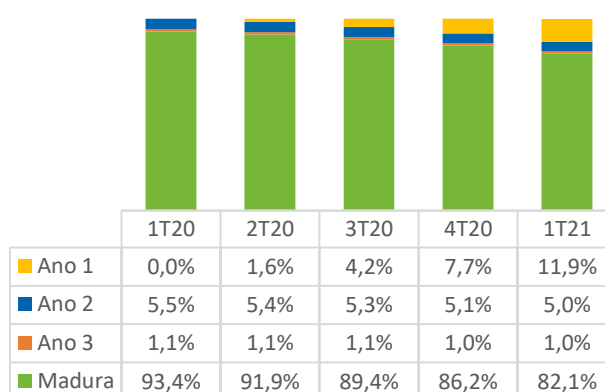
Em 31 de março de 2021, contávamos com 202 lojas em operação, 5 lojas a mais que o trimestre imediatamente anterior. Vale destacar que durante o 1T21 abrimos 9 novas lojas, preponderantemente de perfil popular, ampliamos 1, e encerramos 4 lojas deficitárias.

Nosso ritmo de expansão está mais acelerado do que havíamos inicialmente previsto. Das 30 lojas que nos comprometemos a abrir em 2021, já temos contrato de aluguel negociado e firmado para mais de 80% do *guidance*.

Quantidade de Lojas

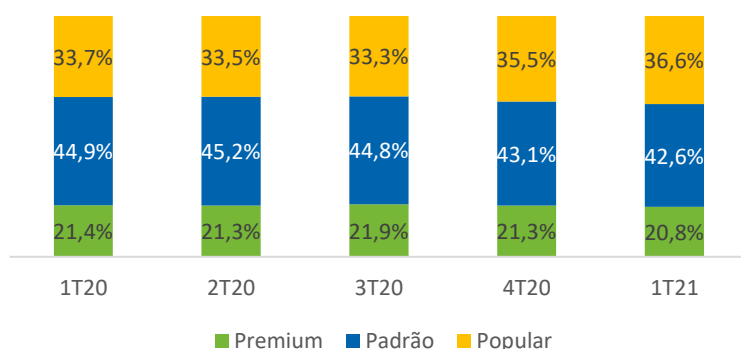


Distribuição Etária do Portfólio de Lojas



Com o avanço do nosso plano de expansão, o 1T21 já passou a apresentar um total de 17,9% de lojas em processo de maturação, o que representa um potencial de incremento de vendas que se pode esperar no futuro.

Composição da Rede por Perfil



Presença Geográfica





Nossa expansão tem foco no nosso modelo popular, o qual se mostra mais rentável e com maior potencial de crescimento nas regiões onde atuamos. Dessa forma, finalizamos 1T21 com 36,6% do nosso portfólio de lojas composto pelo modelo popular, o que representou um aumento de 2,9 p.p. de participação desse modelo na nossa Rede vs 1T20. Estamos geograficamente presentes no Centro-Oeste e no estado do Rio de Janeiro.

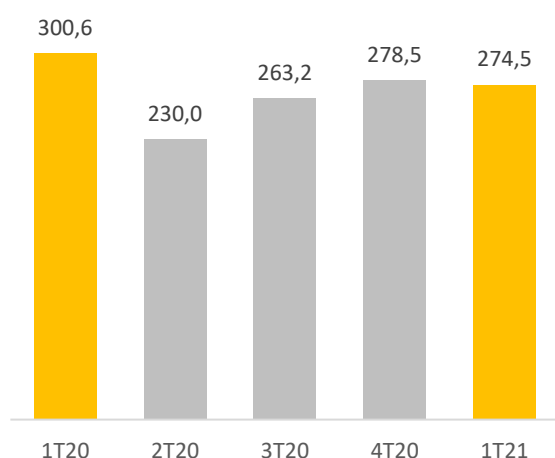
Receita Bruta

No 1T21, o total da Receita Bruta foi de R\$ 274,5 milhões, o que representou uma involução de 8,7% ou R\$26,1 milhões vs. 1T20, dos quais R\$8,6 milhões concentrados em lojas de shopping.

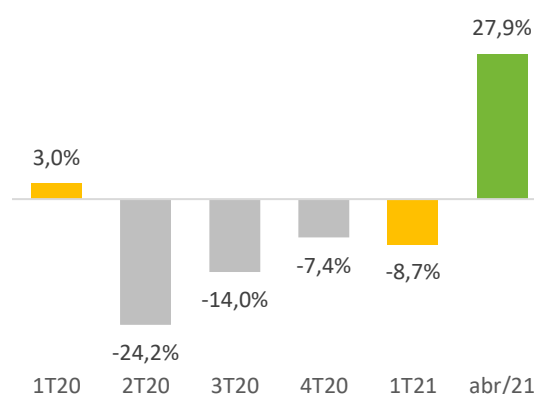
As vendas do 1T21 foram impactadas negativamente por conta de um efeito calendário, dado que o 1T21 teve 1 dia a menos que o 1T20, e devido às restrições de funcionamento dos shoppings nas regiões onde atuamos. Estimamos que esses efeitos combinados foram responsáveis por 4,2 p.p da involução de vendas observada no período.

Na comparação entre 1T21 e 1T20, destacam-se as categorias de não medicamento e medicamento genérico, que cresceram 1,1 p.p e 0,4 p.p, respectivamente, enquanto a categoria de OTC manteve-se estável e os medicamentos de marca sofreram uma queda de representatividade de 1,6 p.p.

Receita Bruta (R\$ milhões)

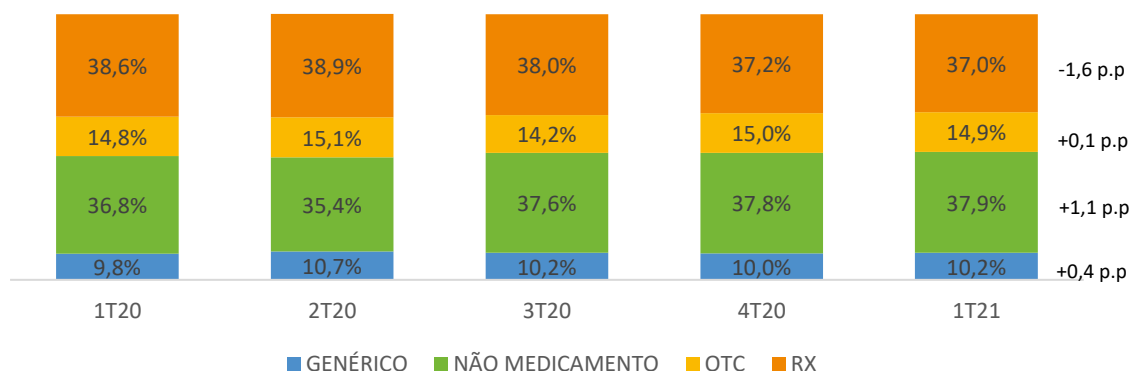


Variação da Venda Consolidada



*A comparação de abril/21 leva em consideração informações preliminares, não auditadas ou revisadas pelos auditores independentes.

Mix de Vendas





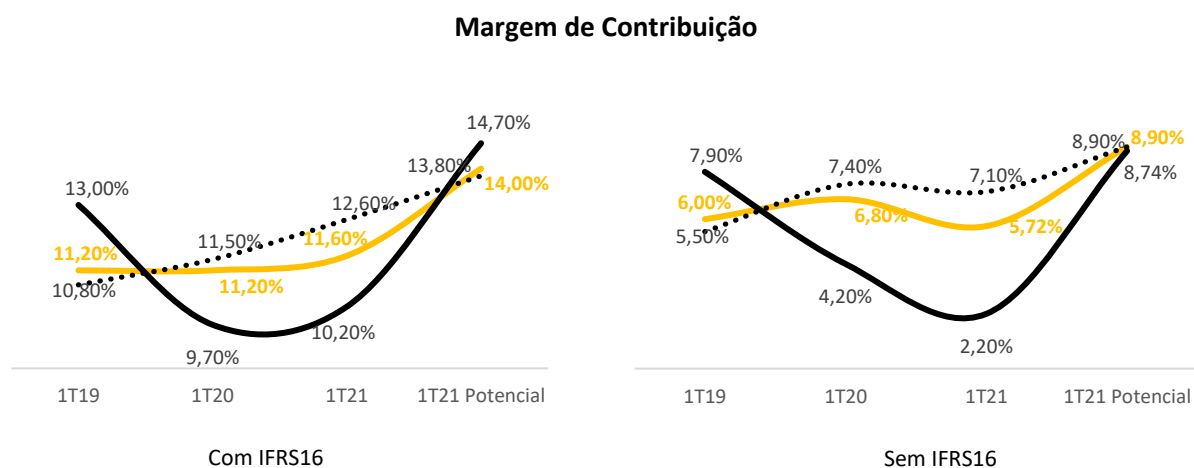
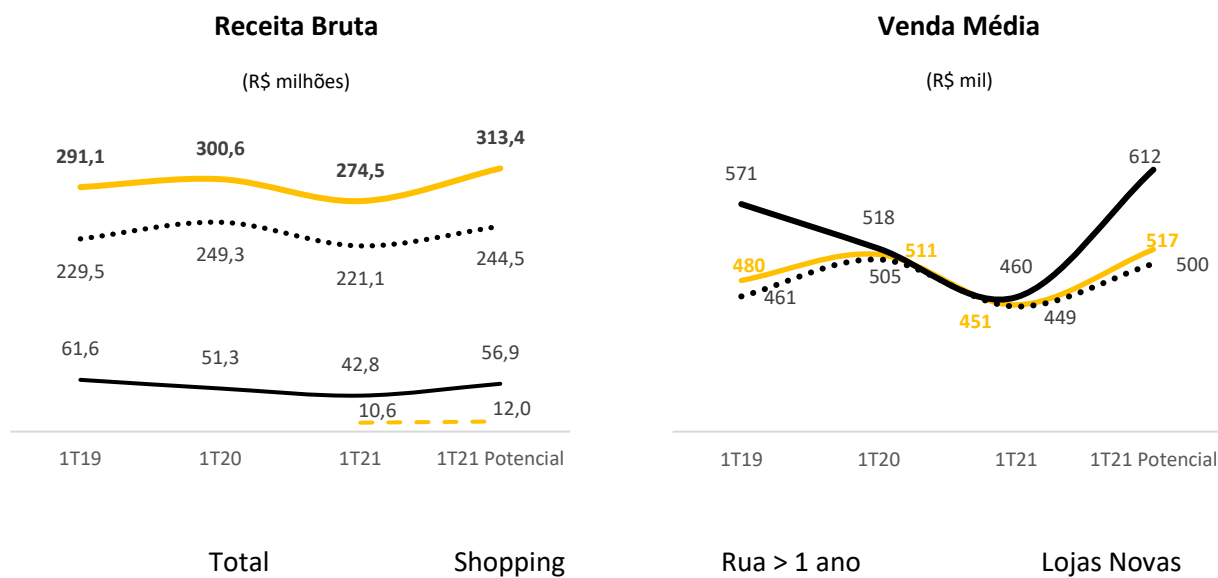
Potencial de Venda

Tendo em vista que as vendas do 1T20 foram favoravelmente impactadas pela pandemia, quando num primeiro momento houve uma corrida do consumidor às nossas farmácias, nos parece importante trazer um comparativo de evolução desse indicador que retroaja até 1T19.

Ao compararmos 1T21 vs 1T19, podemos notar que a venda de lojas de rua aumentou R\$2,2milhões e alcançou R\$231,7 milhões no 1T21, enquanto a venda das lojas de shopping caiu R\$ 18,8 milhões. Em comparativo de igual período, se pode notar que a venda média das lojas de shopping sofreu uma redução de R\$ 111 mil/mês, envolvendo para uma venda média de R\$ 460 mil/mês.

Nós acreditamos que esse fenômeno está intimamente ligado a menor circulação de consumidores em shoppings e que com o avanço da vacinação, o público voltará a frequentá-los. Pensando nisso, criamos uma simulação de venda potencial, o qual considera: (i) nossas lojas de shopping entregando 90% da performance de vendas do 1T19; e (ii) nossas lojas de rua retornando ao patamar de vendas médias mensais de R\$500 mil.

Como consequência, tendo em vista o portfólio atual de lojas, o total de vendas demonstra potencial para alcançar R\$ 313,4 milhões de receita bruta em um primeiro trimestre.

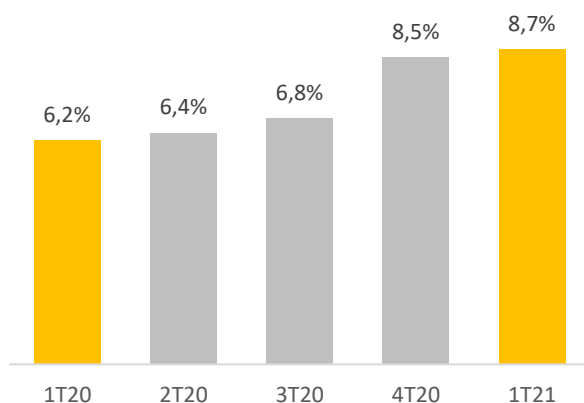




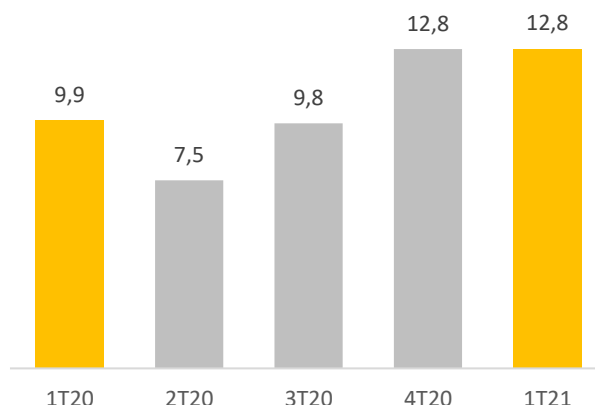
Marcas Exclusivas

Marcas exclusivas representaram 8,7% do autosserviço no 1T21, um aumento de 2,5 p.p vs 1T20 e um crescimento de vendas de 29% em comparação com o mesmo período do ano anterior. Atualmente, contamos com 227 SKUs, dos quais 6 foram lançados este trimestre.

Marcas Exclusivas no Autosserviço (%)



Vendas Marcas Exclusivas (R\$ milhões)



GOnutri dobra a venda no YOY. Os lançamentos do trimestre anterior lideraram suas categorias e representaram 32% da venda da marca. No 1T21 lançamos três novas vitaminas. As estratégias de engajamento do time de loja e exposição massiva em itens estratégicos resultaram em aumento expressivo de vendas.



O Pack Solar N°21 foi o item mais vendido da categoria no trimestre, representando 11% da venda de Protetor Solar. A marca N°21 é a 2ª da categoria, com 24% de participação. O Reposicionamento da Água Micelar N°21, em março/21, já trouxe um aumento de 180% nas vendas do trimestre na categoria e marcando o lançamento da nova linha de *Skin Care* N°21 que teve mais 13 produtos aprovados para lançamento no 1º tri.

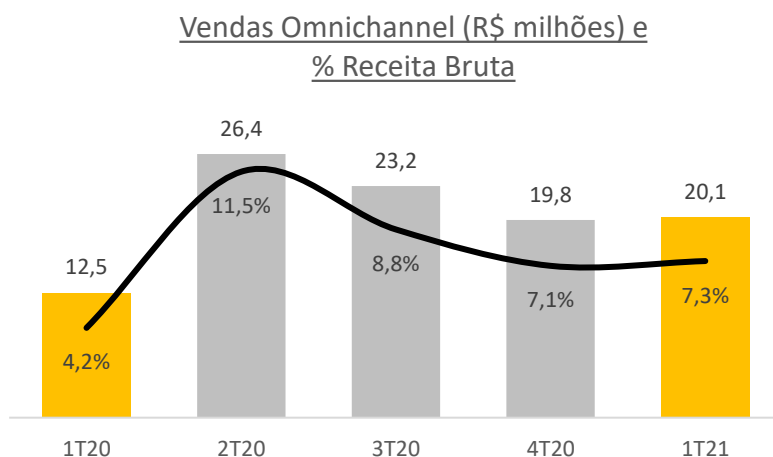


Consolidação nas vendas dos lançamentos de 2020, representando 27% da venda de Bem Básico, esses lançamentos foram focados em produtos massivos. Forte presença de produtos ligados ao combate a pandemia do COVID-19.



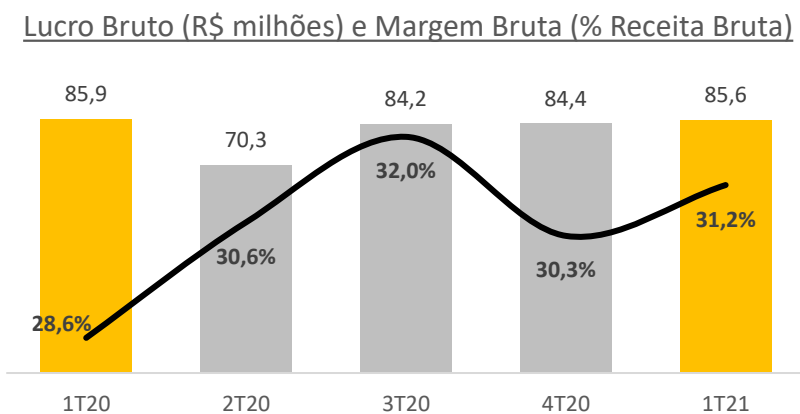
Vendas Omnichannel

Durante o 1T21, nossas vendas *omnichannel* alcançaram R\$20,1 milhões e representaram 7,3% das nossas vendas, o que representa um aumento de 60,8% ou 3,1 p.p. em relação ao 1T20.



Lucro Bruto

No primeiro trimestre de 2021, o Lucro Bruto totalizou R\$ 85,6 milhões, com uma Margem Bruta de 31,2%, o que significou uma melhora de 2,6p.p. vs. o mesmo período do ano passado. Trata-se do quarto trimestre consecutivo de manutenção de margem bruta acima de 30%, e isso é fruto de novas estratégias de precificação, reestruturação da área comercial, mix de produtos mais favorável e incremento das vendas de Marcas Exclusivas.

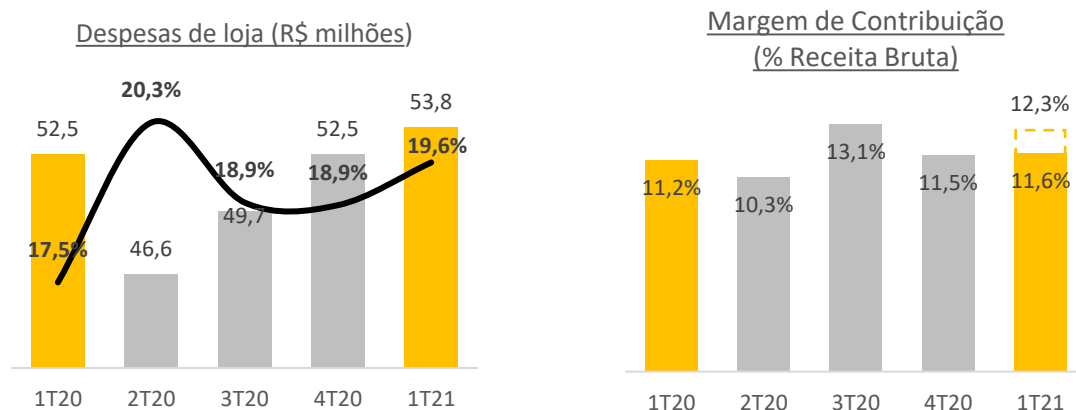




Despesas de Loja

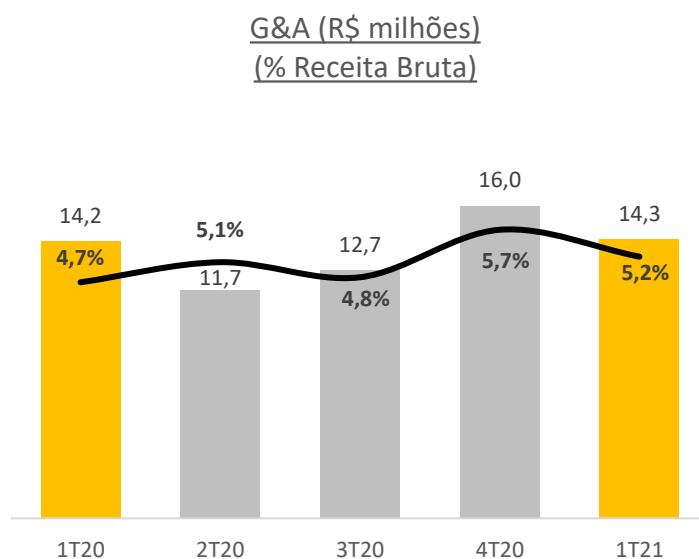
Fechamos o 1T21 com uma Despesa Total de Lojas de R\$ 53,8 milhões frente a uma Despesa Total de Lojas do 1T20 de R\$52,5 milhões, o que equivale a um aumento de 2,5%. Terminamos o trimestre com 202 lojas, o que representa um incremento de 3% no número de lojas. Assim, podemos concluir que a despesa média mensal com lojas caiu de R\$89,2mil em 1T20 para R\$88,7 mil em 1T21.

Adicionalmente, vale mencionar que nossas lojas novas incorrem em algumas despesas como: pessoal, aluguel, condomínio e energia, antes de começarem a funcionar, ou seja, antes mesmo de realizar a primeira venda. No 1T21, essas despesas totalizaram R\$ 1,1 milhão, ou 0,4% da receita bruta. No mesmo período, realizamos uma readequação do número de colaboradores por loja, o que culminou com total de rescisão no valor de R\$ 0,9 milhão, ou 0,3% da receita bruta. Caso expurgássemos esses efeitos, de forma a medir a real performance das lojas em funcionamento, nossa Margem de Contribuição do período seria de 12,3%.



Despesas Gerais e Administrativas

As Despesas Corporativas somaram R\$ 14,3 milhões, relativamente em linha em relação ao ano anterior em função da queda de vendas. O baixo incremento se deve à melhoria na produtividade da área corporativa e redução de despesas em geral que se intensificaram desde o início da pandemia e podem ser observadas a partir do 2T20.





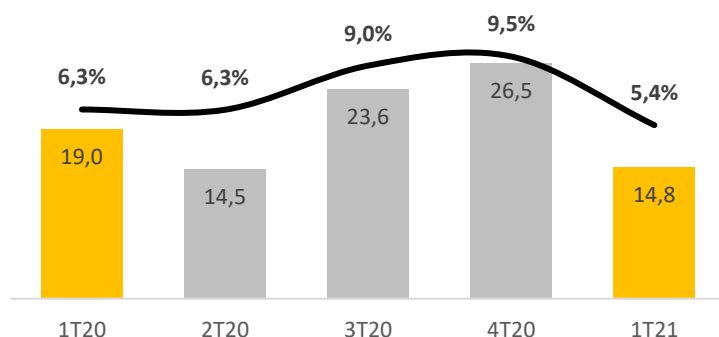
Outras Receitas e Despesas

Ainda durante o 1T21, tivemos o reconhecimento de Outras Receitas e Despesas que totalizaram R\$ 2,7 milhões, as quais se referem principalmente à contratação de consultoria para projetos estratégicos e provisão para contingências.

Ebitda

Dado o exposto, finalizamos o 1T21 com um Ebitda de R\$ 14,8 milhões e uma Margem Ebitda de 5,4%, o que é 0,9 p.p inferior ao mesmo período ao ano de 2020.

Ebitda (R\$ milhões) e
Margem Ebitda (% Receita Bruta)



EBITDA Ajustado	1T21	%
EBITDA	14,8	5,4%
Despesas Pré Operacionais	1,1	0,4%
Despesas Rescisões	0,9	0,3%
EBITDA Ajustado	16,8	6,1%
(R\$ milhões)		

Consideramos no EBITDA Ajustado R\$ 2,0 milhões de reais em despesas não-recorrentes que levam a Margem EBITDA a 6,1%, em linha com o primeiro trimestre de 2020.

R\$ milhões	1T20	1T21	Δ 1T21/1T20
Lucro (Prejuízo) Líquido	-6,2	-8,5	37%
IR / CS	2,5	2,4	-4%
Resultado Financeiro	-9,0	-4,6	-49%
Depreciação e Amortização	-18,7	-21,0	12%
Ebitda	19,0	14,8	-22%
Margem Ebitda (% receita bruta)	6,3%	5,4%	-0,9 p.p.

Resultado Financeiro, Depreciação e Imposto de Renda

As Despesas de Depreciação totalizaram R\$ 21,0 milhões no 1T21, equivalente a 7,7% da Receita Bruta, e seu incremento está relacionado com o crescente investimento em abertura e ampliação de nossas lojas.

O Resultado Financeiro foi de R\$ 4,6 milhões negativo no 1T21, o que representa uma redução de 49% vs 1T20, e isso se deve à redução da dívida da companhia, à menor taxa básica de juros e à remuneração da aplicação do saldo de caixa disponível.

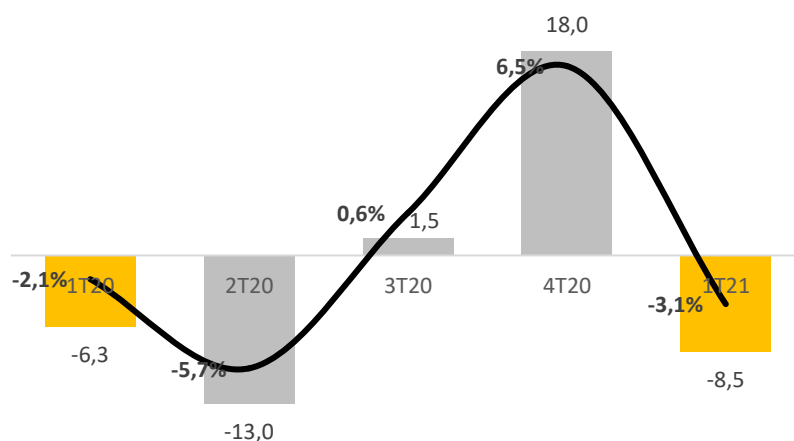
Com relação ao Imposto de Renda, registramos uma receita de R\$ 2,4 milhões no 1T21, em linha com o mesmo período do ano anterior.



Lucro Líquido

No primeiro trimestre de 2021, tivemos um Prejuízo Líquido de R\$ 8,5 milhões e uma Margem Líquida de -3,1%, o que representou uma queda de R\$2,2 milhões e 1,0 p.p. respectivamente quando comparado ao 1T20.

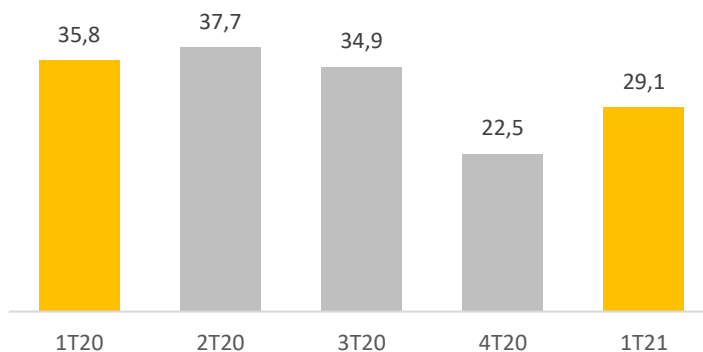
Lucro Líquido (R\$ milhões) e
Margem Líquida (% Receita Bruta)



Ciclo de Caixa

Nosso Ciclo de Caixa no 1T21 foi de 29,1 dias, influenciado especialmente pelo aumento do número de dias de estoque, o qual foi parcialmente compensado com o aumento do número de dias de fornecedores, quando comparado ao 4T20. Ambos movimentos se devem a aberturas de lojas do nosso plano de expansão.

Ciclo de Caixa (dias)



	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21
Dias de Contas a Receber (1)*	24,0	23,7	23,8	23,1	25,2
Dias de Estoque (2)	61,7	77,0	65,4	62,4	72,6
Dias de Fornecedores (3)	49,9	63,0	54,3	63,0	68,7
Ciclo de Caixa	35,8	37,7	34,9	22,5	29,1

*Desconsiderando antecipação de recebíveis, a qual foi realizada nos 3 primeiros trimestres de 2020.



Fluxo de Caixa

No primeiro trimestre de 2021, obtivemos um Fluxo de Caixa Livre negativo de R\$ 33,3 milhões. O total dos recursos das operações gerado no período foi de R\$ 3,4 milhões negativo, como consequência do impacto das restrições de circulação dos consumidores na performance de nossas lojas. Adicionalmente, impactaram o demonstrativo de caixa do 1T21: (i) o Caixa Operacional, em razão do ressuprimento de estoque em nossas lojas, abastecimento das lojas novas, incremento de pagamentos através de cartão de crédito, antecipação de IPTU, pagamento de acordos trabalhistas e recebimento do Convênio Farmácia Popular, e (ii) o maior investimento em abertura, ampliação e reforma de lojas que totalizaram R\$ 11,0 milhões.

R\$ milhões	1T20	1T21	Δ 1T21/1T20
EBIT	0,3	-6,3	-2228%
Depreciação e Amortização	18,7	20,9	12%
Pagamento de Arrendamento direito de uso	-14,5	-17,0	17%
Outros Ajustes	-4,3	-1,0	-78%
Recursos das Operações	0,2	-3,4	-1943%
Ciclo de Caixa	-23,4	-15,0	-36%
Outros Ativos (Passivos)	-5,7	-3,9	-32%
Fluxo de Caixa Operacional	-28,8	-22,2	-23%
Investimentos	-5,7	-11,0	94%
Fluxo de Caixa Livre	-34,5	-33,3	-4%
Resultado financeiro	-5,5	-0,1	-99%
Aporte Financeiro	0,0	0,0	0%
Fluxo de Caixa Total	-40,1	-33,3	-17%

Endividamento

Seguimos com a nosso compromisso, assumido no IPO, de reduzir a dívida da Companhia, e como resultado pagamos R\$ 23 milhões durante o 1T21. Dessa forma, terminamos o trimestre com R\$ 83,0 milhões de Dívida Bruta e R\$ 150 milhões em caixa, o que nos leva a uma posição de Caixa Líquido de R\$ 67,1 milhões.

R\$ milhões	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21
Dívida de curto prazo*	-183,5	-219,9	-126,6	-67,3	-56,1
Dívida de longo prazo*	-81,3	-62,2	-48,5	-38,8	-26,9
Dívida Bruta*	-264,8	-282,1	-175,0	-106,0	-83,0
Caixa e equivalentes de caixa	59,8	79,1	317,6	206,5	150,2
Caixa Líquido/ Dívida Líquida*	-205,0	-203,0	142,5	100,5	67,1

*Incluindo instrumentos financeiros.

ESG



DMVF
B3 LISTED NM

Nossa Companhia tem compromissos estruturados aliados a iniciativas de impacto social positivo e governança corporativa de alto nível. Pensando em incorporar os princípios de ESG, cada vez mais, ao nosso modelo de negócio, criamos um Comitê dedicado ao tema.



Selo Fundação ABRINQ

Em 2021, fomos reconhecidos como Empresa Amiga da Criança. Com este reconhecimento, a empresa reitera seu compromisso com a causa da infância junto à sociedade, através de projetos que visam prevenir e combater o trabalho infantil, e de realizar ações de responsabilidade social corporativa, em benefício de crianças e adolescentes.



Parceria UNICEF

O Grupo Profarma em parceria com UNICEF arrecadou, até o 1T21, mais de R\$2,3 milhões.



Campanha do Leite

Nossa tradicional campanha do leite arrecadou, este ano, mais de 2,6 toneladas de leite em pó que irão assistir à 30 instituições em todo o Brasil.



Projeto N°21

Em março foi iniciado um curso de empoderamento feminino para diversas mães de instituições assistidas pelo Instituto Profarma. Todas receberão capacitação técnica, e o Instituto Profarma auxiliará na nutrição da família de cada aluna fornecendo um auxílio-alimentação. Nosso objetivo ao final do curso é despertar mais consciência coletiva, fortalecendo cada vez mais a equidade de gêneros. Esse projeto está sendo executado em parceria com nossa marca exclusiva N°21 e com a Drogasil.

DMVF
B3 LISTED NM

IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3



R\$milhões	Pós IFRS		Pré IFRS	
	1T20	1T21	1T20	1T21
DRE				
Receita Bruta	300,6	274,5	300,6	274,5
RX	116,1	101,6	116,1	101,6
HB	110,7	104,0	110,7	104,0
OTC	44,4	40,9	44,4	40,9
Genérico	29,4	28,0	29,4	28,0
Receita operacional líquida	282,8	256,3	282,8	256,3
Custos do produtos vendidos	-	-	-	-
	-196,9	170,6	196,9	170,6
Lucro Bruto	85,9	85,6	85,9	85,6
Margem Bruta (Receita Líquida)	30,4%	33,4%	30,4%	33,4%
Margem Bruta (Receita Bruta)	28,6%	31,2%	28,6%	31,2%
Despesas Operacionais	-85,7	-91,9	-87,4	-94,7
Despesas Gerais e administrativas	-7,2	-10,4	-7,2	-10,6
Despesas Comerciais e marketing	-59,5	-60,5	-74,3	-77,2
Despesas Logística e distribuição	-0,7	-0,8	-0,7	-1,1
Despesas de Depreciação e Amortização	-18,7	-21,0	-5,7	-5,9
Provisão p/ Perda Crédito Esperado	0,0	0,0	0,0	0,0
Outras receitas/despesas operacionais	0,4	0,9	0,4	0,2
Resultado antes do Resultado Financeiro	0,3	-6,3	-1,5	-9,1
Resultado Financeiro	-9,1	-4,6	-5,7	-0,5
Receitas financeiras	0,2	1,0	0,2	1,0
Despesas financeiras	-9,2	-5,6	-5,9	-1,5
Resultado antes dos Impostos	-8,8	-10,9	-7,2	-9,6
Imposto de Renda e Contribuição Social	2,5	2,4	2,0	2,0
Lucro/Prejuízo do Período	-6,3	-8,5	-5,2	-7,6
Margem Bruta (Receita Bruta)	-2,1%	-3,1%	-1,7%	-2,8%
EBITDA	19,0	14,8	4,2	-3,2
Margem Ebitda (Receita Bruta)	6,3%	5,4%	1,4%	-1,2%



R\$mil	Pós IFRS		Pré IFRS	
	1T20	1T21	1T20	1T21
BALANÇO PATRIMONIAL				
Caixa e equivalentes de caixa	59.767	150.184	59.767	150.184
Instrumentos financeiros	35.075	18.905	35.075	18.905
Contas a Receber	25.462	76.709	25.462	76.709
Estoques	142.135	150.290	142.135	150.290
Impostos a recuperar	35.341	38.290	35.341	38.290
Adiantamentos	3.815	2.473	3.815	2.473
Outras contas a receber	19.837	17.548	19.837	17.548
Total do Ativo Circulante	321.432	454.399	321.432	454.399
Depósitos Judiciais	7.281	5.353	7.281	5.353
Instrumentos financeiros	19.094	7.837	19.094	7.837
IR e CSLL diferidos	32.369	65.109	20.561	52.928
Impostos a recuperar	3.232	23.039	3.232	23.039
Outros contas a receber	525	525	525	525
Imobilizado	192.846	271.839	56.002	77.562
Intangível	621.198	612.696	621.198	612.696
Total do Ativo Não Circulante	876.545	986.398	727.893	779.940
Total do Ativo	1.197.977	1.440.797	1.049.325	1.234.339
Fornecedores	115.303	142.054	115.303	142.054
Empréstimos e financiamentos	218.555	74.981	218.555	74.981
Instrumentos financeiros		0	0	0
Salários e contribuições sociais	26.663	24.356	26.663	24.356
Impostos e taxas	9.250	9.028	9.250	9.028
Arrendamento a Pagar	45.617	56.238	0	0
Outros	5.076	10.534	5.076	10.534
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	4.199	4.058	4.199	4.058
Total do Passivo Circulante	424.663	321.249	379.046	265.011
Empréstimos e financiamentos	100.424	34.797	100.424	34.797
Instrumentos financeiros		0	0	0
Impostos e taxas	11.367	8.007	11.367	8.007
Impostos diferidos	14.462	27.572	14.462	27.572
Provisão para Contingências	48.567	39.184	48.567	39.184
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	11.000	7.000	11.000	7.000
Arrendamento a pagar	127.739	175.293	0	0
Total do Passivo Não Circulante	313.559	291.853	185.820	116.560
Capital social	634.017	1.004.004	634.017	1.004.004
Reserva de Lucros a Realizar			0	
Prejuízos acumulados	-174.262	-176.309	-149.558	-151.236
Total do Patrimônio Líquido	459.755	827.695	484.459	852.768
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.197.977	1.440.797	1.049.325	1.234.339

DMVF

B3 LISTED NM

IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3



R\$milhões	Pós IFRS		Pré IFRS	
	1T20	1T21	1T20 0	1T21 0
FLUXO DE CAIXA - método indireto				
Fluxos de caixa de atividades operacionais				
Lucro (Prejuízo) antes dos Impostos	- 8.777	- 10.869	- 7.887	- 9.559
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
	20.483	25.203	4.398	6.882
Depreciação e amortização	5.651	5.943	5.652	5.943
Depreciação direito de uso imóveis	13.075	15.100	0	0
Provisão / Reversão para contingência	- 6.870	- 2.692	- 6.870	- 2.692
Juros de empréstimos provisionados	3.583	371	3.583	371
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	57	44	57	44
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	305	10	305	10
Baixa por Empairment	-	-	-	-
Redução de Contas a pagar Aquisição	-	-	-	-
Encargos financeiros direto de uso	3.359	4.139	-	0
Outros	1.323	2.288	1.671	3.206
Redução (aumento) nos ativos	-29.586	- 25.707	-29.586	- 25.707
Contas a receber	-12.461	- 5.363	-12.461	- 5.363
Estoques	-12.687	- 18.495	-12.687	- 18.495
Impostos a recuperar	- 543	- 1.019	- 543	- 1.019
Outros	- 3.895	- 830	- 3.895	- 830
Aumento (redução) nos passivos	1.791	6.779	1.791	6.779
Fornecedores	1.769	8.883	1.769	8.883
Salários e contribuições	4.261	- 572	4.261	- 572
Impostos a recolher	- 3.627	- 1.201	- 3.627	- 1.201
Outros	- 612	- 331	- 612	- 331
Caixa líquido gerado pelas (aplicados nas) atividades operacionais	-16.089	- 4.594	-31.284	- 21.605
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Aumento de investimento	-	-	-	-
Pagamento de aquisições	-	1.000	-	1.000
Adições ao imobilizado	- 3.585	- 9.360	- 3.585	- 9.360
Adições ao Intangível	- 1.122	- 680	- 1.122	- 680
Baixas de imobilizado	6	-	6	-
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	- 4.701	- 11.040	- 4.701	- 11.040
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Aumento de capital / adiantamento para futuro aumento de capital	-	-	-	-
Obtenção de empréstimos e financiamentos - Principal	89.318	-	89.318	-
Pagamento de empréstimos e financiamentos - Amortização	-40.646	- 21.511	-40.646	- 21.511
Pagamento de empréstimos e financiamentos - Juros	- 2.086	- 2.151	- 2.086	- 2.151
Pagamento de Arrendamento direito de uso	-15.195	- 17.011	-	-
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	31.391	- 40.673	46.586	- 23.662
Aumento líquido no caixa e equivalentes de caixa	10.601	- 56.307	10.601	- 56.307
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	49.166	206.491	49.166	206.491
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	59.767	150.184	59.767	150.184



WEBCAST

Quinta-feira, 13 de maio de 2021.

11h (Brasil) | 10 a.m (NY)

Inscrição via Zoom [Clique aqui](#)

CONTATOS DE RI

Max Fischer

Daniel Uderman

varejo farma
d1000

DROGASMIL FARMALIFE TAMOIO ROSÁRIO

DMVF

B3 LISTED NM

IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3

EARNINGS RELEASE

1Q21



DMVF
B3 LISTED NM

IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3

EARNINGS RELEASE 1Q21



DMVF
B3 LISTED NM

Rio de Janeiro, May 12, 2021 - d1000 varejo farma S.A. ("d1000" or "Company", B3: DMVF3), a drugstore chain formed by the Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio and Drogaria Rosário brands, announces the earnings for the first quarter of 2021 (1Q21). The Company's financial statements are prepared in Brazilian currency (Brazilian reais - R\$), in compliance with the Brazilian Corporate Law, 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.

The comparisons of results refer to the first quarter of 2020 (1Q20). Since January 2019, the Company's Financial Statements have been prepared in compliance with IFRS 16 and all the Company's figures expressed herein follow this standard. Pre-IFRS 16 data can be found in Annex.

1Q21 HIGHLIGHTS

- **Gross Revenues:** R\$ 274.5 million, 8.7% decline or R\$26.1 million vs. 1Q20, of which R\$ 8.6 milhões related to mall stores.
- **Gross Margin:** 31.2%, 2.6 p.p. higher vs. 1Q20.
- **Ebitda** at R\$ 14.8 million, with 5.4% EBITDA margin, a 0.9 p.p. decrease vs. 1Q20.
- **Net Loss** at R\$ 8.5 million, vs. R\$ 6.3 million Net loss in 1Q20.
- **Free cash flow** negative balance of R\$ 33.3 million.
- **202 stores** in operation, being 9 openings, 4 closures and 1 expansion in 1Q21.

	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21
Financial Data (R\$ Million)					
Gross Revenues	300.6	230.0	263.2	278.5	274.5
Gross Profit	85.9	70.3	84.2	84.4	85.6
Gross Margin (Gross Revenue)	28.6%	30.6%	32.0%	30.3%	31.2%
Ebitda (1)	19.0	14.5	23.6	26.5	14.8
Ebitda Margin (% Gross Revenue)	6.3%	6.3%	9.0%	9.5%	5.4%
Net Income	-6.3	-13.0	1.5	18.0	-8.5
Net Margin (% Gross Revenue)	-2.1%	-5.7%	0.6%	6.5%	-3.1%
Free Cash Flow	-34.5	8.1	-20.1	-41.9	-33.3
Operating Data					
# Stores	196	188	192	197	202

(1) Ebitda - Net income (loss) plus income tax and social contribution, net financial result, depreciation and amortization.

Webcast: Thursday, May 13, at 11 am (Brazil).
Access via Zoom [click here](#)

DMVF
B3 LISTED NM

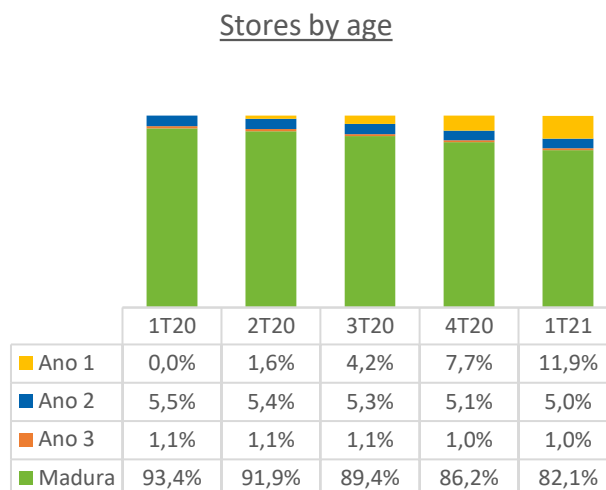
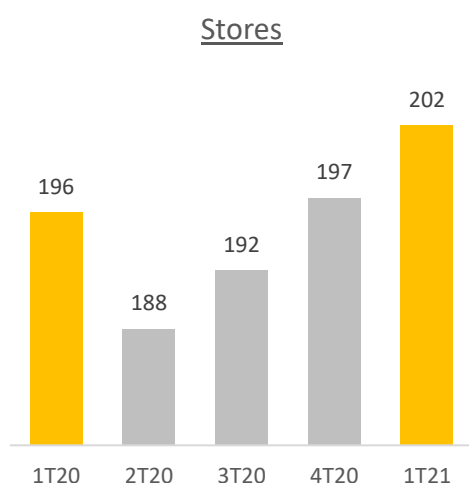
IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3



Our Stores

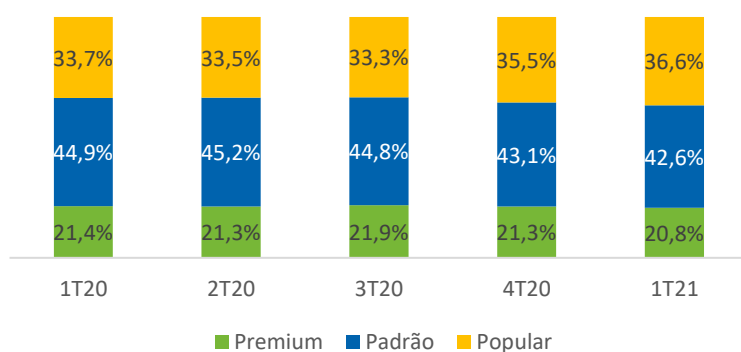
As of March 31, 2021, we had 202 stores in operation, 5 more than in the previous quarter. It is worth noting that during 1Q21 we opened 9 new stores, mainly with a popular profile, expanded 1, and closed 4 loss-making stores.

Our pace of expansion is faster than we had initially anticipated. Of the 30 stores that we undertook to open in 2021, we already have a negotiated and signed rental agreement for over 80% of the guidance.



With the progress of our expansion plan, 1Q21 now has a total of 17.9% of stores in the maturation process, representing a potential for sales growth that can be expected for the future.

Composição da Rede por Perfil



Geographic Footprint



Our expansion is focused on our popular model, which proves to be more profitable and with higher growth potential in the regions where we operate. As a result, we ended 1Q21 with 36.6% of our store portfolio made up by popular model, which represented an increase of 2.9 p.p. in the share of this model in our network vs. 1Q20. Our geographic footprint covers the Midwest region and the state of Rio de Janeiro.



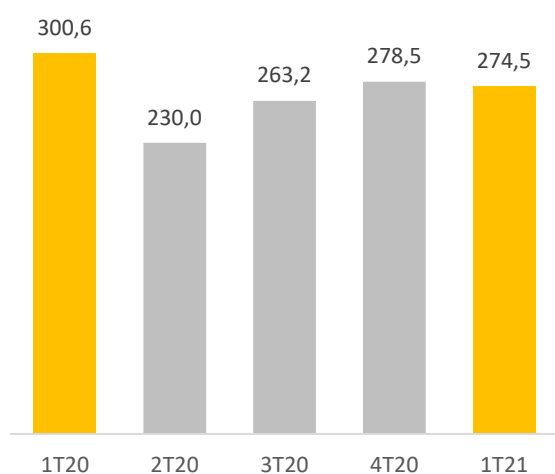
Gross Revenues

No 1Q21, total Gross Revenue amounted to R\$ 274.5 million, representing a decline of 8.7% or R\$ 26.1 million vs. 1Q20, of which R\$ 8.6 million in shopping mall stores.

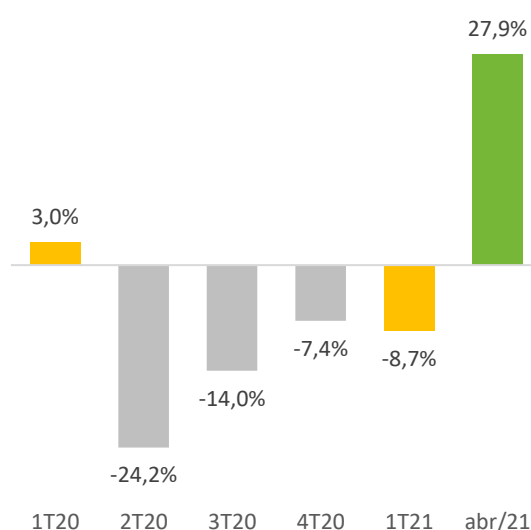
Sales in 1Q21 were negatively impacted due to a calendar effect, since 1Q21 had 1 day less than 1Q20, and due to restrictions to shopping mall operation in the regions where we operate. We estimate that these combined effects accounted for 2.4 p.p. of the sales decline recorded in the period.

When comparing 1Q21 and 1Q20, non-drugs and generic drugs categories stand out, with 1.1 p.p. and 0.4 p.p. growth, respectively, while the OTC category remained flat and branded drugs suffered a drop in representativeness of 1.6 p.p.

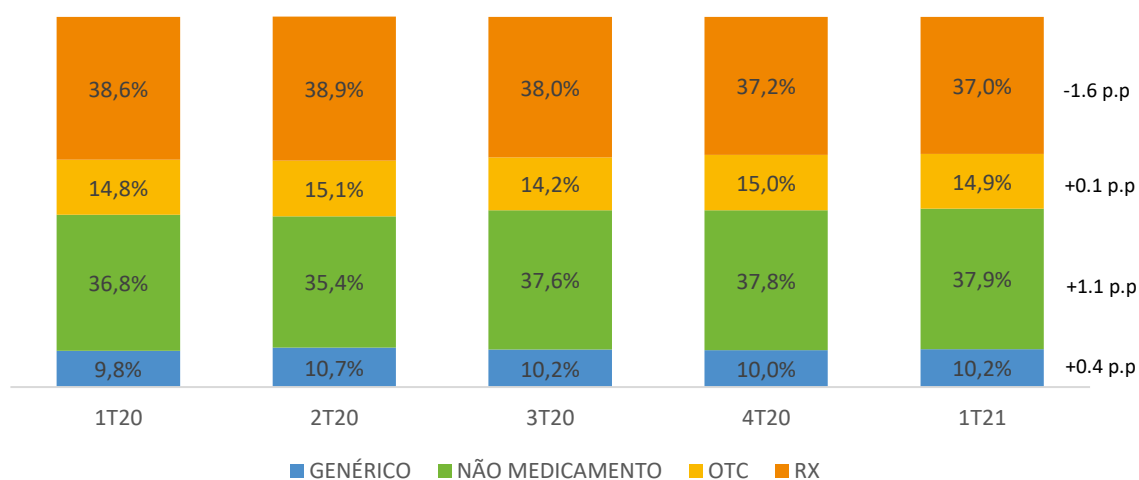
Gross Revenue (R\$ million)



Sales Variation



Sales per Category





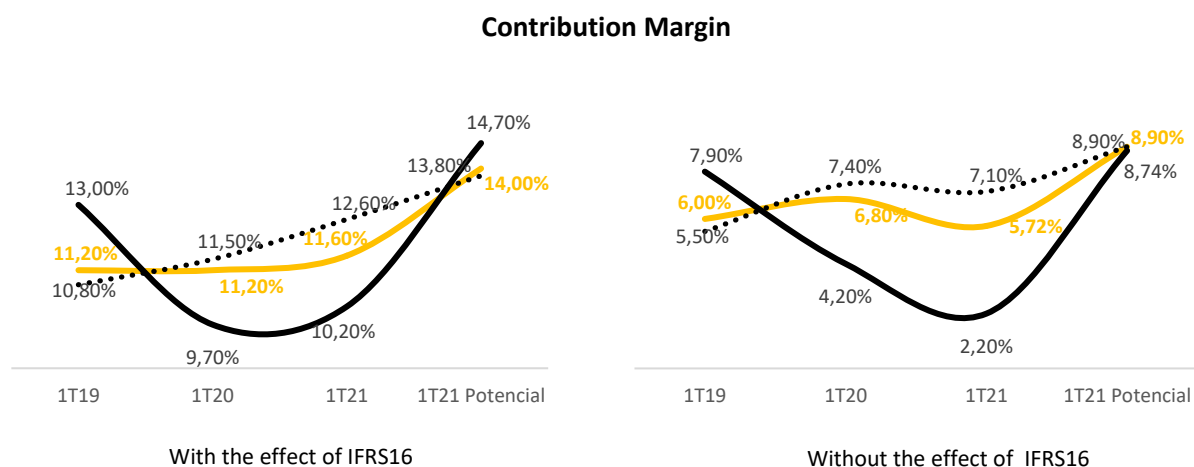
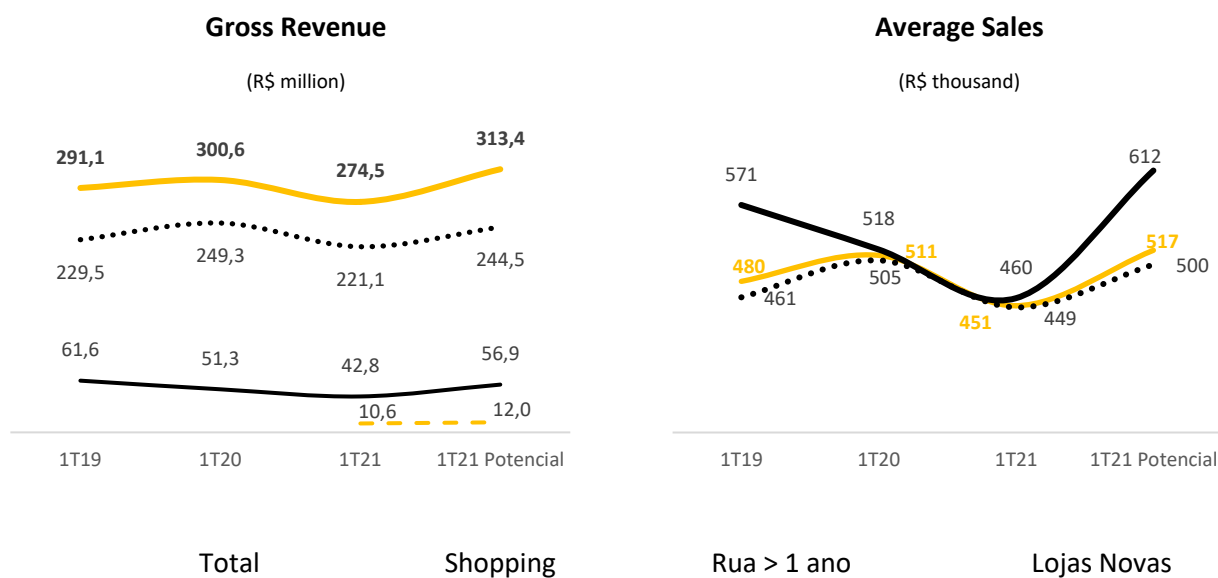
Sales Potential

Bearing in mind that sales in 1Q20 were favorably impacted by the pandemic, when we experienced a consumer rush to our stores, we believe that it is important to bring a comparison of the evolution of this indicator going back to 1Q19.

When comparing 1Q21 vs 1Q19, we can see that the sale of street stores increased R\$ 2.2 million and reached R\$ 231.7 million in 1Q21, while the sale of mall stores fell R\$ 18.8 million. In a comparison of the same period, it can be noted that the average sale in mall stores recorded R\$ 111 thousand/month reduction, falling to an average sale of R\$ 460 thousand/month.

We believe that this phenomenon is closely linked to the lower traffic of consumers in shopping malls and that, with the progress of vaccination, the consumer public will return to them. With this in mind, we created the potential sales indicator, which considers: (i) Our mall stores delivering 90% of the sales performance experienced in 2019; and (ii) our street stores returning to the level of average monthly sales of R\$ 500 thousand.

Accordingly, considering the current store portfolio, total sales show the potential to reach R\$ 313.4 million in gross revenue in a quarter.

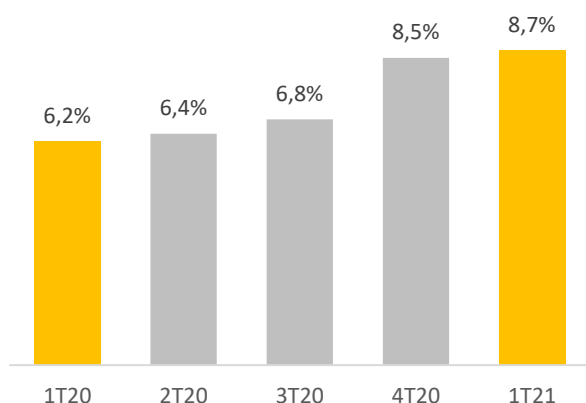




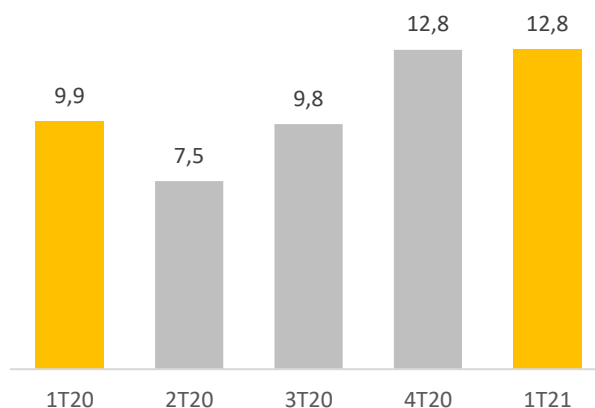
Exclusive Brands

Exclusive brands accounted for 8.7% of self-service in 1Q21, up 29% or 2.5 p.p. versus the same period last year. We currently have 227 SKUs, of which 6 were launched this quarter.

Marcas Exclusivas no Autoserviço (%)



Vendas Marcas Exclusivas (R\$ milhões)



GOnutri doubles YOY sales. Launches of the previous quarter led its categories and accounted for 32% of the brand sale. In 1Q21, we launched three new vitamins. The store team's engagement strategies and massive exposure to strategic items resulted in a significant increase in sales.



Solar Pack Nº21 was the best-selling item in the category in the quarter, representing 11% of the sale of Sunscreen. Nº21 brand is the 2nd in the category, with a 24% share. The Repositioning of Micellar Water Nº21, in March/21, has already brought an increase of 180% in the quarterly sales in the category and marking the launch of the new line of Skin Care Nº21, which had 13 more products approved for launch in the 1st quarter.

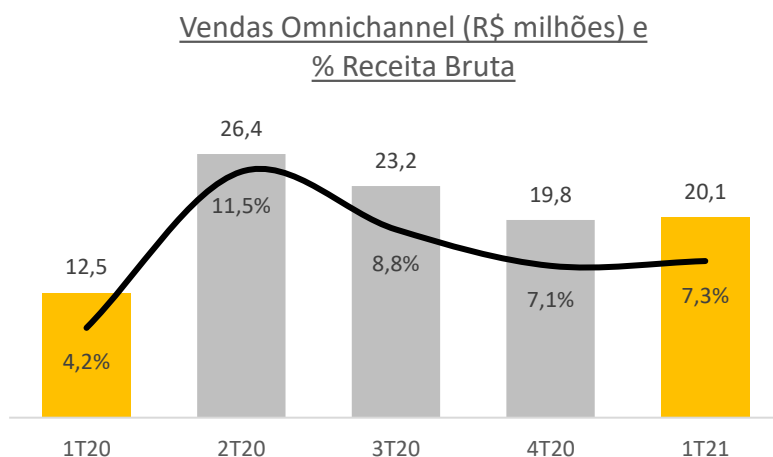


Consolidation in sales of 2020 launches, representing 27% of Bem Básico sale, where these launches were focused on massive products. Strong presence of products related to fighting COVID-19 pandemic.



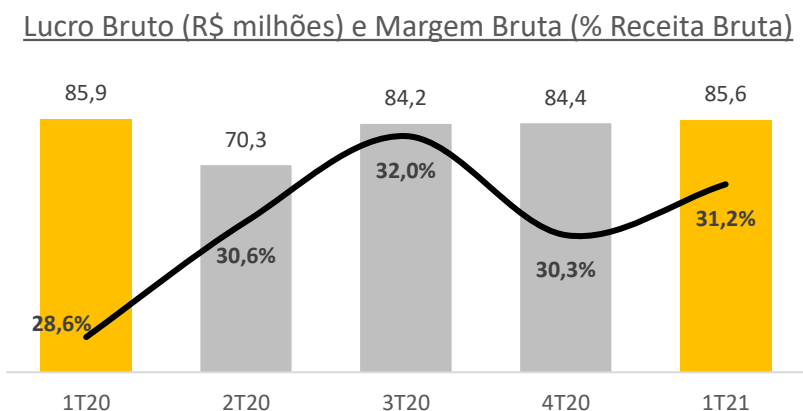
Omnichannel Sales

During 1Q21, our omnichannel sales reached R\$ 20.1 million and accounted for 7.3% of our sales, representing a 60.8% or 3.1 p.p. increase as compared to 1Q20.



Gross Profit

In 2020, Gross Profit amounted to R\$ 85.6 million, with a Gross Margin of 31.2%, representing an improvement of 2.6 p.p. vs. the same period last year. This is the fourth consecutive quarter in which gross margin remained above 30%, and this is the result of new pricing strategies, restructuring of the commercial area, more favorable product mix and increased sales of Exclusive Brands.

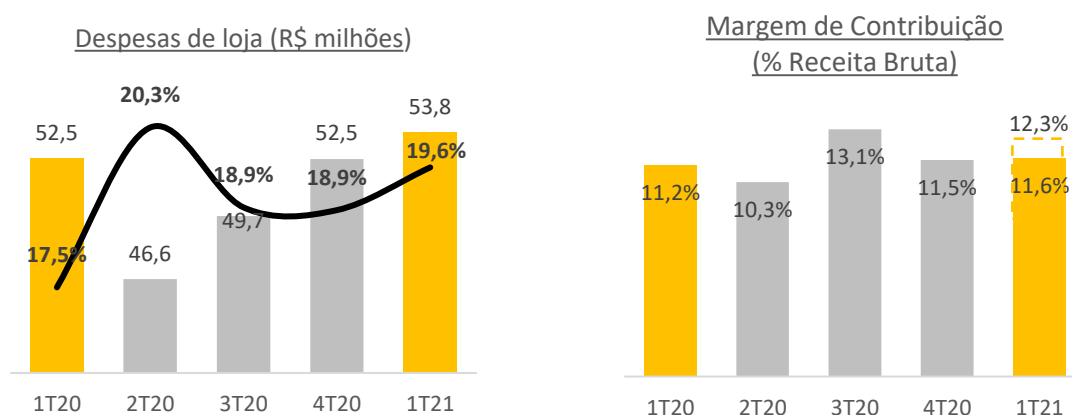




Store Expenses

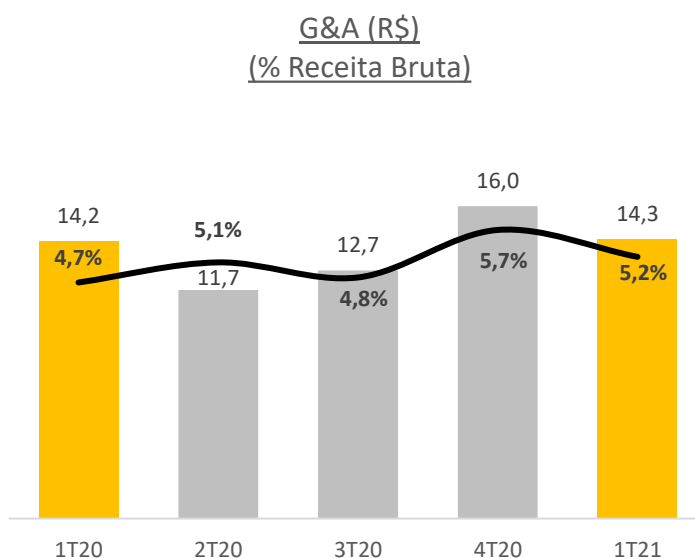
We ended 1Q21 with a Total Expense at Stores of R\$ 53.8 million compared to R\$ 52.5 million in 1Q20, representing 2.5% increase. Considering that we ended the quarter with 202 stores, representing a 3% increase in the number of stores, we can conclude that the actions taken to adjust the number of employees per store combined with the attention to expenses were enough to contain the inflation impact over the past 12 months.

Additionally, it is worth mentioning that our stores incur some expenses, such as personnel, rent, condominium and energy, before they start operating, i.e., even before making the first sale. In 1Q21, these expenses amounted to R\$ 1.1 million, or 0.4% of gross revenue. Excluding this effect, for the purpose of measuring the actual performance of stores in operation, our Contribution Margin for the period would have been 12.0%. During the 1Q21 the number of store employees were readjusted. This created a R\$0,9 million expense in labor payments that responded for 0,3% of our Gross Revenue. Adding all of the items explained our Contribution Margin would have been 12,3%.



General and Administrative Expenses

Corporate Expenses amounted to R\$ 14.3 million, a 0.7% and 0.5 p.p. increase as compared to the previous year. The low increase is due to improved productivity in the corporate area and reduced general expenses, which have intensified since the beginning of the pandemic and can be seen from 2Q20 onwards.





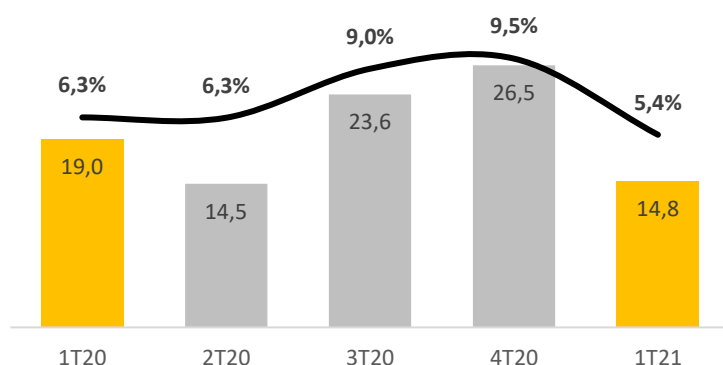
Other Revenues and Expenses

Also during 1Q21, we had the recognition of Other Revenues and Expenses in the amount of R\$ 2.7 million, mainly related to the contracting of consultancy for strategic projects, provision for contingencies and management bonuses.

Ebitda

Considering the above, we ended 1Q21 with R\$ 14.8 million Ebitda, and 5.4% Ebitda Margin, down 0.9 p.p. vs. the same period in 2020.

Ebitda (R\$) e Ebitda Margin(% Receita Bruta)



Ajusted EBITDA (R\$ million)	1T21	%
EBITDA	14,8	5,4%
Pre Operational Expenses	1,1	0,4%
Labor Reduction costs	0,9	0,3%
Ajusted EBITDA	16,8	6,1%

In the Adjusted EBITDA, we considered R \$ 2.0 million in non-recurring expenses that bring the EBITDA Margin to 6.1%, in line with the first quarter of 2020.

	1Q20	1Q21	Δ 1Q21 / 1Q20
Net Profit (Loss)	-6.2	-8.5	37%
IT / SC	2.5	2.4	-4%
Financial Result	-9.0	-4.6	-49%
Depreciation & Amortization	-18.7	-21.0	12%
Ebitda	19.0	14.8	-22%
Ebitda Margin (% gross revenue)	6.3%	5.4%	-0.9 p.p.

Financial Result, Depreciation and Income Tax

Depreciation Expenses amounted to R\$ 21.0 million in 1Q21, equivalent to 7.7% of Gross Revenue, and its increase is related to the growing investment in opening and expanding our stores.

Financial Result recorded a negative balance of R\$ 4.6 million in 1Q21, representing a 49% decrease vs. 1Q20, and was due to the reduction in the company's debt, the lower interest rate and the yield from the investment of the available cash balance.

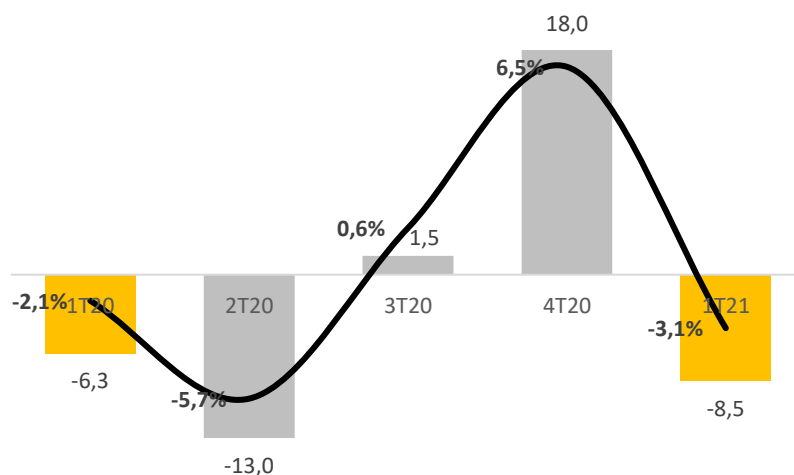
With respect to income tax, we recorded a R\$ 2.4 million revenue in 1Q21, in line with the same period of the previous year.



Net Income

In the first quarter 2021, we had a Net Loss of R\$ 8.5 million and a Net Margin of -3.1%, representing R\$ 2.2 million and 1.0 p.p. drop, respectively, when compared to 1Q20.

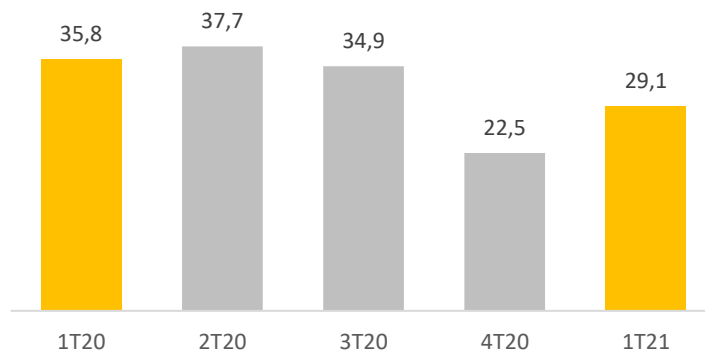
Lucro Líquido (R\$) e Margem Líquida (% Receita Bruta)



Cash Cycle

Our Cash Cycle in 1Q21 was 29.1 days, particularly influenced by the increase in the number of inventory days, which was partially offset by the increase in the number of supplier days, when compared to 4Q20. Both changes are due to store openings under our expansion plan.

Ciclo de Caixa



	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21
Days of Accounts Receivable (1)*	24.0	23.7	23.8	23.1	25.2
Inventory Days (2)	61.7	77.0	65.4	62.4	72.6
Days of Accounts Payable(3)	49.9	63.0	54.3	63.0	68.7
Cash Cycle	35.8	37.7	34.9	22.5	29.1

* Excluding prepayment of receivables made in the first 3 quarters of 2020.



Cash Flow

In the first quarter of 2021, we had a negative balance of Free Cash Flow in the amount of R\$ 33.3 million. Total proceeds from operations generated in the period was a negative R\$ 3.4 million, as a result of the impact of consumer traffic restrictions on the performance of our stores. Additionally, cash flow statement was impacted by: (i) Operational Cash, due to restocking in our stores, supply of new stores, increased payments by credit card, IPTU prepayment, payment of labor agreements and inflows from Farmácia Popular Agreement, and (ii) higher investments in the opening, expansion and refurbishment of stores, in a total amount of R\$ 11.0 million.

	1Q20	1Q21	Δ 1Q21 / 1Q20
EBIT	0.3	-6.3	-2228%
Depreciation & Amortization	18.7	20.9	12%
Lease Payment - Right to Use	-14.5	-17.0	17%
Other Adjustments	-4.3	-1.0	-78%
Proceedings from Operations	0.2	-3.4	-1943%
Cash Cycle	-23.4	-15.0	-36%
Other Assets (Liabilities)	-5.7	-3.9	-32%
Operational Cash Flow	-28.8	-22.2	-23%
Investments	-5.7	-11.0	94%
Free Cash Flow	-34.5	-33.3	-4%
Financial result	-5.5	-0.1	-99%
Financial Contribution	0.0	0.0	0%
Total Cash Flow	-40.1	-33.3	-17%

Indebtedness

We have followed through on our commitment, made at the IPO, to reduce the Company's debt and, as a result, we paid down R\$23 million during 1Q21. Therefore, we ended the quarter with R\$ 83.0 Gross Debt and R\$ 150 million in cash, leading us to a Net Cash position of R\$ 67.1 million.

	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21
Short-term debt*	-183.5	-219.9	-126.6	-67.3	-56.1
Long-term debt*	-81.3	-62.2	-48.5	-38.8	-26.9
Gross Debt*	-264.8	-282.1	-175.0	-106.0	-83.0
Cash and cash equivalents	59.8	79.1	317.6	206.5	150.2
Net Cash / Net Debt*	-205.0	-203.0	142.5	100.5	67.1

*Including financial instruments

Our Company has structured commitments coupled with positive social impact initiatives and high-level corporate governance. Aiming to increasingly embody ESG principles in our business model, we have created a Committee dedicated to the topic.



ABRINQ Foundation seal

In 2021, we were recognized as a Child Friendly Company. With this recognition, the company reiterates its commitment to the cause of childhood with society, through projects aimed to prevent and combat child labor, and to carry out corporate social responsibility actions for the benefit of children and adolescents.



PARTNERSHIP WITH UNICEF

Profarma Group, in a partnership with UNICEF, raised more than R\$2.3 million by 1Q21.



Milk Campaign

Our traditional milk campaign collected this year over 2.6 tons of powder milk that will support 30 institutions throughout Brazil.



Nº21 Project

In March, a women's empowerment course was started for several mothers from institutions assisted by Profarma Institute. All of them will receive technical training, and Profarma Institute will assist in the nutrition of each student's family by providing food assistance. Our goal at the end of the course is to raise more collective awareness, strengthening even more gender equality. This project is being carried out in partnership with our exclusive brand Nº21 and Drogasmil.



WEBCAST

Thursday, May 13, 2021.
11 a.m. (Brazil) | 10 a.m. (NY)
Access via Zoom [click here](#)

IR CONTACTS

Max Fischer
Daniel Uderman

varejo farma
d1000

DROGASMIL FARMALIFE TAMOIO ROSÁRIO

DMVF

B3 LISTED NM

IGC B3 IGC-NM B3 ITAG B3