

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS** **4T25 E 2025**

16 de março de 2026

WEBCAST

17 de março, terça-feira, às 11:00h

CLIQUE AQUI

CONTATO RI

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM

A Rede d1000 encerra o 4T25 com 300 lojas, EBITDA crescendo 78,7% e margem de 4,4%.
Vendas em mesmas lojas (SSS) maior em 19,3% e em lojas maduras (MSSS) maior em 14,9%.

DESTAQUES 4T25 e 2025

R\$ 2,6 Bi

Receita Bruta

+17,5% x 2024
9.0 p.p acima do mercado

R\$ 793,3 K

Venda Média Total

+11,1% x 4T24.
R\$ 874,2 K

Venda Média Lojas Maduras

+10,4% x 4T24.
R\$ 103,3 MM

EBITDA Ajustado

+25,7% x 2024

Margem 4,0% (+0,3 p.p.)

300 Lojas

+24 unidades x 4T24
R\$ 90,4 MM

Omnichannel

12,9% da Receita Bruta no

+120,8% x 4T24

PRINCIPAIS INDICADORES

	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25	VAR. 4T24 X 4T25	2024	2025	VAR. 2024 X 2025
Nº de Lojas	276	281	280	283	300	8,7%	276	300	8,7%
(R\$ milhões)									
Receita Bruta	583,2	574,3	634,7	680,9	701,9	20,4%	2.206,3	2.591,9	17,5%
Lucro Bruto	173,7	169,7	191,6	195,7	205,3	18,2%	661,6	762,2	15,2%
Margem Bruta (% Receita Bruta)	29,8%	29,5%	30,2%	28,7%	29,2%	-0,5 p.p	30,0%	29,4%	-0,6 p.p
EBITDA Ajustado	17,4	13,9	27,7	30,6	31,1	78,7%	82,2	103,3	25,7%
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	3,0%	2,4%	4,4%	4,5%	4,4%	1,4 p.p	3,7%	4,0%	0,3 p.p
Lucro Líquido Ajustado	8,7	3,5	9,2	12,4	14,2	62,2%	36,4	39,2	7,8%
Margem Líquida (% da Receita Bruta)	1,5%	0,6%	1,4%	1,8%	2,0%	0,5 p.p	1,6%	1,5%	-0,1 p.p

Rio de Janeiro, 16 de março de 2026 - A d1000 Varejo Farma SA. ("Rede d1000" ou "Companhia", B3: DMVF3), anuncia os resultados do quarto trimestre (4T25) e 2025. 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 (4T24 e 2024).

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. Trata-se de um movimento transitório, que deverá permanecer até o início de 2026. Desta forma, 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.

É com um profundo senso de dever cumprido e um otimismo renovado que compartilhamos os resultados de 2025. Este ano marcou mais um capítulo de sucesso em nossa trajetória, consolidando a Rede d1000 como um player cada vez mais relevante e eficiente no varejo farmacêutico brasileiro. Superamos os desafios apresentados ao longo do primeiro semestre e entregamos mais um ano de crescimento, confirmando a assertividade da nossa estratégia e a dedicação incansável de toda a nossa equipe.

Em 2025, a Rede d1000 demonstrou um crescimento robusto, com a Receita Bruta atingindo a marca histórica de R\$ 2,59 bilhões, um avanço de 17,5% em relação a 2024. Este desempenho foi impulsionado por uma série de fatores, incluindo a expansão de lojas, o crescimento superior à inflação em todas as categorias de produtos, com destaque para medicamentos de marca, além da nossa estratégia omnichannel, que praticamente dobrou sua participação nas vendas da Companhia nos últimos 2 anos. O EBITDA Ajustado alcançou R\$ 103,3 milhões, representando um crescimento de 25,7% em comparação com o ano anterior, com uma margem de 4,0% sobre a Receita Bruta, um aumento de 0,3 p.p. O Lucro Líquido foi de R\$ 39,2 milhões, com margem de 1,5%.

Nossa estratégia de expansão continuou a ser um pilar fundamental para o nosso sucesso. Encerramos o ano com 300 lojas, um crescimento de 8,7% em relação a 2024, com 24 unidades adicionadas ao portfólio. A seleção criteriosa de novos pontos de venda e o amadurecimento da base existente contribuíram para um avanço sólido. Para 2026, planejamos a abertura de 40 novas lojas e a reforma de 10 filiais, com foco em retorno sustentável e ampliação de participação nas regiões onde atuamos.

O foco na experiência do cliente e fidelização também gerou resultados expressivos. A estratégia de CRM resultou em uma base de clientes totais de 8,1 milhões, um crescimento de 16,0% em relação a 2024. A base de clientes fiéis cresceu 37,5%, totalizando 1,3 milhão de clientes, que apresentam maior frequência de compra e um ticket médio 54% superior à média da Companhia. O Net Promoter Score (NPS) atingiu 81,0 pontos, reforçando nosso compromisso com a excelência no atendimento.

No que tange ao mix de vendas, observamos um crescimento em todas as categorias, com destaque para medicamentos de marca (RX), impulsionados pelos GLP-1, e genéricos, que cresceram 25,8% e 15,6%, respectivamente. As Marcas Exclusivas continuaram a ganhar participação, com vendas crescendo 23,2%, e totalizando R\$ 142,1 milhões em 2025, alcançando 12,5% de participação no autosserviço no 4T25, incremento de 1,5 p.p. em relação ao mesmo período de 2024. Em 2025, fortalecemos o portfólio, com o lançamento de três novas marcas: Bonnevi, Dfresh e Wissen.

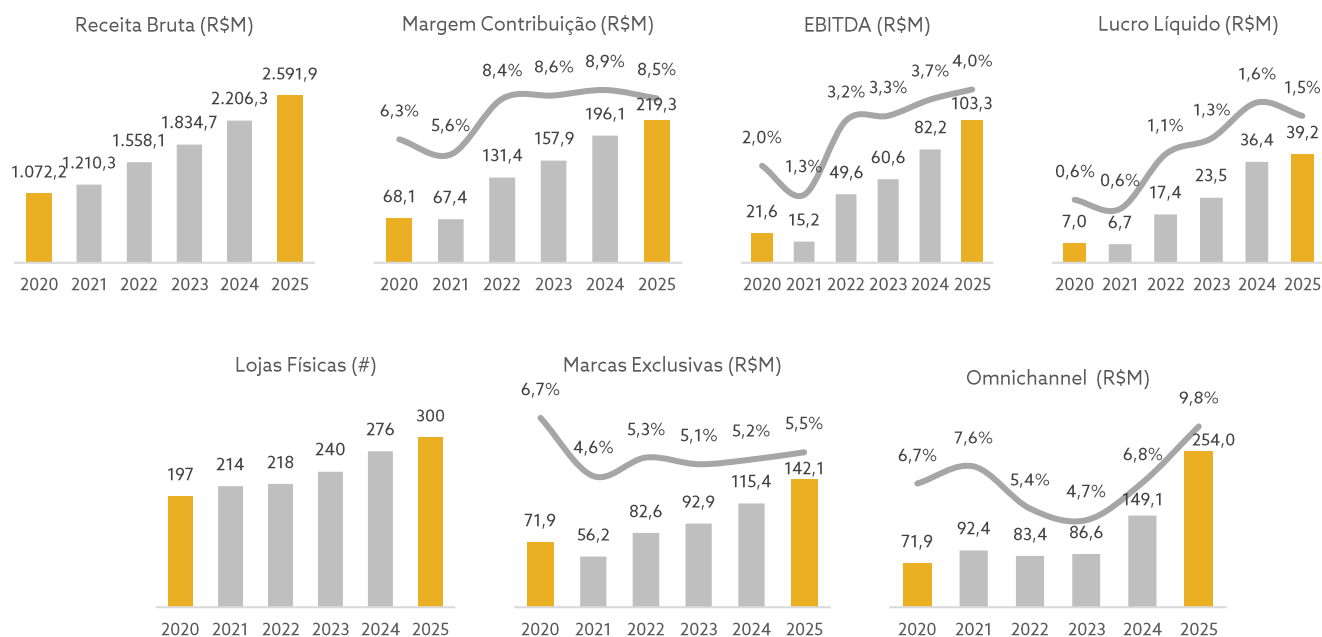
Investimos no Programa Cuida de assistência farmacêutica, encerrando o ano com 118 salas de atendimento, além da implantação da plataforma Conecta Médico nas quatro bandeiras, dando início ao serviço de telemedicina na Rede. Com relação às vendas Omnichannel, oferecemos uma melhora na experiência de compra para os nossos clientes, através de melhorias realizadas no app, além de novos canais de vendas como o whatsapp. Com isso, as vendas nessas plataformas cresceram 70,4% em relação a 2024, alcançando 12,9% das vendas no 4T25, comprovando ser fortíssima alavanca de crescimento da Companhia.

Nosso compromisso com a agenda ESG também foi reforçado. Continuamos a investir em projetos sociais e ambientais que geram impacto positivo nas comunidades onde atuamos. Acreditamos que o crescimento sustentável passa necessariamente pela responsabilidade social e ambiental.

Pelo terceiro ano consecutivo, a Companhia foi reconhecida pelo Ranking IBEVAR-FIA 2025 como a empresa mais eficiente do varejo farma brasileiro e o 2º mais bem colocado na Pesquisa Advantage 2025 na região Sudeste, sendo o 1º no Rio de Janeiro, aferindo o grau de satisfação da indústria perante o setor e reforçando que as iniciativas implementadas vêm gerando resultados positivos, possibilitando uma melhor experiência para os parceiros e clientes.

Em 2025, completamos 5 anos como empresa listada na B3. Com a capitalização de R\$ 400 milhões, reforçamos a estrutura de capital da Companhia e começamos a investir em qualificação da nossa operação, além da expansão da nossa base de lojas, que aumentou em 52% nesse período.

Desde então, nossa venda aumentou em 142%. A venda média, que era de R\$ 472,8 mil em 2020 passou a ser de R\$ 755,3 mil em 2025. A venda média em lojas maduras teve avanço significativo, saindo de R\$ 497,2 mil para R\$ 829,5 mil. Isso, somado ao controle rigoroso de despesas, possibilitou um crescimento de EBITDA de 378% e de Lucro Líquido de 460% em 5 anos.



Encerramos 2025 com a certeza de que a Rede d1000 está mais forte e preparada para os desafios futuros. Em 2026, continuaremos focados em nossa expansão, aumento de vendas nos canais digitais e fortalecimento da comunicação com clientes fiéis que podem trazer recorrência e incremento de ticket. Nossas marcas exclusivas também são forte alavanca de crescimento pois contribuem com equilíbrio de margem e fidelização dos clientes.

Agradecemos a confiança de nossos acionistas e do Conselho de Administração, a dedicação e o comprometimento de cada um de nossos colaboradores, que são a força motriz por trás de cada conquista. Juntos, continuaremos a construir um futuro de sucesso, impulsionando inovação, eficiência e proximidade com nossos clientes.

Sammy Birmarcker

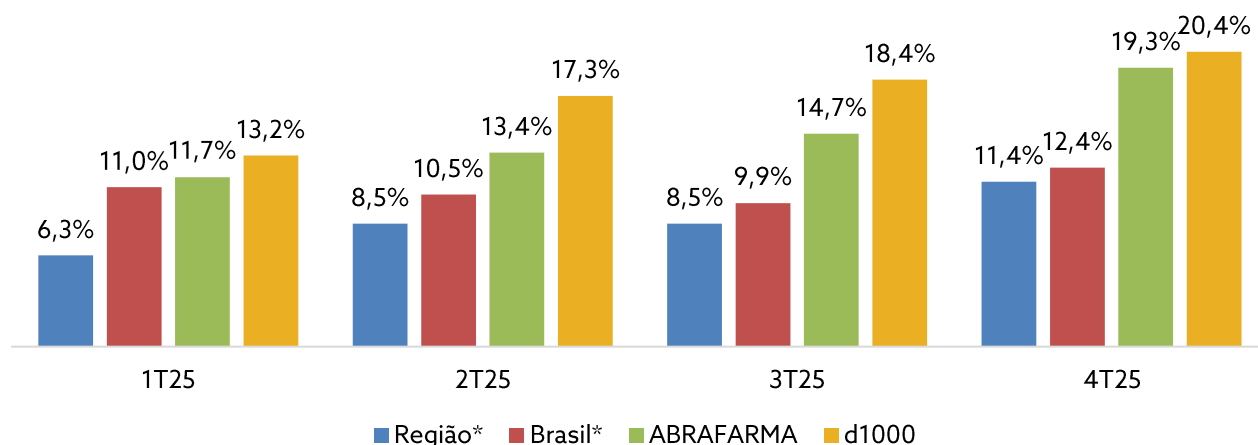
CEO da Rede d1000

VAREJO FARMACÊUTICO

No 4T25, o varejo farmacêutico nacional apresentou crescimento de 12,4% e continuou sendo impulsionado pela venda de medicamentos de classe GLP-1, indicados para emagrecimento e diabetes, que cresceu 17,2%. As categorias de medicamentos genéricos, OTC e higiene e beleza (HB) cresceram, respectivamente, 12,0%, 4,8% e 11,2%. Quando extrapolamos esse crescimento para as regiões de atuação da Rede d1000 (RJ, DF e MT), vemos um mercado que evoluiu 11,4% no trimestre, 1,0p.p. abaixo do mercado Nacional.

A Rede d1000, por sua vez, alcançou crescimento de 20,4% no mesmo período, resultado 8,0p.p. superior ao observado no mercado Nacional e 9,0p.p. maior do que o reportado na sua região de atuação, atingindo market share de 12,8%. Comparado com o crescimento de 19,3% da Abrafarma no 4T25, a Companhia evolui 1,1 p.p. acima da média das grandes redes nacionais.

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



*na sua área de atuação (RJ, DF e MT)

PORTFÓLIO DE LOJAS

A Rede d1000 segue avançando consistentemente em seu plano de expansão e no aprimoramento do seu portfólio de lojas. A Companhia encerrou o 4T25 com 300 unidades, um crescimento de 8,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. No trimestre foram inauguradas 19 lojas, sendo 13 no estado do Rio de Janeiro, 3 no Distrito Federal e outras 3 no estado do Mato Grosso. Além disso, 2 unidades passaram por reforma no período e outras 2 foram encerradas.

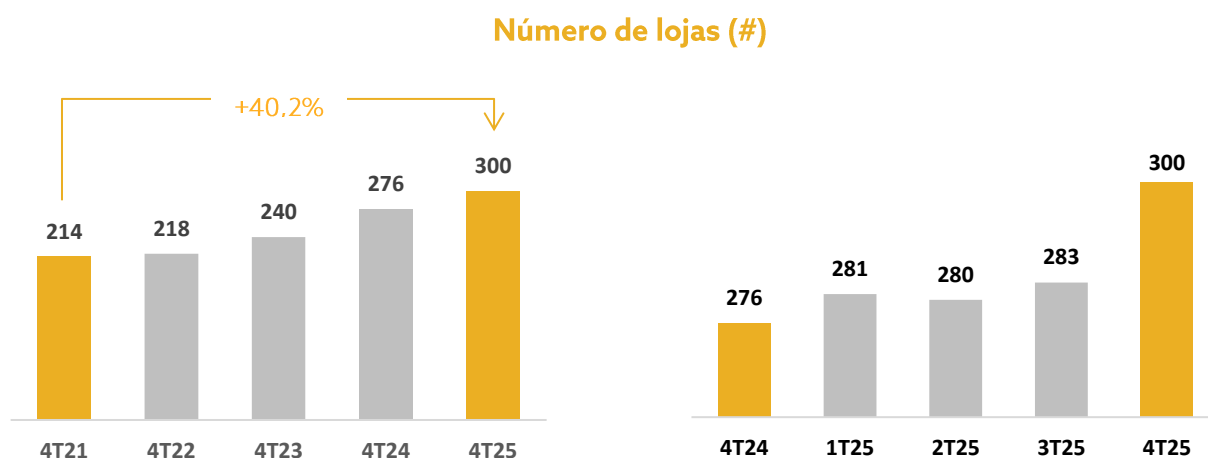
Em 2025, a Rede d1000 inaugurou 32 novas lojas, reformou 10 e encerrou a operação de 8 unidades, resultando em uma adição líquida de 24 unidades. Foram 18 inaugurações no Rio de Janeiro, 8 no Distrito Federal e outras 6 no Mato Grosso, esse último sendo um dos focos de expansão da Companhia, com *market share** nessa região saltando de 4,3% ao final de 2024 para 10,0% em 2025, representado por 14 lojas do portfólio atualmente. Para 2026 a Companhia planeja abrir 40 novas lojas e reformar outras 10 filiais, conforme *guidance* anunciado.

Com as inaugurações realizadas, a Rede d1000 encerrou o trimestre com 32,3% de suas lojas (97 unidades) ainda em processo de maturação, sendo 10,7% (32 unidades) no primeiro ano de operação, o que representa relevante potencial de crescimento existente pela frente, com uma base significativa de lojas em processo de consolidação e amadurecimento. Esse cenário abre espaço para ganhos importantes de produtividade e rentabilidade nos próximos períodos, em linha com a estratégia de expansão sustentável e geração de valor no médio e longo prazo.

O portfólio permanece majoritariamente composto por lojas "Padrão" e "Popular", que representam 76,0% da base (228 unidades). As lojas "Premium" respondem por 24,0% da base (72 unidades).

A estratégia de expansão, associada à modernização do portfólio de lojas existentes, vem contribuindo fortemente para o crescimento de vendas e ganhos de *market share*, que alcançou 12,8% de participação* ao final do 4T25, crescimento de 0,8p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados divulgados pela IQVIA Brasil.

*na sua área de atuação (RJ, DF e MT)

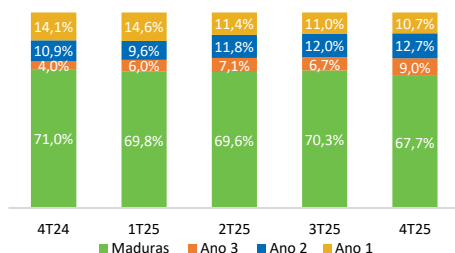


DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T25 E 2025

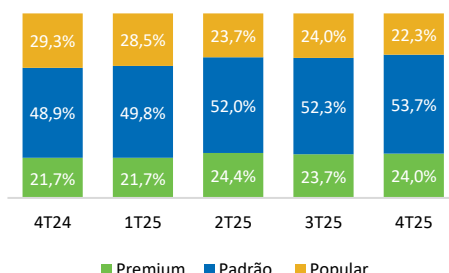


DMVF
B3 LISTED NM

Distribuição etária do portfólio



Rede de lojas por perfil (%)



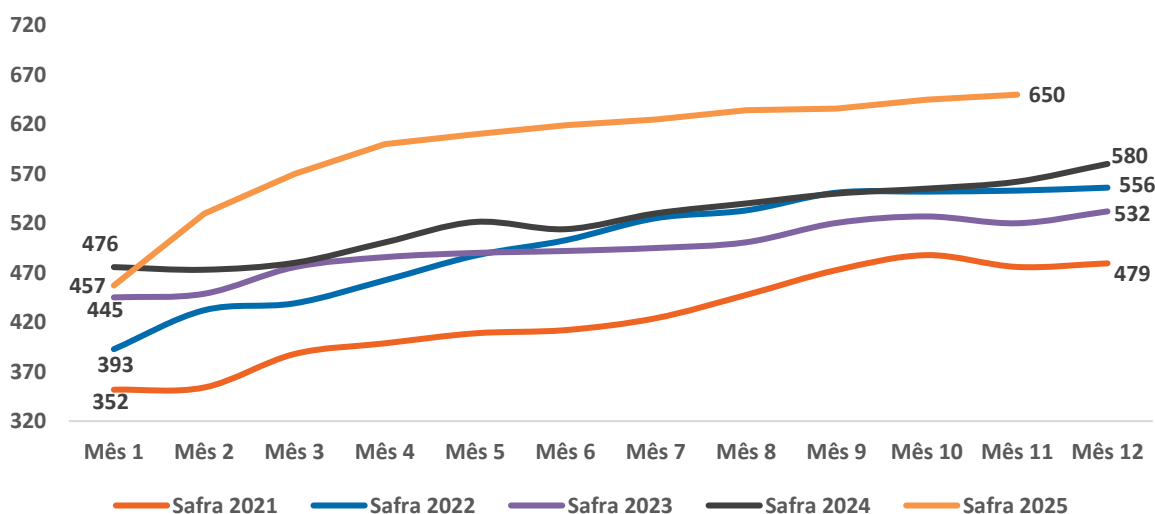
Presença geográfica (#)



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

Analisando a safra de 2025, já podemos observar níveis de vendas que continuam a tendência de superação das safras anteriores, como acontece com a safra de 2024, onde todas as lojas já operam há pelo menos 12 meses e o faturamento médio alcançado é superior a todas as safras anteriores.

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



*valores históricos nominais

Quando analisamos a expansão sob o aspecto de retorno, através do cálculo do ROIC marginal para as safras que possuem pelo menos um ano de maturação completo, apresentamos um retorno de 13% para as lojas inauguradas em 2024.

Apresentamos um ROIC médio de 26% para o portfólio referente à expansão de 2021 a 2023, com 37% de ROIC para a safra 2021, 29% para a safra de 2022 e 17% para a safra de 2023.

ROIC Marginal – Expansão

ROIC Marginal	Safra 2024 (1 ano de maturação)	Safra 2023 (2 anos de maturação)	Safra 2022 (3 anos de maturação)	Safra 2021 (4 anos de maturação)
Lojas Abertas	40	30	11	30
Venda Média (R\$ Mil / Mês / Loja)	576	570	612	696
Margem de Contribuição (%)	5,5%	6,4%	9,8%	10,1%
Margem de Contribuição (R\$ Mil / Mês / Loja)	32	37	60	70
Margem de Contribuição Anual (R\$ Mil / Ano / Loja)	378	439	717	840
CAPEX Médio	1.725	1.453	1.417	1.300
WC Médio (R\$ Mil / Loja)	1.200	1.200	1.100	1.000
IC Médio (R\$ Mil / Loja)	2.925	2.653	2.517	2.300
ROIC Marginal por Loja (%)	13%	17%	29%	37%

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

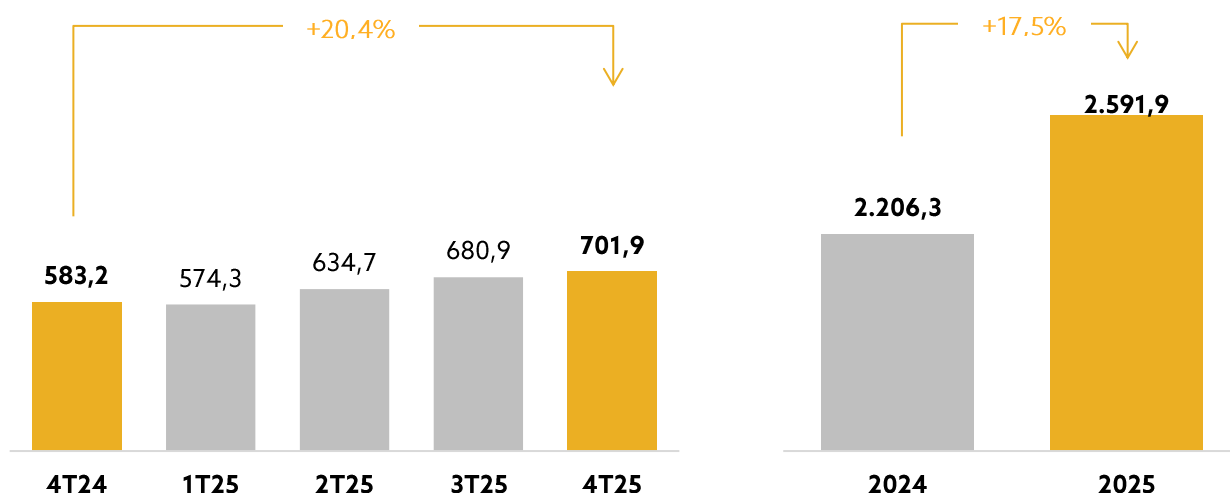
RECEITA BRUTA

No 4T25, A Companhia alcançou um novo recorde de R\$ 701,9 milhões em Receita Bruta, um crescimento de 20,4% em relação ao mesmo período do ano anterior (R\$ 583,2 milhões), desempenho 9,0p.p. acima da média do seu mercado de atuação. Além da expansão de lojas, que vem sendo o principal driver de crescimento da Rede d1000 nos últimos anos, tivemos crescimento superior a inflação em todas as categorias de produtos, com destaque para a categoria de medicamentos de marcas que continua com crescimento expressivo, especialmente pela alta demanda dos produtos GLP-1, indicados para emagrecimento e diabetes.

A Rede d1000 continua apresentando crescimento bem superior às regiões onde tem presença, alcançando 12,8% de participação no seu mercado de atuação ao final do 4T25, crescimento de 0,8 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados atualizados pela IQVIA Brasil.

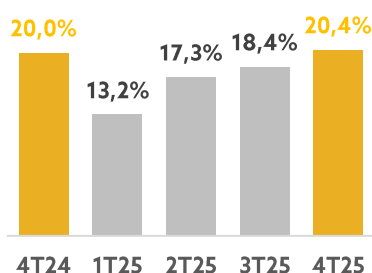
No acumulado do ano, a Receita Bruta totalizou R\$ 2,59 bilhões, representando um avanço de 17,5% na comparação com 2024.

Receita Bruta (R\$ milhões)

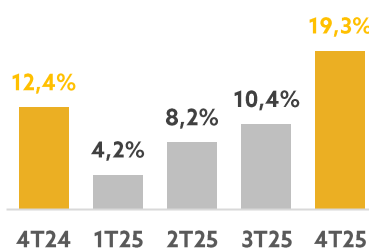


A Companhia apresentou crescimento de 19,3% em mesmas lojas (SSS), fruto do processo de maturação de parte do portfólio e 14,9% em lojas maduras (MSSS), resultado bem acima da inflação do período, contribuindo para a diluição de despesas e aumento de rentabilidade.

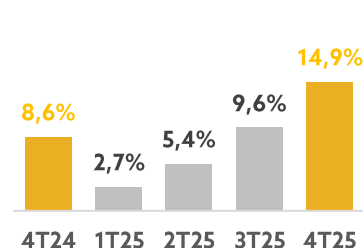
Crescimento - Total



Crescimento - Mesmas lojas



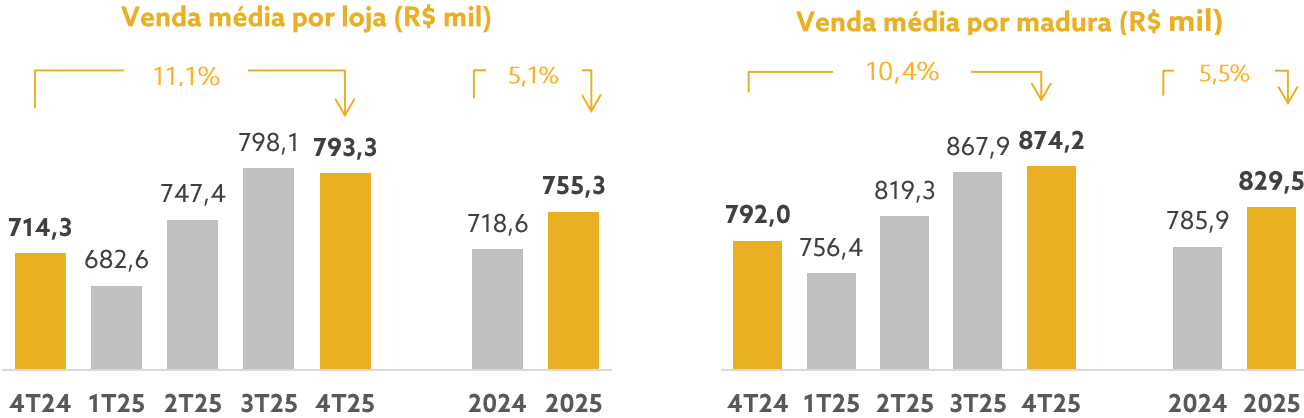
Crescimento - Lojas Maduras



Venda média por loja

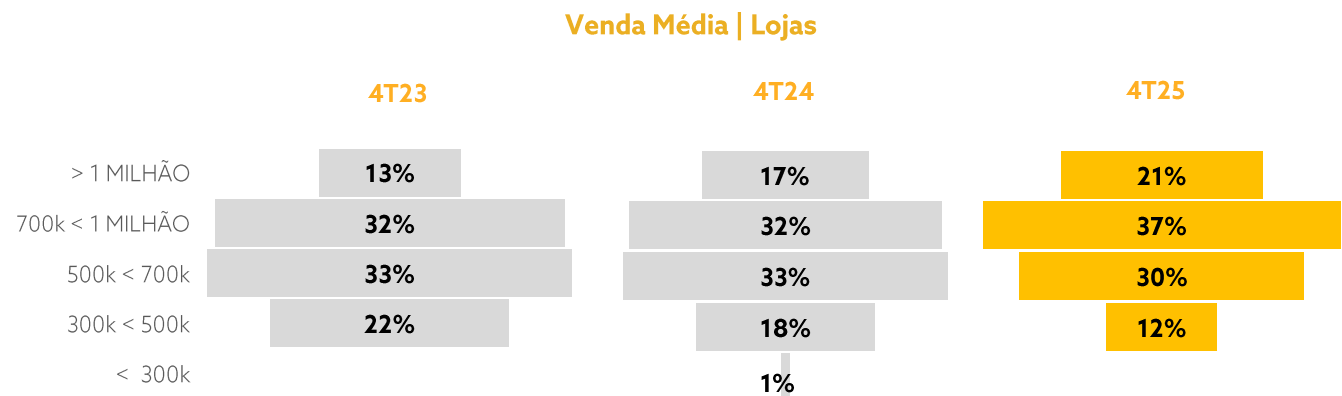
No 4T25, a Rede d1000 apresentou venda média por loja de R\$ 793,3 mil, o que representa uma evolução de 11,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, mesmo com 32,3% da base a maturar, sendo 19 novas lojas inauguradas no período. Considerando apenas as lojas maduras, a Companhia atingiu R\$ 874,2 mil de venda média, novo recorde, crescendo 10,4% em relação ao mesmo período do ano anterior.

No comparativo anual a venda média por loja alcançou o montante de R\$ 755,3 mil, evolução de 5,1% em relação à 2024, enquanto a venda média por loja madura atingiu R\$ 829,5 mil, 5,5% de evolução em relação à 2025, impactada pelas vendas do primeiro semestre, que foi mais desafiador, especialmente nos quatro primeiros meses do ano.



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 58% do total de lojas versus 49% no 4T24, aumento de 9,0 p.p.

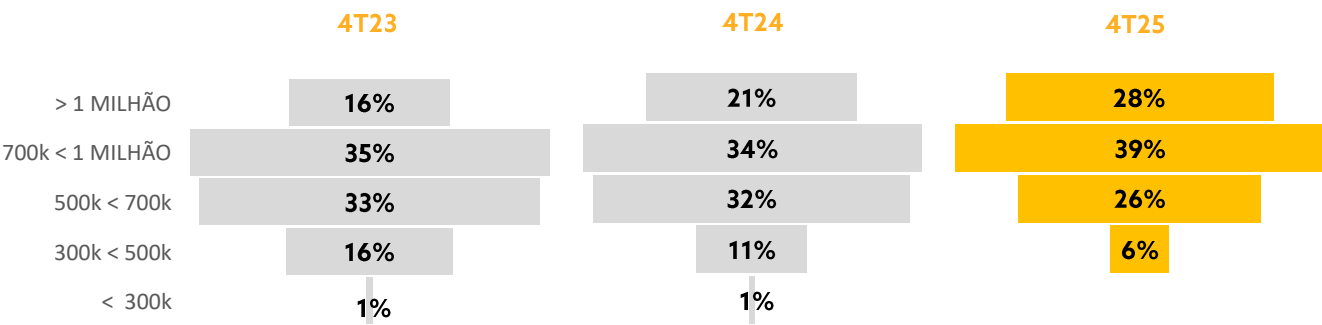
Atualmente, 21% das lojas da Rede d1000 faturam acima de R\$ 1 milhão, incremento de 4,0 p.p. na participação total, em relação ao mesmo período do ano anterior.



Foram consideradas apenas lojas abertas há mais de 6 meses

Quando analisamos apenas a base de lojas maduras, já observamos 28% das lojas faturando acima de R\$1 milhão, incremento de 7,0 p.p na participação total, quando comparado com o mesmo período de 2024

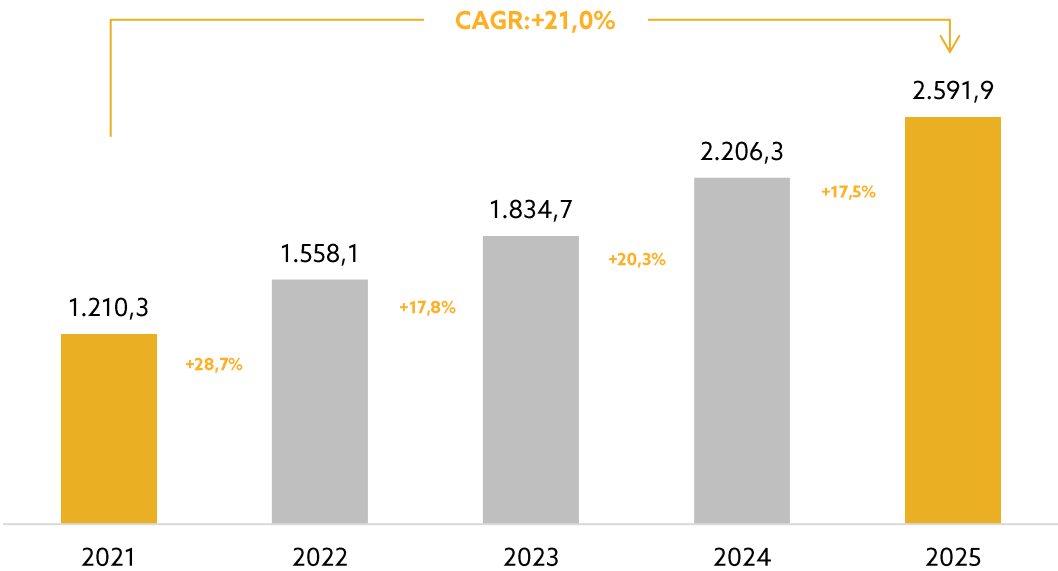
Venda Média | Lojas Maduras



Foram consideradas apenas lojas maduras

A Receita Bruta da Rede d1000 vem apresentando forte crescimento nos últimos anos, com um CAGR de 21,0% para o período 2021-2025, alcançando a marca de R\$ 2,6 bilhões nos últimos 12 meses, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

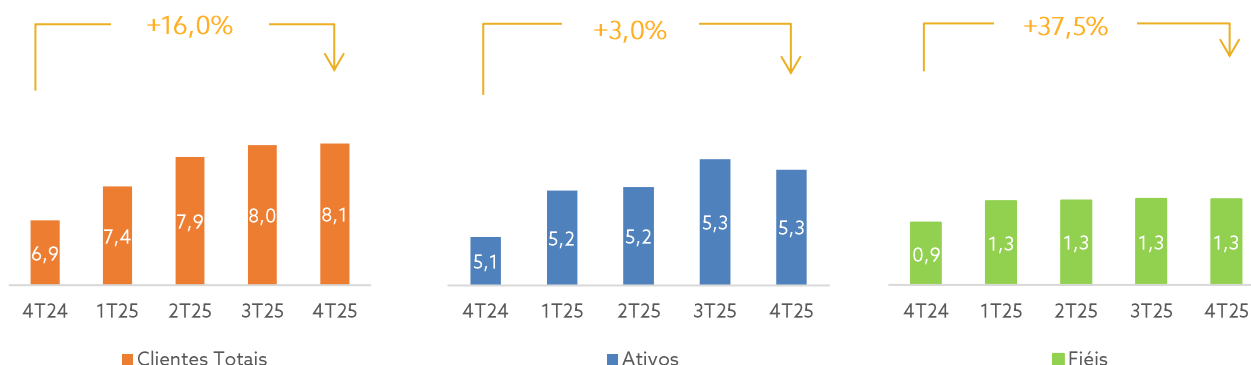
Receita Bruta LTM (R\$ milhões)



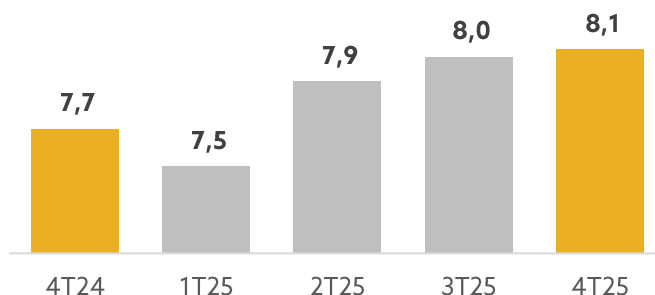
CRM (Customer Relationship Management)

A Rede d1000 continua avançando na estratégia de CRM (*Customer Relationship Management*). No 4T25, a base de clientes totais atingiu 8,1 milhões, crescimento de 16,0% em relação ao 4T24. A base de clientes ativos apresentou crescimento de 3,0% em relação ao mesmo período de 2024, atingindo 5,3 milhões de clientes.

Já a base de fiéis, que vem sendo o foco principal dentro da estratégia de comunicação com os clientes, cresceu 37,5% em relação ao 4T24, totalizando 1,3 milhão de clientes que vem aumentando não somente a sua frequência de compra, como o tamanho do ticket, que é, aproximadamente, 54% superior ao ticket médio da Companhia.

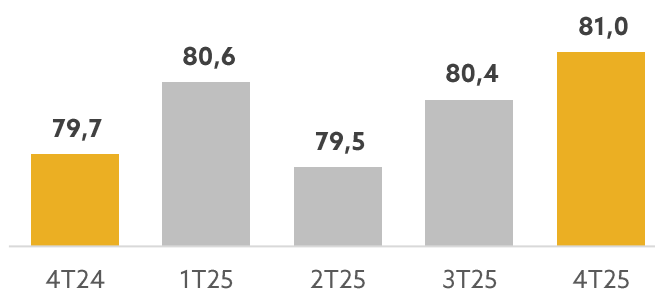


Base de Clientes (# milhões)



No 4T25, a Rede d1000 manteve elevados níveis de satisfação dos seus clientes, refletidos no *Net Promoter Score (NPS)*, que atingiu 81,0 pontos no período. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia com a excelência no atendimento e a contínua melhoria da experiência de compra em suas lojas.

NPS

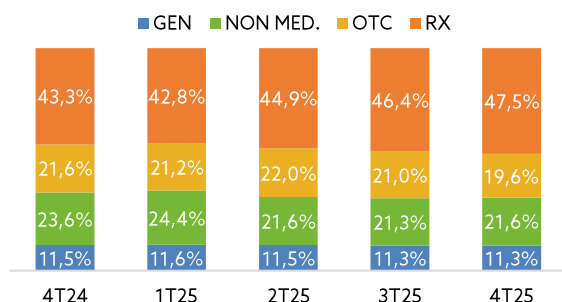


MIX DE VENDA

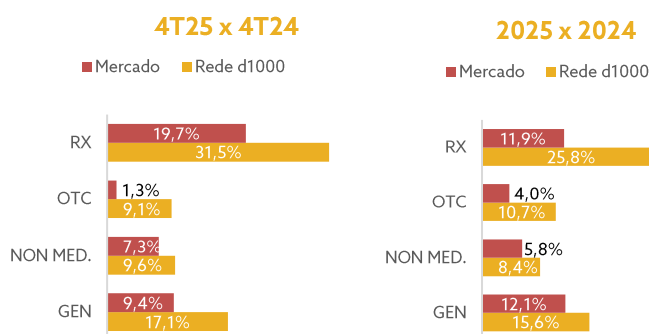
No 4T25, observamos mais uma vez crescimento em todas as categorias do Mix de Vendas quando comparamos com o mesmo período do ano anterior, com destaque para os medicamentos de marca (RX) e genéricos, que cresceram 31,5% e 17,1%, respectivamente. A categoria de medicamentos de marca representou 47,5% das vendas totais, um incremento de 4,2p. p em relação ao 4T24, que continua sendo impulsionada, principalmente, pelo lançamento do Mounjaro em meados de maio, que continuou provocando o aumento pela demanda de produtos relacionados a essa categoria de medicamentos (GLP1) no período e maior capacidade de abastecimento dessa categoria pela indústria.

As categorias de OTC e não medicamentos também apresentaram importante aumento de vendas neste 4T25, quando comparamos com o mesmo período do ano anterior, crescendo 9,1% e 9,6% respectivamente, enquanto nas regiões de atuação da Rede d1000 o incremento foi de 1,3% e 7,3%, respectivamente.

Participação de Venda por Categoria



Crescimento por Categoria

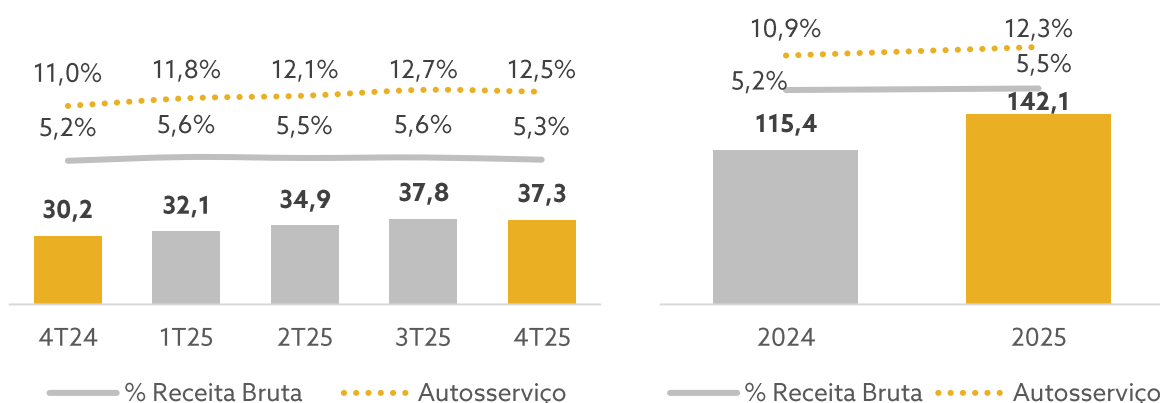


MARCAS EXCLUSIVAS

Mais uma vez, o portfólio de Marcas Exclusivas da Rede d1000 apresentou aumento de participação nas vendas do autosserviço, passando a representar 12,5% das vendas no salão, incremento de 1,5 p.p. em relação ao 4T24. As vendas no período totalizaram R\$ 37,3 milhões, resultado 23,5% maior em relação ao mesmo período de 2024.

No acumulado do ano, as vendas de produtos de Marcas Exclusivas atingiram R\$ 142,1 milhões, crescendo 23,2% em relação a 2024, passando a representar 5,5% do total de vendas da Companhia versus 5,2% no acumulado do ano anterior. Quando analisamos as vendas no salão de loja, vemos a participação dos produtos de nossas marcas crescerem 1,4 p.p. em participação, atingindo 12,3% das vendas no autosserviço versus 10,9% em 2024.

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





No 4T25, a marca Dfresh, focada em higiene oral encerrou com um portfólio de 13 SKUs, dos quais 2 já se destacam como líderes de categoria, resultando em uma participação de 11% nas categorias em que atuamos e 1,4% das vendas de Marcas Exclusivas no trimestre. Este desempenho reforça nosso compromisso com a inovação e a qualidade, consolidando a Dfresh como uma marca competitiva e estratégica em nosso portfólio.

OMNICHANNEL

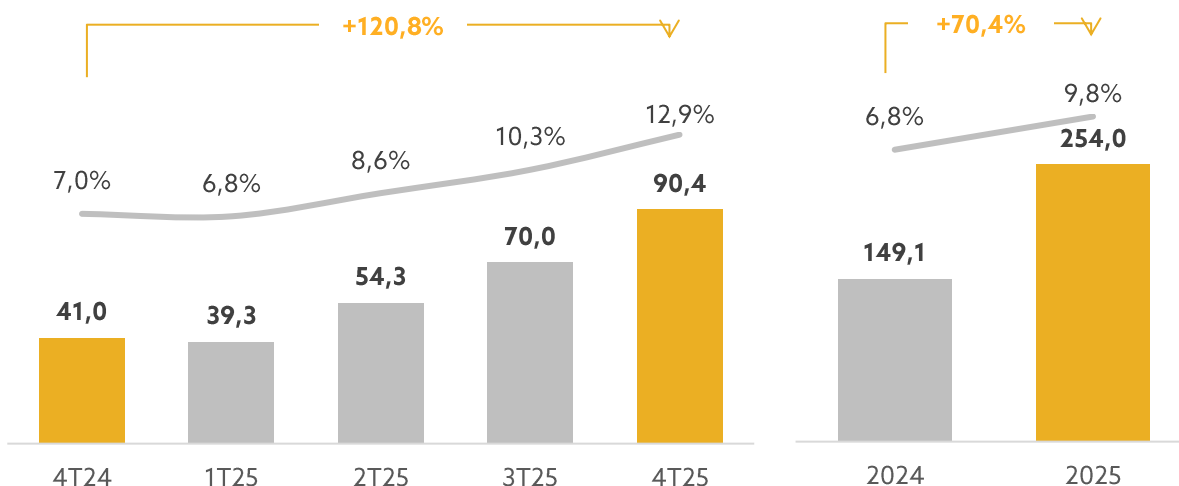
As vendas não presenciais são importante alavanca de crescimento para a Companhia e continuamos avançando em diversas frentes que vem contribuindo para o aumento das vendas e recorrência de compra dos nossos clientes, além do aumento do ticket médio.

No ecommerce, estamos investindo na experiência de compra dos nossos consumidores, através de melhorias na utilização do app que vem promovendo o aumento na conversão de vendas e volume de recompra que, nesse canal, chega a ser três vezes maior do que no site. Continuamos ampliando o número de lojas com modal de entrega e, com isso, realizando entregas cada vez mais rápidas aos nossos clientes. Além disso, a venda de produtos GLP1 também vem contribuindo de forma significativa para o aumento de vendas nesse canal. Estamos investindo em ampliação das vendas através do whatsapp e nesse trimestre vimos um incremento de 5 vezes no faturamento deste canal, em relação ao mesmo período do ano passado.

No 4T25, as vendas não presenciais totalizaram R\$ 90,4 milhões, representando um crescimento de 120,8% quando comparado ao 4T24, chegando a 12,9% da Receita Bruta da Companhia, mantendo a participação do modal de vendas acima dos 10% novamente.

No acumulado do ano, as vendas não presenciais totalizaram R\$ 254,0 milhões, crescimento de 70,4%, quando comparado com 2024, representando 9,8% do total de vendas da Companhia versus 6,8% do ano anterior.

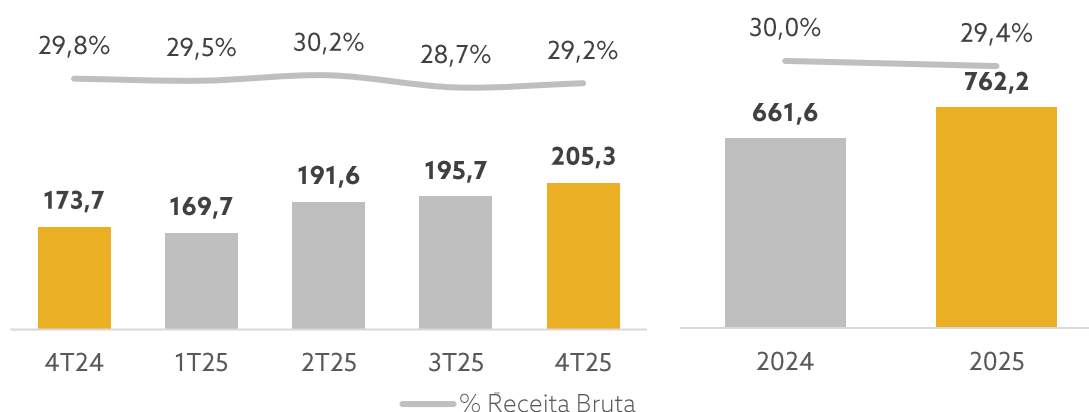
Venda Omnichannel (R\$ milhões) e % na Receita



LUCRO BRUTO

No 4T25 a Rede d1000 reportou um Lucro Bruto de R\$ 205,3 milhões, representando uma evolução de 18,2% contra o mesmo período do ano anterior e representando o trimestre com maior incremento no decorrer do ano. A margem bruta do trimestre foi de 29,2%, sendo 0,6p.p. menor do que a reportada no 4T24, impactada, principalmente, pelo aumento de 4,2p.p. na participação de medicamentos de marca no mix total. A maior participação de RX no mix de vendas impacta os percentuais de margem bruta na comparação entre os períodos, por outro lado, contribui de forma muito significativa para a diluição de despesas, tendo em vista um maior ticket médio. No acumulado 2025, o Lucro Bruto alcançou R\$ 762,2 milhões, 15,2% superior quando comparado a 2024, enquanto a margem bruta apresentou redução de 0,6 p.p., totalizando 29,4% no acumulado de 2025.

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



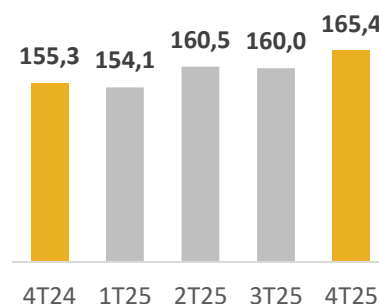
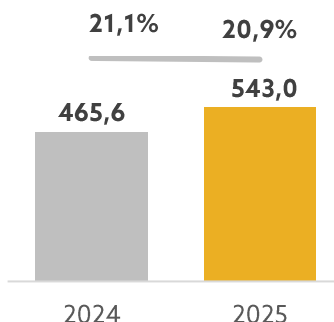
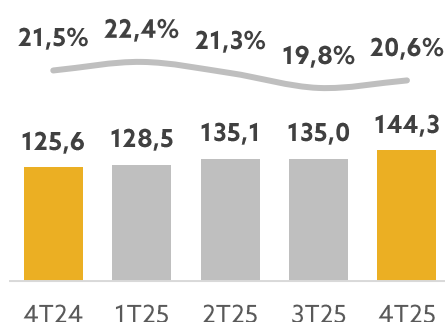
DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas com vendas

No 4T25, as Despesas com Vendas totalizaram 144,3 milhões, aumento de 14,9% em relação ao 4T24, justificado principalmente pelo aumento da base de lojas entre os períodos. Ainda assim, a Despesa com Vendas representou 20,6% da Receita Bruta, uma diluição de 0,9p.p. versus os 21,5% apresentados no 4T24. No acumulado do ano, representou 20,9% da Receita Bruta versus 21,1% em 2024, diluição de 0,2p.p. na base comparativa anual, confirmando a tendência de ganho de alavancagem operacional.

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

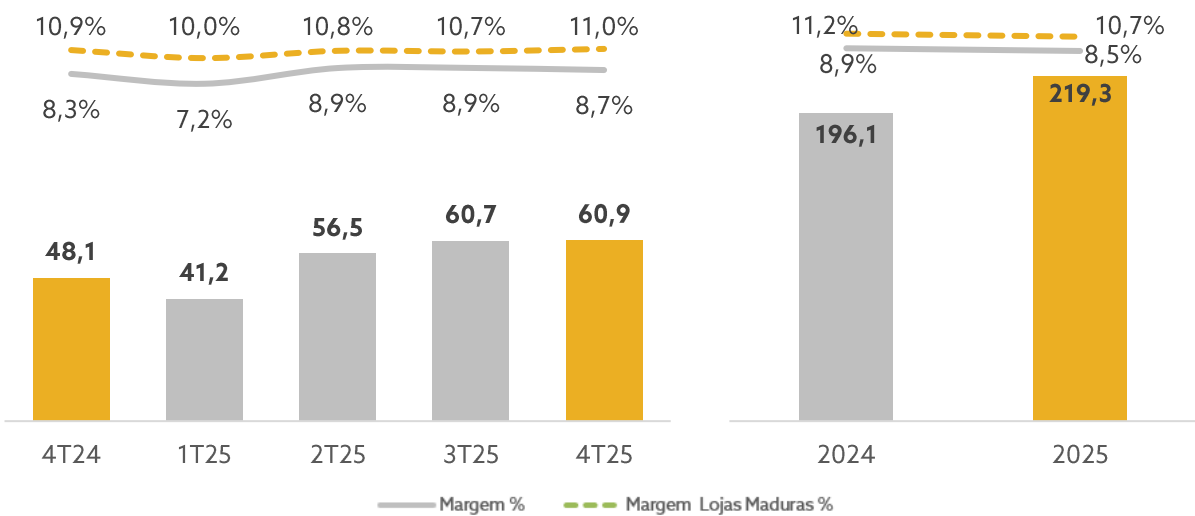
Despesas Venda Média Loja (R\$ mil)



MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

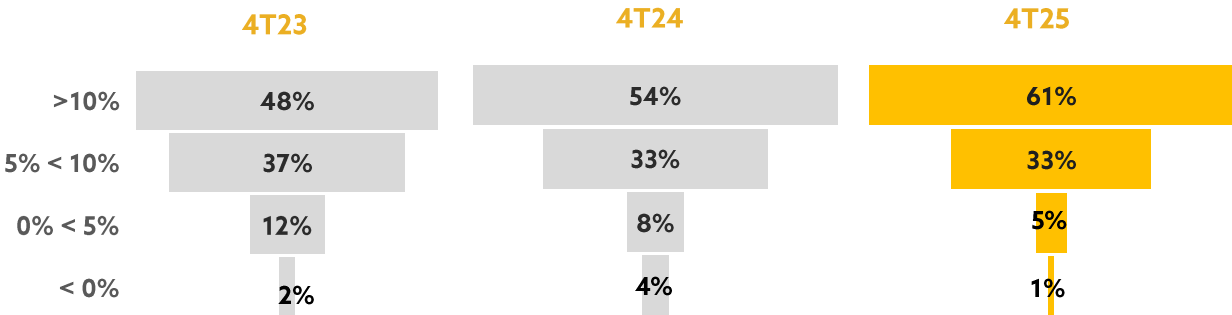
A Margem de Contribuição consolidada atingiu R\$ 60,9 milhões no 4T25, avanço de 26,6% sobre o ano anterior, sendo a melhor evolução trimestral do ano. A relação com a Receita Bruta ficou em 8,7%, evolução de 0,4 p.p. em relação ao 4T24. Mesmo diante do maior peso de medicamentos prescritos e cerca de 30% da base de lojas ainda em fase de maturação, a diluição de despesas apresentada no trimestre contribuiu para a evolução da margem de contribuição em relação ao 4T24. No acumulado do ano, a Margem de Contribuição somou R\$ 219,3 milhões (+11,8% YoY), equivalente a 8,5% da Receita Bruta.

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



Os gráficos abaixo demonstram a evolução da margem das lojas ao longo dos anos, onde temos 61% de lojas maduras com margem acima de 10% e oportunidades de incrementar a rentabilidade em outros 39% da base.

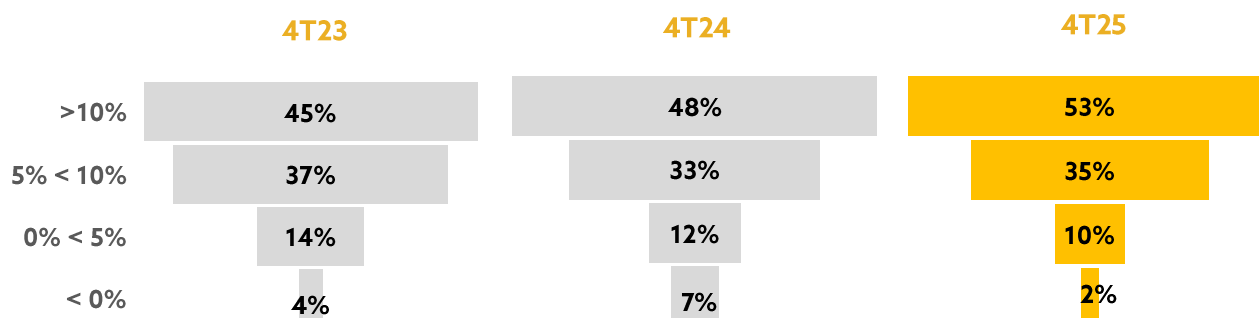
Margem de Contribuição | Lojas Maduras



Foram consideradas apenas lojas maduras

O potencial de aumentar a rentabilidade da Companhia é ainda maior quando olhamos a base de lojas acima de 6 meses, onde 47% do portfólio ainda entrega menos de 10% de Margem de Contribuição.

Margem de Contribuição | Lojas



Foram consideradas apenas lojas abertas há pelo menos 6 meses

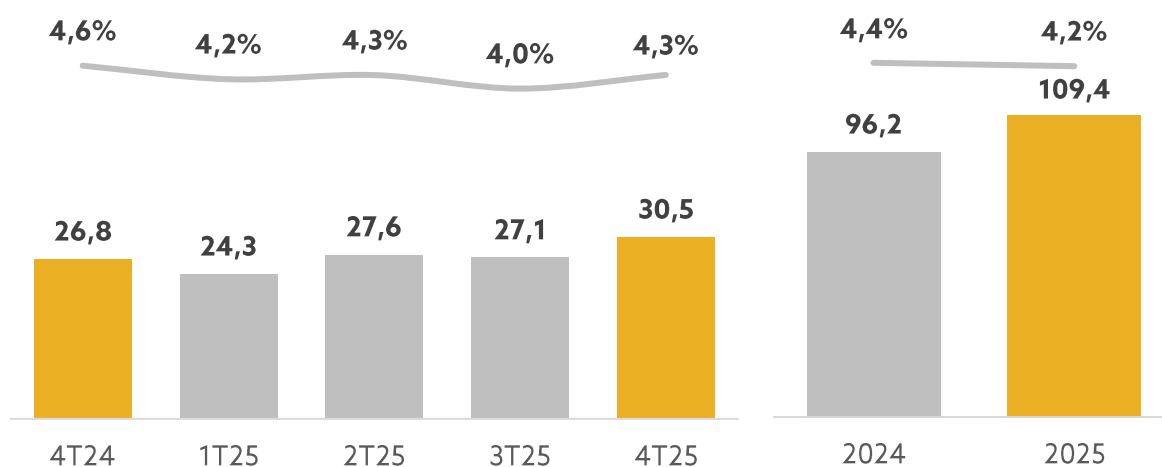
Despesas Gerais e Administrativas – G&A

As Despesas Gerais e Administrativas (G&A) totalizaram R\$ 30,5 milhões no 4T25, um aumento de 13,8% em relação ao mesmo período de 2024. No acumulado do ano, as despesas corporativas totalizaram R\$ 109,4 milhões, um incremento de 13,7% em relação ao ano de 2024.

Ao longo do ano, a Companhia focou em ações voltadas para redução de custos e ganhos de produtividade, por outro lado, foi necessária a alocação de recursos destinados, principalmente, à tecnologia, focados em áreas estratégicas como Dados e Segurança da Informação.

Ainda assim, no 4T25, vimos uma diluição de 0,3p.p. das Despesas Corporativas, representando 4,3% das vendas. No acumulado do ano, as Despesas Corporativas representaram 4,2%, diluindo 0,2p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

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

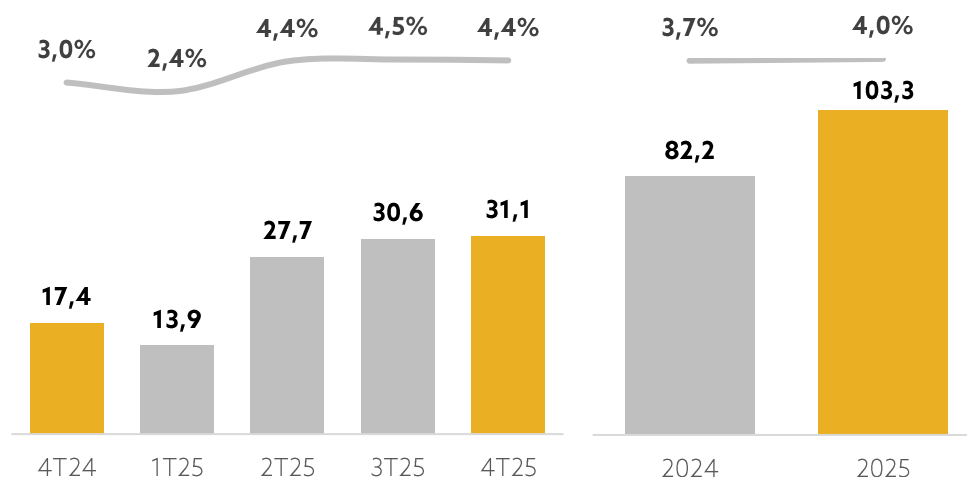


EBITDA AJUSTADO

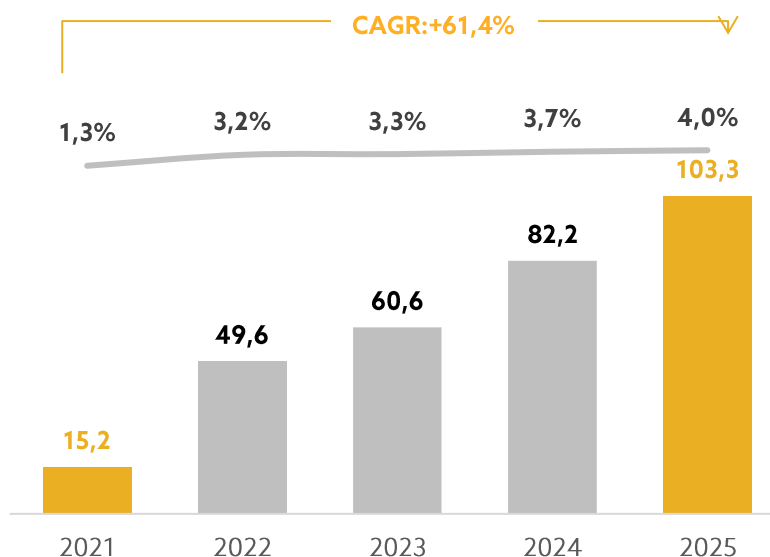
O EBITDA Ajustado alcançou R\$ 31,1 milhões no 4T25, evolução de 78,7% sobre o mesmo período do ano anterior, o maior crescimento dos últimos anos para um trimestre. A margem EBITDA foi de 4,4%, representando um incremento de 1,4p.p. em relação ao 4T24, fruto da diluição de despesas, tanto de vendas quanto corporativas.

No acumulado do ano, o EBITDA totalizou R\$ 103,3 milhões, resultado 25,7% superior a 2024, apesar do impacto negativo apresentado ao longo do primeiro semestre de 2025, que foi mais desafiador. A margem EBITDA anual pela primeira vez alcançou a marca de 4,0% versus 3,7% de 2024, evolução de 0,3p.p.

EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



EBITDA Ajustado LTM (R\$ milhões)



Conciliação EBITDA Ajustado	4T24	4T25	2024	2025
Lucro Líquido (com IFRS 16)	3,5	9,4	25,8	22,6
(+) Resultado Financeiro Líquido	11,9	18,7	34,9	64,1
(+) Imposto de Renda e CS	-4,5	-1,7	2,6	-2,8
(+) Depreciação e Amortização	31,5	35,0	117,6	134,8
EBITDA (com IFRS 16)	42,4	61,4	180,9	218,6
(+ / -) Impactos IFRS 16	-25,4	-31,1	-99,1	-118,0
EBITDA (ex IFRS 16)	17,0	30,3	81,8	100,6
(+ / -) Ajustes COF	0,4	0,8	0,4	2,7
(+ / -) Outros Ajustes	-	-	-	-
EBITDA Ajustado sem IFRS 16	17,4	31,1	82,2	103,3

DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IMPOSTO DE RENDA

As despesas com depreciação e amortização atingiram R\$12,5 milhões no 4T25 versus R\$10,2 milhões apresentados no 4T24. O resultado 22,5% maior na comparação ano contra ano reflete, principalmente, o aumento do número de lojas (276 lojas no 4T24 x 300 lojas no 4T25).

No 4T25, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$ 4,8 milhões, representando 0,68% das vendas, versus o total de R\$ 1,9 milhão no 4T24. O aumento é explicado, principalmente, 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.

No acumulado do ano, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$ 14,5 milhões versus R\$ 3,2 milhões em 2024, representando 0,56% das vendas.

	4T25 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	4T25 Ajustado	4T24 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	4T24 Ajustado
Receita Bruta	730,6		-28,7	701,9	660,7		-77,5	583,2
Deduções	-40,3		3,5	-36,8	-39,5		9,4	-30,1
Receita Líquida	690,3			665,1	621,2			553,1
Custo dos Produtos Vendidos	-485,1		25,3	-459,8	-447,5		68,1	-379,4
Lucro Bruto	205,2			205,3	173,7			173,7
Despesas	-143,8	-31,1	0,8	-174,1	-131,3	-27,7	2,7	-156,3
EBITDA	61,4			31,2	42,4			17,4
Depreciação e Amortização	-35,0	22,5		-12,5	-31,5	21,3		-10,2
Resultado Financeiro Líquido	-18,7	13,6	0,2	-4,9	-11,9	10,1		-1,8
Imposto de Renda e CS	1,7	-1,3		0,4	4,5	-1,2		3,3
Lucro Líquido	9,4			14,2	3,5			8,7

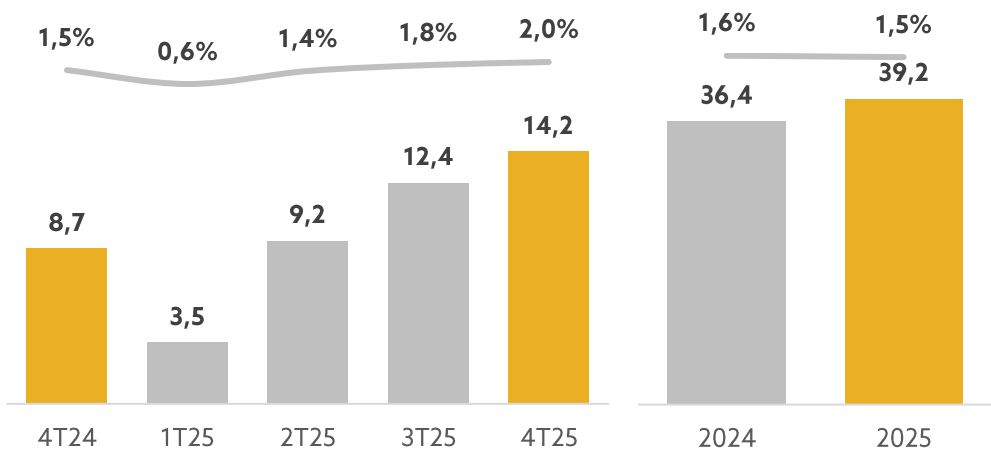
	2025 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	2025 Ajustado	2024 Contábil	Impactos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	2024 Ajustado
Receita Bruta	2.828,3		-238,7	2.589,6	2.283,8		-77,5	2.206,3
Deduções	-161,6		27,4	-134,2	-123,2		9,4	-113,8
Receita Líquida	2.666,7			2.455,4	2.160,6			2.160,6
Custo dos Produtos Vendidos	-1.904,6		211,4	-1.693,2	-1.499,0		68,1	-1.430,9
Lucro Bruto	762,2			762,3	661,6			661,6
Despesas	-543,6	-118,0	2,6	-659,0	-480,7	-101,3	2,6	-579,4
EBITDA	218,6			103,3	180,9			82,2
Depreciação e Amortização	-134,8	88,3		-46,4	-117,6	81,1		-36,5
Resultado Financeiro Líquido	-64,1	50,0	-0,4	-14,5	-34,9	31,5		-3,2
Imposto de Renda e CS	2,8	-6,0		-3,2	-2,6	-3,5		-6,1
Lucro Líquido	22,6			39,2	25,8			36,4

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

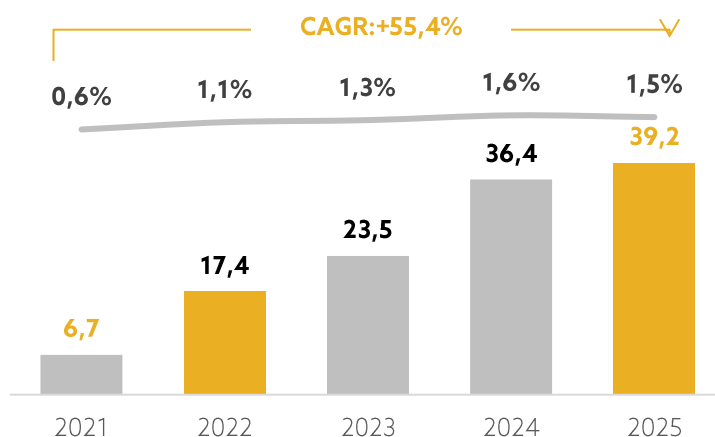
O Lucro Líquido Ajustado da Rede d1000 no 4T25 foi de R\$14,2 milhões, atingindo margem de 2,0%, resultado 62,2% maior do que o apresentado no 4T24.

No acumulado do ano o Lucro Líquido foi de R\$39,2 milhões, 7,7% acima do apresentado em 2024 que foi de R\$36,4 milhões (margem de 1,5% x 1,6%, respectivamente).

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



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



Conciliação Lucro Líquido	4T24	4T25	2024	2025
Lucro Líquido (com IFRS 16)	3,5	9,4	25,8	22,6
(+ / -) Impactos IFRS 16	4,8	3,8	10,2	14,3
(+/-) Ajustes COF	0,4	1,0	0,4	2,3
(+ / -) Outros Ajustes	-	-	-	-
Lucro Líquido Ajustado (sem IFRS 16)	8,7	14,2	36,4	39,2

CICLO DE CAIXA

O Ciclo de Caixa da Companhia foi de 14,9 dias no 4T25, ante 12,8 dias no 4T24. O aumento recente no ciclo de caixa da Companhia tem relação direta com o aumento de vendas de medicamentos no mix total, especialmente aqueles relacionados ao GLP1, cujo peso na participação total do faturamento atingiu 14,9% no 4T25 versus 6,6% no mesmo período do ano anterior. O ciclo de venda de produtos GLP1 é bem mais longo que o observado no restante da operação, tendo em vista o alto ticket médio e vendas majoritariamente parceladas no cartão de crédito, levando o Ciclo de Caixa da Companhia a um novo patamar.

Ciclo de Caixa (dias)	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25
Contas a Receber	25,5	28,1	29,6	31,0	30,7
Estoque	65,5	63,1	56,8	54,1	54,3
Fornecedores	78,1	76,3	73,9	69,1	70,2
Ciclo de Caixa	12,8	14,9	12,4	16,0	14,9

INVESTIMENTOS E FLUXO DE CAIXA

CAPEX (R\$ milhões)	4T24	%	4T25	%	2024	%	2025	%	Δ%
Expansão	21,7	63%	24,1	72%	68,4	72%	58,2	63%	-15%
Reforma de Lojas	7,9	23%	2,7	8%	13,3	14%	11,7	13%	-12%
Tecnologia da Informação	1,4	4%	4,7	14%	4,6	5%	10,5	11%	127%
Infraestrutura de lojas e escritórios	3,7	11%	2,0	6%	8,4	9%	12,1	13%	44%
Total	34,6	100%	33,4	100%	94,7	100%	92,5	100%	-2%

No 4T25, os investimentos totalizaram R\$ 33,4 milhões, onde R\$ 26,8 milhões foram gastos em abertura e reforma de lojas, 4,7 milhões em tecnologia da informação e R\$ 2,0 milhões em infraestrutura e manutenção de lojas e escritórios.

No acumulado de 2025, os investimentos totalizaram R\$ 92,5 milhões, sendo R\$ 69,9 milhões destinados à expansão e reforma de lojas, R\$ 10,5 milhões em tecnologia da informação e R\$ 12,1 milhões em infraestrutura e manutenção de lojas e escritórios. Em 2025, os investimentos e tecnologia foram maiores em 127%. Fizemos investimentos estruturais focados em segurança da informação, *Disaster Recovery* e reformulação da estrutura de dados (*Data Strategy*).

(R\$ milhões)	4T24	4T25	Var. 4T24 x 4T25	2024	2025	Var. 2024 x 2025
EBIT	5,5	13,8	151,1%	42,5	42,4	-0,2%
Depreciação e Amortização	10,2	12,5	23,1%	36,4	46,4	27,4%
Ajustes não caixa	0,4	-9,9	-2456,7%	18,9	5,9	-68,9%
Ciclo de Caixa	14,1	0,3	-97,7%	-26,3	-48,3	83,9%
Outros Ativo/(Passivos)	-3,8	5,4	-241,6%	4,0	10,8	168,8%
Fluxo de Caixa Operacional	26,3	22,1	-16,1%	75,5	57,2	-24,3%
Investimentos	-34,6	-33,4	-3,5%	-94,8	-92,4	-2,5%
Fluxo de Caixa Livre	-8,3	-11,3	36,5%	-19,3	-35,3	83,1%
Financiamentos	26,7	43,5	63,0%	32,6	35,1	7,4%
Fluxo de Caixa Total	18,4	32,2	74,9%	13,4	-0,2	-101,7%

No 4T25 a Companhia reportou R\$22,1 milhões de geração de caixa operacional versus R\$ 26,3 milhões no mesmo período de 2025. No acumulado do ano, a geração operacional de caixa foi de R\$ 57,2 milhões versus R\$ 75,5 milhões em 2024, explicada pela maior necessidade de financiar o incremento de vendas de produtos GLP1 e Farmácia Popular no período.

Desta forma, o fluxo de caixa livre foi negativo em R\$ 11,3 milhões no 4T25 e R\$ 35,3 milhões no acumulado do ano.

ENDIVIDAMENTO

No 4T25, a Companhia recebeu a última tranche relativa ao FINEP, no valor de R\$ 10 milhões, ao custo de 5,38% a.a., além do montante de R\$ 40 milhões em dívidas bancárias, ao custo de CDI + 1,29%, para fazer frente aos investimentos previstos. No mesmo período, foram pagos R\$ 6,5 milhões em juros e amortização de dívidas.

A Rede d1000 encerrou o 4T25 com Dívida Líquida de R\$ 61,9 milhões versus R\$ 6,0 milhões no 4T24, representando um endividamento líquido de 0,6 vez o EBITDA acumulado dos últimos 12 meses.

Tendo em vista a velocidade de expansão, somada às necessidades de capital de giro decorrentes do aumento de vendas relacionadas ao GLP1 e endividamento baixo, entendemos que o novo patamar de alavancagem da Companhia ficará próximo aos níveis de mercado.

Apuração do Caixa Líquido (R\$ milhões)	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25
Dívida Bruta	-63,6	-61,7	-58,7	-57,0	-107,8
Curto Prazo	-10,7	-31,3	-29,8	-29,5	-58,0
Longo Prazo	-52,9	-30,3	-28,9	-27,5	-49,9
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	57,6	32,7	31	13,6	45,9
Posição Líquida de Caixa	-6,0	-28,9	-27,7	-43,3	-61,9
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado	0,1x	0,3x	0,3x	0,5x	0,6x



Em 2025, a Rede d1000 avançou com consistência e inovação em sua agenda ESG, fortalecida pela integração estratégica da área de Compliance à Diretoria de ESG, ampliando significativamente o peso da governança corporativa na Companhia. Acreditamos que a sustentabilidade é fundamental para a geração de valor no longo prazo, e nossos avanços demonstram nossa busca constante por melhores práticas e transparência.

PILAR AMBIENTAL



Combate às Mudanças Climáticas:

Em 2025, a Companhia alcançou um marco importante em sua agenda climática ao ampliar para 83% o uso de energia renovável nas lojas da Rede d1000, reforçando sua estratégia de transição para uma matriz energética mais limpa e eficiente. Esse avanço reflete o compromisso da Companhia em reduzir suas emissões de Escopo 2 e fortalecer a resiliência operacional, ao mesmo tempo em que contribui para uma operação mais sustentável e alinhada às melhores práticas ambientais do setor.

Nos últimos três anos, por meio do Projeto de Caixas Plásticas Retornáveis da Rede d1000, eliminamos o uso de aproximadamente 10 milhões de caixas de papelão, o que representa a preservação de mais de 9 mil árvores no período. Além disso, em 2025 evitamos a impressão de 150 mil encartes mensais, iniciativa que por si só contribuiu para a preservação de cerca de 2.520 árvores por ano, reforçando nosso compromisso com a redução de resíduos, a otimização de recursos e a proteção das florestas.

PILAR SOCIAL



Ação Social Instituto Profarma:

Em 2025, o Instituto Profarma manteve uma agenda consistente de ações sociais, com impacto direto em mais de 318 mil pessoas ao longo do ano. No acumulado dos últimos três anos, as ações do Instituto impactaram mais de 1 milhão de pessoas, reforçando o compromisso da Companhia com uma atuação social consistente e de longo prazo, sustentada tanto pelo engajamento de colaboradores e parceiros quanto pela destinação de parte do lucro líquido ao Instituto. O ano também marcou a concretização de um objetivo estratégico: a implementação do JBP Social e o lançamento do Impacto 360°, iniciativa que aproximou ainda mais o Instituto de parceiros e marcas e potencializou nossa capacidade de mobilização e doação. Como resultado, viabilizamos um retorno superior a R\$ 2,5 milhões em doações de produtos e patrocínios para as ações do Instituto e doamos mais de 100 mil itens de higiene e beleza, promovendo dignidade e bem-estar para milhares de pessoas.



PILAR GOVERNANÇA:

Realizamos um diagnóstico abrangente de aderência aos padrões IFRS S1 e IFRS S2, identificando oportunidades de aprimoramento e estruturando processos robustos para garantir conformidade com as exigências globais de reporte de sustentabilidade. Acompanhando a expansão do uso de inteligência artificial na Companhia, desenvolvemos um sistema interno inovador para coleta e estruturação de dados ESG, elevando a precisão, organização e confiabilidade das informações reportadas.

Essas iniciativas demonstram nossa dedicação em integrar de forma estratégica os pilares Ambiental, Social e de Governança, consolidando uma gestão sustentável e resiliente que agrega valor a longo prazo para investidores e stakeholders.

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

R\$ milhões	IFRS-16		Sem IFRS-16 e COF		IFRS-16		Sem IFRS-16 e COF	
	4T24	4T25	4T24	4T25	2024	2025	2024	2025
Receita Bruta	660,7	730,6	583,2	701,9	2.283,8	2.828,3	2.206,3	2.591,9
RX	285,9	346,9	252,4	333,2	973,5	1.288,3	940,0	1.180,4
HB	156,1	157,9	137,8	151,7	544,1	670,8	525,8	619,3
OTC	142,5	143,5	125,8	137,9	504,2	546,5	487,5	496,4
Genérico	76,2	82,3	67,2	79,1	262,0	322,7	253,0	295,8
Deduções da Receita	-39,5	-40,3	-30,1	-36,8	-123,2	-161,6	-113,8	-136,5
Receita operacional líquida	621,2	690,3	553,1	665,1	2.160,6	2.666,7	2.092,5	2.455,4
Custos dos produtos vendidos	-447,5	-485,1	-379,4	-459,8	-1.499,0	-1.904,6	-1.430,9	-1.693,2
Lucro Bruto	173,7	205,2	173,7	205,3	661,6	762,2	661,6	762,3
Margem Bruta (Receita Líquida)	28,0%	29,7%	31,4%	30,9%	30,6%	28,6%	31,6%	31,0%
Margem Bruta (Receita Bruta)	26,3%	28,1%	29,8%	29,2%	29,0%	26,9%	30,0%	29,4%
Despesas Operacionais	-162,8	-178,8	-166,5	-186,6	-598,3	-678,3	-615,9	-705,3
Despesas Gerais e administrativas	-18,1	-19,7	-16,1	-19,7	-64,5	-75,8	-62,5	-74,0
Despesas com Vendas	-112,1	-129,3	-139,2	-159,6	-413,1	-478,5	-513,9	-595,6
Provisão p/ Perda Crédito Esperado	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Depreciação	-31,5	-35,0	-10,2	-12,5	-117,6	-134,8	-36,5	-46,5
Outras receitas/despesas operacionais	-1,1	5,2	-1,0	5,2	-3,1	10,8	-3,0	10,8
Resultado antes do Resultado Financeiro	10,9	26,4	7,2	18,7	63,3	83,9	45,7	57,0
Resultado Financeiro	-11,9	-18,7	-1,8	-4,9	-34,9	-64,1	-3,2	-14,4
Receitas financeiras	4,8	0,2	4,9	0,1	7,9	1,6	8,0	2,1
Despesas financeiras	-16,7	-18,9	-6,7	-5,0	-42,8	-65,7	-11,2	-16,5
Resultado antes dos Impostos	-1,0	7,7	5,4	13,8	28,5	19,8	42,5	42,5
Imposto de Renda e Contribuição Social	4,5	1,7	3,3	0,4	-2,6	2,8	-6,1	-3,3
Lucro/Prejuízo do Período	3,5	9,4	8,7	14,2	25,8	22,6	36,4	39,2

BALANÇO PATRIMONIAL

(R\$ mil)	31/12/2024		31/12/2025		
	IFRS16	Sem IFRS-16 e COF	IFRS16	Reclassificação	Sem IFRS-16 e COF
Caixa e equivalentes de caixa	57.598	46.113	45.913	-31	45.882
Instrumentos financeiros	0	0	0		0
Contas a Receber	196.038	165.166	239.679	-45	239.634
Estoques	280.444	276.046	277.623	0	277.623
Impostos a recuperar	36.460	36.460	16.938		16.938
Outras contas a receber	31.940	31.940	40.111		40.111
Total do Ativo Circulante	602.480	555.725	620.264	-76	620.188
Depósitos Judiciais	3.981	3.981	3.265		3.265
Instrumentos financeiros	0	0	393		393
IR e CSLL diferidos	129.239	107.975	145.151	-27.278	117.873
Impostos a recuperar	5.218	5.218	5.478		5.478
Outros contas a receber	519	519	519		519
Imobilizado	486.941	200.320	567.989	-323.745	244.244
Intangível	606.076	606.076	606.095		606.095
Total do Ativo Não Circulante	1.231.974	924.089	1.328.890	-351.023	977.867
Total do Ativo	1.834.454	1.479.814	1.949.154	-351.099	1.598.055
Fornecedores	369.008	323.623	353.334	-757	352.577
Fornecedores - Risco Sacado	5.727	5.727	5.842		5.842
Empréstimos e financiamentos	10.663	10.663	55.974		55.974
Instrumento Financeiro	0	0	2.396		2.396
Salários e contribuições sociais	45.944	45.944	49.601		49.601
Impostos e taxas	10.506	10.506	12.462		12.462
Arrendamento a Pagar	78.475	0	83.342	-83.342	0
Outros	8.262	8.262	10.415		10.414
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0	0	0		0
Total do Passivo Circulante	528.585	404.725	573.366	-84.099	489.266
Empréstimos e financiamentos	28.208	28.208	15.130		15.130
Impostos e taxas	159	159	0		0
Impostos diferidos	54.477	54.477	54.477		54.477
Instrumentos financeiros	45	45	0		0
Provisão para Contingências	30.890	30.890	31.599		31.599
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0	0	0		0
Arrendamento a pagar	270.638	0	320.581	-320.581	0
Outros	24.740	24.740	34.724		34.724
Total do Passivo Não Circulante	409.157	138.519	456.511	-320.581	135.930
Capital social	1.004.004	1.004.004	1.004.004	0	1.004.004
Prejuízos acumulados	-107.292	-67.434	-84.727	53.581	-31.145
Total do Patrimônio Líquido	896.712	936.570	919.277	53.581	972.859
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.834.454	1.479.814	1.949.154	-351.099	1.598.055

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO) - TRIMESTRE

R\$ mil	4T24		4T25	
	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF
Fluxos de caixa de atividades operacionais				
Lucro líquido (prejuízo) antes do IR/CS	(953)	5.481	7.709	13.764
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	10.152	10.152	12.493	12.493
Depreciação direito de uso imóveis	21.310	-	22.492	-
Juros mútuo partes relacionada	-	-	2.606	2.606
Juros de Empréstimos Provisionados	490	490	1.508	1.508
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	31	31	2	2
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	229	229	107	107
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	(566)	-	(725)	-
Provisão / Reversão para perda estoque	368	368	118	118
Provisão / Reversão para contingência	10.733	10.733	1.416	1.416
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	(171)	(171)	-	-
Encargos financeiros direito de uso	10.081	-	13.667	-
Outros	(8.290)	(11.260)	(14.433)	(15.655)
	43.414	16.053	46.960	16.359
Redução (aumento) nos ativos				
Contas a receber	(23.566)	(23.566)	35.525	(5.595)
Estoques	(30.273)	(30.273)	(10.842)	(10.842)
Impostos a recuperar	(3.692)	(3.692)	2.151	1.572
IRPJ e CSLL pagos	3.499	3.499	(4.852)	(4.852)
Acordos comerciais	(1.722)	(1.722)	(5.625)	(5.625)
Outros A	2.836	2.836	1.326	3.927
Aumento (redução) nos passivos				
Fornecedores	67.957	67.957	(21.409)	16.755
Salários e contribuições	(121)	(121)	5.010	5.006
Impostos a recolher	(2.762)	(2.762)	5.136	5.134
Outros P	(1.871)	(1.871)	497	266
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	53.699	26.338	53.877	22.105
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Pagamento de aquisições				
Adiantamento para futuro aumento de capital				
Adições ao imobilizado	(32.499)	(32.499)	(29.152)	(29.152)
Adições ao Intangível	(2.135)	(2.135)	(4.277)	(4.277)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(34.634)	(34.634)	(33.429)	(33.429)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Obtenção de Mútuo intercompany - Principal	10.000	10.000	10.000	10.000
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	(207)	(207)	(2.179)	(2.179)
Obtenção de empréstimos - Principal	21.225	21.225	40.000	40.000
Pagamento de empréstimos - Amortização	(3.917)	(3.917)	(3.917)	(3.917)
Pagamento de empréstimos - Juros	(420)	(420)	(426)	(426)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(18.287)	-	(19.289)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(9.074)	-	(12.370)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(680)	26.681	11.819	43.478
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	18.385	18.385	32.267	32.154
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	39.213	39.213	13.646	13.728
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	57.598	57.598	45.913	45.882

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO) - ACUMULADO

R\$ mil	2024		2025	
	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF	IFRS16	Sem IFRS 16 e COF
Fluxos de caixa de atividades operacionais				
Lucro líquido (prejuízo) antes do IR/CS	28.464	42.527	19.783	42.431
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	36.430	36.430	46.413	46.413
Depreciação direito de uso imóveis	81.216	-	88.324	-
Juros mútuo partes relacionada	724	-	2.606	2.606
Juros de Empréstimos Provisionados	3.246	3.246	5.639	5.639
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	(29)	(29)	786	786
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	767	767	2.089	2.089
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	(1.143)	-	(1.141)	-
Provisão / Reversão para perda estoque	683	683	861	861
Provisão / Reversão para contingência	12.483	12.483	3.513	3.513
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	-	-	-	-
Encargos financeiros direito de uso	31.534	-	50.007	-
Outros	4.636	1.706	(3.847)	(9.639)
	199.011	97.813	215.033	94.699
Redução (aumento) nos ativos				
Contas a receber	(35.562)	(35.562)	(38.210)	(69.037)
Estoques	(92.003)	(92.003)	(2.693)	(7.091)
Impostos a recuperar	-	-	8.524	4.340
IRPJ e CSLL pagos	13.222	13.222	(12.902)	(12.902)
Acordos comerciais	(2.382)	(2.382)	(3.841)	(3.841)
Outros A	(412)	(412)	(4.504)	335
Aumento (redução) nos passivos				
Fornecedores	101.270	101.270	(17.090)	27.779
Salários e contribuições	1.643	1.643	12.538	12.529
Impostos a recolher	(4.817)	(4.817)	12.600	12.595
Outros P	(3.231)	(3.231)	(4.243)	(2.244)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	176.739	75.541	165.211	57.162
Fluxo de caixa de atividades de investimentos				
Pagamento de aquisições	-	-	-	-
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	-	-	-
Adições ao imobilizado	(77.476)	(77.476)	(78.457)	(78.457)
Adições ao Intangível	(17.330)	(17.330)	(13.988)	(13.988)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(94.806)	(94.806)	(92.445)	(92.445)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos				
Obtenção de Mútuo intercompany - Principal	24.700	24.700	10.000	10.000
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	(422)	(422)	(2.179)	(2.179)
Obtenção de empréstimos - Principal	40.225	40.225	40.000	40.000
Pagamento de empréstimos - Amortização	(28.759)	(28.759)	(10.667)	(10.667)
Pagamento de empréstimos - Juros	(3.110)	(3.110)	(2.102)	(2.102)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(73.475)	-	(75.261)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(27.723)	-	(44.243)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(68.564)	32.634	(84.452)	35.052
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	13.369	13.369	(11.684)	(231)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	44.229	44.229	57.598	46.113
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	57.598	57.598	45.913	45.882

SOBRE A COMPANHIA

Somos uma rede de drogarias formada pelas aquisições das bandeiras Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio e Drograria Rosário. Contamos com 300 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.

4Q25 and 2025 **EARNINGS RELEASE**

March 16, 2026

WEBCAST

Tuesday, March 17, at 11:00am

CLICK HERE

IR CONTACT

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



DMVF
B3 LISTED NM

Rede d1000 closes 4Q25 with 300 stores, 78.7% growth in EBITDA and 4.4% margin
Same-store-sales (SSS) 19.3% higher and 14.9% higher in nature stores (MSSS)

4Q25 and 2025 HIGHLIGHTS

R\$ 2.6 bn

Gross Revenue

+17.5% x 2024

9.0 p.p above market

R\$ 793.3 K

Total Average Sales

+11.1% x 4Q24.

R\$ 874.2 K

Average Sale - Mature Stores

+10.4% x 4Q24.

R\$ 103.3 Mn

Adjusted EBITDA

+25.7% x 2024

4.0% margin (+0.3 p.p.)

300 stores

+24 units x 4Q24

R\$ 90.4 Mn

Omnichannel

12.9% of Gross Revenues in

+120.8% x 4Q24

KEY INDICATORS

	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	CHG. 4Q24 X 4Q25	2024	2025	CHG. 2024 X 2025
Number of stores	276	281	280	283	300	8.7%	276	300	8.7%
(R\$ million)									
Gross Revenue	583.2	574.3	634.7	680.9	701.9	20.4%	2,206.3	2,591.9	17.5%
Gross Profit	173.7	169.7	191.6	195.7	205.3	18.2%	661.6	762.2	15.2%
Gross Margin (% Gross Revenue)	29.8%	29.5%	30.2%	28.7%	29.2%	-0.5 p.p	30.0%	29.4%	-0.6 p.p
Adjusted EBITDA	17.4	13.9	27.7	30.6	31.1	78.7%	82.2	103.3	25.7%
EBITDA Margin (% Gross Revenue)	3.0%	2.4%	4.4%	4.5%	4.4%	1.4 p.p	3.7%	4.0%	0.3 p.p
Adjusted Net Income	8.7	3.5	9.2	12.4	14.2	62.2%	36.4	39.2	7.8%
Net Margin (% Gross Revenue)	1.5%	0.6%	1.4%	1.8%	2.0%	0.5 p.p	1.6%	1.5%	-0.1 p.p

Rio de Janeiro, March 16, 2026 - d1000 Varejo Farma S.A. ("Rede d1000" or "Company", B3: DMVF3), announces its results for the fourth quarter of 2025 (4Q25) and fiscal year 2025. 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 (4Q24 and 2024).

During 4Q24, the Company restarted operations at the subsidiary Centro Oeste Farma Distribuidora de Medicamentos ("COF"), with a focus on optimizing the balance of taxes recoverable. This is a transitory move, which is expected to continue until early 2026. Therefore, the results reported reflect exclusively the recurrent performance of the company's operations, enabling a more accurate analysis of the business evolution, not influenced by extraordinary events.

It is with a deep sense of accomplishment and optimism that we share the results of 2025. This year marked another successful chapter in our history, consolidating Rede d1000 as an increasingly relevant and efficient player in Brazilian pharmaceutical retail. We overcame the challenges faced during the first half of the year and delivered another year of growth, confirming the effectiveness of our strategy and the relentless dedication of our entire team.

In 2025, Rede d1000 showed robust growth, with gross revenue reaching an all-time high of R\$ 2.59 billion, up 17.5% from 2024. This performance was driven by a few factors, including store expansion, above-inflation growth in all product categories, particularly branded medicines, and our omnichannel strategy, which has nearly doubled its share of the Company's sales over the past two years. Adjusted EBITDA reached R\$ 103.3 million, representing 25.7% growth compared to the previous year, with 4.0% margin on Gross Revenue, up 0.3 p.p. Net Income amounted to R\$ 39.2 million, with 1.5% margin.

Our expansion strategy continued to be a fundamental pillar of our success. We closed the year with 300 stores, 8.7% increase compared to 2024, with 24 units added to the portfolio. The careful selection of new points of sale and the maturation of the existing base contributed to solid progress. For 2026, we plan the opening of 40 new stores and the refurbishment of 10 branches, focusing on sustainable returns and expanding our market share in the regions where we operate.

The focus on customer experience and loyalty also gave rise to significant results. The CRM strategy resulted in a total customer base of 8.1 million, a 16.0% growth compared to 2024. The loyal customer base showed 37.5% growth, totaling 1.3 million customers, who show a higher purchase frequency and an average ticket 54% higher than the company average. Our Net Promoter Score (NPS) reached 81.0 points, reinforcing our commitment to excellence in customer service.

In terms of sales mix, we experienced growth in all categories, particularly branded drugs (RX), driven by GLP-1, and generics, which grew 25.8% and 15.6%, respectively. Exclusive Brands continued to gain market share, with sales growing 23.2%, to R\$ 142.1 million in 2025, reaching 12.5% market share in self-service in 4Q25, expanding 1.5 p.p. compared to the same period in 2024. In 2025, we strengthened our portfolio with the launch of three new brands: Bonnevi, Dfresh and Wissen.

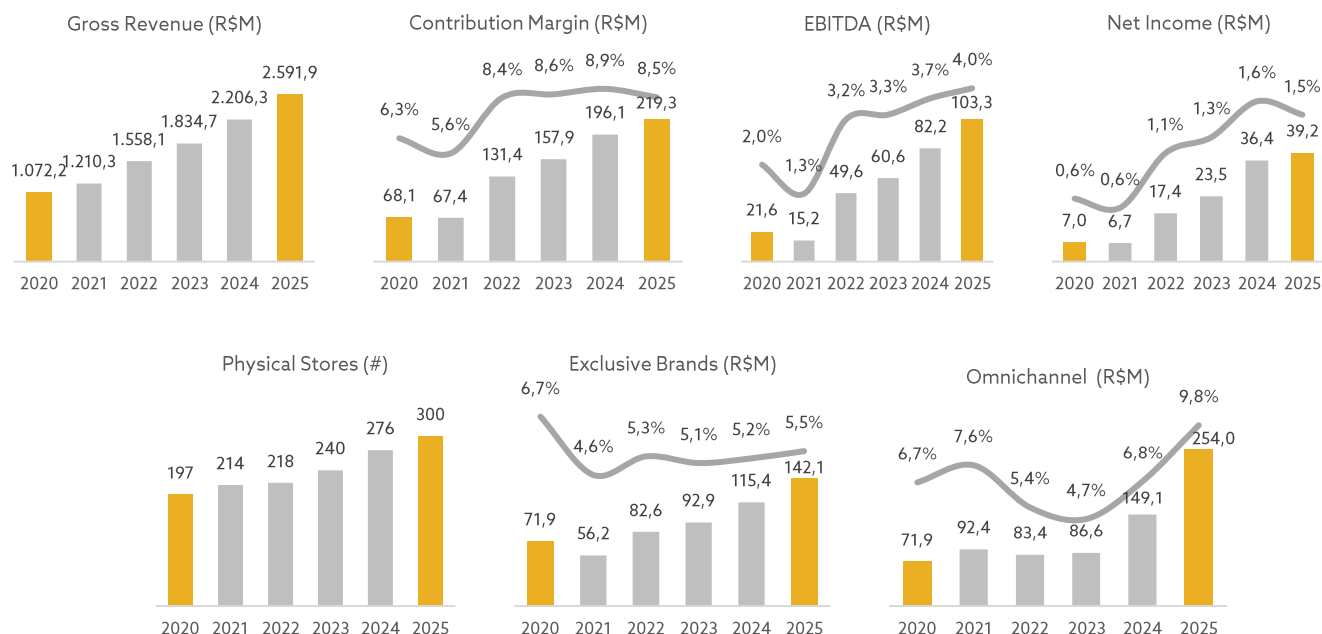
We invested in the Cuida pharmaceutical assistance program, closing the year with 118 service rooms, in addition to implementing Conecta Médico platform across all four brands, launching the telemedicine service within the Company. Regarding Omnichannel sales, we offer an improved shopping experience for our customers through app enhancements, as well as new sales channels such as WhatsApp. As a result, sales on these platforms grew 70.4% compared to 2024, reaching 12.9% of sales in 4Q25, proving to be a very strong driver of the Company's growth.

Our commitment to ESG agenda has also been reinforced. We continue to invest in social and environmental projects that generate a positive impact on the communities where we operate. We believe that sustainable growth necessarily involves social and environmental responsibility.

For the third consecutive year, the Company was recognized by IBEVAR-FIA 2025 Ranking as the most efficient company in Brazilian pharmaceutical retail and ranked second in the Advantage 2025 Survey in the Southeast region, ranking first in Rio de Janeiro, measuring the industry's level of satisfaction with the sector and reinforcing that the initiatives implemented are yielding positive results, enabling a better experience for partners and customers.

In 2025, we completed 5 years as a company listed on the B3. With the R\$400 million capital injection, we strengthened the Company's capital structure and started investing in improving our operations, as well as expanding our store base, with 52% increase during this period.

Since then, our sales have increased 142%. Average sales, which were R\$ 472,800 in 2020, are expected to reach R\$ 755,300 in 2025. Average sales in mature stores saw a significant increase, rising from R\$ 497,200 to R\$ 829,500. This, combined with strict expense control, enabled EBITDA growth of 378% and net income growth of 460% in 5 years.



We ended 2025 confident that Rede d1000 is stronger and better prepared for future challenges. In 2026, we will continue to focus on our expansion, increasing sales in digital channels, and strengthening communication with loyal customers who can bring recurrence and increased ticket sales. Our exclusive brands are also a strong growth driver as they contribute to balanced margins and customer loyalty.

We are grateful for the trust placed in us by our shareholders and the Board of Directors, and for the dedication and commitment of each of our employees, who are the driving force behind every achievement. Together, we will continue to build a successful future, driving innovation, efficiency, and closer relationships with our customers.

Sammy Birmarcker

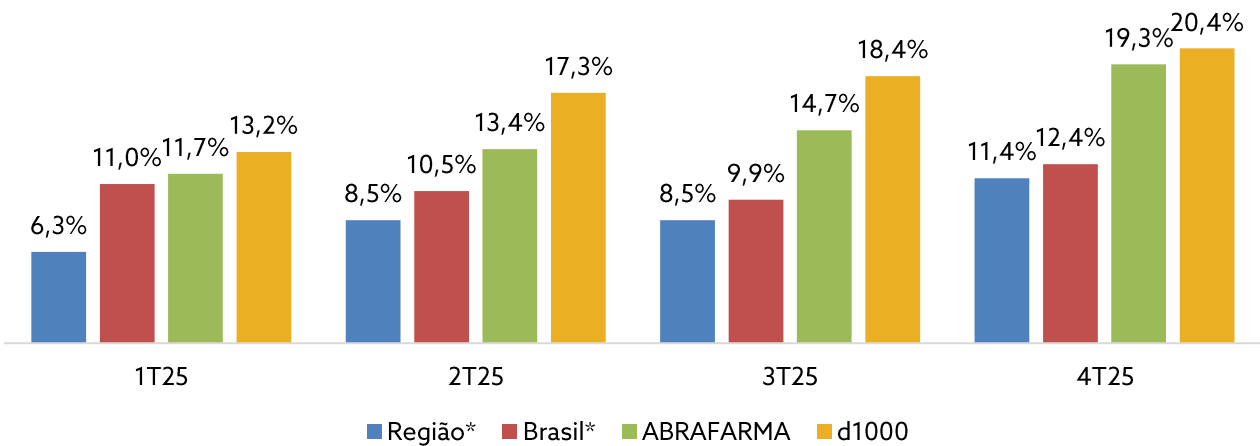
Rede d1000 CEO

PHARMACEUTICAL RETAIL

In 4Q25, the domestic pharmaceutical retail sector showed 12.4% growth and continued to be driven by sales of GLP-1 class medicines, indicated for weight loss and diabetes, which grew 17.2%. The categories of generic drugs, OTC products, and hygiene and beauty (HB) grew 12.0%, 4.8%, and 11.2%, respectively. Extrapolating this growth to the regions where Rede d1000 operates (RJ, DF, and MT), we see a market that grew 11.4% in the quarter, 1.0 p.p. below the domestic market.

Rede d1000, in turn, achieved 20.4% growth in the same period, 8.0 p.p. higher than the domestic market and 9.0 p.p. higher than its region of operation, reaching a market share of 12.8%. Compared to Abrafarma's 19.3% growth in 4Q25, the Company's growth is 1.1 p.p. above the average of major national chains.

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 continuous care. By capturing the wave of transformation in pharmaceutical retail—which requires more than just selling medicines—we have created a distinctive customer experience and achieved growth above the average for the sector.



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

STORE PORTFOLIO

Rede d1000 continues to make steady progress in its expansion plan and in improving its store portfolio. The company ended 4Q25 with 300 units, with 8.7% increase compared to the same period of previous year. During the quarter, 19 stores were opened, 13 in the state of Rio de Janeiro, 3 in the Federal District, and another 3 in the state of Mato Grosso. Additionally, 2 units underwent refurbishments during the period and 2 were closed.

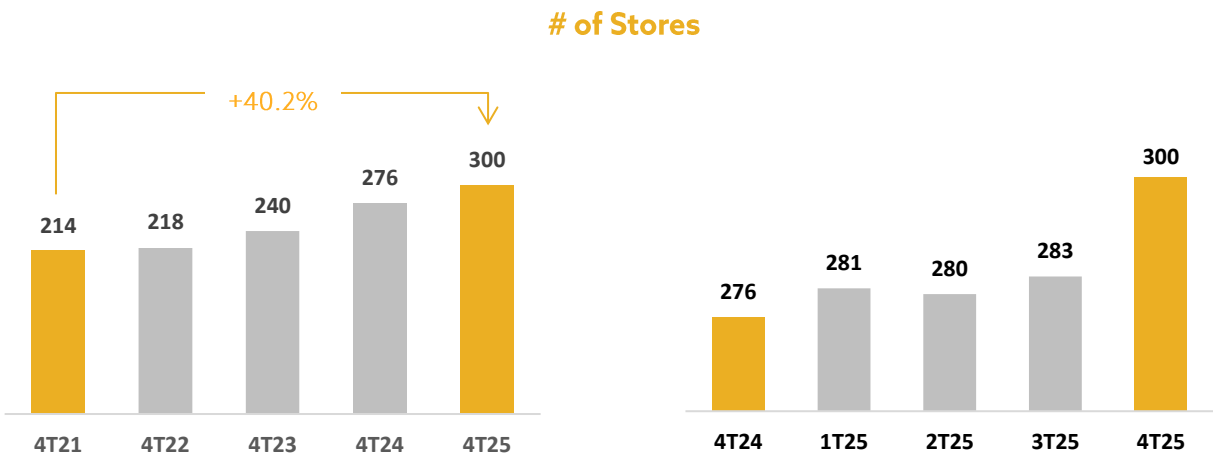
In 2025, Rede d1000 opened 32 new stores, refurbished 10, and closed 8 units, resulting in a net addition of 24 units. 18 new stores were opened in Rio de Janeiro, 8 in the Federal District, and another 6 in Mato Grosso, the latter being one of the Company's expansion focuses, with market share* in this region jumping from 4.3% at the end of 2024 to 10.0% in 2025, represented by 14 stores in the current portfolio. For 2026, the Company plans to open 40 new stores and refurbish another 10 branches, according to the guidance announced.

With the openings completed, Rede d1000 ended the quarter with 32.3% of its stores (97 units) still in the maturation process, with 10.7% (32 units) in their first year of operation, representing significant growth potential ahead, with a significant base of stores in the process of consolidation and maturation. This scenario opens room for significant gains in productivity and profitability in the coming periods, in line with the strategy of sustainable expansion and value generation in the medium and long term.

The store profile remains mostly composed of "Standard" and "Popular" stores, which represent 76.0% of the base (228 units). "Premium" stores account for 24.0% of the base (72 units).

The expansion strategy, combined with the modernization of the existing store portfolio, has contributed significantly to sales growth and market share gains, which reached 12.8%* at the end of 4Q25, expanding 0.8 p.p. compared to the same period last year, according to data released by IQVIA Brazil.

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

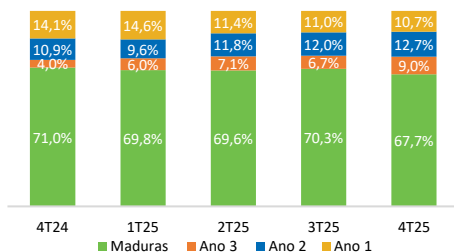


4Q25 and 2025 EARNINGS RELEASE

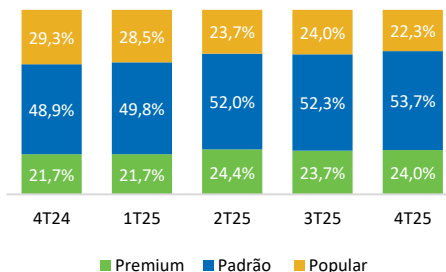


DMVF
B3 LISTED NM

Store portfolio distribution by age



Store by profile (%)



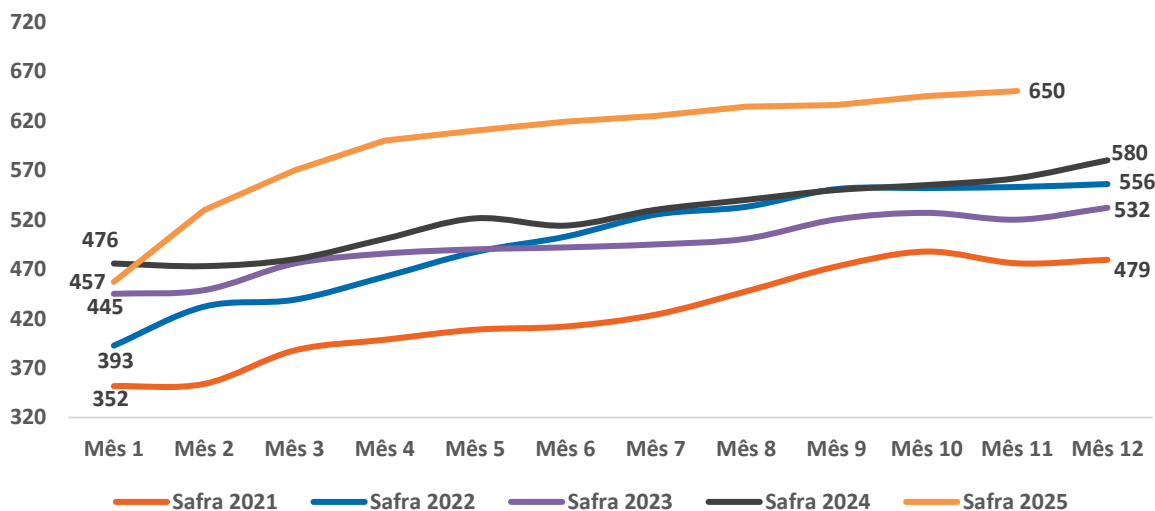
Geographic footprint (#)



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

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

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



*Nominal historical amounts

When analyzing expansion from a perspective of return, by calculating the marginal ROIC for vintages that have at least one full year of maturation, we find a return of 13% for stores opened in 2024.

We recorded an average ROIC of 26% for the portfolio related to 2021-2023 expansion, with 37%, 29% and 17% ROIC for 2021, 2022 and 2023 vintages, respectively.

Marginal ROIC - Expansion

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)	576	570	612	696
Contribution Margin (%)	5.5%	6.4%	9.8%	10.1%
Contribution Margin (R\$ thousand / Month / Store)	32	37	60	70
Annual Contribution Margin (R\$ thousand / Year / Store)	378	439	717	840
Average CAPEX	1,725	1,453	1,417	1,300
Average WC (R\$ thousand / Store)	1,200	1,200	1,100	1,000
Average IC (R\$ thousand / Store)	2,925	2,653	2,517	2,300
Marginal ROIC per Store (%)	13%	17%	29%	37%

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

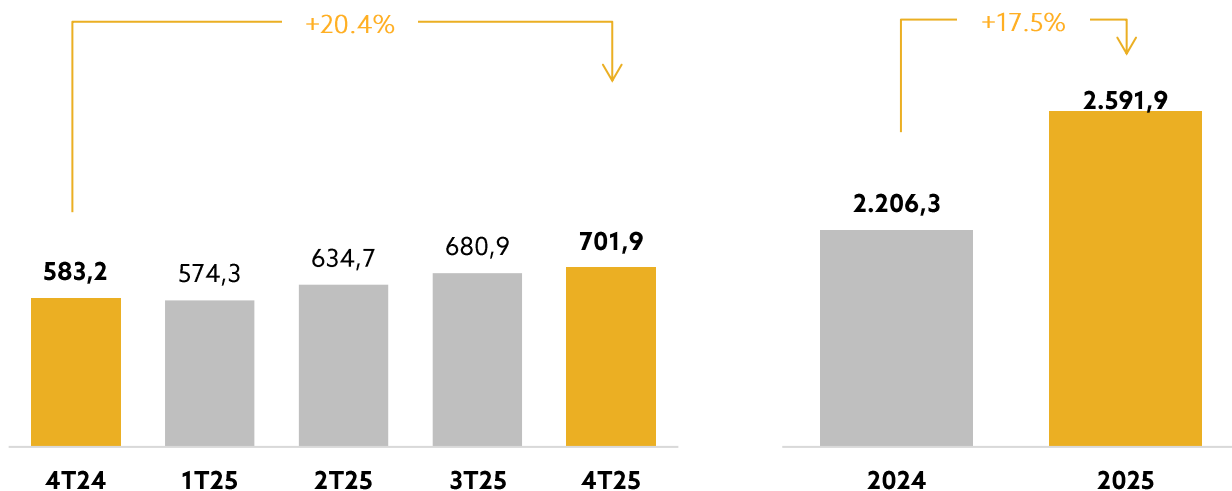
GROSS REVENUE

In 4Q25, the company achieved a new all-time record of R\$ 701.9 million in Gross Revenue, up 20.4% versus the same period last year (R\$ 583.2 million), a performance 9.0 p.p. above the average for its market. In addition to store expansion, which has been the main growth driver for Rede d1000 in recent years, we have experienced growth exceeding inflation in all product categories, with particular emphasis on the branded medicines category, which continues to show significant growth, especially due to the high demand for GLP-1 products, indicated for weight-loss and diabetes.

Rede d1000 continues to show growth well above the regions where it operates, reaching a 12.8% share in its market at the end of 4Q25, representing growth of 0.8 p.p. compared to the same period last year, according to data updated by IQVIA Brazil.

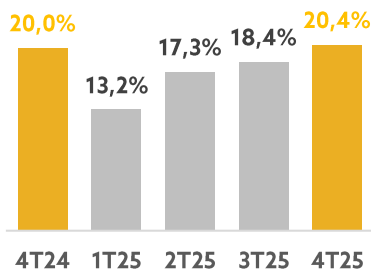
Year-to-date, Gross Revenue totaled R\$ 2.59 billion, representing a 17.5% growth compared to 2024.

Gross Revenue (R\$ million)

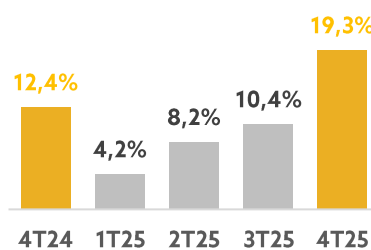


The Company reported 19.3% growth in same-store sales (SSS), resulting from the maturation of part of the portfolio, and 14.9% growth in mature stores (MSSS), well above inflation for the period, contributing to the dilution of expenses and increased profitability.

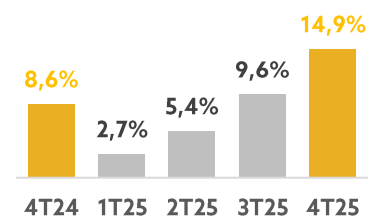
Growth - Total



Growth - Same Stores



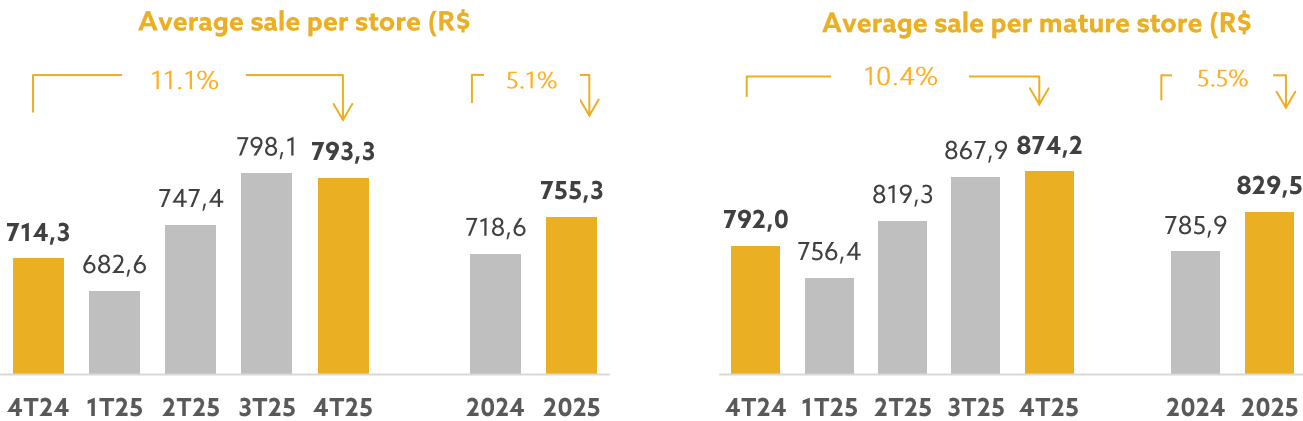
Growth - Mature Stores



Average sales per store

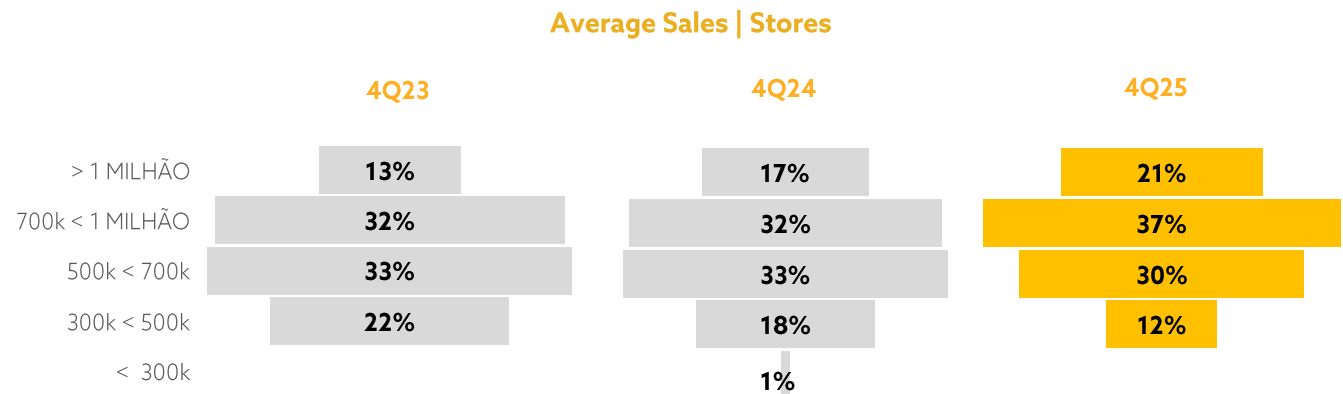
In 4Q25, Rede d1000 reported average sales per store of R\$ 793,300, representing an increase of 11.1% compared to the same period of previous year, even with 32.3% of the base still maturing, with 19 new stores opened during the period. Considering only mature stores, the Company reached an average sale of R\$ 874,200, a new record, growing 10.4% compared to the same period of previous year.

Year-on-year, average sales per store reached R\$ 755,300, up 5.1% compared to 2024, while average sales per mature store reached R\$ 829,500, a 5.5% increase compared to 2025, impacted by sales in the first half of the year, which was more challenging, especially in the first four months.



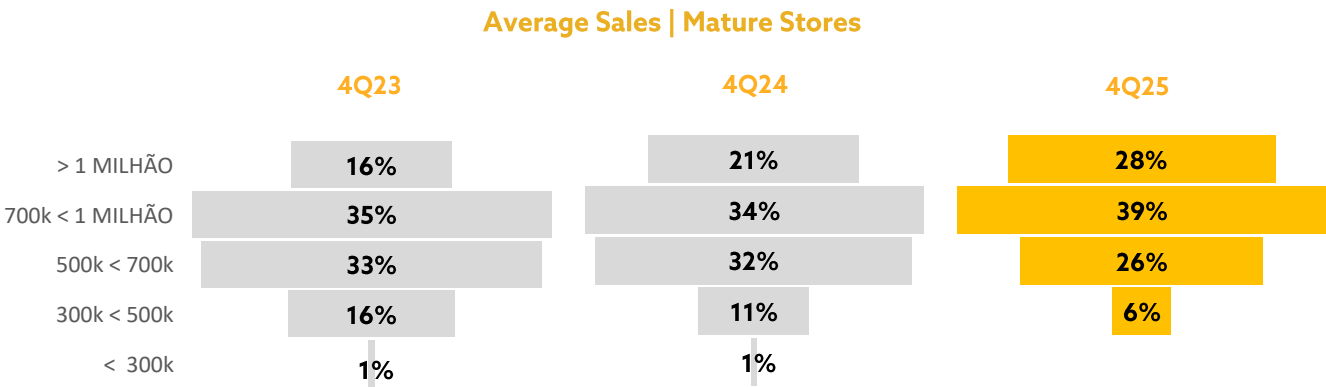
The graph below shows the progress in the sales performance of stores in their maturing process, considering those that have been open for more than 6 months. The portfolio of stores with revenues exceeding R\$ 700,000 represented 58% of the total stores, compared to 49% in 4Q24, up 9.0 p.p.

Currently, 21% of Rede d1000 stores have revenues exceeding R\$ 1 million, an increase of 4.0 p.p. in total revenue compared to the same period of previous year.



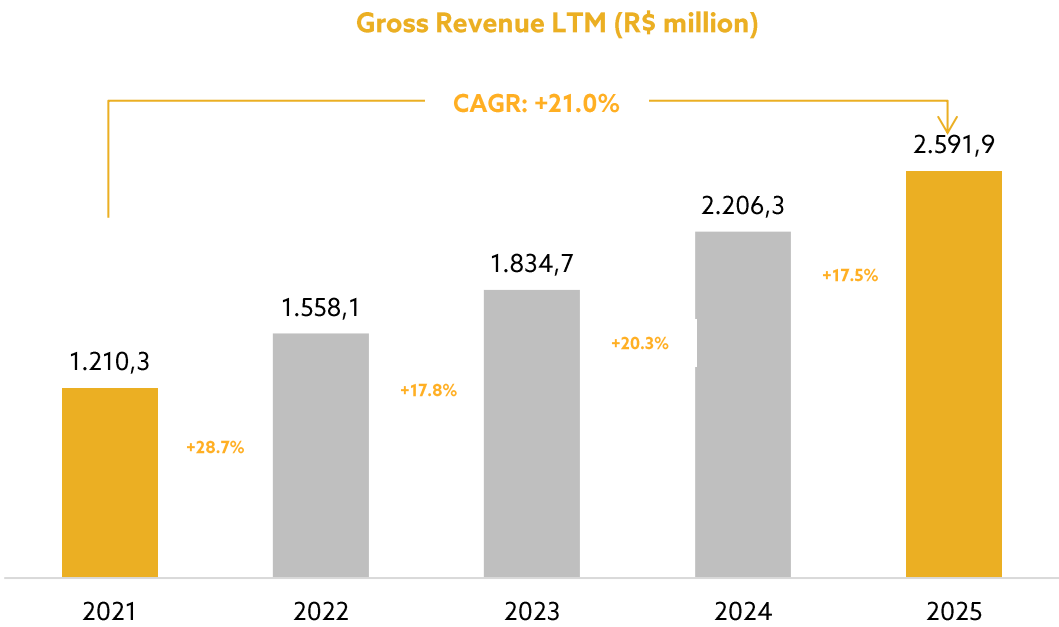
Includes only stores open for more than 6 months.

When analyzing only the mature store base, we already see that 28% of stores are generating revenues above R\$ 1 million, 7.0 p.p. increase in total share when compared to the same period in 2024



Includes only mature stores.

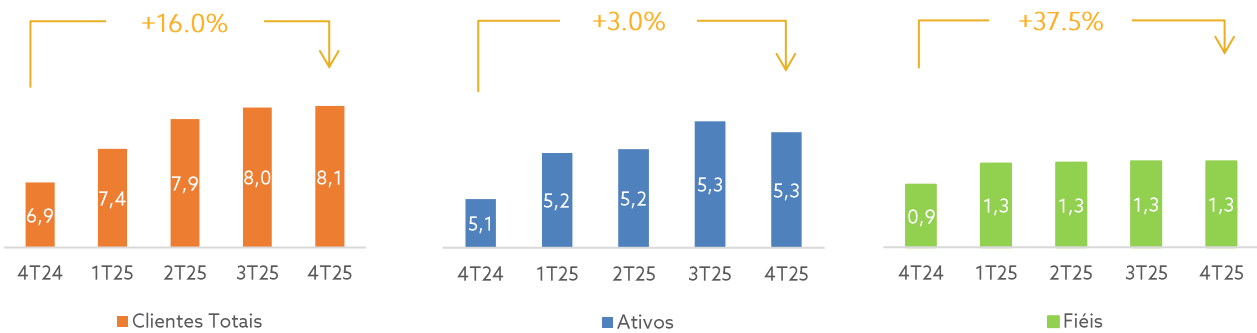
Rede d1000's Gross Revenue has been showing strong growth in recent years, with a CAGR of 21.0% for 2021-2025 period, and reached the mark of R\$ 2.6 billion in the last 12 months, as shown in the graph below:



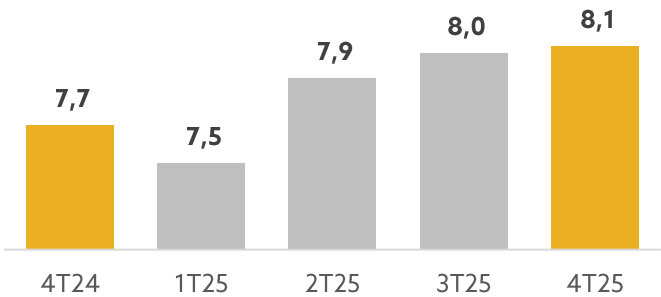
CRM (Customer Relationship Management)

Rede d1000 continues to make progress in its CRM (Customer Relationship Management) strategy. In 4Q25, the active customer base reached 8.1 million, up 16.0% compared to 4Q24. The active customer base grew 3.0% compared to the same period in 2024, reaching 5.3 million customers.

The base of loyal customers, which has been the main focus of the customer communication strategy, grew 37.5% compared to 4Q24, totaling 1.3 million customers who have been increasing not only their purchase frequency but also the ticket size, which is approximately 54% higher than the Company's average ticket.

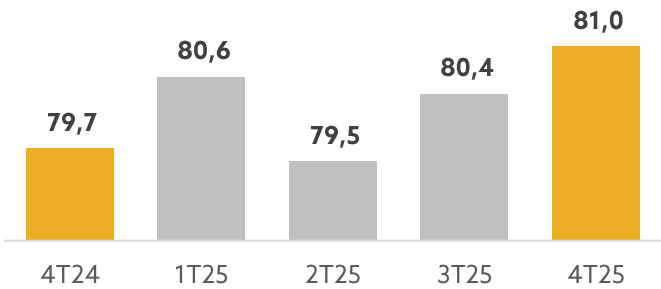


Customer Base (# million)



In 4Q25, Rede d1000 maintained high levels of customer satisfaction, reflected in the Net Promoter Score (NPS), which reached 81.0 points in the period. This result reinforces the Company's commitment to excellence in service and the continuous improvement of the shopping experience in its stores.

NPS



4Q25 and 2025 EARNINGS RELEASE



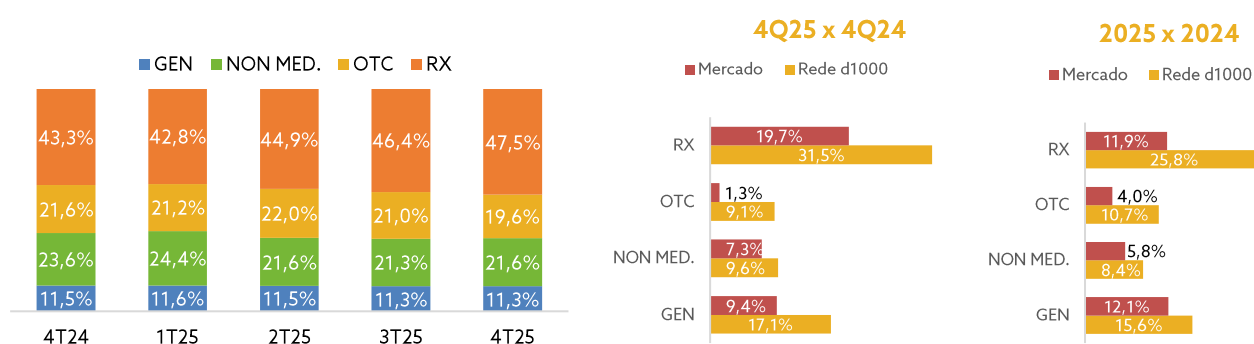
DMVF
B3 LISTED NM

SALES MIX

In 4Q25, we once again recorded growth in all categories of the Sales Mix compared to the same period last year, with emphasis on branded drugs (RX) and generic drugs (GX), with 31.5% and 17.1% growth, respectively. The branded drugs category accounted for 47.5% of total sales, up 4.2 p.p. versus 4Q24, continuing to be driven mainly by the launch of Mounjaro in mid-May, which continued to boost demand for products related to this category of drugs (GLP1) in the period and increased supply capacity for this category by the industry.

OTC and non-drug categories also showed a significant increase in sales in 4Q25, when compared to the same period of previous year, growing 9.1% and 9.6% respectively, while in the regions where Rede d1000 operate, the increase was 1.3% and 7.3%, respectively.

Sales Share by Category Growth by Category

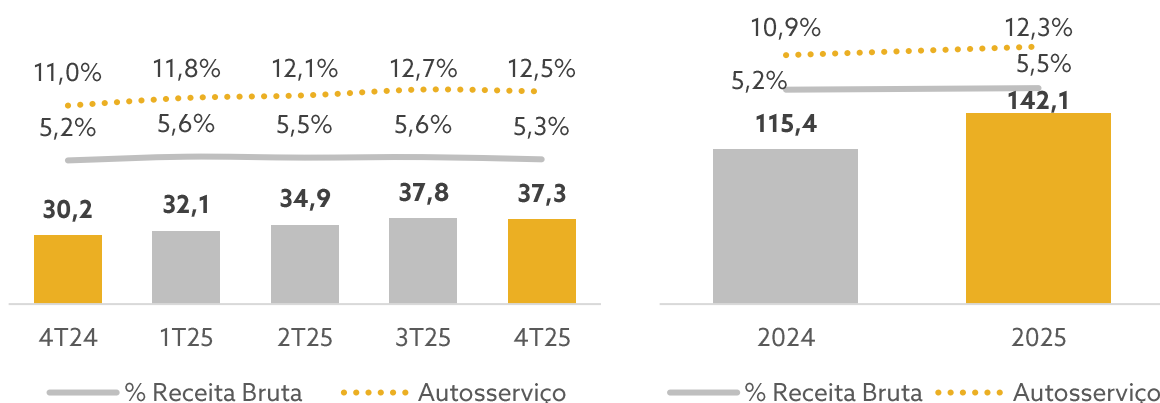


EXCLUSIVE BRANDS

Once again, Rede d1000's portfolio of Exclusive Brands saw an increase in its share of self-service sales, now accounting for 12.5% of sales in the store floor, up 1.5 p.p. compared to 4Q24. Sales in the period amounted to R\$ 37.3 million, 23.5% higher compared to the same period in 2024.

Year-to-date, sales of Exclusive Brand products reached R\$ 142.1 million, growing 23.2% compared to 2024, now representing 5.5% of the Company's total sales versus 5.2% in the previous year. When analyzing sales in the store floor, we see 1.4 p.p. growth in the market share of our branded products, reaching 12.3% of self-service sales versus 10.9% in 2024.

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





In 4Q25, Dfresh brand, focused on oral hygiene, ended with a portfolio of 13 SKUs, two of which already stand out as category leaders, resulting in an 11% share in the categories in which we operate and 1.4% of Exclusive Brand sales in the quarter. This performance reinforces our commitment to innovation and quality, consolidating Dfresh as a competitive and strategic brand in our portfolio.

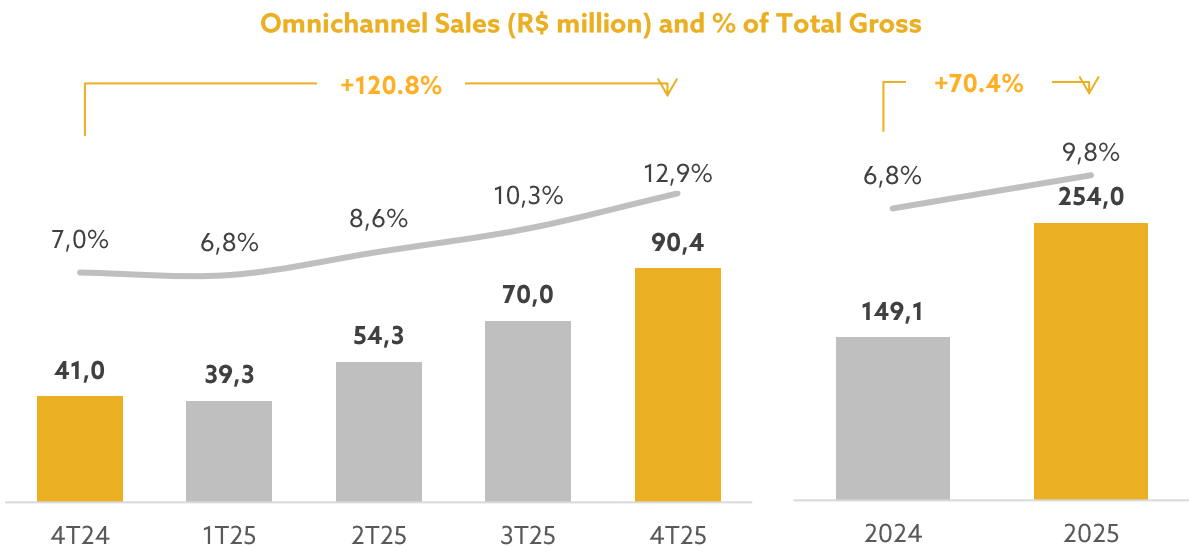
OMNICHANNEL

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

In e-commerce, we are investing in our consumers' shopping experience through improvements in the app's usability, which has led to an increase in sales conversion and repurchase volume that, on this channel, is three times higher than on the website. We continue to increase the number of stores offering delivery services, thereby providing increasingly faster deliveries to our customers. Furthermore, the sales of GLP1 products have also contributed significantly to the increase in sales through this channel. We are investing in expanding sales through WhatsApp, and this quarter we saw a fivefold increase in revenue from this channel compared to the same period last year.

In 4Q25, non-face-to-face sales totaled R\$ 90.4 million, representing 120.8% growth when compared to 4Q24, reaching 12.9% of the Company's Gross Revenue, maintaining the sales channel's share above 10% again.

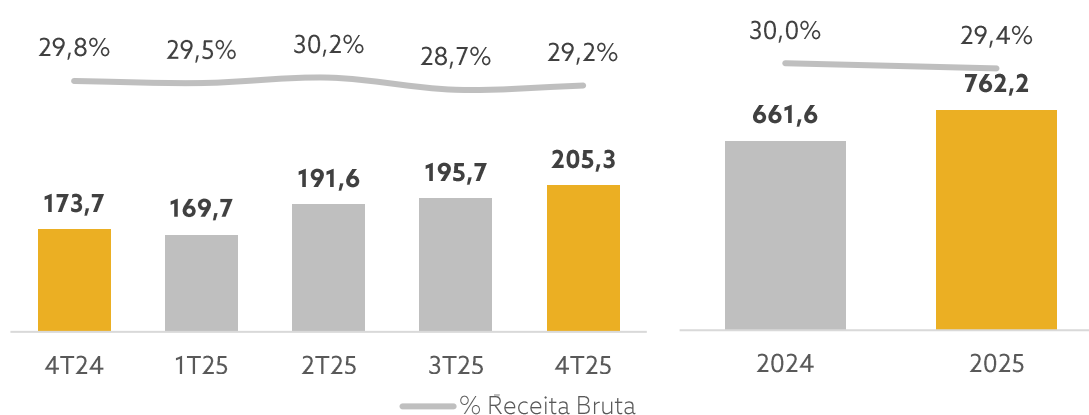
Year-to-date, non-face-to-face sales amounted to R\$ 254.0 million, with 70.4% growth when compared to 2024, representing 9.8% of the Company's total sales versus 6.8% in the previous year.



GROSS PROFIT

Rede d1000 reported a Gross Profit of R\$ 205.3 million in 4Q25, representing 18.2% increase versus the same period of previous year and representing the quarter with the highest increase in the year. Gross margin for the quarter was 29.2%, 0.6 p.p. lower than in 4Q24, mainly explained by the 4.2 p.p. increase in the share of branded drugs in the total mix. The higher share of RX in the sales mix impacts on gross margin percentages when comparing periods, but on the other hand, it contributes significantly to the dilution of expenses, due to a higher average ticket. In full year 2025, Gross Profit reached R\$ 762.2 million, 15.2% higher when compared to 2024, while gross margin showed a 0.6 p.p. decline, totaling 29.4% in 2025.

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



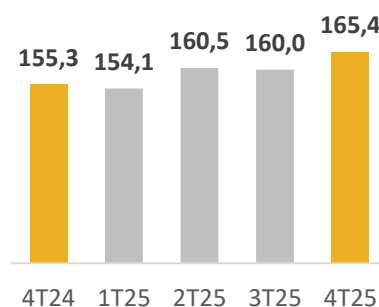
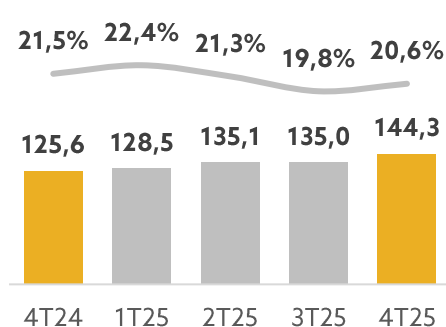
OPERATING EXPENSES

Selling Expenses

In 4Q25, Sales Expenses amounted to 144.3 million, 14.9% higher than when compared to 4Q24, mainly due to the increase in the stores' base between the periods. Nevertheless, Sales Expense represented 20.6% of Gross Revenue, with 0.9 p.p. dilution versus 21.5% recorded in 4Q24. Year-to-date, it represented 20.9% of Gross Revenue versus 21.1% in 2024, with 0.2 p.p. dilution year-on-year, confirming the trend of gains in operational leverage.

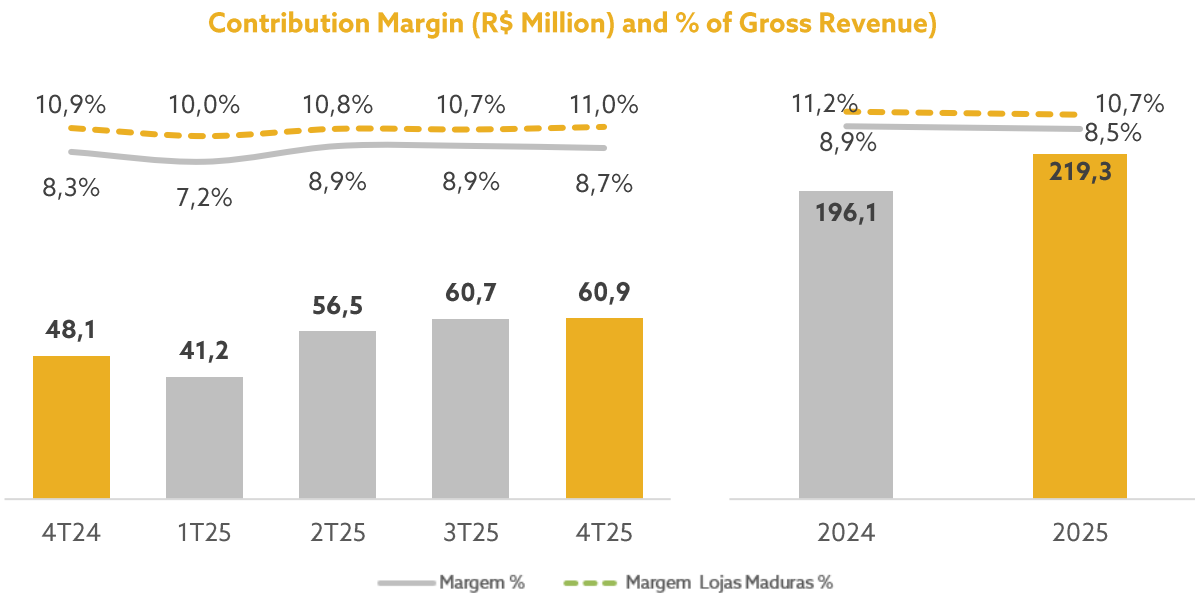
Selling Expenses (R\$ Million) and % of Gross Revenue

Average Selling Expenses per Store (R\$ thousand)

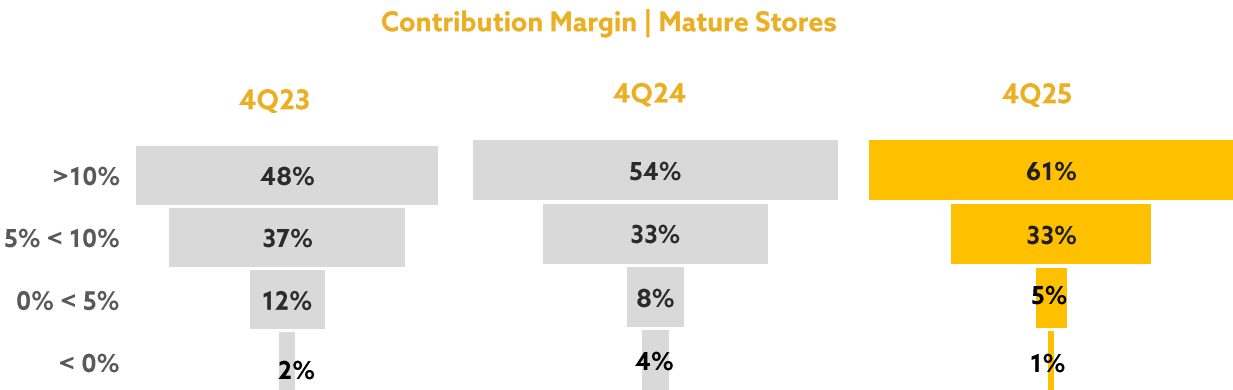


CONTRIBUTION MARGIN

Consolidated Contribution Margin reached R\$ 60.9 million in 4Q25, 26.6% increase versus the previous year, representing the best quarterly performance of the year. The ratio to Gross Revenue stood at 8.7%, improving to 0.4 p.p. compared to 4Q24. Even with the higher weight of prescription drugs and approximately 30% of the store base still in the maturation phase, the dilution of expenses in the quarter contributed to the improvement of the contribution margin compared to 4Q24. Year-to-date, Contribution Margin totaled R\$ 219.3 million (+11.8 % YoY), equivalent to 8.5 % of Gross Revenue.



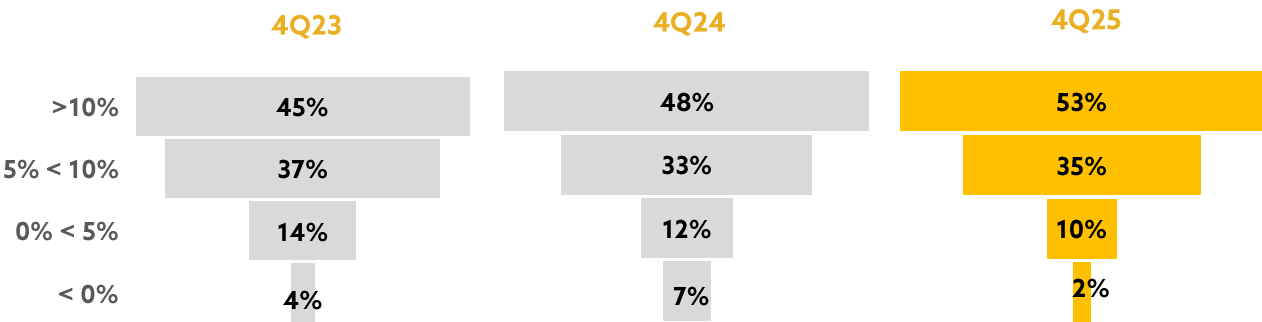
The graphs below show the evolution of store margins over the years, where we have 61% of mature stores with margins above 10% and opportunities to increase profitability in 39% of the base.



Includes only mature stores

The potential to increase the company's profitability is even more significant when we look at the base of stores open for more than 6 months, where 47% of the portfolio still delivers less than 10% Contribution Margin.

Contribution Margin | Stores



Includes only stores open for at least 6 months

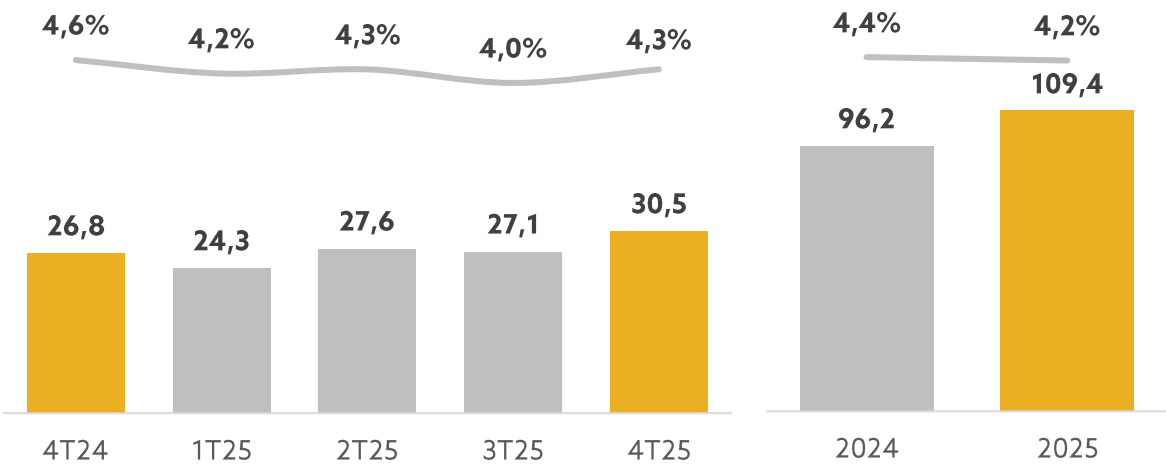
General and Administrative Expenses - G&A

General and Administrative Expenses (G&A) totaled R\$ 30.5 million in 4Q25, up 13.8% compared to the same period last year. Year-to-date, corporate expenses totaled R\$ 109.4 million, 13.7% increase compared to 2024.

Throughout the year, the Company focused on actions aimed at reducing costs and increasing productivity. On the other hand, it was necessary to allocate funds mainly to technology, focusing on strategic areas such as Data and Security.

Nevertheless, in 4Q25, we saw a dilution of 0.3 p.p. in Corporate Expenses, representing 4.3% of sales. Year-to-date, Corporate Expenses represented 4.2%, a 0.2 p.p. dilution compared to the same period of previous year.

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

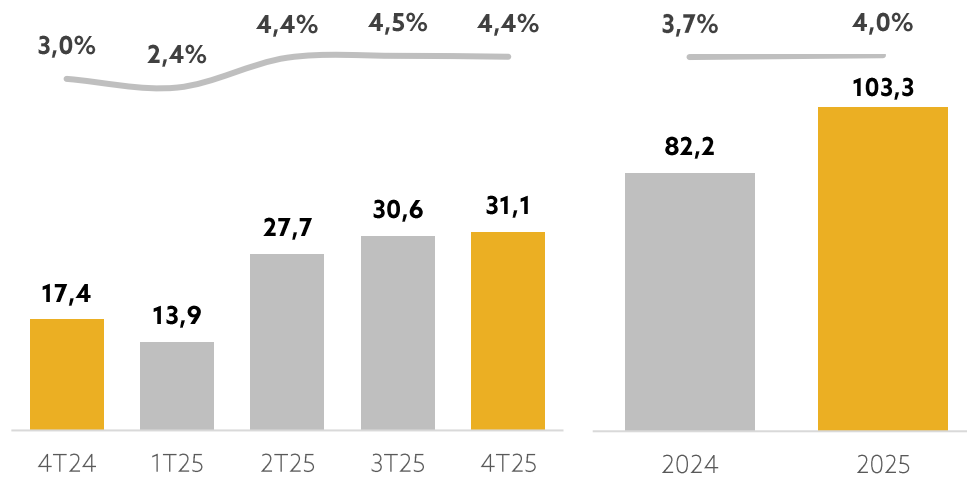


ADJUSTED EBITDA

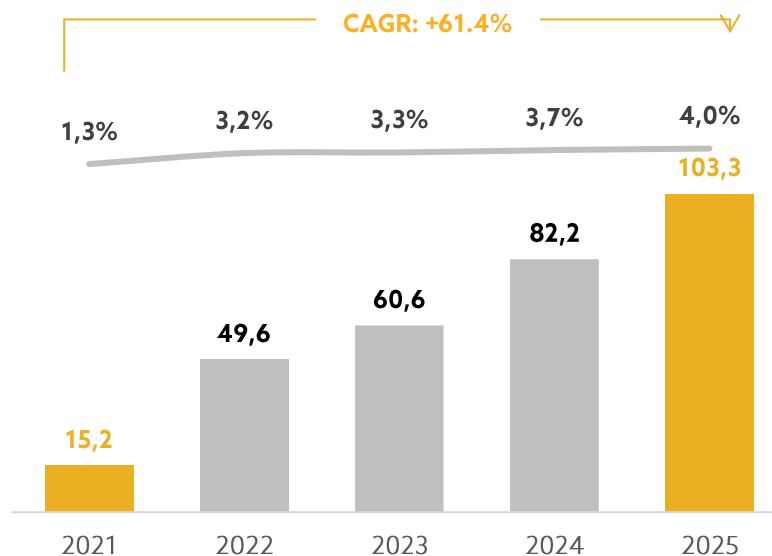
Adjusted EBITDA reached R\$ 31.1 million in 4Q25, a 78.7% increase versus the same period of previous year, the highest growth in recent years for a single quarter. EBITDA margin was 4.4%, representing a growth of 1.4 p.p. compared to 4Q24, resulting from the dilution of expenses, both sales and corporate expenses.

Year-to-date, EBITDA amounted to R\$ 103.3 million, 25.7% higher than in 2024, despite the negative impact seen throughout the first half of 2025, which was more challenging. The annual EBITDA margin reached 4.0% for the first time, compared to 3.7% in 2024, expanding by 0.3 p.p.

Adjusted EBITDA (R\$ million)



Adjusted EBITDA LTM (R\$ million)



4Q25 and 2025 EARNINGS RELEASE



DMVF
B3 LISTED NM

Adjusted EBITDA Reconciliation	4Q24	4Q25	2024	2025
Net Income (with IFRS 16)	3.5	9.4	25.8	22.6
(+) Net Financial Result	11.9	18.7	34.9	64.1
(+) Income Tax and Social Contribution	-4.5	-1.7	2.6	-2.8
(+) Depreciation and Amortization	31.5	35.0	117.6	134.8
EBITDA (with IFRS 16)	42.4	61.4	180.9	218.6
(+ / -) IFRS 16 Impacts	-25.4	-31.1	-99.1	-118.0
EBITDA (ex-IFRS-16)	17.0	30.3	81.8	100.6
(+ / -) COF Adjustments	0.4	0.8	0.4	2.7
(+ / -) Other Adjustments	-	-	-	-
Adjusted EBITDA ex IFRS-16	17.4	31.1	82.2	103.3

DEPRECIATION AND AMORTIZATION, FINANCIAL RESULT AND INCOME TAX

Depreciation and Amortization expenses reached R\$ 12.5 million in 4Q25 versus R\$10.2 million in 4Q24. The 22.5% increase year-on-year mainly reflects the increased number of stores (276 stores in 4Q24 vs. 300 stores in 4Q25).

In 4Q25, net financial expenses totaled R\$ 4.8 million, representing 0.68% of sales, versus a total of R\$ 1.9 million in 4Q24. The increase is mainly 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.

Year-to-date, net financial expenses totaled R\$ 14.5 million, representing 0.56% of sales, versus R\$ 3.2 million in 2024.

	4Q25 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	4Q25 Adjusted	4Q24 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	4Q24 Adjusted
Gross Revenue	730.6		-28.7	701.9	660.7		-77.5	583.2
Deductions	-40.3		3.5	-36.8	-39.5		9.4	-30.1
Net Revenue	690.3			665.1	621.2			553.1
Cost of Goods Sold	-485.1		25.3	-459.8	-447.5		68.1	-379.4
Gross Profit	205.2			205.3	173.7			173.7
Expenses	-143.8	-31.1	0.8	-174.1	-131.3	-27.7	2.7	-156.3
EBITDA	61.4			31.2	42.4			17.4
Depreciation & Amortization	-35.0	22.5		-12.5	-31.5	21.3		-10.2
Net Financial Result	-18.7	13.6	0.2	-4.9	-11.9	10.1		-1.8
Income Tax and SC	1.7	-1.3		0.4	4.5	-1.2		3.3
Net Income	9.4			14.2	3.5			8.7

4Q25 and 2025 EARNINGS RELEASE



DMVF
B3 LISTED NM

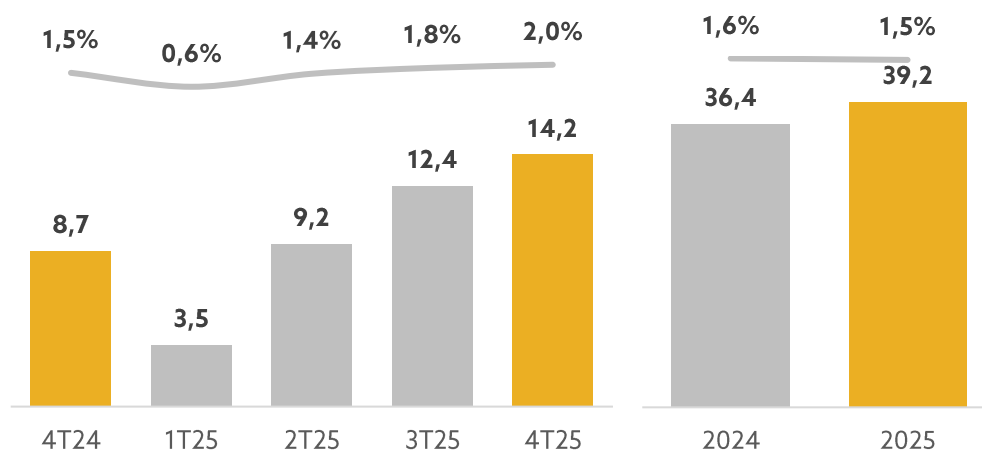
	2025 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	2025 Adjusted	2024 Accounting	IFRS 16 Impacts	Managerial Adjustments	2024 Adjusted
Gross Revenue	2,828.3		-238.7	2,586.6	2,283.8		-77.5	2,206.3
Deductions	-161.6		27.4	-134.2	-123.2		9.4	-113.8
Net Revenue	2,666.7			2,455.4	2,160.6			2,160.6
Cost of Goods Sold	-1,904.6		211.4	-1,693.2	-1,499.0		68.1	-1,430.9
Gross Profit	762.2			762.3	661.6			661.6
Expenses	-543.6	-118.0	2.6	-659.0	-480.7	-101.3	2.6	-579.4
EBITDA	218.6			103.3	180.9			82.2
Depreciation & Amortization	-134.8	88.3		-46.4	-117.6	81.1		-36.5
Net Financial Result	-64.1	50.0	-0.4	-14.5	-34.9	31.5		-3.2
Income Tax and SC	2.8	-6.0		-3.2	-2.6	-3.5		-6.1
Net Income	22.6			39.2	25.8			36.4

ADJUSTED NET INCOME

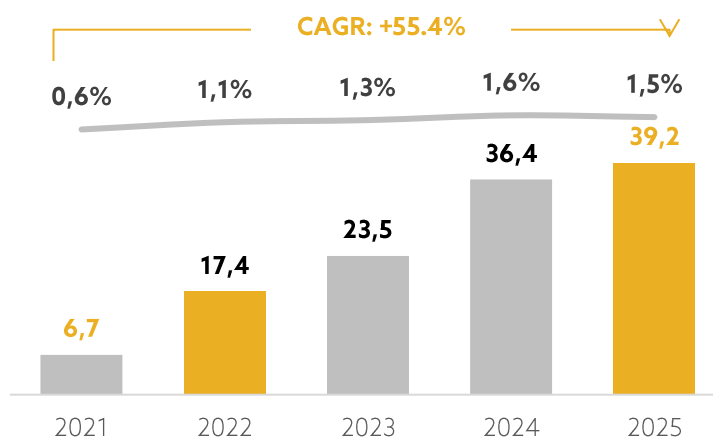
Adjusted Net Income of Rede d1000 in 4Q25 was R\$ 14.2 million, reaching a margin of 2.0%, 62.2% higher than in 4Q24.

Year-to-date, net income was R\$ 39.2 million, 7.7% higher than in 2024, when it reached R\$ 36.4 million (margin of 1.5% x 1.6%, respectively).

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



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



Net Income Reconciliation	4Q24	4Q25	2024	2025
Net Income (with IFRS 16)	3.5	9.4	25.8	22.6
(+ / -) IFRS 16 Impacts	4.8	3.8	10.2	14.3
(+/-) COF Adjustments	0.4	1.0	0.4	2.3
(+ / -) Other Adjustments	-	-	-	-
Adjusted Net Income (ex IFRS 16)	8.7	14.2	36.4	39.2

CASH CYCLE

The Company's Cash Cycle was 14.9 days in 4Q25, compared to 12.8 days in 4Q24. The recent increase in the Company's cash cycle is directly related to increased sales of drugs in the total mix, especially those related to GLP1, for which the share of total revenue reached 14.9% in 4Q25 versus 6.6% in the same period of the previous year. The sales cycle for GLP1 products is much longer than the rest of the business, given the high average ticket price and sales mostly paid in installments by credit card, taking the Company's Cash Cycle to a new level.

Cash Cycle (days)	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25
Accounts receivable	25.5	28.1	29.6	31.0	30.7
Inventories	65.5	63.1	56.8	54.1	54.3
Trade accounts payable	78.1	76.3	73.9	69.1	70.2
Cash Cycle	12.8	14.9	12.4	16.0	14.9

4Q25 and 2025 EARNINGS RELEASE



DMVF
B3 LISTED NM

INVESTMENTS AND CASH FLOW

CAPEX (R\$ million)	4Q24	%	4Q25	%	2024	%	2025	%	Δ%
Expansion	21.7	63%	24.1	72%	68.4	72%	58.2	63%	-15%
Store Refurbishment	7.9	23%	2.7	8%	13.3	14%	11.7	13%	-12%
Information Technology	1.4	4%	4.7	14%	4.6	5%	10.5	11%	127%
Store and office infrastructure	3.7	11%	2.0	6%	8.4	9%	12.1	13%	44%
Total	34.6	100%	33.4	100%	94.7	100%	92.5	100%	-2%

In 4Q25, investments amounted to R\$ 33.4 million, of which R\$ 26.8 million was spent on opening and refurbishing stores, R\$ 4.7 million on information technology, and R\$ 2.0 million on infrastructure and maintenance of stores and offices.

In full year 2025, investments amounted to R\$ 92.5 million, of which R\$ 69.9 million was spent on opening and refurbishing stores, R\$ 10.5 million on information technology, and R\$ 12.1 million on infrastructure and maintenance of stores and offices. In 2025, investments in technology were 127% higher. We made structural investments focused on information security, Disaster Recovery and reformulation of the data structure (Data Strategy).

(R\$ million)	4Q24	4Q25	Chg. 4Q24 x 4Q25	2024	2025	Chg. 2024 x 2025
EBIT	5.5	13.8	151.1%	42.5	42.4	-0.2%
Depreciation & Amortization	10.2	12.5	23.1%	36.4	46.4	27.4%
Non-cash adjustments	0.4	-9.9	-2456.7%	18.9	5.9	-68.9%
Cash Cycle	14.1	0.3	-97.7%	-26.3	-48.3	83.9%
Other Assets/Liabilities)	-3.8	5.4	-241.6%	4.0	10.8	168.8%
Operational Cash Flow	26.3	22.1	-16.1%	75.5	57.2	-24.3%
Investments	-34.6	-33.4	-3.5%	-94.8	-92.4	-2.5%
Free Cash Flow	-8.3	-11.3	36.5%	-19.3	-35.3	83.1%
Financing	26.7	43.5	63.0%	32.6	35.1	7.4%
Total Cash Flow	18.4	32.2	74.9%	13.4	-0.2	-101.7%

In 4Q25, the Company reported R\$ 22.1 million in operating cash flow versus R\$ 26.3 million in the same period in 2024. Year-to-date, operating cash flow was R\$ 57.2 million versus R\$ 75.5 million in 2024, explained by the increased need to finance the growth in sales of GLP1 and Farmacia Popular products in the period.

As a result, free cash flow was negative at R\$ 11.3 million in 4Q25 and R\$ 35.3 million for the year.

INDEBTEDNESS

In 4Q25, the Company received the final tranche related to FINEP, in the amount of R\$ 10 million, at a cost of 5.38% p.a., in addition to R\$ 40 million in bank debt, at a cost of CDI + 1.29%, to cover planned investments. During the same period, R\$ 6.5 million was paid in interest and repayment of debts.

Rede d1000 ended 4Q25 with net debt of R\$ 61.9 million versus R\$ 6.0 million in 4Q24, representing net debt of 0.6 times the accumulated EBITDA for the last 12 months.

In view of the speed of expansion, combined with the working capital needs resulting from increased sales related to GLP1 and low indebtedness, we believe that the Company's new leverage level will be close to market levels.

Calculation of Net Cash (R\$ million)	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25
Gross Debt	-63.6	-61.7	-58.7	-57.0	-107.8
Short term	-10.7	-31.3	-29.8	-29.5	-58.0
Long term	-52.9	-30.3	-28.9	-27.5	-49.9
(+) Cash and Cash Equivalents	57.6	32.7	31	13.6	45.9
Net Cash Position	-6.0	-28.9	-27.7	-43.3	-61.9
Net Debt/Adjusted EBITDA	0.1x	0.3x	0.3x	0.5x	0.6x



In 2025, Rede d1000 made consistent and innovative progress on its ESG agenda, strengthened by the strategic integration of the Compliance area into the ESG Department, significantly increasing the relevance of corporate governance within the Company. We believe that sustainability is critical to generating long-term value, and our progress reflects our ongoing pursuit of best practices and transparency.

ENVIRONMENTAL PILLAR



Combating Climate Change:

In 2025, the Company achieved an important milestone in its climate agenda by increasing the use of renewable energy in Rede d1000 stores to 83%, reinforcing its strategy of transitioning to a cleaner and more efficient energy matrix. This progress reflects the Company's commitment to reducing its Scope 2 emissions and strengthening operational resilience, while contributing to a more sustainable operation aligned with the industry's best environmental practices.

Over the past three years, through Rede d1000's Returnable Plastic Box Project, we have eliminated the use of approximately 10 million cardboard boxes, which represents the preservation of more than 9,000 trees during that period. In addition, in 2025 we avoided printing 150,000 monthly leaflets, an initiative that alone contributed to the preservation of around 2,520 trees per year, reinforcing our commitment to reducing waste, optimizing resources, and protecting forests.

SOCIAL PILLAR



Profarma Institute Social Action:

In 2025, the Profarma Institute held a consistent schedule of social actions, with a direct impact on more than 318,000 people throughout the year. Over the past three years, the Institute's actions have impacted more than 1 million people, reinforcing the Company's commitment to consistent, long-term social action, supported by both the engagement of employees and partners and the allocation of a portion of net income to the Institute. The year also marked the achievement of a strategic goal: the implementation of JBP Social and the launch of Impact 360°, an initiative that brought the Institute even closer to partners and brands and enhanced our ability for mobilization and donation. As a result, we generated more than R\$ 2.5 million in product donations and sponsorships for the Institute's initiatives and donated over 100,000 hygiene and beauty items, promoting dignity and well-being for thousands of people.



GOVERNANCE PILLAR:

We conducted a comprehensive diagnostic assessment of adherence to IFRS S1 and IFRS S2 standards, identifying opportunities for improvement and structuring robust processes to ensure compliance with global sustainability reporting requirements. In line with the expansion of artificial intelligence use at the Company, we have developed an innovative internal system for collecting and structuring ESG data, increasing the accuracy, organization, and reliability of the information reported.

These initiatives evidence our commitment to strategically integrating Environmental, Social, and Governance pillars, consolidating sustainable and resilient management that adds long-term value for investors and stakeholders.

4Q25 and 2025 EARNINGS RELEASE



DMVF
B3 LISTED NM

FINANCIAL STATEMENTS

R\$ million	IFRS-16		Without IFRS-16 and COF		IFRS-16		Without IFRS-16 and COF	
	4Q24	4Q25	4Q24	4Q25	2024	2025	2024	2025
Gross Revenue	660.7	730.6	583.2	701.9	2,283.8	2,828.3	2,206.3	2,591.9
RX	285.9	346.9	252.4	333.2	973.5	1,288.3	940.0	1,180.4
HB	156.1	157.9	137.8	151.7	544.1	670.8	525.8	619.3
OTC	142.5	143.5	125.8	137.9	504.2	546.5	487.5	496.4
Generic	76.2	82.3	67.2	79.1	262.0	322.7	253.0	295.8
Revenue Deductions	-39.5	-40.3	-30.1	-36.8	-123.2	-161.6	-113.8	-136.5
Net operating revenue	621.2	690.3	553.1	665.1	2,160.6	2,666.7	2,092.5	2,455.4
Cost of goods sold	-447.5	-485.1	-379.4	-459.8	-1,499.0	-1,904.6	-1,430.9	-1,693.2
Gross Profit	173.7	205.2	173.7	205.3	661.6	762.2	661.6	762.3
Gross Margin (Net Revenue)	28.0%	29.7%	31.4%	30.9%	30.6%	28.6%	31.6%	31.0%
Gross Margin (Gross Revenue)	26.3%	28.1%	29.8%	29.2%	29.0%	26.9%	30.0%	29.4%
Operating Expenses	-162.8	-178.8	-166.5	-186.6	-598.3	-678.3	-615.9	-705.3
General and administrative expenses	-17.9	-19.4	-42.9	-50.5	-72.5	-75.5	-105.9	-104.8
Selling Expenses	-112.3	-129.6	-112.4	-128.8	-491.2	-478.8	-496.7	-564.8
Provision for expected credit loss	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Depreciation	-31.5	-35.0	-10.2	-12.5	-31.5	-134.8	-10.2	-46.5
Other operating revenues (expenses)	-1.1	5.2	-1.0	5.2	-3.1	10.8	-3.1	10.8
Result before Financial Result	10.9	26.4	7.2	18.7	63.3	83.9	45.7	57.0
Financial Result	-11.9	-18.7	-1.8	-4.9	-34.9	-64.1	-3.2	-14.4
Financial revenues	4.8	0.2	4.9	0.1	7.9	1.6	8.0	2.1
Financial expenses	-16.7	-18.9	-6.7	-5.0	-42.8	-65.7	-11.2	-16.5
Profit before taxes	-1.0	7.7	5.4	13.8	28.5	19.8	42.5	42.5
Income Tax and Social Contribution	4.5	1.7	3.3	0.4	-2.6	2.8	-6.1	-3.3
Profit/ Loss for the Period	3.5	9.4	8.7	14.2	25.8	22.6	36.4	39.2

4Q25 and 2025 EARNINGS RELEASE



DMVF
B3 LISTED NM

BALANCE SHEET

(R\$ thousand)	12/31/2024		12/31/2025		
	IFRS16	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Reclassification	Without IFRS-16 and COF
Cash and cash equivalents	57,598	46,113	45,913	-31	45,882
Financial Instruments	0	0	0		0
Accounts receivable	196,038	165,166	239,679	-45	239,634
Inventories	280,444	276,046	277,623	0	277,623
Taxes recoverable	36,460	36,460	16,938		16,938
Other accounts receivable	31,940	31,940	40,111		40,111
Total Current Assets	602,480	555,725	620,264	-76	620,188
Deposits on court	3,981	3,981	3,265		3,265
Financial Instruments	0	0	393		393
Deferred income tax and social contribution	129,239	107,975	145,151	-27,278	117,873
Taxes recoverable	5,218	5,218	5,478		5,478
Other accounts receivable	519	519	519		519
Property, Plant & equipment (PPE)	486,941	200,320	567,989	-323,745	244,244
Intangible assets	606,076	606,076	606,095		606,095
Total Non-Current Assets	1,231,974	924,089	1,328,890	-351,023	977,867
Total Assets	1,834,454	1,479,814	1,949,154	-351,099	1,598,055
Trade accounts payable	369,008	323,623	353,334	-757	352,577
Suppliers - Forfaiting	5,727	5,727	5,842		5,842
Loans and financing	10,663	10,663	55,974		55,974
Financial Instrument	0	0	2,396		2,396
Salaries and social contributions	45,944	45,944	49,601		49,601
Taxes and fees	10,506	10,506	12,462		12,462
Lease Payable	78,475	0	83,342	-83,342	0
Other	8,262	8,262	10,415		10,414
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0	0	0		0
Total Non-Current Liabilities	528,585	404,725	573,366	-84,099	489,266
Loans and financing	28,208	28,208	15,130		15,130
Taxes and fees	159	159	0		0
Deferred taxes	54,477	54,477	54,477		54,477
Financial Instruments	45	45	0		0
Provision for Contingencies	30,890	30,890	31,599		31,599
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0	0	0		0
Lease payable	270,638	0	320,581	-320,581	0
Other	24,740	24,740	34,724		34,724
Total Non-Current Liabilities	409,157	138,519	456,511	-320,581	135,930
Share capital	1,004,004	1,004,004	1,004,004	0	1,004,004
Accumulated losses	-107,292	-67,434	-84,727	53,581	-31,145
Total Equity	896,712	936,570	919,277	53,581	972,859
Total Equity and Liabilities	1,834,454	1,479,814	1,949,154	-351,099	1,598,055

CASH FLOW (INDIRECT METHOD) - QUARTER

R\$ thousand	4Q24		4Q25	
	IFRS16	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Without IFRS-16 and COF
Cash flows from operating activities				
Net income (loss) before IT/SC	(953)	5,481	7,709	13,764
Adjustments to reconcile net income with cash from operating activities:				
Depreciation and amortization	10,152	10,152	12,493	12,493
Depreciation of right-to-use of properties	21,310	-	22,492	-
Interest on loan with a related parties	-	-	2,606	2,606
Interest on Provisioned Loans	490	490	1,508	1,508
Allowance / Reversal for expected credit losses	31	31	2	2
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	229	229	107	107
Gain / Loss on reversal of right-of-use of properties	(566)	-	(725)	-
Provision / Reversal for inventory loss	368	368	118	118
Provision / Reversal for contingencies	10,733	10,733	1,416	1,416
Provision / Reversal of tax installment payment	(171)	(171)	-	-
Financial charges on right-of-use	10,081	-	13,667	-
Other	(8,290)	(11,260)	(14,433)	(15,655)
	43,414	16,053	46,960	16,359
Decrease (increase) in assets				
Accounts receivable	(23,566)	(23,566)	35,525	(5,595)
Inventories	(30,273)	(30,273)	(10,842)	(10,842)
Taxes recoverable	(3,692)	(3,692)	2,151	1,572
IRPJ and CSLL paid	3,499	3,499	(4,852)	(4,852)
Commercial agreements	(1,722)	(1,722)	(5,625)	(5,625)
Other A	2,836	2,836	1,326	3,927
Increase (decrease) in liabilities				
Trade accounts payable	67,957	67,957	(21,409)	16,755
Salaries and contributions	(121)	(121)	5,010	5,006
Taxes payable	(2,762)	(2,762)	5,136	5,134
Other P	(1,871)	(1,871)	497	266
Net cash from (used in) operating activities	53,699	26,338	53,877	22,105
Cash flows from investing activities				
Payment of acquisitions				
Advance for future capital increase				
Additions to PPE	(32,499)	(32,499)	(29,152)	(29,152)
Additions to intangible assets	(2,135)	(2,135)	(4,277)	(4,277)
Net cash used in investing activities	(34,634)	(34,634)	(33,429)	(33,429)
Cash flow from financing activities				
Raising of Intercompany Loan - Principal	10,000	10,000	10,000	10,000
Payment of Intercompany Loan - Interest	(207)	(207)	(2,179)	(2,179)
Raising of loans - Principal	21,225	21,225	40,000	40,000
Loans paid - Amortization	(3,917)	(3,917)	(3,917)	(3,917)
Interest on loans paid	(420)	(420)	(426)	(426)
Lease Payment - right of use - Amortization	(18,287)	-	(19,289)	-
Lease Payment - right of use - Interest	(9,074)	-	(12,370)	-
Net cash used in (stemming from) financing activities	(680)	26,681	11,819	43,478
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	18,385	18,385	32,267	32,154
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	39,213	39,213	13,646	13,728
Cash and cash equivalents at the end of the period	57,598	57,598	45,913	45,882

CASH FLOW (INDIRECT METHOD) - ACCUMULATED

R\$ thousand	2024		2025	
	IFRS16	Without IFRS-16 and COF	IFRS16	Without IFRS-16 and COF
Cash flows from operating activities				
Net income (loss) before IT/SC	28,464	42,527	19,783	42,431
Adjustments to reconcile net income with cash from operating activities:				
Depreciation and amortization	36,430	36,430	46,413	46,413
Depreciation of right-to-use of properties	81,216	-	88,324	-
Interest on loan with a related parties	724	-	2,606	2,606
Interest on Provisioned Loans	3,246	3,246	5,639	5,639
Allowance / Reversal for expected credit losses	(29)	(29)	786	786
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	767	767	2,089	2,089
Gain / Loss on reversal of right-of-use of properties	(1,143)	-	(1,141)	-
Provision / Reversal for inventory loss	683	683	861	861
Provision / Reversal for contingencies	12,483	12,483	3,513	3,513
Provision / Reversal of tax installment payment	-	-	-	-
Financial charges on right-of-use	31,534	-	50,007	-
Other	4,636	1,706	(3,847)	(9,639)
	199,011	97,813	215,033	94,699
Decrease (increase) in assets				
Accounts receivable	(35,562)	(35,562)	(38,210)	(69,037)
Inventories	(92,003)	(92,003)	(2,693)	(7,091)
Taxes recoverable	-	-	8,524	4,340
IRPJ and CSLL paid	13,222	13,222	(12,902)	(12,902)
Commercial agreements	(2,382)	(2,382)	(3,841)	(3,841)
Other A	(412)	(412)	(4,504)	335
Increase (decrease) in liabilities				
Trade accounts payable	101,270	101,270	(17,090)	27,779
Salaries and contributions	1,643	1,643	12,538	12,529
Taxes payable	(4,817)	(4,817)	12,600	12,595
Other P	(3,231)	(3,231)	(4,243)	(2,244)
Net cash from (used in) operating activities	176,739	75,541	165,211	57,162
Cash flows from investing activities				
Payment of acquisitions	-	-	-	-
Advance for future capital increase	-	-	-	-
Additions to PPE	(77,476)	(77,476)	(78,457)	(78,457)
Additions to intangible assets	(17,330)	(17,330)	(13,988)	(13,988)
Net cash used in investing activities	(94,806)	(94,806)	(92,445)	(92,445)
Cash flow from financing activities				
Raising of Intercompany Loan - Principal	24,700	24,700	10,000	10,000
Payment of Intercompany Loan - Interest	(422)	(422)	(2,179)	(2,179)
Raising of loans - Principal	40,225	40,225	40,000	40,000
Loans paid - Amortization	(28,759)	(28,759)	(10,667)	(10,667)
Interest on loans paid	(3,110)	(3,110)	(2,102)	(2,102)
Lease Payment - right of use - Amortization	(73,475)	-	(75,261)	-
Lease Payment - right of use - Interest	(27,723)	-	(44,243)	-
Net cash used in (stemming from) financing activities	(68,564)	32,634	(84,452)	35,052
Increase (decrease) in cash and cash equivalents, net	13,369	13,369	(11,684)	(231)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	44,229	44,229	57,598	46,113
Cash and cash equivalents at the end of the period	57,598	57,598	45,913	45,882

ABOUT THE COMPANY

We are a drugstore chain made up by the acquisitions of Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio and Drogaria Rosário brands. We have 300 stores spread across Rio de Janeiro, the Federal District and Mato Grosso. All our brands have been present for over 40 years in their regions of operation and, together, with around 4,500 employees, they serve more than 2.6 million consumers/month. Our platform - with its multiple and supplementary positions - allows us to experience the particularities and needs of all social classes of Brazilian population, inaugurating a unique popular model and respecting the characteristics of each region.

LEGAL NOTICE

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