

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T24 E 2024

12 de março de 2024

WEBCAST

13 de março, quinta-feira, às 11h

[CLIQUE AQUI](#)



CONTATO RI

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



DMVF
B3 LISTED NM

A Rede d1000 encerra o ano de 2024 com forte evolução de EBITDA e Lucro Líquido recorrentes, apresentando um avanço de **35,5%** e **59,5%**, respectivamente.

DESTAQUES 2024 X 2023

R\$ 2.206,3 MM

Receita Bruta
Evolução **+20,3%**

R\$ 196,1 MM

Margem de Contribuição
Crescimento de **24,2%**
e margem de **8,9%** (11,2%
em Lojas Maduras),
evolução de **0,3 p.p.**

R\$ 82,2 MM

Ebitda Recorrente
Crescimento de **35,5%**,
e margem de **3,7%**

R\$ 36,4 MM

Lucro Líquido Recorrente
Evolução de **59,5%**

276 Lojas

Adição líquida
de **36** unidades

R\$ 149,1 MM

Omnichannel
Crescimento de **72,2%**

PRINCIPAIS INDICADORES

	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24	Var. 4T24 x 4T23	2023	2024	Var. 2024 x 2023
Nº de Lojas	240	241	251	259	276	15,0%	240	276	15,0%
(R\$ milhões)									
Receita Bruta	486,0	507,2	541,0	574,9	583,2	20,0%	1.834,7	2.206,3	20,3%
Lucro Bruto	144,4	148,7	167,8	171,4	173,7	20,3%	552,8	661,6	19,7%
Margem Bruta (% Receita Bruta)	29,7%	29,3%	31,0%	29,8%	29,8%	0,1 p.p	30,1%	30,0%	-0,1 p.p
EBITDA recorrente	13,6	13,3	26,8	24,7	17,4	27,8%	60,6	82,2	35,5%
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	2,8%	2,6%	4,9%	4,3%	3,0%	0,2 p.p	3,2%	3,7%	0,5 p.p
Lucro Líquido recorrente	5,3	3,2	13,2	11,3	8,7	64,9%	22,8	36,4	59,5%
Margem Líquida (% da Receita Bruta)	1,1%	0,6%	2,4%	2,0%	1,5%	0,4 p.p	1,2%	1,6%	0,4 p.p

Rio de Janeiro, 31 de Dezembro de 2024 - A d1000 Varejo Farma SA. ("Rede d1000" ou "Companhia", B3: DMVF3), anuncia os resultados do quarto trimestre (4T24) de 2024. 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 (4T23 e 2023).

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 durante o ano de 2025. 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.

Pelo terceiro ano consecutivo, a Rede d1000 apresenta crescimento pelo menos duas vezes superior ao seu mercado de atuação e aproximadamente 50% superior ao da Abrafarma, reforçando a consistência e assertividade da sua estratégia. Mantivemos a disciplina na execução do plano de expansão, continuamos investindo na modernização do portfólio de lojas e proximidade com os clientes, além de ganhar tração na atuação em vendas omnichannel, aprimorando a experiência do cliente e fortalecendo nossa presença digital.

Pelo segundo ano consecutivo, a Companhia foi reconhecida pelo Ranking IBEVAR-FIA 2024 como a empresa mais eficiente do varejo farma brasileiro e ficou em 3º lugar nacional na Pesquisa Advantage 2024, que afere o grau de satisfação da indústria perante o setor. Essas conquistas demonstram o quanto as iniciativas implementadas geraram resultados positivos e, conseqüentemente, possibilitaram uma melhor experiência para os parceiros e clientes.

No decorrer do ano, a Companhia seguiu sua estratégia de expansão, encerrando o período com 276 lojas, superando o guidão de inaugurações e reformas. A seleção criteriosa dos novos pontos, aliada ao amadurecimento da base existente, possibilitou um avanço sólido da Receita Bruta, que atingiu R\$ 2.206,3 milhões, crescendo 20,3% frente a 2023, desempenho superior ao registrado pelo mercado (12,7%) e pela ABRAFARMA (14,2%).

A estratégia omnichannel foi um dos grandes motores de crescimento em 2024, com o e-commerce registrando um aumento de 227,4% impulsionado pela integração tecnológica, novas modalidades de entrega e melhora na experiência do consumidor. Como reflexo dessas iniciativas, as vendas não presenciais passaram a representar 6,8% da receita total da Companhia, um incremento de 2,1 p.p. em relação à 2023.

A estratégia de CRM, outro pilar importante de crescimento da Companhia, evoluiu de forma significativa levando a receita identificada a atingir 94,8% no final do ano. A comunicação mais direcionada nos permitiu maior fidelização e engajamento dos clientes, aumentando sua recorrência de compras e ticket médio refletindo a importância dessa estratégia de relacionamento. O índice de satisfação dos clientes, medido pelo NPS, atingiu 79,7, consolidando-se como um diferencial competitivo.

Em 2024, a Companhia investiu mais de R\$ 40 milhões em estoques de medicamentos de marca (RX), resultando em um aumento de participação desta categoria no mix total de vendas, saindo de 40,6% de participação no final de 2023 para 43,3% no final de 2024, contribuindo para o crescimento das vendas e aumento da venda média.

O fortalecimento das Marcas Exclusivas foi outro destaque de 2024, com a categoria reportando vendas de R\$ 115,4 milhões, crescimento de 24,2% alcançando participação de 10,9% no autosserviço, 0,7 p.p. acima do apresentado em 2023. A evolução de vendas de produtos exclusivos é importante para a estratégia de crescimento da Companhia, não só por apresentar melhores margens, mas, principalmente, pelo potencial de contribuir para a fidelização dos clientes.

Todas essas alavancas foram fundamentais para o crescimento das vendas ao longo do ano, sendo 8,6% em lojas maduras, contribuindo para a diluição de despesas. Desta forma, a Companhia apresentou Margem de Contribuição de R\$ 196,1 milhões em 2024, evoluindo 24,2% em relação a 2023, passando a representar 8,9% das vendas versus 8,6% em 2023.

O EBITDA recorrente somou R\$ 82,2 milhões, evolução de 35,5% em relação à 2023, atingindo margem de 3,7%. O Lucro Líquido recorrente cresceu 59,5% em relação ao ano anterior, atingindo R\$ 36,4 milhões.

Temos um plano de crescimento ambicioso e sabemos que o investimento em pessoas é também um pilar fundamental para suportar essa estratégia. Desta forma, em 2024, seguimos focados no desenvolvimento dos nossos talentos e valorização do capital humano, investindo em treinamento, proporcionando maior preparo às equipes e fortalecendo a capacidade dos colaboradores para assumirem novas oportunidades internas, que é fundamental para a manutenção da nossa cultura. Somos um importante empregador no Varejo Farma, hoje com aproximadamente 4.200 colaboradores, uma base que aumenta de forma significativa todos os anos. Visando a manutenção da nossa cultura, o plano de expansão, com a abertura de 40 novas lojas em 2024, resultou na criação de mais de 500 postos de trabalho, onde boa parte das vagas foi preenchida por pessoas do quadro de funcionário da Rede d1000, reforçando o compromisso da empresa com o crescimento interno. Além disso, está em andamento o projeto Conecta+, uma iniciativa de transformação digital que visa a agilizar a experiência dos colaboradores ao longo de sua jornada na Companhia.

Na jornada ESG, nossa parceria com o UNICEF continua batendo recordes, alcançando R\$ 14 milhões repassados desde o início da iniciativa. Em parceria com o Instituto Profarma, trabalhamos para entregar saúde, bem-estar, empregabilidade e formação profissional a moradores de comunidades carentes, através de projetos que já impactaram mais de 270 mil pessoas, especialmente nos estados do RJ, DF e MT, onde temos presença. Estamos comprometidos com a redução das emissões de resíduos que prejudicam o meio ambiente e, em 2024, reduzimos em 9% o consumo de sacolas nas lojas da Rede d1000.

Encerramos 2024 confiantes na robustez do nosso modelo de negócios e na capacidade de execução da Companhia. Sabemos que teremos um ano de 2025 mais desafiador, com inflação maior do que a observada nos últimos anos e um menor reajuste de preços (CMED). Entretanto, com o projeto de expansão entregando retornos marginais que vem atingindo 30% na maturidade, combinados com as alavancas mencionadas anteriormente, temos ferramentas importantes que vão contribuir para mais um ano de resultados crescentes, ainda que pressionados no curto prazo. Seguiremos firmes no propósito de crescimento sustentável, impulsionando inovação, eficiência e proximidade com nossos clientes.

Agradecemos aos nossos acionistas e ao Conselho de Administração pelo suporte estratégico, e aos nossos colaboradores, cuja dedicação e comprometimento são essenciais para a continuidade do nosso sucesso.



Sammy Birmarcker - Presidente da Rede d1000

PORTFÓLIO DE LOJAS

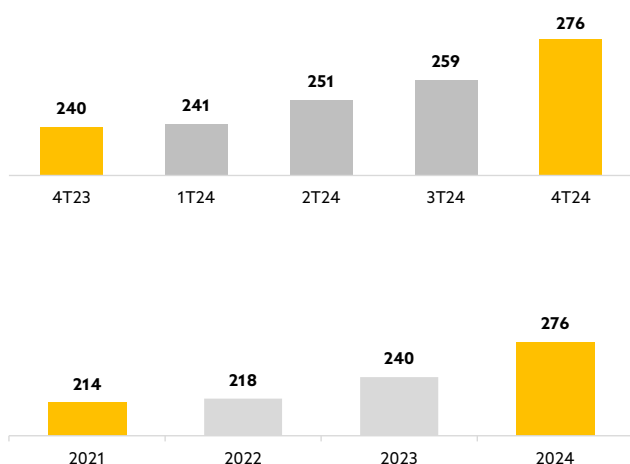
A Rede d1000 segue avançando consistentemente em seu plano de expansão e no aprimoramento de seu portfólio de lojas. A Companhia encerrou o 4T24 com 276 unidades, um crescimento de 15,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. No trimestre, foram inauguradas 17 novas lojas: 10 em Brasília (DF), 5 no estado do Rio de Janeiro e 2 em Mato Grosso. Além disso, 8 unidades passaram por reformas no período.

Em 2024, a Rede d1000 inaugurou 40 novas lojas, reformou 11 e encerrou a operação de 4 unidades, resultando em uma adição líquida de 36 lojas. Para 2025, a Companhia planeja investir aproximadamente R\$ 93 milhões em CAPEX e capital de giro, com a abertura de 30 novas lojas e a reforma de 10 unidades. Conforme *guidance* anunciado, a expectativa da Companhia é inaugurar 260 a 280 novas lojas durante o período de 2024-2028.

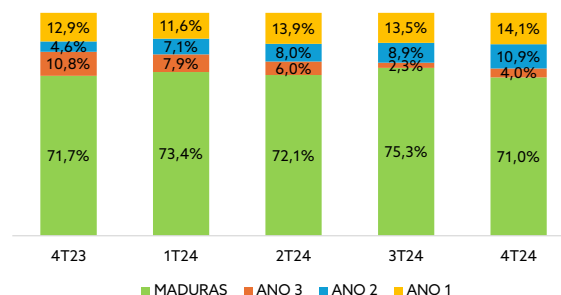
Com as inaugurações realizadas, a Rede d1000 encerrou o trimestre com 29,0% de suas lojas (80 unidades) ainda em processo de maturação, sendo 14,1% no primeiro ano de operação. O portfólio permanece majoritariamente composto por lojas "Padrão" e "Popular", que representam 78% da base (216 unidades). Lojas "Premium" respondem por 22% da base (60 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 12,6% de participação* ao final do 4T24, crescimento de 0,7 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados divulgados pela IQVIA Brasil.

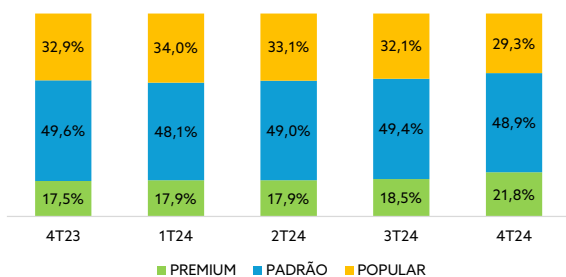
NÚMERO DE LOJAS (#)



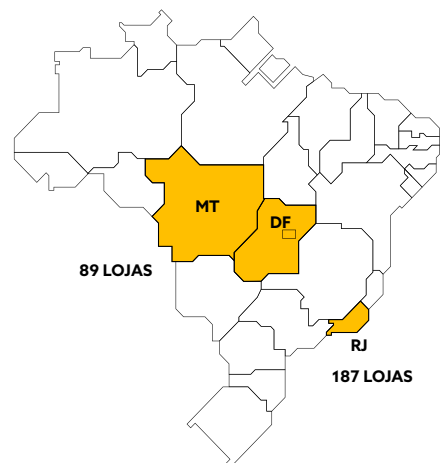
DISTRIBUIÇÃO ETÁRIA DO PORTFÓLIO DE LOJAS



COMPOSIÇÃO DA REDE DE LOJAS POR PERFIL (%)



PRESENÇA GEOGRÁFICA (#)



*Na sua área de atuação.

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

RECEITA BRUTA

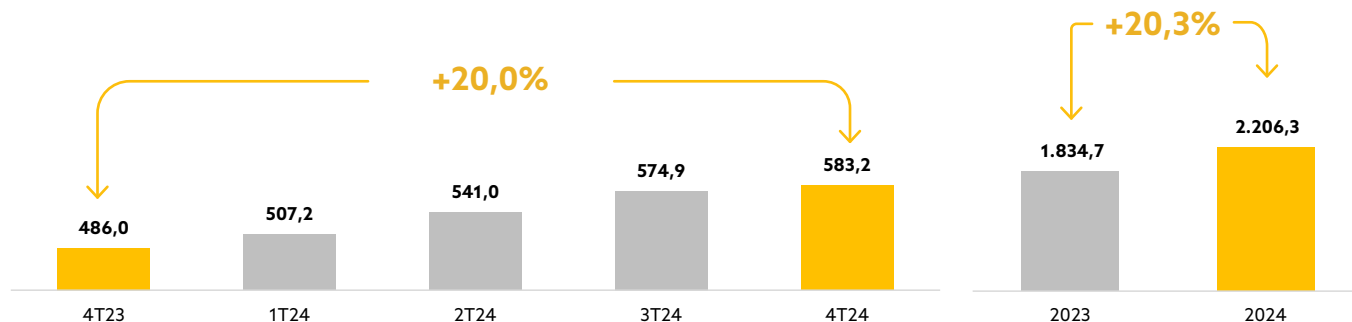
No 4T24, a Companhia alcançou um recorde histórico de R\$ 583,2 milhões, representando um avanço de 20,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, o faturamento atingiu R\$ 2.206,3 milhões, um aumento de 20,3% em comparação ao ano anterior.

O plano de expansão segue como um dos principais impulsionadores do crescimento nas vendas totais. Além disso, outras alavancas estratégicas contribuíram significativamente para esses resultados, como reformas de lojas, iniciativas de CRM, o fortalecimento do e-commerce e a otimização do mix de produtos, fatores que aumentaram a venda média por loja e impulsionaram o ticket médio, que atingiu R\$73,50 no ano, um avanço de 9,2%.

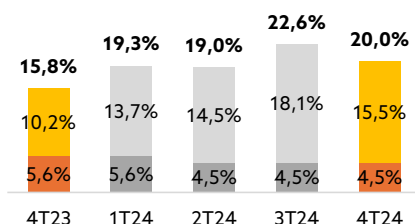
Na análise de mesmas lojas, a Receita Bruta registrou um crescimento de 12,4% em relação ao 4T23. O desempenho das lojas maduras segue sólido e consistentemente acima da inflação, com um aumento de 8,6% no trimestre em comparação ao mesmo período do ano anterior.

Pelo terceiro ano consecutivo a Rede d1000 apresentou crescimento acima do mercado. Quando analisamos as suas áreas de atuação, vemos um crescimento de 20,3% em 2024 versus o crescimento da Abrafarma de 14,2% e o crescimento do Varejo Farma de 12,7%, segundo dados divulgados pelo IQVIA.

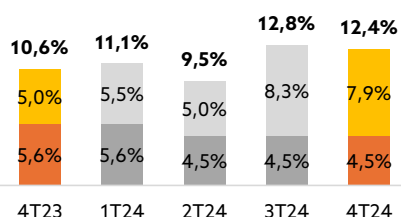
RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



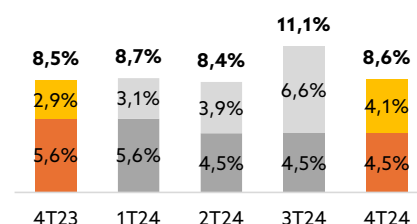
CRESCIMENTO TOTAL



CRESCIMENTO MESMAS LOJAS



CRESCIMENTO LOJAS MADURAS

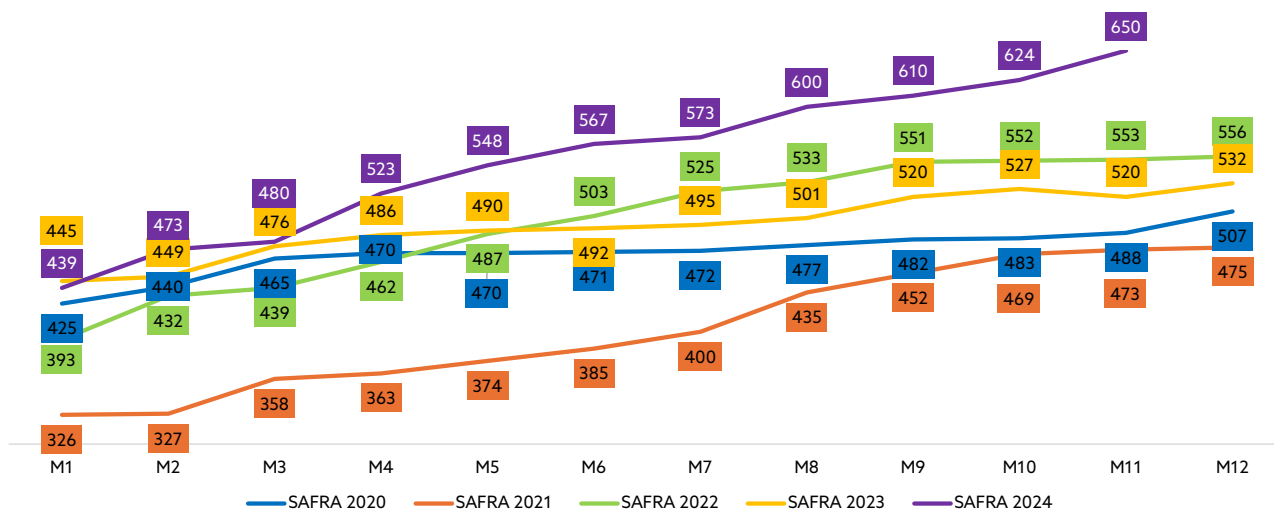


Reajuste CMED Crescimento Real

A expansão da Rede d1000 vem evoluindo de forma contínua, impulsionada pelo uso de ferramentas estratégicas que aprimoram a análise de mercado e a compreensão das demandas dos clientes. Esse processo, aliado a uma seleção criteriosa de novos pontos de venda, tem garantido a abertura de lojas com desempenho de vendas que vem superando os resultados das safras anteriores.

O gráfico a seguir ilustra essa tendência, mostrando que, na safra de 2024, as novas lojas atingiram, já no quinto mês de operação, o patamar médio de faturamento que, em ciclos anteriores, só era alcançado após o primeiro ano de funcionamento.

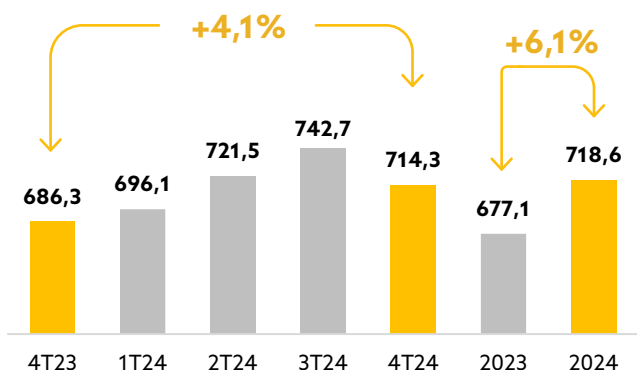
VENDAS POR SAFRA - LOJAS NOVAS (R\$ MIL)



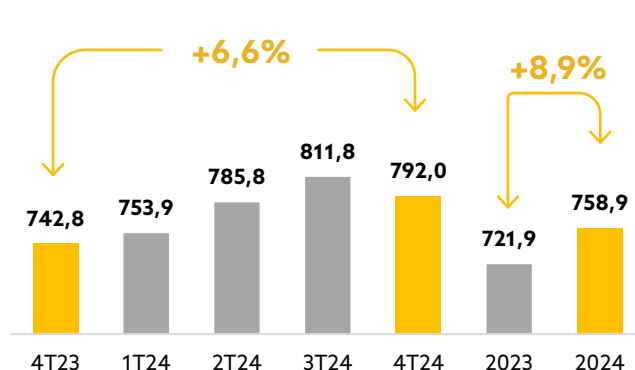
VENDA MÉDIA POR LOJA

No 4T24, a venda média por loja alcançou R\$ 714,3 mil, representando um aumento de 4,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Vale ressaltar que neste período foram inauguradas 17 novas unidades, sendo 7 no mês de dezembro, resultando em 14,1% da base de lojas ainda no primeiro ano de maturação. Considerando apenas as lojas maduras, o crescimento foi, de 6,6% ano contra ano, atingindo R\$ 792,0 mil, incremento real de 2.1 p.p na comparação entre os períodos. No acumulado de 2024, a venda média por loja cresceu 6,1% em comparação a 2023, totalizando R\$ 718,6 mil. Já na visão de lojas maduras, vemos um avanço de 8,9% das vendas, representando um incremento real de 4.4 p.p. no período.

VENDA MÉDIA POR LOJA (R\$ MIL)

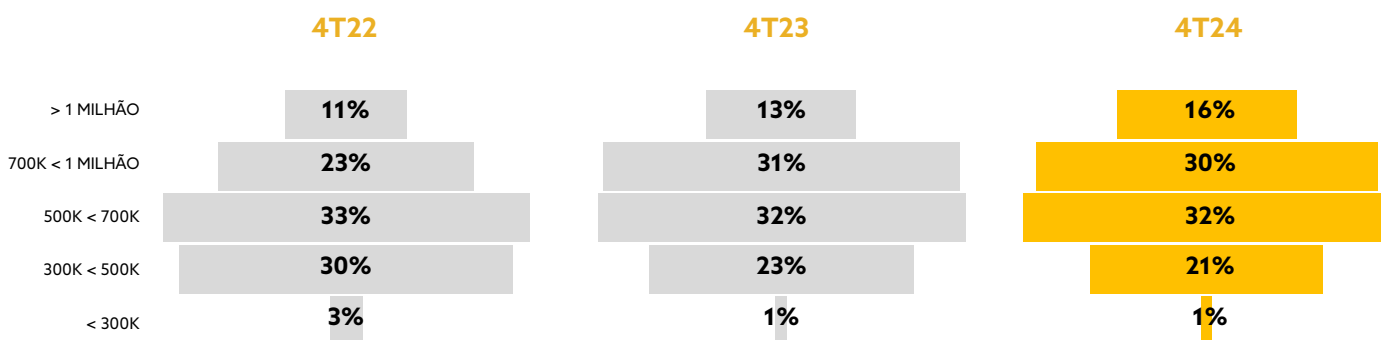


VENDA MÉDIA POR LOJA MADURA (R\$ MIL)



O gráfico abaixo demonstra a importância das iniciativas de qualificação operacional nas lojas visando impulsionar o incremento da cesta de compras e, conseqüentemente, o desempenho de vendas.

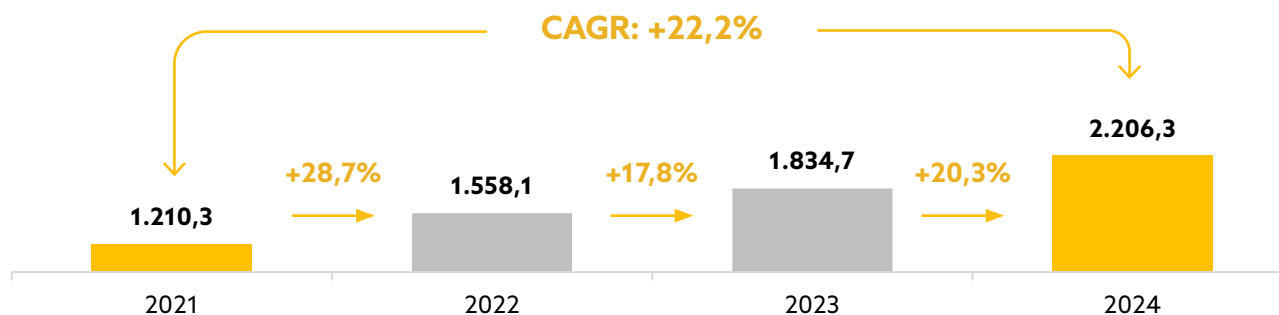
VENDA MÉDIA | LOJAS



Foram consideradas apenas lojas abertas há mais de 6 meses.

A Receita Bruta da Rede d1000 vem apresentando forte crescimento nos últimos anos e atingiu a marca de R\$ 2.2 bilhões em 2024, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

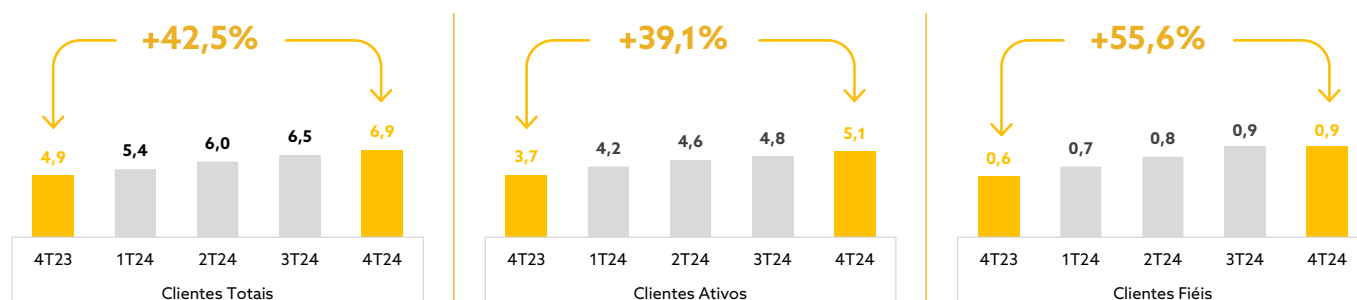
RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

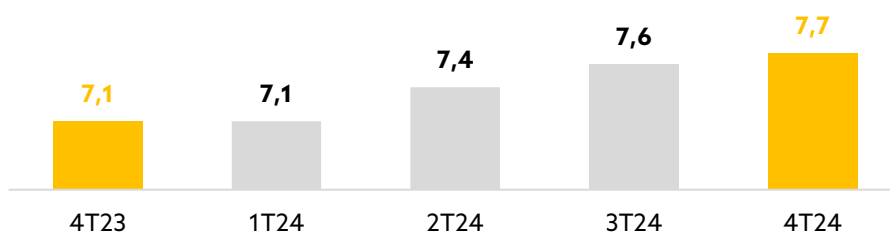
A estratégia de CRM (Customer Relationship Management) tem se consolidado como uma alavanca essencial para o crescimento da Companhia. Ao aprofundar o entendimento das necessidades dos clientes e personalizar sua jornada de compra, a empresa tem registrado aumentos na frequência de compras e no ticket médio. Essa abordagem fortalece a fidelização, promove uma comunicação mais eficiente com a base de clientes e impulsiona resultados de forma sustentável.

No 4T24, a base de clientes identificados cresceu 42,5% na comparação com o 4T23, encerrando o período com aproximadamente 6,9 milhões de clientes, dos quais 5,1 milhões são clientes ativos (+39,1% vs 4T23), sendo 0,9 milhão de clientes fiéis (+55,6% vs 4T23).



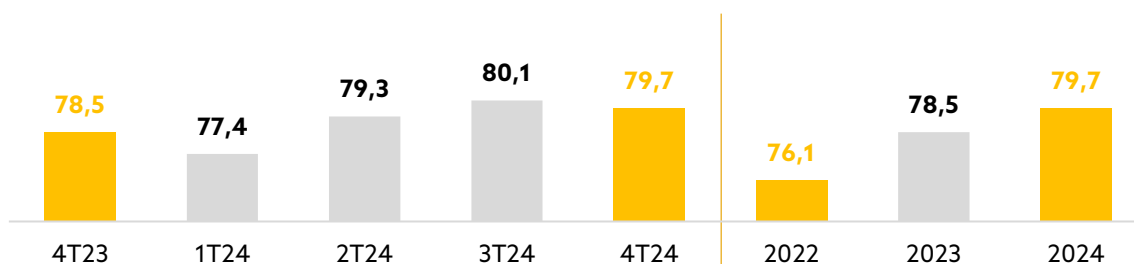
A Rede d1000 atendeu 7,7 milhões de clientes no 4T24, o que representa aumento de 8,5% em comparação ao 4T23. A Rede d1000 alcançou 12,6% de participação no seu mercado de atuação ao final do 4T24, crescimento de 0,7 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados divulgados pela IQVIA Brasil.

BASE DE CLIENTES (# MILHÕES)



Para elevar continuamente a experiência dos clientes da Rede d1000 e aprimorar o padrão de seus serviços, a Companhia utiliza o indicador NPS (Net Promoter Score) para mensurar a satisfação dos consumidores. Como demonstra o gráfico abaixo, no 4T24 o NPS alcançou 79,7. Esse desempenho reflete o resultado do trabalho de qualificação operacional realizado ao longo dos últimos anos e o compromisso da Companhia em crescer com qualidade e foco nas necessidades dos seus clientes.

NPS

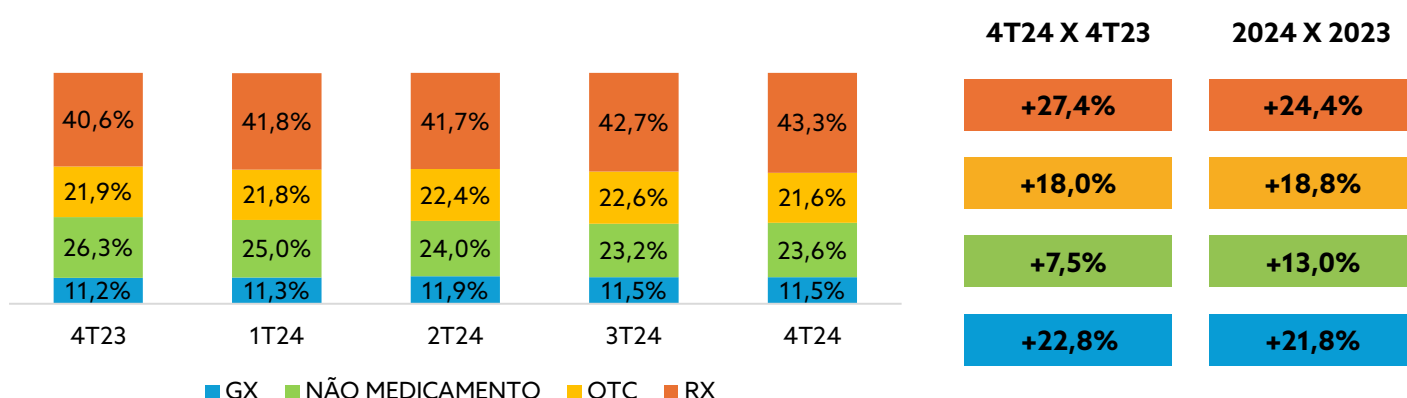


*Valores referentes ao trimestre final do período.

MIX DE VENDAS

No 4T24, observamos crescimento em todas as categorias do Mix de Vendas em relação ao 4T23, com destaque para as categorias RX e GX, que apresentaram avanços de 27,4% e 22,8%, respectivamente. No acumulado do ano, tivemos crescimento de dois dígitos em todas as categorias, com destaque para os medicamentos de marca, que em 2024 evoluíram 24,4% em relação à 2023, fruto da estratégia de incrementar o mix de medicamentos de prescrição, contribuindo para o avanço de 2.7p.p. em participação desta categoria no mix total de vendas, representando 43,3% do mix no 4T24.

PARTICIPAÇÃO DE VENDA POR CATEGORIA - 4T24 X 4T23



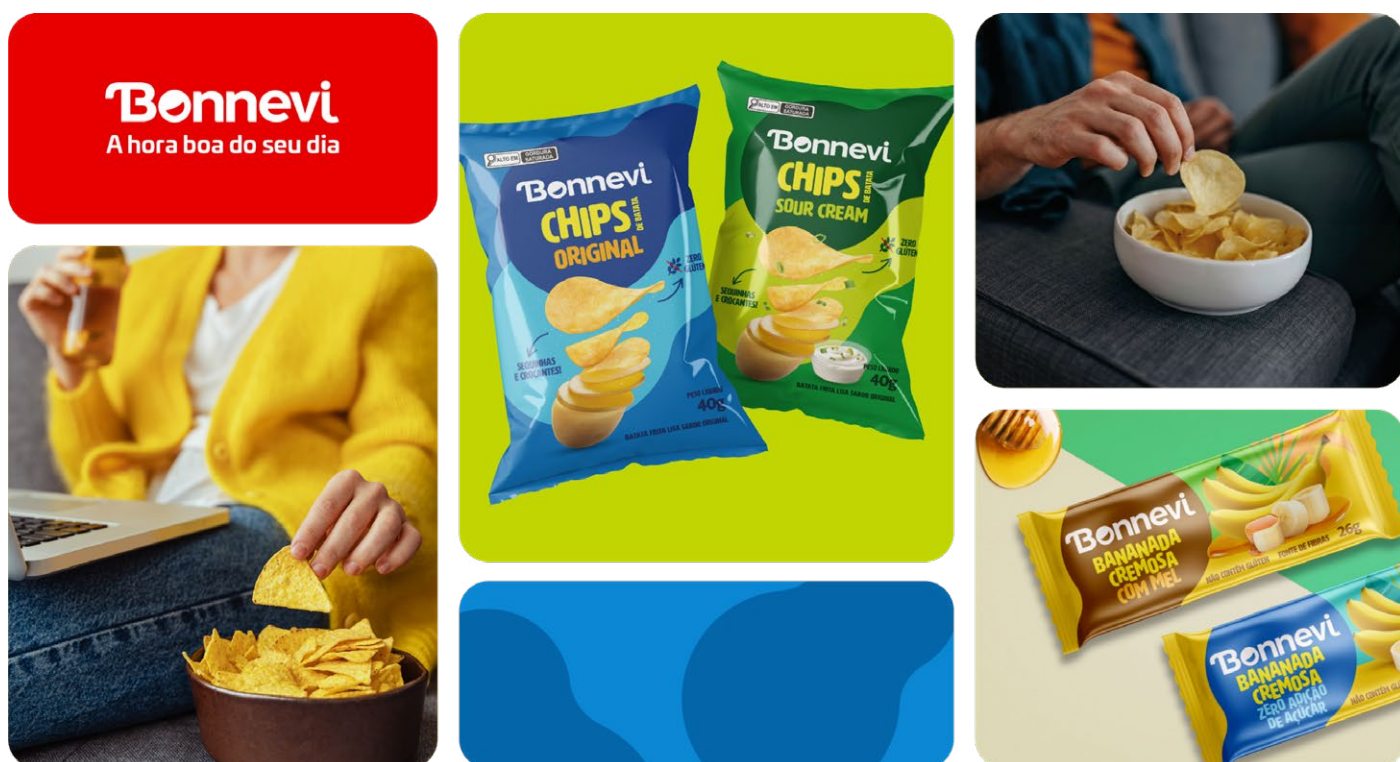
MARCAS EXCLUSIVAS

As vendas de Marcas Exclusivas atingiram, no 4T24, R\$30,2 milhões, crescimento de 21,9% em relação ao 4T23, representando 11,0% do autosserviço e 5,2% da venda total. No 4T24 foram realizados 10 lançamentos, totalizando 324 SKUs, divididos em 69 categorias.

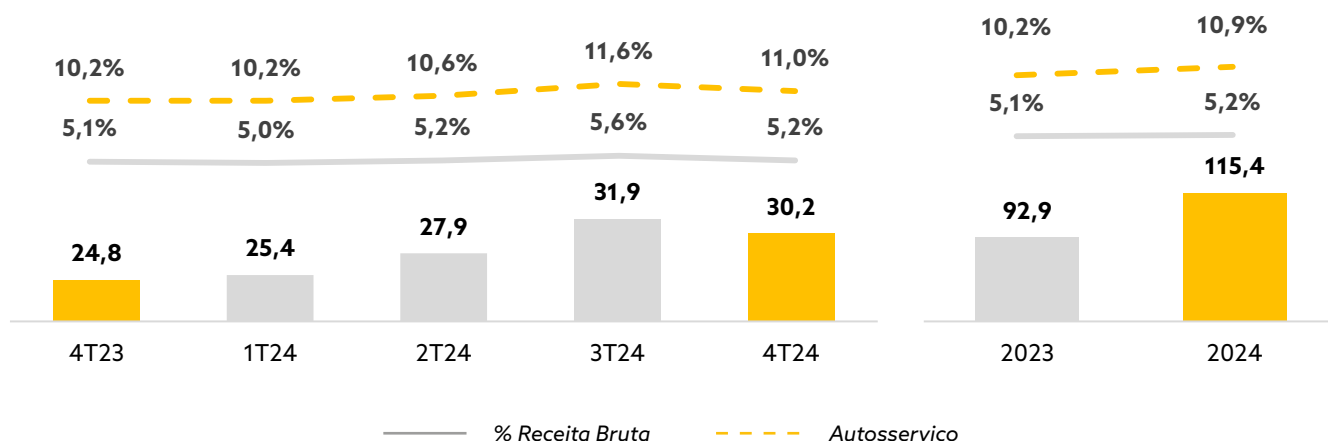
As Marcas Exclusivas da Rede d1000 são consideradas um pilar estratégico de crescimento, não apenas pela margem bruta superior nas vendas, mas também pela capacidade de fidelização da base existente e conquista de novos clientes. Hoje a empresa possui sete Marcas Exclusivas atuando em diversas categorias no mercado.

A nova marca Bonnevi, linha de snacks, chegou no final do 4T24 com o lançamento das batatas chips sabores Original e Sour Cream. Bonnevi tem como objetivo a entrada em novas categorias que possam alcançar o potencial de vendas existente no checkout, com alimentos e bebidas que entregam conveniência.

Em 2024, a venda de produtos das Marcas Exclusivas da Rede d1000 atingiu 5,2% das vendas vs 5,1% em 2023. Quando analisamos somente a participação no autosserviço, vemos uma evolução da participação de 0,7 p.p, saindo de 10,2% de participação em 2023 para 10,9% em 2024.



VENDA (R\$ MILHÕES) E % TOTAL DA VENDA E % AUTOSSERVIÇO



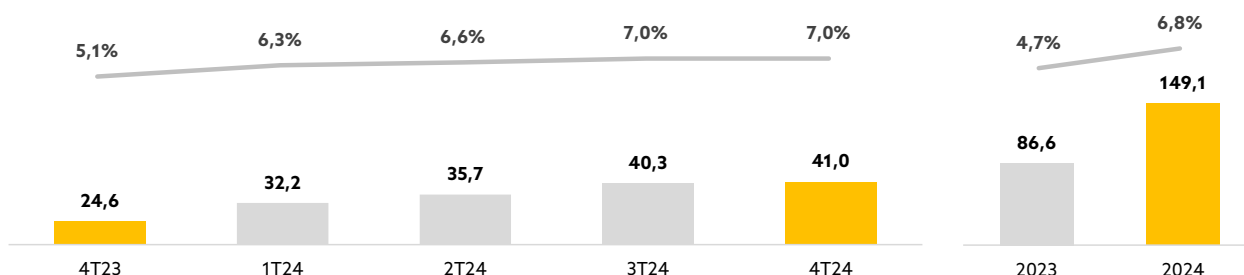
OMNICHANNEL

A Companhia tem concentrado esforços no fortalecimento das vendas não presenciais, com destaque para o e-commerce, devido ao seu alto potencial de crescimento. Para isso, segue investindo nesse canal, impulsionando uma evolução robusta.

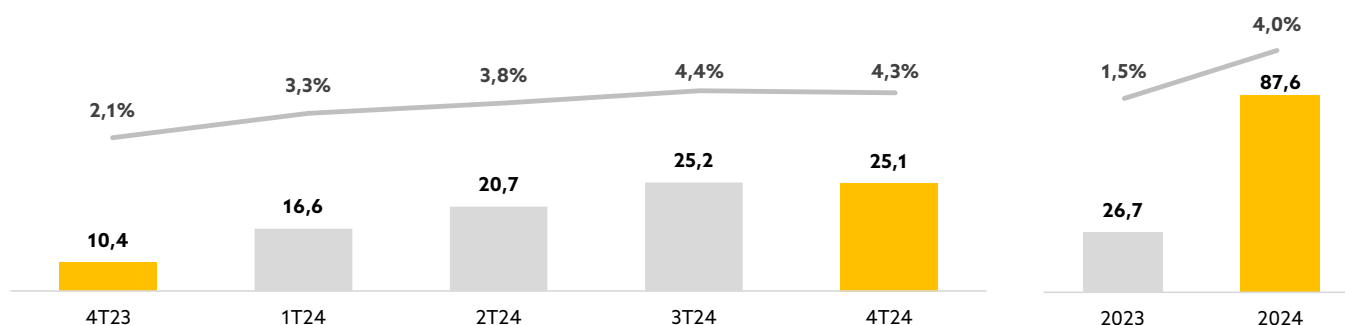
No 4T24, as vendas não presenciais totalizaram R\$41,0 milhões, um crescimento de 66,5% em relação ao 4T23. No acumulado do ano, as vendas atingiram R\$149,1 milhões, um avanço de 72,2% frente a 2023. Como resultado, a participação das vendas não presenciais no total da Companhia evoluiu 1,9 p.p. no trimestre e 2,1 p.p. no ano, atingindo 7,0% e 6,8%, respectivamente.

Quando analisadas isoladamente, as vendas do e-commerce apresentaram um crescimento expressivo de 141,4% no 4T24 frente ao 4T23, alcançando R\$25,1 milhões no período. No acumulado de 2024, as vendas desse canal somaram R\$87,6 milhões, um crescimento de 227,4% na comparação com o ano anterior. Esse avanço tem impulsionado diretamente a participação das vendas omnichannel no total da Companhia, que no 4T24 atingiu 4,3% da venda total, um incremento de 2,2 p.p. frente ao mesmo período de 2023. No acumulado de 2024, a participação atingiu 4,0%, um avanço de 2,5 p.p. em relação à participação de 1,5% apresentada em 2023.

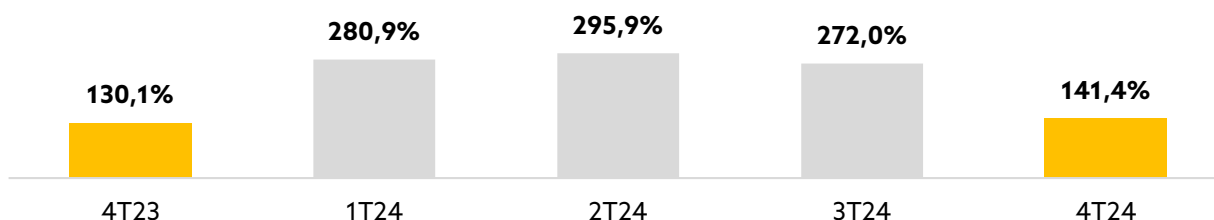
VENDA OMNICHANNEL (R\$ MILHÕES) E % NA RECEITA BRUTA TOTAL



VENDA E-COMMERCE (R\$ MILHÕES) E % NA RECEITA BRUTA TOTAL



E-COMMERCE - EVOLUÇÃO

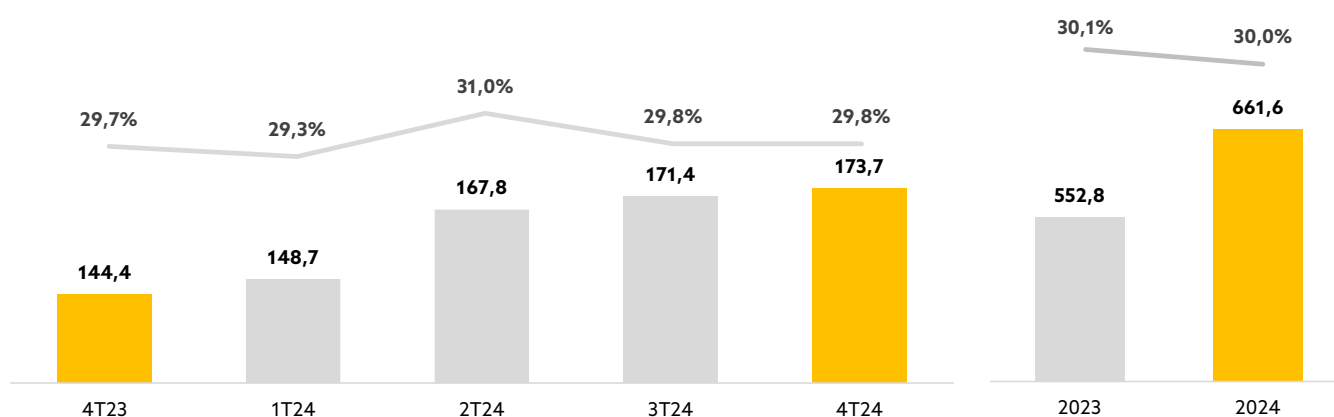


LUCRO BRUTO

No 4T24, o Lucro Bruto totalizou R\$ 173,7 milhões, um aumento de 20,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, acompanhando o crescimento da Receita Bruta. A margem bruta do trimestre foi de 29,8%, apresentando um incremento de 0,1p.p em relação ao mesmo período de 2023.

No acumulado de 2024, o Lucro Bruto atingiu R\$ 661,6 milhões, representando um crescimento de 19,7% em comparação a 2023. A margem Bruta foi de 30,0% em 2024 versus 30,1% em 2023.

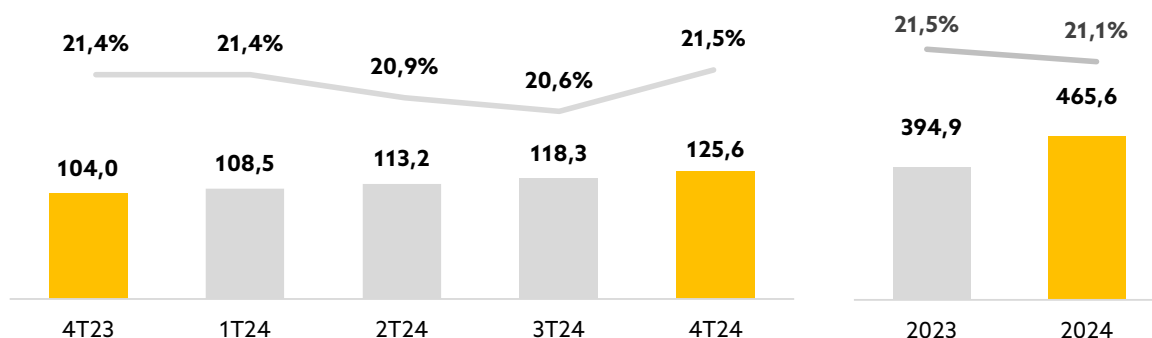
LUCRO BRUTO (R\$ MILHÕES) E MARGEM BRUTA (% RECEITA BRUTA)



DESPESAS COM VENDAS

As Despesas com Vendas totalizaram R\$ 125,6 milhões no 4T24, um aumento de 20,8% em relação aos R\$ 104,0 milhões registrados no 4T23. O principal impacto foi em decorrência do aumento do número de lojas entre os períodos (240 lojas no 4T23 x 276 no 4T24). Quando analisamos a despesa média por loja (R\$ 148K/mês/loja no 4T23 x R\$ 156K no 4T24) vemos um incremento de 5,4%, alinhado com a inflação e aumento de vendas entre os períodos. No 4T24, as despesas representaram 21,5% das vendas, 0,1 p.p. maior do que os 21,4% apresentados no 4T23, resultado do maior volume de lojas em estágios iniciais de maturação. Ao longo do 4T24, aproximadamente 25% das lojas estavam entre os anos 1 e 2 de abertura versus 17,5% no 4T23, pressionando mais o indicador de Despesas sobre Vendas no curto prazo.

No acumulado do ano, essas despesas somaram R\$ 465,6 milhões, crescimento de 17,9% frente aos R\$ 394,9 milhões de 2023, equivalente a 21,1% da Receita Bruta de 2024, apresentando diluição de 0,4 p.p. em relação aos 21,5% reportados em 2023.

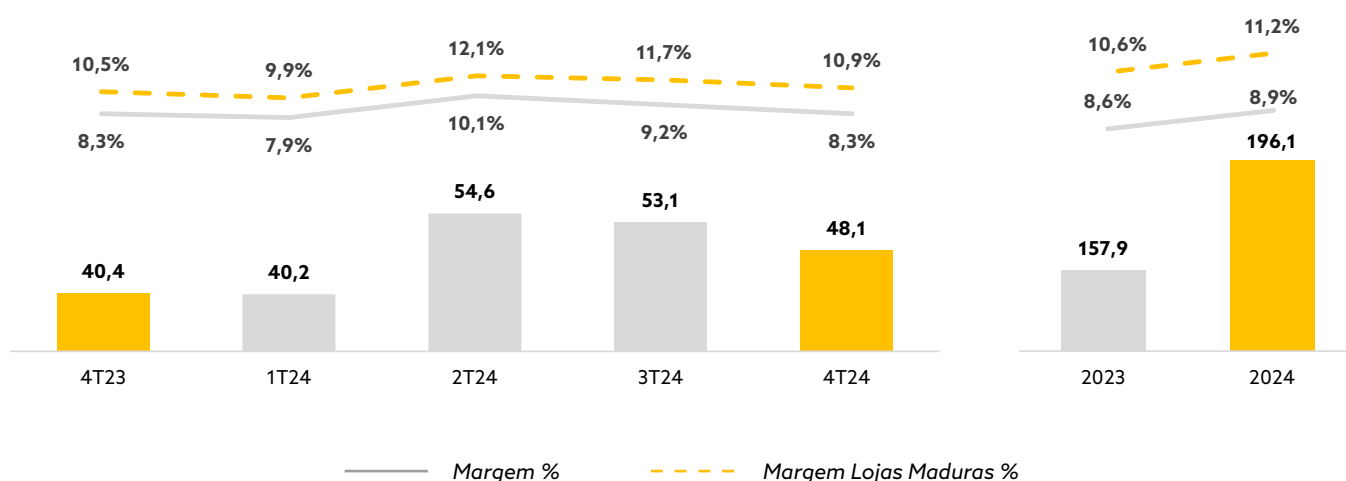


MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

No 4T24, a Margem de Contribuição atingiu R\$ 48,1 milhões, crescimento de 19,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, representando 8,3% da Receita Bruta, em linha com o 4T23. No acumulado do ano, a Margem de Contribuição avançou 24,2%, totalizando R\$ 196,1 milhões versus R\$ 157,9 milhões reportados em 2023. Em 2024, a Margem de Contribuição foi de 8,9%, representando uma evolução de 0,3p.p. em comparação aos 8,6% de 2023.

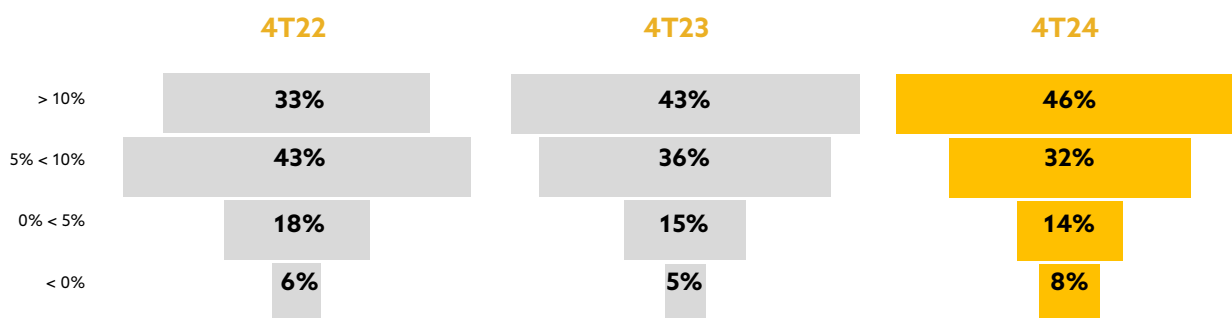
Quando analisamos a Margem de Contribuição apenas das lojas maduras, vemos evolução de 0,4 p.p. no 4T24, quando comparada ao 4T23, atingindo 10,9%, ratificando a evolução do portfólio em lojas com mais tempo de operação. Em 2024, a Margem de Contribuição nas lojas maduras foi de 11,2%, aumento de 0,6p.p. em relação ao apresentado em 2023, o que contribuiu para a diluição de despesas da Companhia.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



Os gráficos abaixo demonstram a evolução do patamar de rentabilidade das lojas para margens mais altas e o potencial de oportunidade existente, à medida que as vendas vão maturando.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO | LOJAS



Foram consideradas apenas lojas abertas há mais de 6 meses.

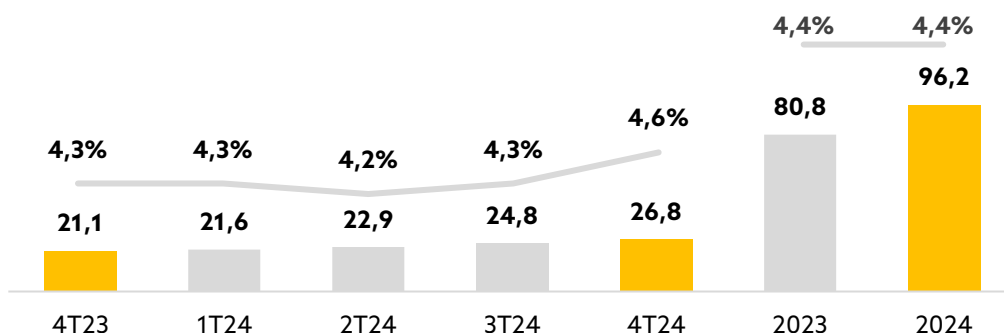
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS - G&A

A Rede d1000 reportou R\$ 26,8 milhões em Despesas Gerais e Administrativas no 4T24, apresentando um aumento de 20,7% em relação ao mesmo período do ano anterior, representando 4,6% da Receita Bruta, aumento de 0,3 p.p. em relação ao 4T23.

Ao longo de 2024, a Companhia realizou investimentos estruturais para reforçar as áreas de Tecnologia e E-commerce, além de investimentos para atender as estratégias de CRM, importante alavanca de crescimento da Rede d1000. Com as estruturas corporativas mais adequadas a realidade de crescimento da Companhia, veremos uma despesa corporativa sobre as vendas mais pressionada no curto prazo. A estratégia continua sendo a de perseguir a diluição dessas despesas, à medida que a Companhia ganhe escala.

No ano, a Rede d1000 reportou R\$ 96,2 milhões em Despesas Gerais e Administrativas, um aumento de 19,0% em relação a 2023, mantendo a representatividade de 4,4% sobre a Receita Bruta do período anterior.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



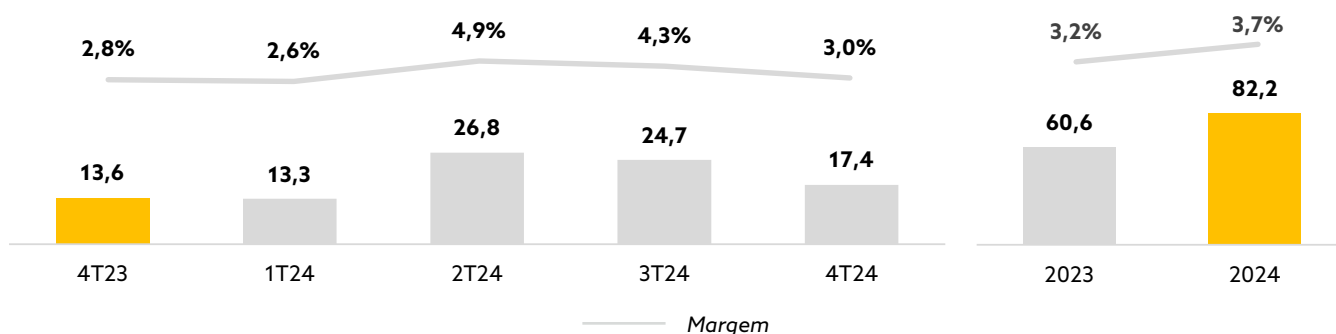
EBITDA RECORRENTE

No 4T23 a Companhia registrou créditos fiscais extemporâneos, o que não ocorreu nesse 4T24. Desta forma, para melhor comparabilidade, a análise de resultados exclui esses eventos não recorrentes.

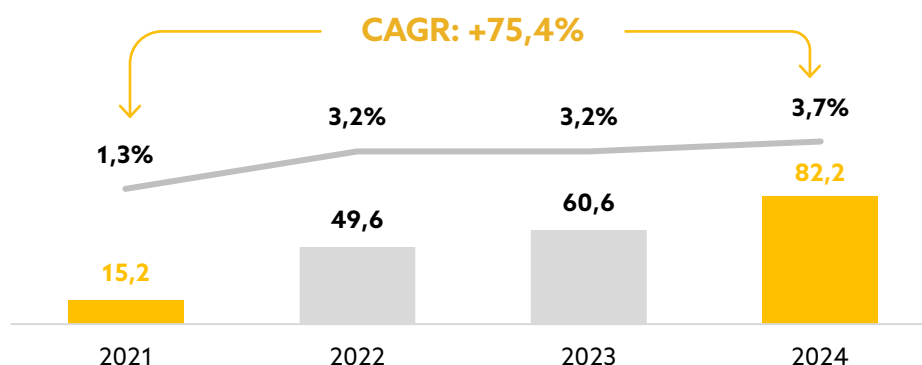
O EBITDA recorrente da Companhia encerrou o trimestre em R\$ 17,4 milhões, aumento de 27,8% em relação ao 4T23, com evolução de 0,2 p.p. na margem.

No acumulado do ano, o EBITDA avançou 35,5%, totalizando R\$ 82,2 milhões, com uma alta de 0,5 p.p. na margem, que encerrou 2024, representando 3,7% da Receita Bruta.

EBITDA RECORRENTE (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



EBITDA RECORRENTE (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



RESULTADO FINANCEIRO E IMPOSTO DE RENDA

As despesas com depreciação atingiram R\$10,2 milhões no 4T24, alta de 22,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, crescimento que segue em linha com o plano de expansão da Rede d1000.

No 4T24, o resultado financeiro foi negativo em R\$ 1,8 milhão versus breakeven no 4T23, refletindo o aumento da despesa financeira em função de maior Dívida Bruta reportada no período. Em 2024, o resultado financeiro foi negativo de R\$ 3,2 milhões versus R\$ 0,5 milhão em 2023.

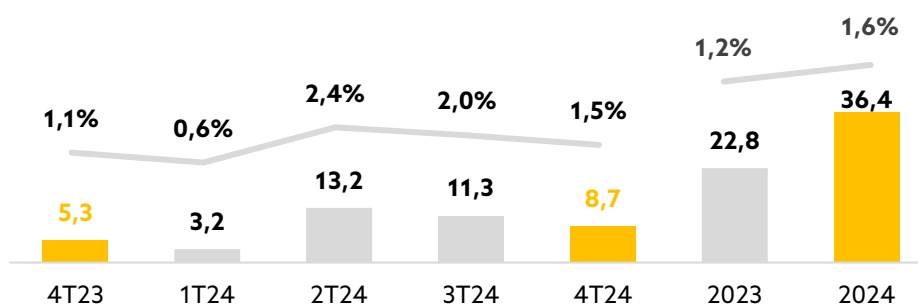
(R\$ milhões)	4T23	Efeitos não recorrentes	4T23		4T24		Var. 4T23 x 4T24		2023		2024		Var. 2024 x 2023	
			4T23	4T24	2023	2024	2023	2024	2023	2024				
EBITDA	20,3	-6,6	13,6	17,4	27,8%	66,6	-5,9	60,6	82,2	35,5%				
Margem EBITDA (%)	4,2%		2,8%	3,0%	0,2 p.p	3,6%		3,2%	3,7%	0,5 p.p				
Depreciação e Amortização	-8,3		-8,3	-10,2	22,9%	-31,4		-31,4	-36,5	16,2%				
Resultado Financeiro	0,0		0,0	-1,8		-0,5		-0,5	-3,2	498,3%				
IR/CS	-1,6	1,6	-0,1	3,3		-7,5	1,4	-6,0	-6,1	0,7%				
Lucro (prejuízo) líquido	10,3	-5,0	5,3	8,7	64,9%	27,3	-4,5	22,8	36,4	59,5%				

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

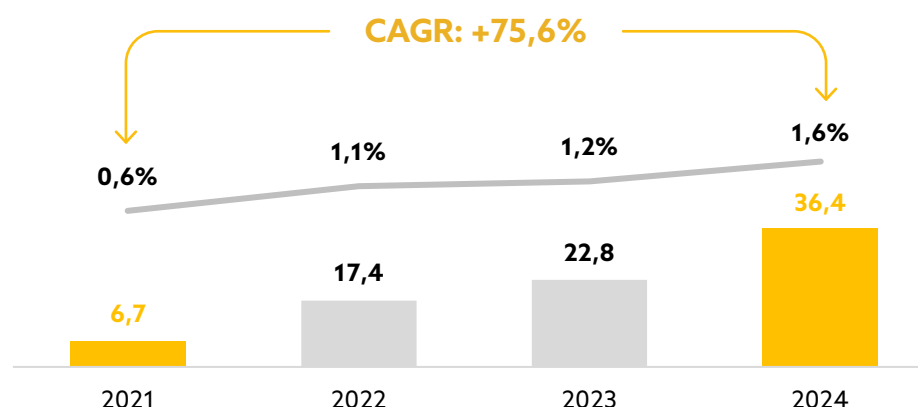
No 4T24, o Lucro Líquido recorrente da Companhia totalizou R\$ 8,7 milhões, representando um aumento de 64,9% em relação ao 4T23. A margem líquida atingiu 1,5%, uma alta de 0,4 p.p. na mesma comparação.

No acumulado do ano, o Lucro Líquido recorrente da Companhia totalizou R\$ 36,4 milhões, um crescimento de 59,5% em relação a 2023, com margem de 1,6%, um avanço de 0,4 p.p.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



CICLO DE CAIXA

No 4T24, o Ciclo de Caixa da Companhia foi de 12,8 dias versus 6,0 dias reportados no 4T23. Quando analisamos o 3T24, vemos uma melhora do ciclo de caixa em 0,8 dias, em linha com o esperado.

Ao longo de 2024, a Companhia fez investimentos em medicamentos de marca, elevando os níveis de estoques, o que contribuiu para um aumento aproximado 4 dias no ciclo de caixa, em relação à média histórica. Desta forma, devemos observar um ciclo de caixa de agora em diante mais próximo do apresentado nesses últimos trimestres.

Ainda assim, a atuação integrada com a Profarma Distribuição permite à Rede d1000 manter o menor ciclo de caixa do mercado, consolidando uma vantagem competitiva relevante no setor.

Ciclo de Caixa (dias)	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24
Contas a Receber	29,7	30,7	29,0	27,0	25,5
Estoque	53,4	52,7	58,0	61,2	65,5
Fornecedores	77,1	74,3	76,7	74,6	78,1
Ciclo de Caixa	6,0	9,1	10,4	13,6	12,8

FLUXO DE CAIXA RECORRENTE

No 4T24, o Fluxo de Caixa Operacional totalizou R\$ 26,3 milhões versus R\$ 15,0 milhões registrados no mesmo período do ano anterior. No acumulado de 2024, o Fluxo de Caixa Operacional atingiu R\$ 75,5 milhões, crescimento de 33,4% em relação aos R\$ 56,6 milhões reportados em 2023.

No 4T24, o Fluxo de Caixa Livre foi negativo em R\$ 8,3 milhões versus R\$ 6,8 milhões negativos no 4T23. No período, a Companhia investiu R\$ 34,6 milhões, sendo R\$ 29,5 milhões destinados a aberturas de novas lojas e reformas. Em 2024, o Fluxo de Caixa Livre foi negativo em R\$ 19,3 milhões versus R\$ 5,8 milhões reportados em 2023, em função de maiores investimentos em expansão e, também, maior consumo de capital de giro devido aos investimentos em estoque. No ano, o investimento total em CAPEX foi de R\$ 94,8 milhões, onde R\$ 82,1 milhões foram investidos em novas lojas (R\$ 68,9 milhões) e reformas (R\$ 13,2 milhões).

(R\$ milhões)	4T23	Efeitos não recorrentes	4T23	4T24	Var. 4T23 x 4T24	2023	Efeitos não recorrentes	2023	2024	Var. 2024 x 2023
EBIT	12,0	-6,6	5,4	5,5	1,5%	35,2	-5,9	29,3	42,5	44,9%
Depreciação e Amortização	8,3		8,3	10,2	22,4%	31,4		31,4	36,4	16,1%
Ajustes não caixa	-6,7		-6,7	0,4	-106,3%	10,6		10,6	18,9	78,3%
Ciclo de Caixa	8,4		8,4	14,1	67,7%	-9,6		-9,6	-26,3	175,3%
Outros Ativo/(Passivos)	-7,0	6,6	-0,4	-3,8	848,8%	-11,0	5,9	-5,1	4,0	-178,5%
Fluxo de Caixa Operacional	15,0	0,0	15,0	26,3	75,5%	56,6	0,0	56,6	75,5	33,4%
Investimentos	-21,8		-21,8	-34,6	59,1%	-62,4		-62,4	-94,8	51,9%
Fluxo de Caixa Livre	-6,8	0,0	-6,8	-8,3	22,6%	-5,8	0,0	-5,8	-19,3	233,0%
Financiamentos	-1,0		-1,0	26,7	-2888,0%	-6,4		-6,4	32,6	-612,5%
Fluxo de Caixa Total	-7,7	0,0	-7,7	18,4	-338,0%	-12,2	0,0	-12,2	13,4	-210,0%

ENDIVIDAMENTO

A Companhia encerrou o 4T24 com uma Dívida Líquida de R\$ 6,0 milhões. O resultado do período reflete, principalmente, a aceleração do plano de expansão, associada aos investimentos em estoques realizados ao longo de 2024.

No 4T24 a Companhia contratou R\$ 21,2 milhões de financiamento com vencimento em fevereiro de 2026 ao custo de CDI + 1,06% a.a. para suportar as necessidades de caixa, principalmente no primeiro semestre de 2025.

Atualmente a dívida bruta da cia soma 63,6 milhões, sendo R\$ 38,9 milhões em instituições bancárias e R\$ 24,7 milhões de mútuo intercompany, que juntos possuem custo combinado de aproximadamente 100% do CDI.

Apuração do Caixa Líquido (R\$ milhões)	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24
Dívida Bruta	-26,8	-41,0	-37,7	-36,3	-63,6
Curto Prazo	-9,3	-24,8	-13,4	-10,7	-10,7
Longo Prazo	-17,5	-16,2	-24,2	-25,6	-52,9
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	44,2	52,5	48,6	39,2	57,6
Posição Líquida de Caixa	17,4	11,5	11,0	2,9	-6,0

A Rede d1000 desenvolve os temas ESG de forma transversal e mantém toda a estratégia da Companhia em consonância com a agenda 2030 da ONU (Organização das Nações Unidas), priorizando os ODS:



PILAR AMBIENTAL

Alcançamos a marca de 9% de redução de consumo de sacolas nas lojas da Rede d1000, um dado que reforça nosso compromisso com a redução das emissões de resíduos e cuidado com o meio ambiente.



PILAR SOCIAL

Em 2024, as ações do Instituto Profarma, em parceria com fornecedores e colaboradores voluntários entregaram saúde, bem-estar, empregabilidade, formação profissional, através de projetos impactaram mais de 270 mil pessoas, sendo metade somente nos estados de RJ, DF, GO e MT.

Reforma ONG Amigos para SOS - Após uma ampla reforma, mais de 250 famílias agora podem desfrutar de um espaço amplo, decorado e de qualidade, para a prática das atividades da ONG Amigos para SOS, localizada em Campo Grande, na zona oeste do Rio de Janeiro. A reforma foi resultado do engajamento dos voluntários, Embaixadores do Bem que, com o apoio de Cimed, Biolab, IL Constrói, Construtora Grow e Belmonte, mobilizaram mais de 40 mil reais, para transformar o espaço com cobertura, pintura temática e paisagismo.

Ação Social - Com o apoio do programa Cuida, da Drogasmil, o Instituto Profarma realizou, em novembro de 2024, a 2ª Ação Social Comunitárias, que aconteceu no espaço da FAETEC (Fundação de Apoio à Escola Técnica) da comunidade Cidade de Deus. Durante mais de 6h, cerca de 100 famílias puderam usufruir de dezenas de serviços de saúde, bem-estar e cidadania. Foram mais de 30 profissionais envolvidos para oferecer: aferição de pressão, medição de glicose, testes de bioimpedância, vacinação, isenção para emissão de documentos, corte de cabelo, maquiagem, depilação, consultas com médicos especialistas, recreação infantil, palestras sobre sexualidade, orientação profissional e jurídica. A iniciativa teve o apoio de grandes marcas como: N°21, Colgate, GSK, Haskell, Reckitt.

Campanha Natal Instituto - No mês de dezembro, o Instituto Profarma, tradicionalmente realiza a Campanha de Natal, uma iniciativa impulsionada pelos voluntários da Companhia, os Embaixadores do Bem, que ao longo dos últimos anos já oportunizou experiências inesquecíveis para milhares de crianças, como: cinema, casa de festas e piquenique. Em 2024, não foi diferente: mais de 250 crianças participaram de um espetáculo de diversão e solidariedade num restaurante temático de circo: teve palhaçada, malabarismo, equilibrismo e muita solidariedade, com lanche, recreação e participação especial do Papai Noel, que presentou todas as crianças com brinquedos e produtos de higiene e perfumaria.

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

R\$ milhões	IFRS-16		Sem IFRS-16		IFRS-16		Sem IFRS-16	
	4T23	4T24	4T23	4T24	12M23	12M24	12M23	12M24
Receita Bruta	486,0	660,7	486,0	660,7	1.834,7	2.283,8	1.834,8	2.283,8
RX	196,9	285,9	196,9	285,9	749,6	973,5	749,6	973,5
HB	162,4	156,1	162,4	156,1	500,5	544,1	500,5	544,1
OTC	72,1	142,5	72,1	142,5	375,6	504,2	375,7	504,2
Genérico	54,6	76,2	54,6	76,2	209,0	262,0	209,0	262,0
Deduções da Receita	-23,0	-39,5	-23,0	-39,5	-85,8	-123,2	-85,8	-123,2
Receita operacional líquida	463,0	621,2	463,0	621,2	1.748,9	2.160,6	1.749,0	2.160,6
Custos dos produtos vendidos	-318,6	-447,5	-318,6	-447,5	-1.196,1	-1.499,0	-1.196,1	-1.499,0
Lucro Bruto	144,4	173,7	144,4	173,7	552,8	661,6	552,9	661,6
Margem Bruta (Receita Líquida)	31,2%	28,0%	31,2%	28,0%	126,5%	123,0%	126,5%	123,0%
Margem Bruta (Receita Bruta)	29,7%	26,3%	29,7%	26,3%	120,6%	116,4%	120,6%	116,4%
Despesas Operacionais	-128,0	-162,8	-132,4	-166,5	-501,5	-598,4	-517,6	-615,9
Despesas Gerais e administrativas	-23,3	-21,4	-23,3	-21,3	-66,5	-76,0	-70,7	-84,3
Despesas com Vendas	-117,1	-140,4	-121,5	-144,2	-446,1	-519,3	-458,0	-528,5
Provisão para Perda Crédito Esperado	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Outras receitas/despesas operacionais	12,4	-1,0	12,4	-1,0	11,1	-3,1	11,1	-3,1
Resultado antes do Resultado Financeiro	16,4	10,9	12,0	7,2	51,3	63,2	35,3	45,7
Resultado Financeiro	-6,1	-11,9	0,0	-1,8	-25,0	-34,8	-0,5	-3,2
Receitas financeiras	1,4	4,8	1,4	4,9	5,9	8,0	5,9	8,0
Despesas financeiras	-7,5	-16,7	-1,4	-6,7	-30,9	-42,8	-6,4	-11,2
Resultado antes dos Impostos	10,3	-1,0	12,0	5,4	26,3	28,4	34,8	42,5
Imposto de Renda e Contribuição Social	-1,1	4,5	-1,6	3,3	-4,9	-2,6	-7,4	-6,1
Lucro/Prejuízo do Período	9,2	3,5	10,4	8,7	21,4	25,8	27,4	36,4

BALANÇO PATRIMONIAL

(R\$ mil)	31/12/2023			31/12/2024		
	IFRS16	Reclassificação	IAS 17	IFRS16	Reclassificação	IAS 17
Caixa e equivalentes de caixa	44.229		44.229	57.598		57.598
Instrumentos financeiros	0		0	0		0
Contas a Receber	160.447		160.447	196.038		196.038
Estoques	189.124		189.124	280.444		280.444
Impostos a recuperar	51.262		51.262	36.460		36.460
Outras contas a receber	27.284		27.284	31.940		31.940
Total do Ativo Circulante	472.346	0	472.346	602.480	0	602.480
Depósitos Judiciais	4.726		4.726	3.981		3.981
Instrumentos financeiros	0		0	0		0
IR e CSLL diferidos	104.030	-15.892	88.138	129.239	-21.264	107.975
Impostos a recuperar	13.076		13.076	5.218		5.218
Outros contas a receber	519		519	519		519
Imobilizado	353.422	-205.035	148.387	486.941	-284.313	202.628
Intangível	600.400		600.400	606.076		606.076
Total do Ativo Não Circulante	1.076.173	-220.927	855.246	1.231.974	-305.577	926.397
Total do Ativo	1.548.519	-220.927	1.327.592	1.834.454	-305.577	1.528.877
Fornecedores	268.483		268.483	369.008		369.008
Fornecedores - Risco Sacado	4.545		4.545	5.727		5.727
Empréstimos e financiamentos	9.288		9.288	10.663		10.663
Salários e contribuições sociais	39.676		39.676	45.944		45.944
Impostos e taxas	10.368		10.368	10.506		10.506
Arrendamento a Pagar	65.763	-65.763	0	78.475	-78.475	0
Outros	9.761		9.761	8.262		8.262
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0		0	0		0
Total do Passivo Circulante	407.884	-65.763	342.121	528.585	-78.475	450.110
Empréstimos e financiamentos	17.546		17.546	28.208		28.208
Impostos e taxas	328		328	159		159
Impostos diferidos	40.219		40.219	54.477		54.477
Instrumentos financeiros				45		45
Provisão para Contingências	20.332		20.332	30.890		30.890
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0		0	0		0
Arrendamento a pagar	191.355	-191.355	0	270.638	-270.638	0
Outros				24.740		24.740
Total do Passivo Não Circulante	269.780	-191.355	78.425	409.157	-270.638	138.519
Capital social	1.004.004		1.004.004	1.004.004		1.004.004
Prejuízos acumulados	-133.149	36.191	-96.958	-107.292	43.536	-63.756
Total do Patrimônio Líquido	870.855	36.191	907.046	896.712	43.536	940.248
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.548.519	-220.927	1.327.592	1.834.454	-305.577	1.528.877

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)

R\$ mil	4T23		2023		4T24		12M24	
	IFRS16	Sem IFRS 16	IFRS16	Sem IFRS 16	IFRS16	Sem IFRS 16	IFRS16	Sem IFRS 16
Fluxos de caixa de atividades operacionais								
Lucro líquido (prejuízo) antes do IR/CS	10.315	11.971	26.273	34.660	(953)	5.481	28.464	42.527
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:								
Depreciação e amortização			31.368	31.368	10.152	10.152	36.430	36.430
Depreciação direito de uso imóveis	19.092	-	73.217	-	21.310	-	81.216	-
Juros de Empréstimos Provisionados	959	959	4.299	4.299	490	490	3.246	3.246
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	19	19	(357)	(357)	31	31	(29)	(29)
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	23	23	1.301	1.301	229	229	767	767
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	-	-	(844)	(187)	(566)	-	(1.143)	-
Provisão / Reversão para perda estoque	268	268	496	496	368	368	683	683
Provisão / Reversão para contingência	313	313	2.071	2.071	10.733	10.733	12.483	12.483
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	(30)	(30)	782	782	(171)	(171)	-	-
Encargos financeiros direito de uso	6.108	-	24.521	-	10.081	-	31.534	-
Outros	(8.260)	(8.260)	3.359	2.571	(8.290)	(11.260)	5.360	1.706
	37.103	13.559	166.486	77.004	43.414	16.053	199.011	97.813
Redução (aumento) nos ativos								
Contas a receber	(4.535)	(4.535)	(25.629)	(25.629)	(23.566)	(23.566)	(35.562)	(35.562)
Estoques	(14.434)	(14.434)	(34.076)	(34.076)	(30.273)	(30.273)	(92.003)	(92.003)
Impostos a recuperar	(6.165)	(6.165)	(2.153)	(2.153)	(3.692)	(3.692)	-	-
IRPJ e CSLL pagos	(1.486)	(1.486)	(8.620)	(8.620)	3.499	3.499	13.222	13.222
Acordos comerciais	(3.250)	(3.250)	(9.313)	(9.313)	(1.722)	(1.722)	(2.382)	(2.382)
Outros	1.082	1.082	616	616	2.836	2.836	(412)	(412)
Aumento (redução) nos passivos								
Fornecedores	27.637	27.637	50.502	50.502	67.957	67.957	101.270	101.270
Salários e contribuições	894	894	1.768	1.768	(121)	(121)	1.643	1.643
Impostos a recolher	3.161	3.161	9.697	9.697	(2.762)	(2.762)	(4.817)	(4.817)
Outros	(1.489)	(1.489)	(3.236)	(3.268)	(1.871)	(1.871)	(3.231)	(3.231)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	38.518	14.974	146.042	56.528	53.699	26.338	176.739	75.541
Fluxo de caixa de atividades de investimentos								
Pagamento de aquisições	(1.035)	(1.035)	(4.352)	(4.352)				
Adições ao imobilizado	(19.009)	(19.009)	(49.549)	(49.549)	(32.499)	(32.499)	(77.476)	(77.476)
Adições ao Intangível	(1.728)	(1.728)	(8.495)	(8.495)	(2.135)	(2.135)	(17.330)	(17.330)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(21.772)	(21.772)	(62.396)	(62.396)	(34.634)	(34.634)	(94.806)	(94.806)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos								
Obtenção de Mútuo intercompany - Principal					10.000	10.000	24.700	24.700
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros					(207)	(207)	(422)	(422)
Obtenção de empréstimos - Principal					21.225	21.225	40.225	40.225
Pagamento de empréstimos - Amortização			(2.143)	(2.143)	(3.917)	(3.917)	(28.759)	(28.759)
Pagamento de empréstimos - Juros	(957)	(957)	(4.225)	(4.225)	(420)	(420)	(3.110)	(3.110)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(18.183)	-	(68.384)	-	(18.287)	-	(73.475)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(5.361)	-	(21.130)	-	(9.074)	-	(27.723)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(24.501)	(957)	(95.882)	(6.368)	(680)	26.681	(68.564)	32.634
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	(7.755)	(7.755)	(12.236)	(12.236)	18.385	18.385	13.369	13.369
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	51.984	51.984	56.465	56.465	39.213	39.213	44.229	44.229
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	44.229	44.229	44.229	44.229	57.598	57.598	57.598	57.598



DMVF
B3 LISTED NM

SOBRE A COMPANHIA

Somos uma rede de drogarias formada pelas aquisições das bandeiras Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoió e Drogeria Rosário. Contamos com 276 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 4.200 colaboradores, atendem 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.

EARNINGS RELEASE 4Q24 AND 2024

March 12, 2025

WEBCAST

March 13, 2025

11:00 a.m. (Brazil) | 10:00 a.m (NY)

Registration via Zoom

[CLICK HERE](#)



IR CONTACT

E-mail: ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



DMVF
B3 LISTED NM

Rede d1000 closes the year 2024 with strong growth in recurring EBITDA and Net Profit, showing an increase of **35.5%** and **59.5%**, respectively.

HIGHLIGHTS 2024 VS. 2023

R\$ 2,206.3 MM

Gross Revenue
Growth: **+20.3%**

R\$ 196.1 MM

Contribution Margin
Growth: **+24.2%**
Margin: **8.9%** (11.2% in
Mature Stores)
Increase of **0.3 p.p.**

R\$ 82.2 MM

Recurring Ebitda
Growth: **+35.5%**
Margin: **3.7%**

R\$ 36.4 MM

Recurring Net Profit
Growth: **+59.5%**

276 Stores

Net Addition
of **36** units

R\$ 149.1 MM

Omnichannel
Growth: **+72.2%**

MAIN INDICATORS

	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	Chg. 4T24 x 4T23	2023	2024	Chg. 2024 x 2023
Number of Stores	240	241	251	259	276	15.0%	240	276	15.0%
(R\$ million)									
Gross Revenue	486.0	507.2	541.0	574.9	583.2	20.0%	1,834.7	2,206.3	20.3%
Gross Income	144.4	148.7	167.8	171.4	173.7	20.3%	552.8	661.6	19.7%
Gross Margin (% Gross Revenue)	29.7%	29.3%	31.0%	29.8%	29.8%	0.1 p.p	30.1%	30.0%	-0.1 p.p
EBITDA	13.6	13.3	26.8	24.7	17.4	27.8%	60.6	82.2	35.5%
EBITDA Margin (% of Gross Revenue)	2.8%	2.6%	4.9%	4.3%	3.0%	0.2 p.p	3.2%	3.7%	0.5 p.p
Net Income	5.3	3.2	13.2	11.3	8.7	64.9%	22.8	36.4	59.5%
Net Margin (% of Gross Revenue)	1.1%	0.6%	2.4%	2.0%	1.5%	0.4 p.p	1.2%	1.6%	0.4 p.p

Rio de Janeiro, December 31, 2024 - d1000 Varejo Farma SA. ("Rede d1000" or "Company", B3: DMVF3), announces its results for the fourth quarter (4Q24) of 2024. The Company's financial statements are prepared in Brazilian Reals (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 accounting practices adopted in Brazil. Rede d1000 presents this report with the results under the old IAS 17/CPC 06 standard. However, the Financial Statements continue to be governed by IFRS 16 and are available in the Annexes. The performance comparisons contained herein refer to the same periods in the previous year (4Q23 and 2023).

During 4Q24, the Company resumed the operation of the subsidiary Centro Oeste Farma Distribuidora de Medicamentos ("COF"), with a focus on optimizing the balance of recoverable taxes. This is a transitional movement, which should continue until 2025. Accordingly, the results presented exclusively reflects the recurring performance of the Company's operations, allowing for a more accurate analysis of the business evolution, without the influence of extraordinary events.

For the third consecutive year, Rede d1000 has achieved growth at least twice as high as its operating market and approximately 50% higher than Abrafarma, reinforcing the consistency and assertiveness of its strategy. We have maintained discipline in executing our expansion plan, continued investing in the modernization of our store portfolio and customer proximity, and gained traction in omnichannel sales, enhancing the customer experience and strengthening our digital presence.

For the second consecutive year, the Company was recognized by the IBEVAR-FIA 2024 Ranking as the most efficient company in the Brazilian pharma retail sector and ranked 3rd nationally in the Advantage 2024 Survey, which measures the industry's satisfaction with the sector. These achievements demonstrate how the initiatives implemented have generated positive results and, consequently, provided a better experience for both partners and customers.

Throughout the year, the Company followed its expansion strategy, closing the period with 276 stores, surpassing its guidance for openings and renovations. The careful selection of new locations, combined with the maturation of the existing base, enabled solid Gross Revenue growth, reaching R\$ 2,206.3 million, a 20.3% increase compared to 2023—outperforming both the market (12.7%) and ABRAFARMA (14.2%).

The omnichannel strategy was one of the main drivers of growth in 2024, with e-commerce registering a 227.4% increase, driven by technological integration, new delivery options, and improvements in consumer experience. As a result of these initiatives, non-in-store sales accounted for 6.8% of the Company's total revenue, an increase of 2.1 percentage points compared to 2023.

The CRM strategy, another key pillar of the Company's growth, evolved significantly, leading identified revenue to reach 94.8% by year-end. More targeted communication allowed us to enhance customer loyalty and engagement, increasing purchase frequency and average ticket size—highlighting the importance of this relationship strategy. Customer satisfaction, as measured by the NPS score, reached 79.7, consolidating itself as a competitive advantage.

In 2024, the Company invested over R\$ 40 million in branded (RX) drug inventories, leading to an increase in this category's share of total sales, rising from 40.6% at the end of 2023 to 43.3% at the end of 2024. This contributed to sales growth and a higher average transaction value.

The strengthening of Exclusive Brands was another highlight of 2024, with this category reporting sales of R\$ 115.4 million, a 24.2% growth, reaching a 10.9% share in self-service, 0.7 percentage points above the 2023 figure. The growth in exclusive product sales is critical to the Company's expansion strategy—not only because of better margins but also due to its potential to foster customer loyalty.

All these levers were fundamental to driving sales throughout the year, with an 8.6% increase in mature stores, contributing to expense dilution. As a result, the Company reported a Contribution Margin of R\$ 196.1 million in 2024, an increase of 24.2% compared to 2023, reaching 8.9% of sales versus 8.6% in 2023.

Recurring EBITDA totaled R\$ 82.2 million, a 35.5% increase compared to 2023, reaching a margin of 3.7%. Recurring Net Income grew by 59.5% year-over-year, reaching R\$ 36.4 million.

We have an ambitious growth plan and understand that investing in people is also a fundamental pillar to support this strategy. Therefore, in 2024, we remained focused on talent development and human capital appreciation, investing in training to better prepare teams and strengthen employees' ability to take on new internal opportunities—essential for maintaining our culture. We are a major employer in Pharma Retail, currently with approximately 4,200 employees, a workforce that grows significantly every year. To sustain our culture, our expansion plan, which included opening 40 new stores in 2024, resulted in the creation of more than 500 jobs, with a significant portion of positions filled by existing Rede d1000 employees—reinforcing the Company's commitment to internal growth. Additionally, the Conecta+ project is underway, a digital transformation initiative aimed at streamlining employees' experience throughout their journey within the Company.

On our ESG journey, our partnership with UNICEF continues to set new records, reaching R\$ 14 million in contributions since the initiative began. In collaboration with Instituto Profarma, we work to provide healthcare, well-being, employability, and professional training to residents of underserved communities through projects that have already impacted more than 270,000 people, especially in the states of RJ, DF, and MT, where we have a presence. We are committed to reducing environmentally harmful waste emissions, and in 2024, we reduced plastic bag consumption by 9% in Rede d1000 stores.

We close 2024 confident in the strength of our business model and the Company's execution capabilities. We recognize that 2025 will be more challenging, with higher inflation than in recent years and lower price adjustments (CMED). However, with our expansion plan delivering marginal returns reaching 30% at maturity, combined with the previously mentioned levers, we have important tools that will contribute to another year of growing results, even if under short-term pressures. We remain steadfast in our commitment to sustainable growth, driving innovation, efficiency, and closer relationships with our customers.

We thank our shareholders and the Board of Directors for their strategic support, and our employees, whose dedication and commitment are essential to the continuity of our success.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Sammy Birmarcker".

Sammy Birmarcker - CEO of Rede d1000

STORE PORTFOLIO

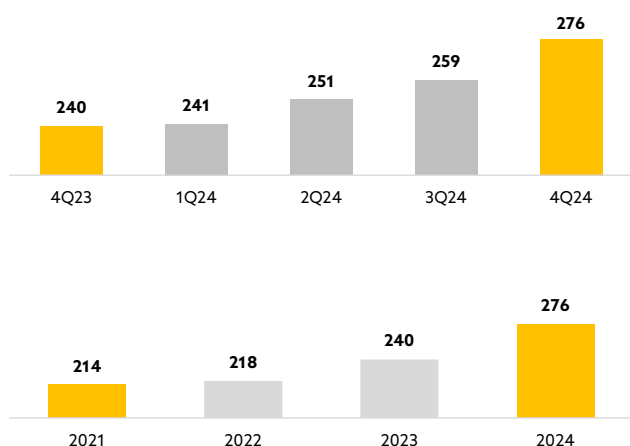
Rede d1000 continues to make consistent progress in its expansion plan and in improving its store portfolio. The Company ended 4Q24 with 276 units, accounting for a growth of 15.0% compared to the same period of previous year. In the quarter, 17 new stores were opened: 10 in Brasília (Federal District), 5 in the state of Rio de Janeiro and 2 in Mato Grosso. Moreover, 8 units underwent renovations during the period.

In 2024, Rede d1000 opened 40 new stores, renovated 11 and closed 4 units, resulting in a net addition of 36 stores. For the year 2025, the Company plans to invest approximately R\$ 93 million in CAPEX and working capital, with the opening of 30 new stores and the renovation of 10 units. According to the announced guidance, the Company expects to open 260 to 280 new stores during the period 2024–2028.

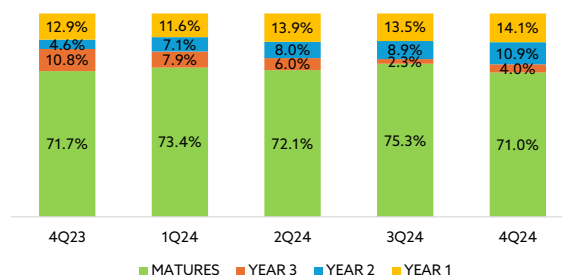
With these openings, Rede d1000 ended the quarter with 29.0% of its stores (80 units) still in the maturing process, 14.1% in the first year of operation. The portfolio remains mainly made up of "Standard" and "Popular" stores, which account for 78% of the base (216 units). "Premium" stores account for 22% of the base (60 units).

The expansion strategy, coupled with the modernization of the existing store portfolio, has contributed strongly to the sales growth and market share gains, which achieved a share of 12.6%* at the end of 4Q24, accounting for a growth of 0.7 p.p. compared to the same period of the previous year, according to data released by IQVIA Brasil.

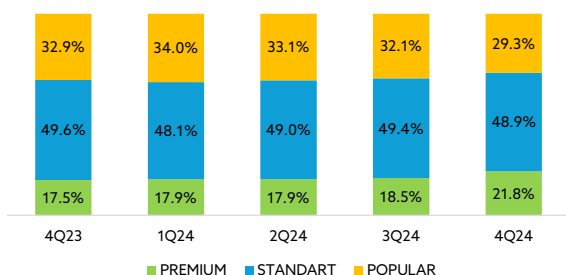
NUMBER OF STORES (#)



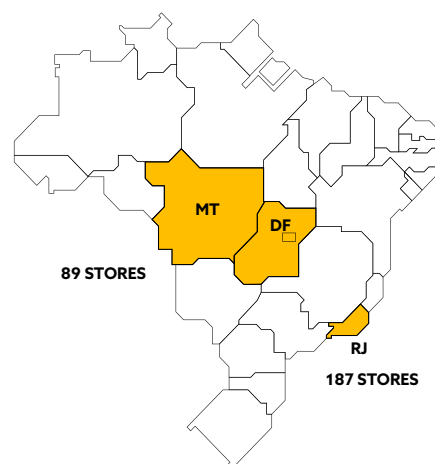
AGE DISTRIBUTION OF STORE PORTFOLIO



BREAKDOWN OF THE STORE NETWORK BY PROFILE (%)



GEOGRAPHICAL PRESENCE (#)



*in its area of activity

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

GROSS REVENUE

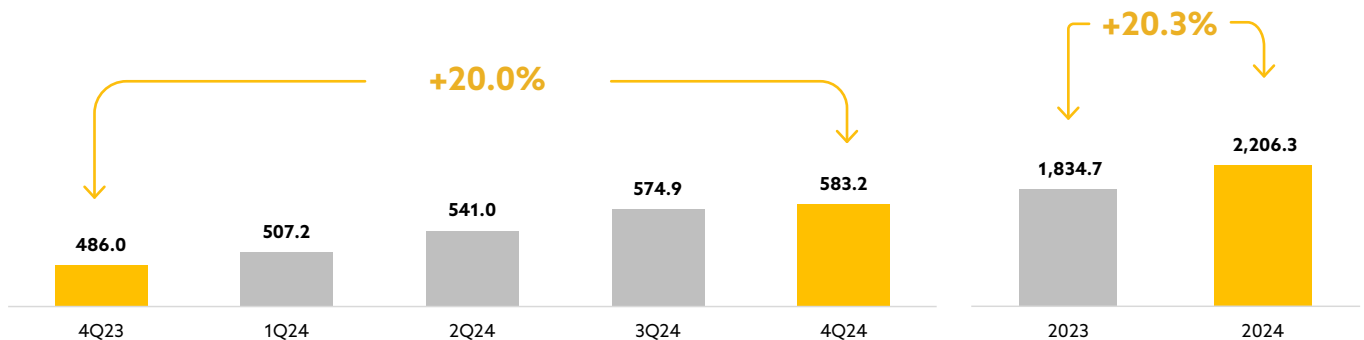
In 4Q24, the Company reached an historic record level of R\$ 583.2 million, accounting for an increase of 20.0% over the same period of last year. In the year-to-date, revenue reached R\$ 2,206.3 million, accounting for an increase of 20.3% compared to the previous year.

The expansion plan continues to be one of the main drivers of growth in total sales. Furthermore, other strategic levers contributed significantly to these results, such as store refurbishments, CRM initiatives, the strengthening of e-commerce and the optimization of the product mix, factors that increased the average sale per store and boosted the average ticket.

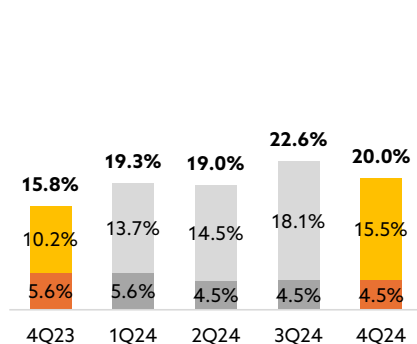
In the same-store analysis, Gross Revenue grew 12.4% compared to 4Q23. The performance of mature stores remains solid and consistently above inflation, with an increase of 8.6% in the quarter compared to the same period of previous year.

For the third year running, Rede d1000 has grown above the market. When we look at its areas of activity, we see a growth of 20.3% in 2024 versus Abrafarma's growth of 14.2% and Retail Pharma's growth of 12.7%, according to data released by IQVIA.

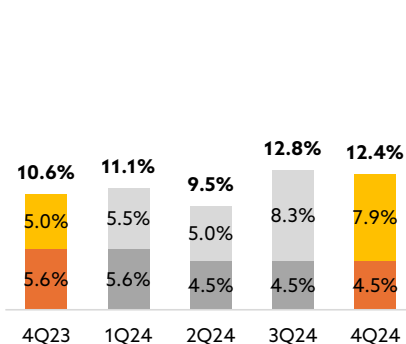
GROSS REVENUE (R\$ MILLION)



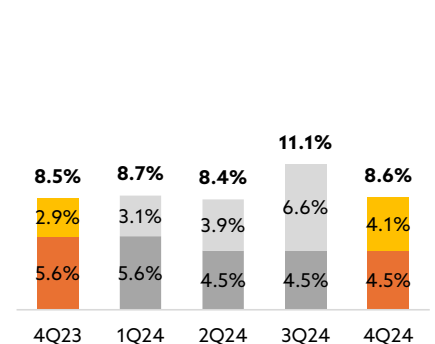
TOTAL GROWTH



GROWTH SAME STORES



GROWTH MATURE STORES

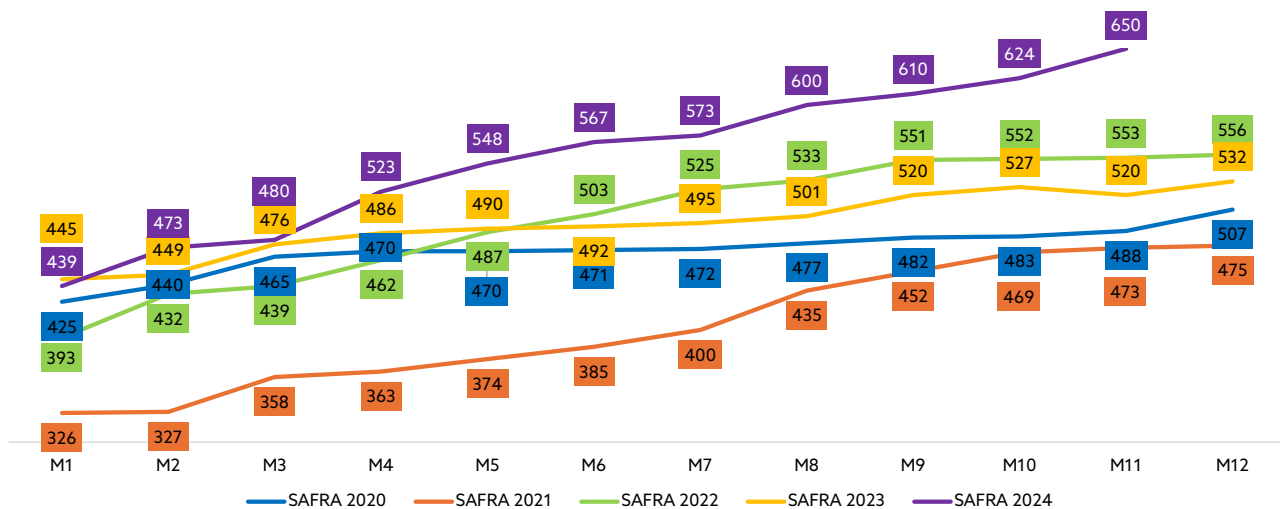


■ CMED adjustment ■ Real Growth

The expansion of Rede d1000 has been continuously evolving, driven using strategic tools that improve market analysis and the understanding of customer demands. This process, coupled with a careful selection of new points of sale, ensured the opening of stores with sales performance that surpassed the results of older stores.

The chart below illustrates this trend, showing that in the 2024 harvest, new stores reached the average turnover level in their fifth month of operation, which in previous cycles was only reached after the first year of operation.

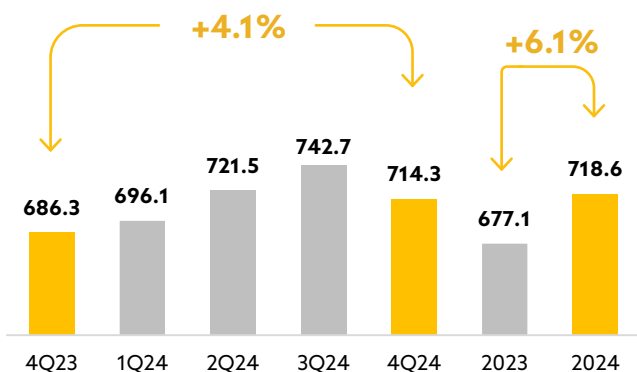
SALES BY HARVEST - NEW STORES (R\$ THOUSAND)



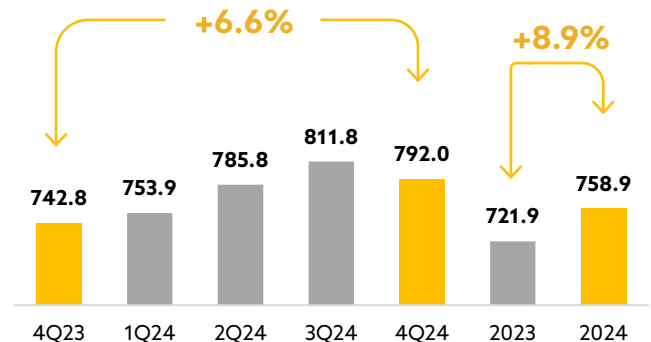
AVERAGE SALES PER STORE

In 4Q24, average sales per store reached R\$ 714.3 thousand, accounting for an increase of 4.1% compared to the same period of last year. It is worth highlighting that 17 new units were opened during this period, 7 of which in December, resulting in 14.1% of the store base still in the first year of maturity. Considering only mature stores, the growth was 6.6% year-on-year, reaching R\$ 792.0 thousand, a real increase of 2.1 p.p in the comparison between the periods. In the accumulated for 2024, the average sale per store grew 6.1% compared to 2023, totaling R\$ 718.6 thousand. In the case of mature stores, sales rose by 8.9%, accounting for a real increase of 4.4 p.p. in the period.

AVERAGE SALES PER STORE (R\$'000)

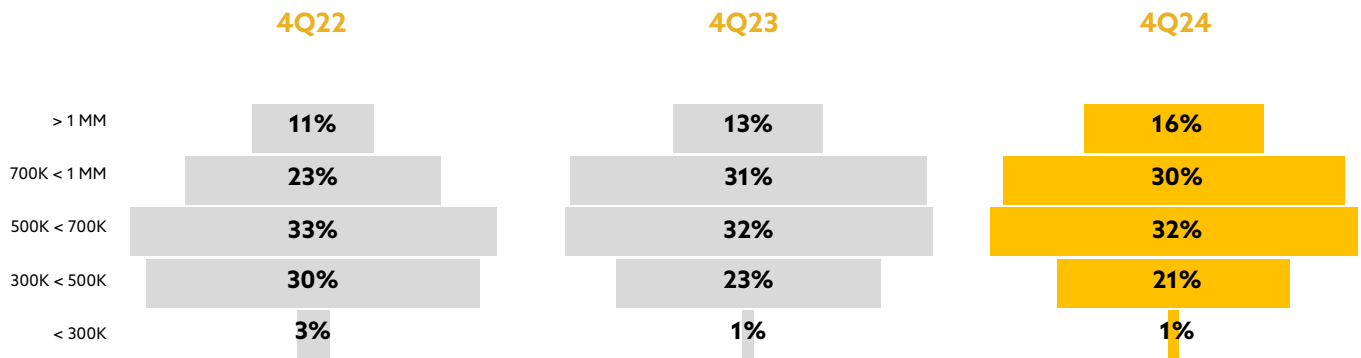


AVERAGE SALE PER MATURE STORE (R\$'000)



The chart below demonstrates the importance of operational qualification initiatives in stores, aimed at boosting the increase in the shopping basket and, consequently, sales performance.

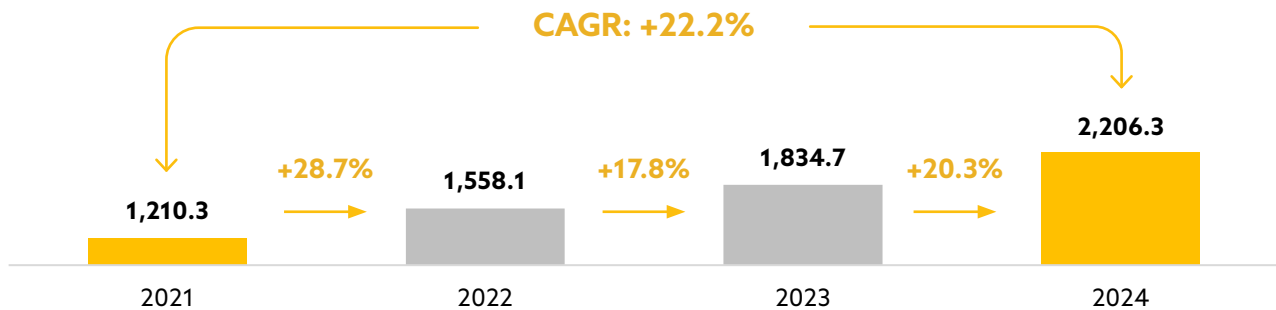
AVERAGE SALE | STORES



Only stores older than 6 months were considered.

Rede d1000's Gross Revenue has grown strongly in recent years and reached R\$ 2.2 billion in 2024, as presented in the chart below:

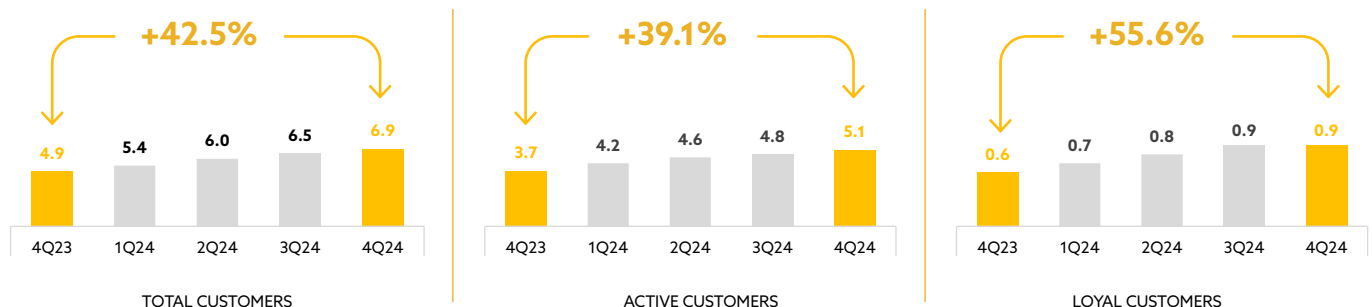
GROSS REVENUE (R\$ MILLION)



CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

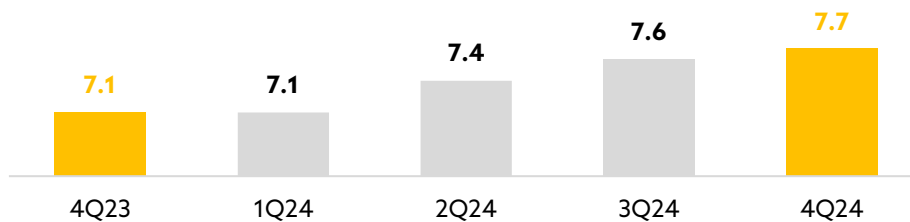
The Customer Relationship Management (CRM) strategy has been consolidated as an essential lever for the Company's growth. By deepening its understanding of customers' needs and customizing their purchasing journey, the Company has recorded increases in the frequency of purchases and the average ticket. This approach strengthens loyalty, fosters more efficient communication with the customer base and boosts results in a sustainable manner.

In 4Q24, the identified customer base grew 42.5% compared to 4Q23, ending the period with approximately 6.9 million customers, of which 5.1 million are active customers (+39.1% vs 4Q23) and 0.9 million are loyal customers (+55.6% vs 4Q23).



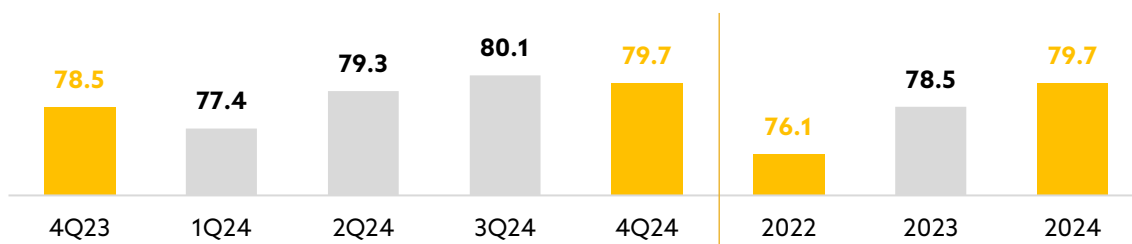
Rede d1000 served 7.7 million customers in 4Q24, accounting for an increase of 8.5% compared to 4Q23. Rede d1000 achieved a share of 12.6% in its operating market at the end of 4Q24, accounting for a growth of 0.7 p.p. in relation to the same period of the previous year, according to data released by IQVIA Brasil.

CUSTOMER BASE (MILLION)



Aiming to continually improve the experience of Rede d1000's customers and enhance the standard of its services, the Company uses the NPS (Net Promoter Score) indicator to measure customer satisfaction. As presented in the chart below, NPS reached 79.7 in 4Q24. This performance reflects the result of the operational qualification work carried out over the last years and the Company's commitment to growing with quality and a focus on its customer needs.

NPS

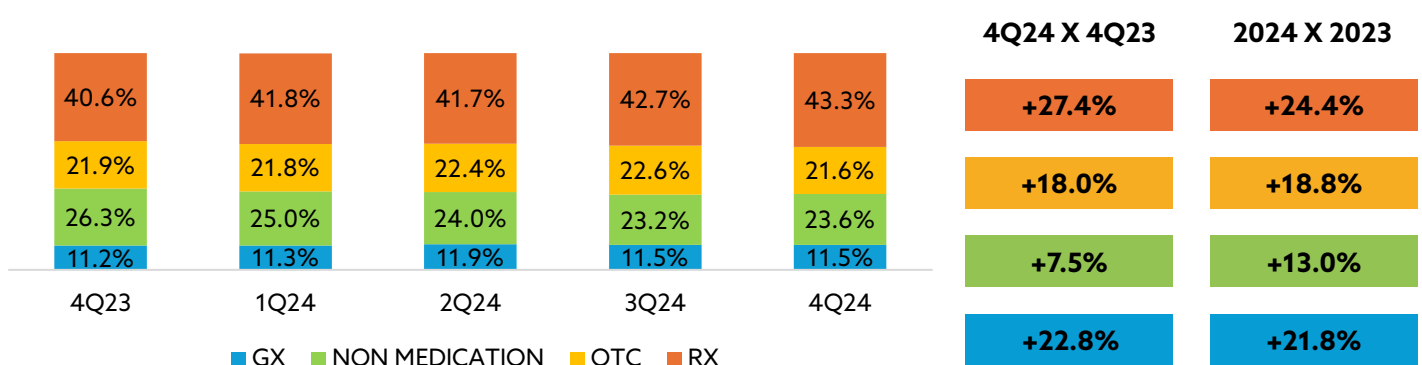


**Values refer to the final quarter of the period.*

SALES MIX

In 4Q24, we recorded growth in all categories of the Sales Mix compared to 4Q23, with the RX and GX categories standing out, with growth of 27.4% and 22.8%, respectively. In the year-to-date, we recorded double-digit growth in all categories, especially branded drugs, which grew 24.4% in 2024 compared to 2023, as a result of the strategy to increase the mix of prescription drugs, contributing to the 2.7 p.p. increase in this category's share of the total sales mix, currently accounting for 43.3% of the mix in 4Q24.

SALES SHARE BY CATEGOR



EXCLUSIVE BRANDS

Sales of Exclusive Brands reached R\$ R\$ 30.2 million in 4Q24, accounting for a growth of 22.9% compared to 4Q23, representing 11.0% of self-service and 5.2% of total sales. In 4Q24, 10 launches occurred, totaling 324 SKUs, distributed in 69 categories.

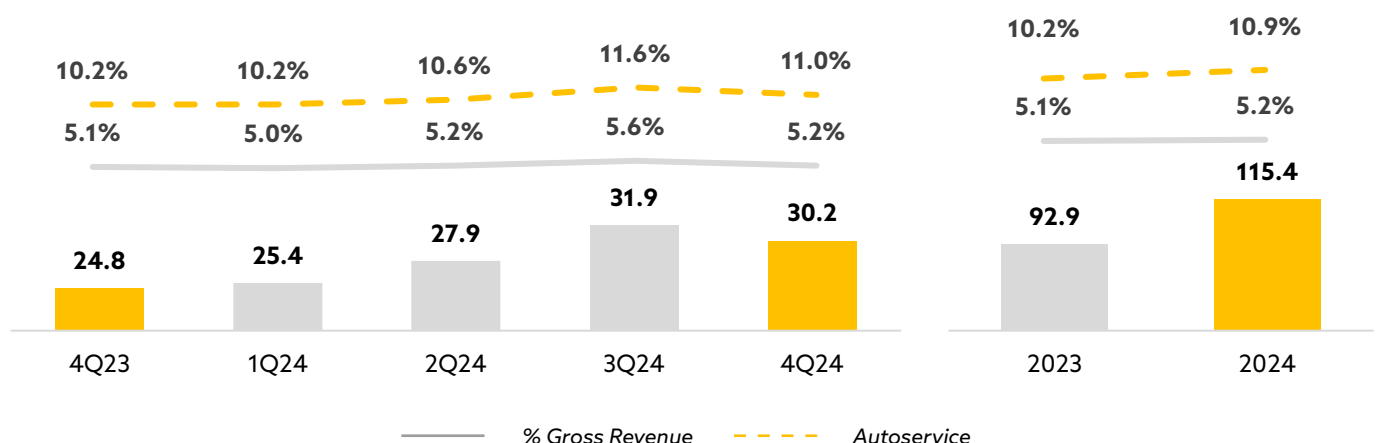
The exclusive brands of Rede d1000 are considered a strategic growth pillar, not only due to the superior gross sales margin, but also due to the ability to retain the existing customer base and acquire new ones. The Company currently has seven Exclusive Brands operating in several market categories.

The new Bonnevi brand, a snack line, arrived at the end of 4Q24 with the launch of Original and Sour Cream potato chips. Bonnevi aims to enter new categories that can reach the existing sales potential at the checkout, with food and beverages that deliver convenience.

In 2024, the sale of products from Rede d1000's Exclusive Brands reached 5.2% of sales vs. 5.1% in 2023. When we look only at the self-service share, we see an increase of 0.7 p.p, from a share of 10.2% in 2023 to 10.9% in 2024.



SALES (R\$ MILLION) AND % OF TOTAL SALES AND % SELF-SERVICE



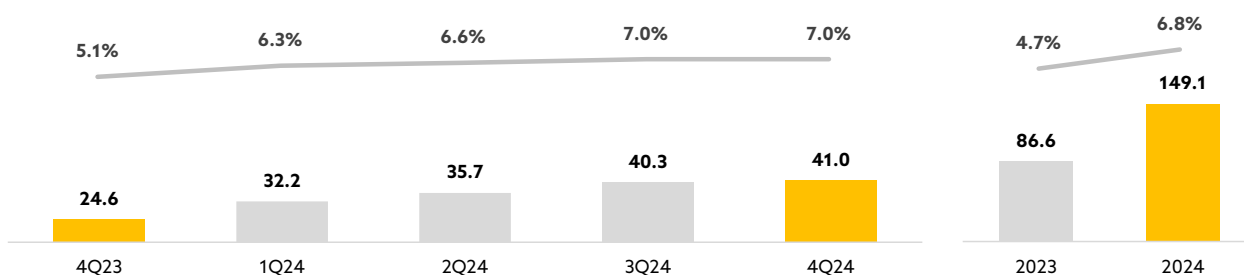
OMNICHANNEL

The Company has been focusing its efforts on strengthening non-face-to-face sales, especially e-commerce, due to its high growth potential. To this end, it continues investing in this channel, driving robust development.

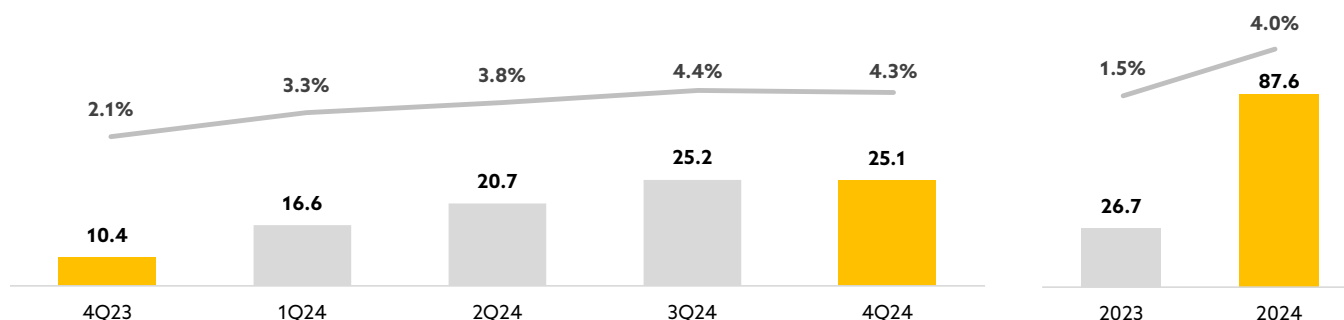
In 4Q24, non-presential sales totaled R\$ 41.0 million, accounting for an increase of 66.5% compared to 4Q23. In the year-to-date, sales reached R\$ 149.1 million, accounting for an increase of 72.2% compared to 2023. As a result, the share of non-face-to-face sales in the Company's total rose by 1.9 percentage points in the quarter and 2.1 percentage points in the year, to 7.0% and 6.8%, respectively.

When analyzed separately, e-commerce sales recorded a significant growth of 141.4% in 4Q24 compared to 4Q23, reaching R\$ 25.1 million in the period. In 2024, sales from this channel totaled R\$ 87.6 million, accounting for an increase of 227.4% compared to the previous year. This progress has directly boosted the share of omnichannel sales in the Company's total, which in 4Q24 reached 4.3% of total sales, up 2.2 p.p. compared to the same period of 2023. In 2024, the share reached 4.0%, accounting for an increase of 2.5 p.p. compared to the 1.5% share in 2023.

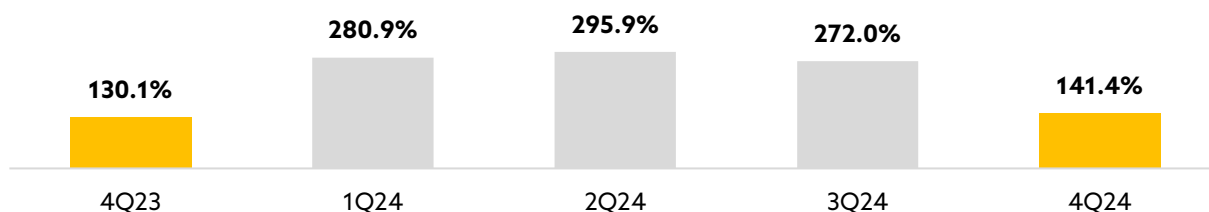
OMNICHANNEL SALES (R\$ MILLION) AND % OF TOTAL GROSS REVENUE



E-COMMERCE SALES (R\$ MILLION) AND % OF TOTAL GROSS REVENUE



E-COMMERCE - EVOLUTION

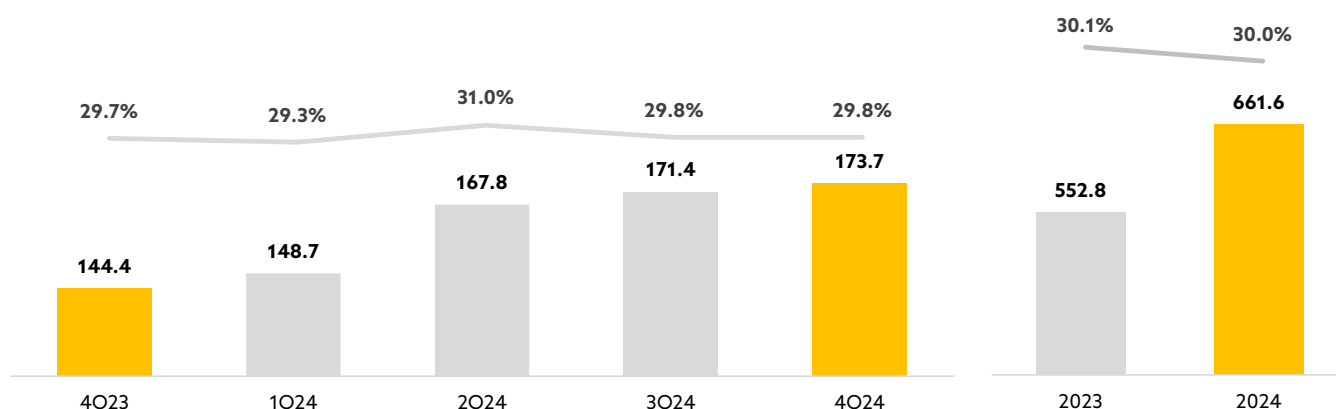


GROSS INCOME

In 4Q24, Gross Income totaled R\$ 173.7 million, accounting for an increase of 20.3% over the same period of last year, in line with the growth in Gross Revenue. The gross margin for the quarter was 29.8%, accounting for an increase of 0.1 p.p. compared to the same period of 2023.

In 2024, Gross Income reached R\$ 661.6 million, accounting for a growth of 19.7% compared to 2023. The gross margin reached 30.0% in 2024 versus 30.1% in 2023.

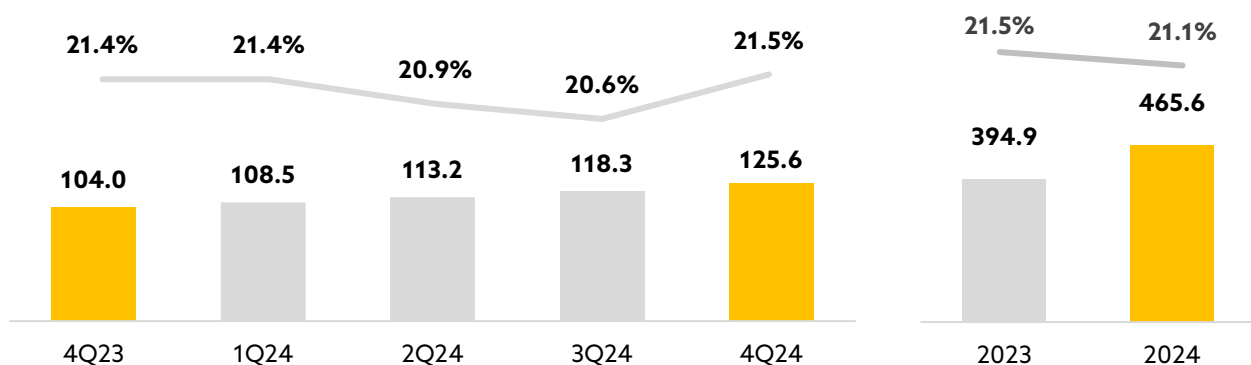
GROSS INCOME (R\$ MILLION) AND GROSS MARGIN (% GROSS REVENUE)



SALES EXPENSES

Sales Expenses totaled R\$ 125.6 million in 4Q24, accounting for an increase of 20.8% over the amount of R\$ 104.0 million recorded in 4Q23. The main impact was due to the increase in the number of stores between the periods (240 stores in 4Q23 vs. 276 in 4Q24). When we analyze the average expense per store (R\$ 148K/month/store in 4Q23 x R\$ 156K in 4Q24) we see an increase of 4.8%, in line with inflation and the increase in sales between the periods. In 4Q24, expenses accounted for 21.5% of sales, 0.1 p.p. higher than the 21.4% recorded in 4Q23, as a result of the higher volume of stores in the early stages of maturity. Throughout 4Q24, approximately 25% of stores were between years 1 and 2 of opening versus 17.5% in 4Q23, thus putting more pressure on the Expenses on Sales indicator in the short term.

In the year-to-date, these expenses totaled R\$ 465.6 million, accounting for an increase of 17.9% compared to R\$ 394.9 million in 2023, equivalent to 21.1% of 2024 Gross Revenue, showing a dilution of 0.4 p.p. compared to the 21.5% reported in 2023.

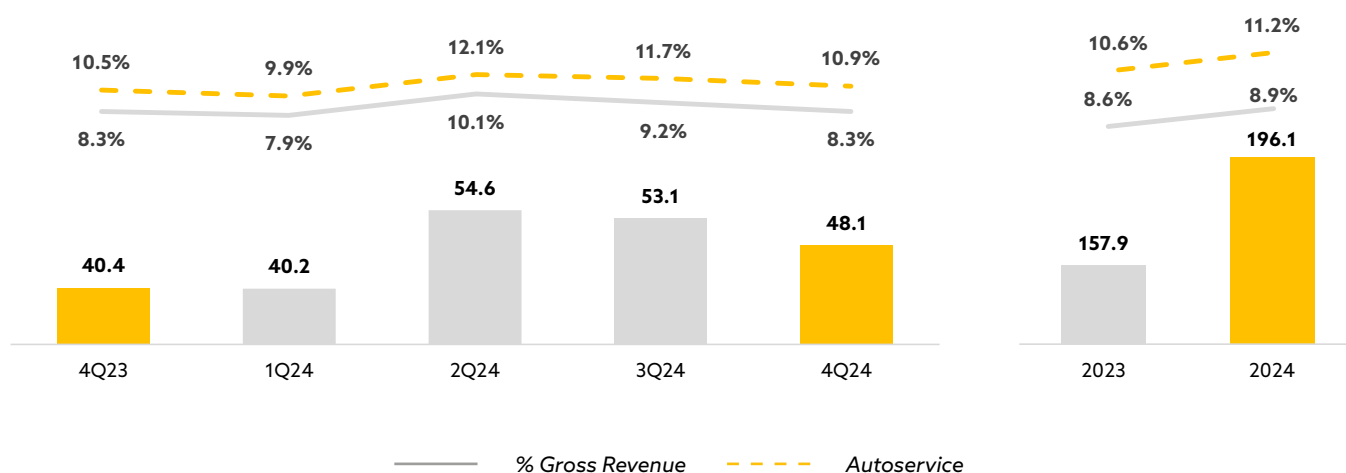


CONTRIBUTION MARGIN

In 4Q24, the Contribution Margin reached R\$ 48.1 million, accounting for an increase of 19.2% compared to the same period of last year, representing 8.3% of Gross Revenue, in line with 4Q23. In the year-to-date, the Contribution Margin rose 24.2%, to R\$ 196.1 million, compared to R\$ 157.9 million reported in 2023. In 2024, the Contribution Margin reached 8.9%, accounting for an increase of 0.3 p.p. compared to 8.6% in 2023.

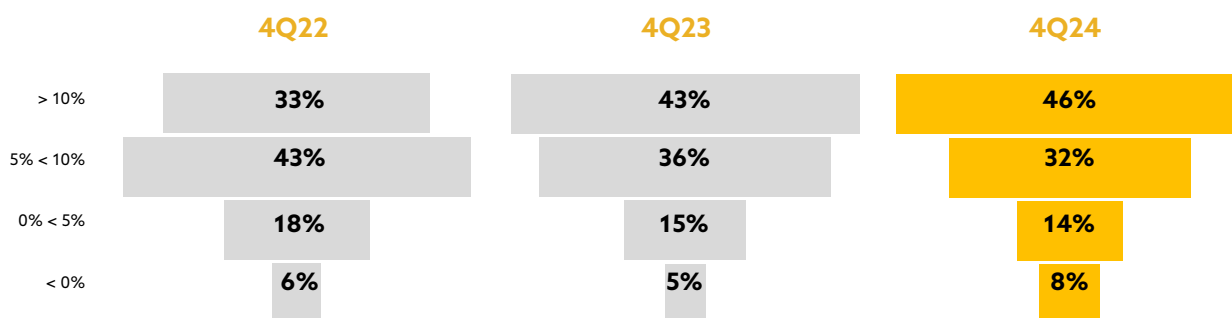
When we analyze the Contribution Margin of mature stores only, we see an increase of 0.4 p.p. in 4Q24 when compared to 4Q23, reaching 10.9%, thus confirming the evolution of the portfolio in stores with more time in operation. In 2024, the Contribution Margin in mature stores totaled 11.2%, accounting for an increase of 0.6 p.p. compared to 2023, which contributed to the dilution of the Company's expenses.

CONTRIBUTION MARGIN (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



The charts below demonstrate the evolution of the stores' profitability level towards higher margins and the existing opportunity potential, as sales mature.

CONTRIBUTION MARGIN | STORES



Only stores open for at least 6 months were considered.

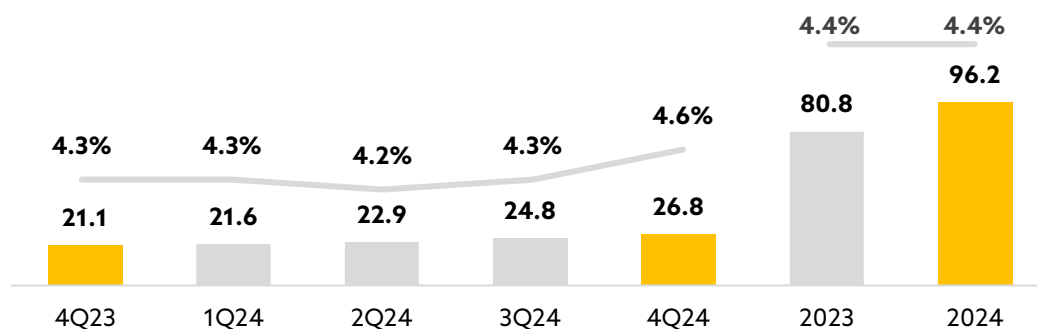
GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES - G&A

Rede d1000 reported R\$ 26.8 million in General and Administrative Expenses in 4Q24, accounting for an increase of 27.0% compared to the same period of last year, accounting for 4.6% of Gross Revenue, up 0.3 p.p. compared to 4Q23.

Throughout 2024, the Company made structural investments to strengthen the Technology and E-commerce areas, as well as investments to meet CRM strategies, which is an important growth lever for Rede d1000. With corporate structures more aligned with the reality of the Company's growth, we will see a more pressured corporate expense over sales in the short term. The strategy continues to be pursuing the dilution of said expenses as the company gains scale.

In the year, Rede d1000 reported R\$ 96.2 million in General and Administrative Expenses, accounting for an increase of 19.0% compared to 2023, maintaining the 4.4% representativeness over Gross Revenue in the previous period.

GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



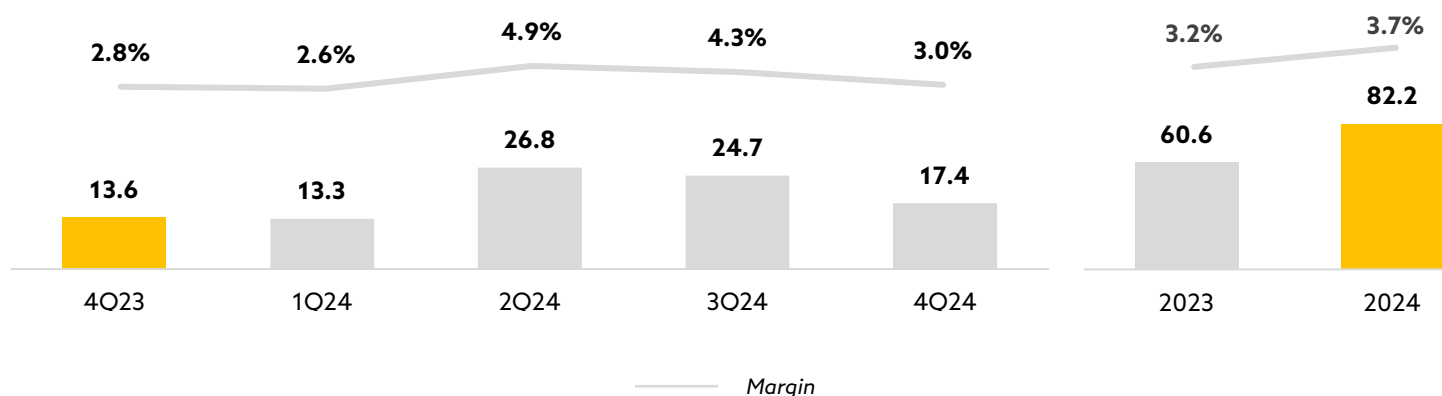
RECURRING EBITDA

In 4Q23, the Company recorded non-recurring tax credits, which did not occur in 4Q24. Therefore, for better comparability, the results analysis excludes these non-recurring events.

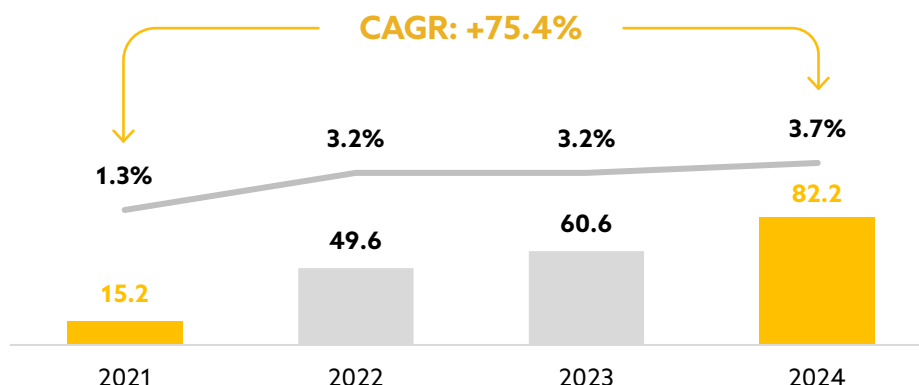
The Company's recurring EBITDA for the quarter reached R\$ 17.4 million, a 27.8% increase compared to 4Q23, with a 0.2 percentage point improvement in margin.

For the full year, EBITDA grew by 35.5%, totaling R\$ 82.2 million, with a 0.5 percentage point increase in margin, which closed 2024 at 3.7% of Gross Revenue.

RECURRING EBITDA (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



RECURRING EBITDA (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



FINANCIAL RESULT AND INCOME TAX

Depreciation expenses reached R\$ 10.2 million in 3Q24, accounting for a growth of 22.9% compared to the same period of the previous year, a growth in line with Rede d1000's expansion plan.

In 4Q24, the financial result was negative at R\$ 1.8 million versus breakeven in 4Q23, reflecting the increase in financial expenses due to the higher Gross Debt reported in the period. In 2024, the financial result was negative at R\$ 3.2 million versus R\$ 0.5 million in 2023.

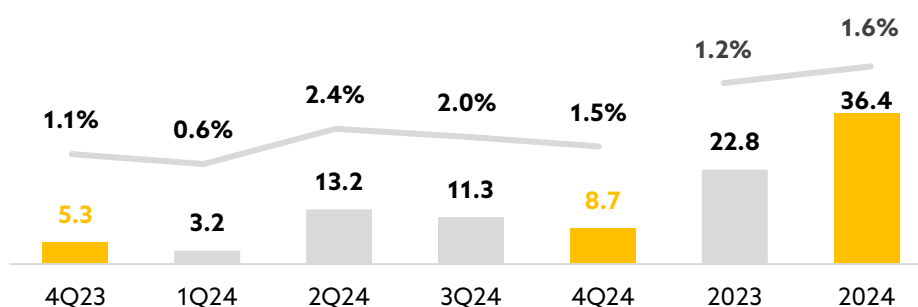
(R\$ millions)	4Q23	Non-recurring effects	4Q23	4Q24	Chg. 4T23 x 4T24	2023	Non-recurring effects	2023	2024	Chg. 2024 x 2023
EBITDA	20.3	-6.6	13.6	17.4	27.8%	66.6	-5.9	60.6	82.2	35.5%
EBITDA Margin (%)	4.2%		2.8%	3.0%	0.2 p.p	3.6%		3.2%	3.7%	0.5 p.p
Depreciation and Amortization	-8.3		-8.3	-10.2	22.9%	-31.4		-31.4	-36.5	16.2%
Financial Result	0.0		0.0	-1.8		-0.5		-0.5	-3.2	498.3%
Income Tax and Social Contribution	-1.6	1.6	-0.1	3.3		-7.5	1.4	-6.0	-6.1	0.7%
Net Income (Loss)	10.3	-5.0	5.3	8.7	64.9%	27.3	-4.5	22.8	36.4	59.5%

RECURRING NET INCOME

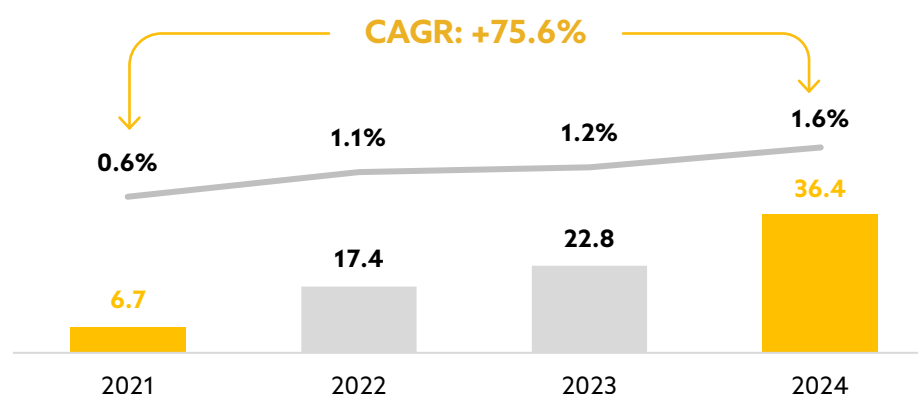
In 4Q24, the Company's recurring Net Income totaled R\$ 8.7 million, representing a 64.9% increase compared to 4Q23. The net margin reached 1.5%, an increase of 0.4 percentage points in the same comparison.

For the full year, the Company's recurring Net Income totaled R\$ 36.4 million, a 59.5% growth compared to 2023, with a margin of 1.6%, an improvement of 0.4 percentage points.

RECURRING NET INCOME (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



RECURRING NET INCOME (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



EARNINGS RELEASES 4Q24 AND 2024



DMVF
B3 LISTED NM

CASH CYCLE

In 4Q24, the Company's Cash Cycle was 12.8 days compared to 6.0 days reported in 4Q23. When analyzing 3Q24, we observe an improvement of 0.8 days in the cash cycle, in line with expectations.

Throughout 2024, the Company invested in branded medications, increasing inventory levels, which contributed to an approximate 4-day increase in the cash cycle compared to the historical average. As a result, we should expect a cash cycle going forward that is more aligned with what has been observed in recent quarters.

Even so, the integrated operations with Profarma Distribuição allow Rede d1000 to maintain the shortest cash cycle in the market, consolidating a significant competitive advantage in the sector.

Cash Cycle (days)	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24
Accounts receivable	29.7	30.7	29.0	27.0	25.5
Inventory	53.4	52.7	58.0	61.2	65.5
Suppliers	77.1	74.3	76.7	74.6	78.1
Cash Cycle	6.0	9.1	10.4	13.6	12.8

RECURRING CASH FLOW

In 4Q24, Operating Cash Flow totaled R\$ 26.3 million versus R\$ 15.0 million recorded in the same period of the previous year. In 2024, Operating Cash Flow reached R\$ 75.5 million, accounting for an increase of 33.4% compared to the R\$ 56.6 million reported in 2023.

In 4Q24, Free Cash Flow was negative by R\$ 8.3 million versus negative by R\$ 6.8 million in 4Q23. The company invested R\$ 34.6 million in the period, of which R\$ 29.5 million was earmarked for the opening of new stores and renovations. In 2024, Free Cash Flow was negative by R\$ 19.3 million versus R\$ 5.8 million reported in 2023, due to greater investments in expansion and greater consumption of working capital due to investments in inventory. Total CAPEX investment was R\$ 94.8 million in the year, of which R\$ 82.1 million was invested in new stores (R\$ 68.9 million) and renovations (R\$ 13.2 million).

(R\$ millions)	4Q23	Non-recurring effects	4Q23	4Q24	Chg. 4Q23 x 4Q24	2023	Non-recurring effects	2023	2024	Chg. 2024 x 2023
EBIT	12.0	-6.6	5.4	5.5	1.5%	35.2	-5.9	29.3	42.5	44.9%
Depreciation and Amortization	8.3		8.3	10.2	22.4%	31.4		31.4	36.4	16.1%
Other Adjustments	-6.7		-6.7	0.4	-106.3%	10.6		10.6	18.9	78.3%
Cash Cycle	8.4		8.4	14.1	67.7%	-9.6		-9.6	-26.3	175.3%
Other Assets/(Liabilities)	-7.0	6.6	-0.4	-3.8	848.8%	-11.0	5.9	-5.1	4.0	-178.5%
Operating Cash Flow	15.0	0.0	15.0	26.3	75.5%	56.6	0.0	56.6	75.5	33.4%
Investments	-21.8		-21.8	-34.6	59.1%	-62.4		-62.4	-94.8	51.9%
Free Cash Flow	-6.8	0.0	-6.8	-8.3	22.6%	-5.8	0.0	-5.8	-19.3	233.0%
Financing	-1.0		-1.0	26.7	-2888.0%	-6.4		-6.4	32.6	-612.5%
Total Cash Flow	-7.7	0.0	-7.7	18.4	-338.0%	-12.2	0.0	-12.2	13.4	-210.0%

INDEBTEDNESS

The Company ended 4Q24 with Net Debt of R\$ 6.0 million. The result for the period mainly reflects the acceleration of the expansion plan, coupled with the investments in inventories made throughout 2024.

In 4Q24, the Company contracted R\$ 21.2 million in financing maturing in February 2026 at a cost of CDI + 1.06% p.a. to support cash needs, mainly in the first semester of 2025.

The Company's gross debt currently totals 63.6 million, of which R\$ 38.9 million is owed to banks and R\$ 24.7 million to inter-company loans, which together have a combined cost of approximately 100% of the CDI rate.

Net Cash Calculation (R\$ million)	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24
Gross Debt	-26.8	-41.0	-37.7	-36.3	-63.6
Short Term	-9.3	-24.8	-13.4	-10.7	-10.7
Long Term	-17.5	-16.2	-24.2	-25.6	-52.9
(+) Cash and Cash Equivalents	44.2	52.5	48.6	39.2	57.6
Net Cash Position	17.4	11.5	11.0	2.9	-6.0

ESG issues are addressed in an integrated manner in Rede d1000, aligning the Company's full strategy with the UN (United Nations) 2030 Agenda, prioritizing the SDGs:



ENVIRONMENT

We achieved a 9% decrease in the consumption of bags in Rede d1000 stores, which reinforces our commitment to reducing waste emissions and caring for the environment.



SOCIAL

In 2024, the actions of Instituto Profarma, in partnership with suppliers and volunteer collaborators, delivered health, well-being, employability and professional training through projects that impacted over 270,000 people, half of them in the states of RJ, DF, GO and MT alone.

Renovation of the NGO Amigos para SOS - After an extensive renovation, more than 250 families can now enjoy a spacious, decorated and high-quality space for practicing the activities of the NGO Amigos para SOS, located in Campo Grande, on the west side of Rio de Janeiro. The renovation was the result of the commitment of volunteers, Ambassadors for Good who, with the support of Cimed, Biolab, IL Constrói, Construtora Grow and Belmonte, mobilized over R\$ 40,000 to transform the space with a roof, themed painting and landscaping.

Social Action - With the support of Drogasmil's Cuida (Care) program, Instituto Profarma held the 2nd Community Social Action in November 2024, at the FAETEC (Technical School Support Foundation) space in the Cidade de Deus community. For over 6 hours, around 100 families were able to take advantage of dozens of health, well-being and citizenship services. More than 30 professionals were involved: pressure measurement, glucose measurement, bioimpedance tests, vaccinations, exemption for issuing documents, haircuts, make-up, waxing, consultations with specialist doctors, children's playtime, lectures on sexuality, professional and legal advice. The initiative was supported by major brands such as: N°21, Colgate, GSK, Haskell, Reckitt.

Institute's Christmas Campaign - In December, Instituto Profarma traditionally holds the Christmas Campaign, an initiative driven by the Company's volunteers, the Ambassadors for Good, which has provided unforgettable experiences for thousands of children over the last few years: cinema, party house and picnic. It was not different in 2024. over 250 children took part in a show of fun and solidarity in a circus-themed restaurant: there was clowning, juggling, balancing and a lot of solidarity, with snacks, recreation and the special participation of Santa Claus, who presented all the children with toys and hygiene and perfumery products.

FINANCIAL STATEMENTS

R\$ million	IFRS-16		Sem IFRS-16		IFRS-16		Sem IFRS-16	
	4Q23	4Q24	4Q23	4Q24	12M23	12M24	12M23	12M24
Gross Revenue	486.0	660.7	486.0	660.7	1.834.7	2.283.8	1.834.8	2.283.8
RX	196.9	285.9	196.9	285.9	749.6	973.5	749.6	973.5
HB	162.4	156.1	162.4	156.1	500.5	544.1	500.5	544.1
OTC	72.1	142.5	72.1	142.5	375.6	504.2	375.7	504.2
Generic	54.6	76.2	54.6	76.2	209.0	262.0	209.0	262.0
Revenue Deductions	-23.0	-39.5	-23.0	-39.5	-85.8	-123.2	-85.8	-123.2
Net Operating Revenue	463.0	621.2	463.0	621.2	1.748.9	2.160.6	1.749.0	2.160.6
Costs of Products Sold	-318.6	-447.5	-318.6	-447.5	-1.196.1	-1.499.0	-1.196.1	-1.499.0
Gross Income	144.4	173.7	144.4	173.7	552.8	661.6	552.9	661.6
Gross Margin (Net Revenue)	31.2%	28.0%	31.2%	28.0%	126.5%	123.0%	126.5%	123.0%
Gross Margin (Gross Revenue)	29.7%	26.3%	29.7%	26.3%	120.6%	116.4%	120.6%	116.4%
Operating Expenses	-128.0	-162.8	-132.4	-166.5	-501.5	-598.4	-517.6	-615.9
General and Administrative Expenses	-23.3	-21.4	-23.3	-21.3	-66.5	-76.0	-70.7	-84.3
Sales Expenses	-117.1	-140.4	-121.5	-144.2	-446.1	-519.3	-458.0	-528.5
Other Operating Revenues/Expenses	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Outras receitas/despesas operacionais	12.4	-1.0	12.4	-1.0	11.1	-3.1	11.1	-3.1
Result before Financial Result	16.4	10.9	12.0	7.2	51.3	63.2	35.3	45.7
Financial Result	-6.1	-11.9	0.0	-1.8	-25.0	-34.8	-0.5	-3.2
Finance Income	1.4	4.8	1.4	4.9	5.9	8.0	5.9	8.0
Finance Expenses	-7.5	-16.7	-1.4	-6.7	-30.9	-42.8	-6.4	-11.2
Income before Taxes	10.3	-1.0	12.0	5.4	26.3	28.4	34.8	42.5
Income Tax and Social Contribution	-1.1	4.5	-1.6	3.3	-4.9	-2.6	-7.4	-6.1
Income/Loss for the Period	9.2	3.5	10.4	8.7	21.4	25.8	27.4	36.4

BALANCE SHEET

(R\$'000)	12/31/2023			12/31/2024		
	IFRS16	Reclassification	IAS 17	IFRS16	Reclassification	IAS 17
Cash and cash equivalents	44,229		44,229	57,598		57,598
Financial instruments	0		0	0		0
Accounts receivable	160,447		160,447	196,038		196,038
Inventories	189,124		189,124	280,444		280,444
Recoverable taxes	51,262		51,262	36,460		36,460
Other accounts receivable	27,284		27,284	31,940		31,940
Total current assets	472,346	0	472,346	602,480	0	602,480
Judicial deposits	4,726		4,726	3,981		3,981
Financial instruments	0		0	0		0
Deferred income tax and social contribution	104,030	-15,892	88,138	129,239	-21,264	107,975
Recoverable taxes	13,076		13,076	5,218		5,218
Other accounts receivable	519		519	519		519
Property, plant and equipment	353,422	-205,035	148,387	486,941	-284,313	202,628
Intangible assets	600,400		600,400	606,076		606,076
Total non-current assets	1,076,173	-220,927	855,246	1,231,974	-305,577	926,397
Total assets	1,548.519	-220,927	1,327.592	1,834,454	-305,577	1,528.877
Suppliers	268,483		268,483	369,008		369,008
Suppliers - Drawee Risk	4,545		4,545	5,727		5,727
Loans and financing	9,288		9,288	10,663		10,663
Salaries and social contributions	39,676		39,676	45,944		45,944
Taxes and rates	10,368		10,368	10,506		10,506
Lease payable	65,763	-65,763	0	78,475	-78,475	0
Other	9,761		9,761	8,262		8,262
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0		0	0		0
Total current liabilities	407,884	-65,763	342,121	528,585	-78,475	450,110
Loans and financing	17,546		17,546	28,208		28,208
Taxes and rates	328		328	159		159
Deferred taxes	40,219		40,219	54,477		54,477
Financial instruments				45		45
Provision for contingencies	20,332		20,332	30,890		30,890
Accounts payable - acquisition of subsidiary	0		0	0		0
Total shareholders' equity and liabilities	191,355	-191,355	0	270,638	-270,638	0
Outros				24,740		24,740
Total do Passivo Não Circulante	269,780	-191,355	78,425	409,157	-270,638	138,519
Capital	1,004.004		1,004.004	1,004.004		1,004.004
Accumulated losses	-133,149	36,191	-96,958	-107,292	43,536	-63,756
Total shareholders' equity	870,855	36,191	907,046	896,712	43,536	940,248
Total shareholders' equity and liabilities	1,548.519	-220,927	1,327.592	1,834,454	-305,577	1,528.877

ANNEXES

4Q24 AND 2024 RESULTS



DMVF
B3 LISTED NM

CASH FLOW (INDIRECT METHOD)

(R\$ thousand)	4Q23		2023		4Q24		12M24	
	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Without IFRS 16
Cash and Cash Equivalents								
Net income (loss) before income tax/social contribution	10,315	11,971	26,273	34,660	(953)	5,481	28,464	42,527
Adjustments to reconcile income (loss) with cash and cash equivalents generated by operating activities:								
Depreciation and amortization			31,368	31,368	10,152	10,152	36,430	36,430
Depreciation of right-of-use – Real estate	19,092	-	73,217	-	21,310	-	81,216	-
Interest from loans provisioned	959	959	4,299	4,299	490	490	3,246	3,246
Provision/Reversal to expected credit losses	19	19	(357)	(357)	31	31	(29)	(29)
Gain/Loss in the write-off of property, plant and equipment and intangible assets	23	23	1,301	1,301	229	229	767	767
Gain/Loss on reversion of the right of use of real estate	-	-	(844)	(187)	(566)	-	(1,143)	-
Provision/Reversal to inventory loss	268	268	496	496	368	368	683	683
Provision / Reversal for contingencies	313	313	2,071	2,071	10,733	10,733	12,483	12,483
Provision/Reversal of tax installment payments	(30)	(30)	782	782	(171)	(171)	-	-
Financial charges - right-of-use	6,108	-	24,521	-	10,081	-	31,534	-
Other	(8,260)	(8,260)	3,359	2,571	(8,290)	(11,260)	5,360	1,706
	37,103	13,559	166,486	77,004	43,414	16,053	199,011	97,813
Increase (decrease) in assets								
Accounts receivable	(4,535)	(4,535)	(25,629)	(25,629)	(23,566)	(23,566)	(35,562)	(35,562)
Inventories	(14,434)	(14,434)	(34,076)	(34,076)	(30,273)	(30,273)	(92,003)	(92,003)
Recoverable taxes	(6,165)	(6,165)	(2,153)	(2,153)	(3,692)	(3,692)	-	-
Corporate income tax (IRPJ) and social contribution (CSLL) paid	(1,486)	(1,486)	(8,620)	(8,620)	3,499	3,499	13,222	13,222
Commercial agreements	(3,250)	(3,250)	(9,313)	(9,313)	(1,722)	(1,722)	(2,382)	(2,382)
Other	1,082	1,082	616	616	2,836	2,836	(412)	(412)
Increase (decrease) in liabilities								
Suppliers	27,637	27,637	50,502	50,502	67,957	67,957	101,270	101,270
Salaries and contributions	894	894	1,768	1,768	(121)	(121)	1,643	1,643
Taxes payable	3,161	3,161	9,697	9,697	(2,762)	(2,762)	(4,817)	(4,817)
Other	(1,489)	(1,489)	(3,236)	(3,268)	(1,871)	(1,871)	(3,231)	(3,231)
Net cash generated (consumed) by operating activities	38,518	14,974	146,042	56,528	53,699	26,338	176,739	75,541
Cash flow from investment activities								
Acquisition payment	(1,035)	(1,035)	(4,352)	(4,352)				
Additions to property, plant and equipment	(19,009)	(19,009)	(49,549)	(49,549)	(32,499)	(32,499)	(77,476)	(77,476)
Additions to intangible assets	(1,728)	(1,728)	(8,495)	(8,495)	(2,135)	(2,135)	(17,330)	(17,330)
Net cash consumed by investment activities	(21,772)	(21,772)	(62,396)	(62,396)	(34,634)	(34,634)	(94,806)	(94,806)
Cash flow from financing activities								
Raising of Intercompany loan - Principal					10,000	10,000	24,700	24,700
Payment of Intercompany Loan - Interest					(207)	(207)	(422)	(422)
Obtaining loans - Principal					21,225	21,225	40,225	40,225
Payment of loans - Amortization			(2,143)	(2,143)	(3,917)	(3,917)	(28,759)	(28,759)
Payment of loans - Interest	(957)	(957)	(4,225)	(4,225)	(420)	(420)	(3,110)	(3,110)
Lease payment - right-of-use - Amortization	(18,183)	-	(68,384)	-	(18,287)	-	(73,475)	-
Lease payment - right-of-use - Interest	(5,361)	-	(21,130)	-	(9,074)	-	(27,723)	-
Net cash consumed (generated) by financing activities	(24,501)	(957)	(95,882)	(6,368)	(680)	26,681	(68,564)	32,634
Net increase (decrease) (a) in cash and cash equivalents	(7,755)	(7,755)	(12,236)	(12,236)	18,385	18,385	13,369	13,369
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	51,984	51,984	56,465	56,465	39,213	39,213	44,229	44,229
Cash and cash equivalents at the end of the year	44,229	44,229	44,229	44,229	57,598	57,598	57,598	57,598



DMVF
B3 LISTED NM

ABOUT THE COMPANY

We are a drugstore network formed through the acquisitions of the Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoió, and Drogaria Rosário brands. We have 276 stores spread across Rio de Janeiro, the Federal District, and Mato Grosso. All our brands have been present in their respective regions for over 40 years and, together, with approximately 4,200 employees, serve more than 2.6 million consumers per month. Our platform—featuring multiple and complementary market positions—allows us to cater to the particularities and needs of all social classes in Brazil, establishing a unique popular model while respecting the characteristics of each region.



LEGAL NOTICE

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