

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 2T24

7 de agosto de 2024

WEBCAST

8 de agosto, 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 2º trimestre de 2024 com mais um recorde histórico de vendas, apresentando Receita Bruta de **R\$541,0 milhões**, avanço de **19,0%** em relação ao mesmo período do ano anterior e EBITDA de **R\$26,8 milhões**, **30,6%** superior ao mesmo período de 2023.

DESTAQUES 2T24

R\$ 541,0 MM

Receita Bruta
Evolução **+19,0%**
e recorde trimestral

R\$ 54,6 MM

Margem de Contribuição
Crescimento de **26,0%**
e margem de **10,1%**

R\$ 26,8 MM

Ebitda
Crescimento de **30,6%**
e margem de **4,9%**,
evolução de **0,4 p.p.**

R\$ 13,2 MM

Lucro Líquido
Evolução de **36,4%**

251 Lojas

Adição líquida de **14,1%**,
financiadas com a geração
de caixa

R\$ 35,7 MM

Omnichannel
Crescimento de **76,4%**,
sendo **295,9%** de
evolução no e-commerce

PRINCIPAIS INDICADORES

	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24	VAR. 2T24 X 2T23	1S23	1S24	VAR. 1S24 X 1S23
Nº de Lojas	220	227	240	241	251	14,1%	220	251	14,1%
<i>(R\$ milhões)</i>									
Receita Bruta	454,5	469,1	486,0	507,2	541,0	19,0%	879,6	1048,2	19,2%
Lucro Bruto	141,2	140,8	144,4	148,7	167,8	18,8%	267,6	316,5	18,3%
Margem Bruta (% Receita Bruta)	31,1%	30,0%	29,7%	29,3%	31,0%	-0,1 p.p.	30,4%	30,2%	-0,2 p.p.
EBITDA	20,5	17,0	20,3	13,3	26,8	30,6%	29,3	40,1	36,9%
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	4,5%	3,6%	4,2%	2,6%	4,9%	0,4 p.p.	3,3%	3,8%	0,5 p.p.
Lucro Líquido	9,7	7,1	10,3	3,2	13,2	36,4%	9,8	16,4	66,4%
Margem Líquida (% da Receita Bruta)	2,1%	1,5%	2,1%	0,6%	2,4%	0,3 p.p.	1,1%	1,6%	0,5 p.p.

Rio de Janeiro, 7 de agosto de 2024 - A d1000 Varejo Farma SA. ("Rede d1000" ou "Companhia", B3: DMVF3), anuncia os resultados do segundo trimestre (2T24) 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 (2T23 e 1S23).

PORTFÓLIO DE LOJAS

A Companhia encerrou o 2T24 com 251 lojas em seu portfólio, aumento de 14,1% em relação ao mesmo trimestre de 2023. No período, foram realizadas 11 inaugurações, sendo 6 unidades em Brasília (DF), com a bandeira Rosário, e 5 no estado do Rio de Janeiro, com as bandeiras Drogasmil, Farmalife e Drogarias Tamoio. Adicionalmente, a Companhia fechou uma operação, encerrando o primeiro semestre com 4, dos 5 fechamentos previstos para o ano.

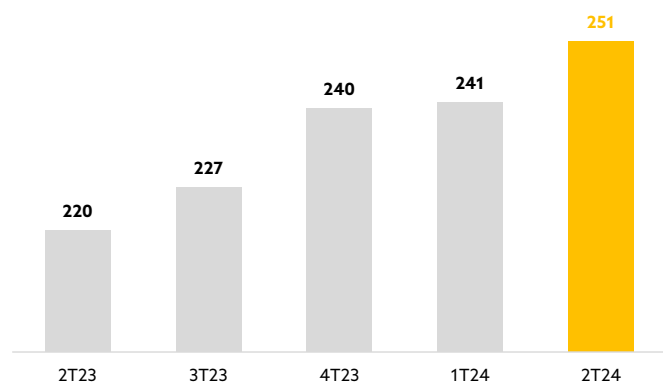
Para o segundo semestre desse ano, a Companhia espera realizar outras 20 inaugurações e 8 reformas/ampliações, finalizando o ano com aproximadamente 270 lojas, cumprindo o guidance anunciado de 35 aberturas e 10 reformas/ampliações. Das aberturas previstas para esse ano, a Companhia já possui a totalidade dos pontos comerciais contratados. A expansão das lojas físicas tem como foco a abertura de novas unidades da Drogasmil, no Rio de Janeiro, e Drogaria Rosário, em Brasília (DF) e Cuiabá (MT).

Atualmente, 177 lojas estão concentradas no estado do Rio de Janeiro, através das bandeiras Drogasmil, Farmalife e Drogarias Tamoio, enquanto as demais lojas estão localizadas no Distrito Federal (68 lojas) e Mato Grosso (6 lojas). Com as inaugurações realizadas no período, a Rede d1000 encerrou o trimestre com 27,9% das lojas (70 unidades) em processo de maturação. Vale ressaltar que, as lojas em maturação possuem capacidade para crescimento elevado e contribuem para diluição de despesas, o que gera melhor rentabilidade. O perfil das unidades da Rede se mantém, em sua maior parte, composto por lojas "Padrão", as quais representam praticamente metade das unidades (49,0% ou 123 lojas). Já as lojas classificadas como "Popular" e "Premium" correspondem a 33,1% (83 lojas) e 17,9% (45 lojas) da base total, respectivamente.

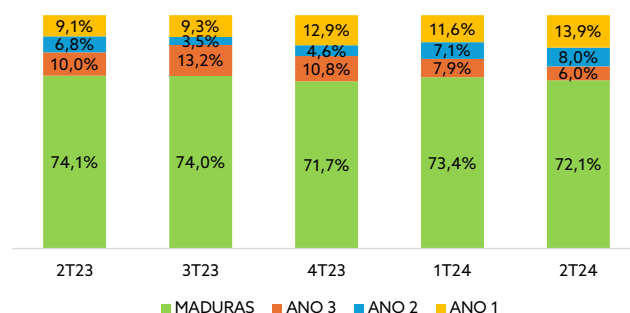
A estratégia de expansão, associada à modernização do portfólio de lojas existentes, vem contribuindo fortemente para o crescimento de vendas e ganhos de market share, que alcançou 12,7%* de participação ao final do 2T24, crescimento de 1.6 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados divulgados pela IQVIA Brasil.

Temos um planejamento estratégico que, além de impactar a abrangência e receita, gera novos empregos no mercado e está em linha com nossa missão de expandir e diversificar a participação no ecossistema de saúde.

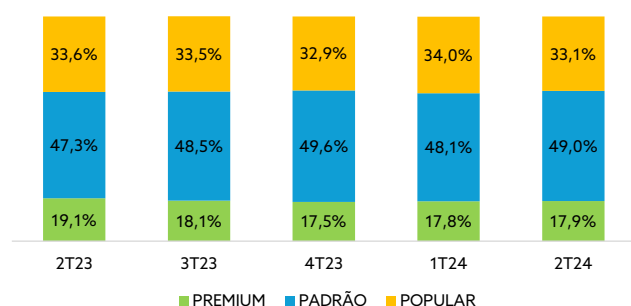
NÚMERO DE LOJAS (#)



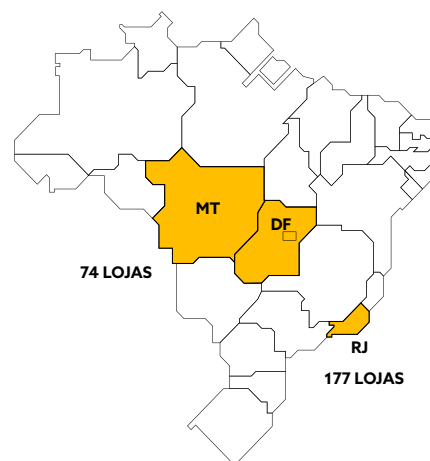
DISTRIBUIÇÃO ETÁRIA DO PORTFÓLIO DE LOJAS



COMPOSIÇÃO DA REDE DE LOJAS POR PERFIL (%)



PRESENÇA GEOGRÁFICA (#)



*Na sua área de atuação

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

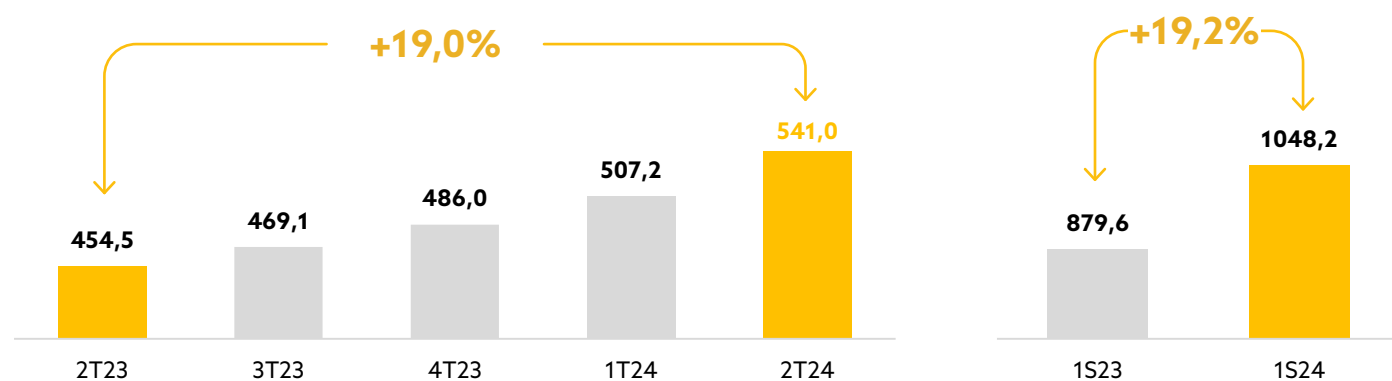
RECEITA BRUTA

A Companhia permanece apresentando evolução na Receita Bruta de forma recorrente e consecutiva, atingindo o recorde histórico de R\$ 541,0 milhões no 2T24, superior em 19,0% quando comparada com o mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, a receita bruta registrou um aumento de 19,2%, alcançando R\$ 1.048,2 milhões.

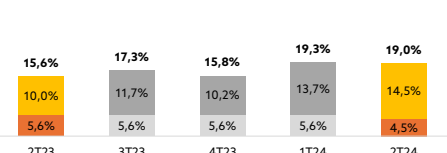
Considerando a visão mesmas lojas, nesse segundo trimestre houve uma evolução de 9,5%, e em lojas maduras o crescimento de vendas apresentado foi de 8,4%, ambos em relação ao 2T23.

Considerando as áreas de atuação, a Rede d1000 cresceu em percentuais acima dos números apresentados tanto no mercado farma nacional quanto da ABRAFARMA e, dessa forma, vem ganhando market share, segundo dados divulgados pelo IQVIA. Isso posto, no 2T24 a Companhia registrou crescimento de 19,0% frente os 14,3% da ABRAFARMA.

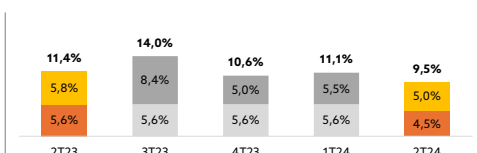
RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



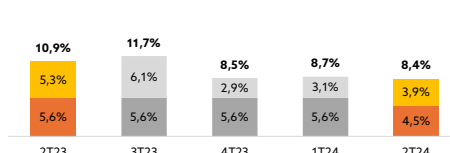
CRESCIMENTO - TOTAL



CRESCIMENTO - MESMA LOJAS

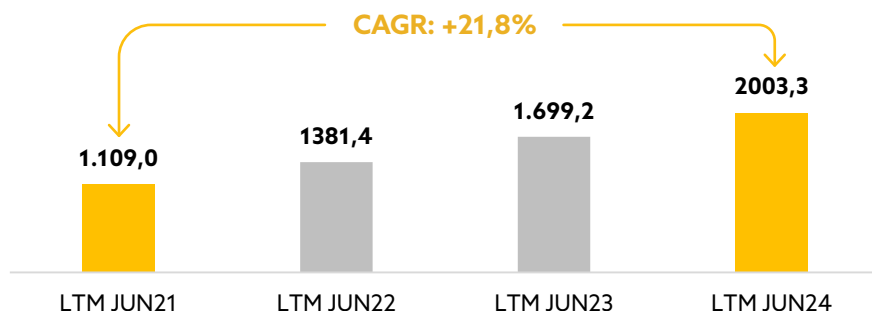


CRESCIMENTO - LOJAS MADURAS



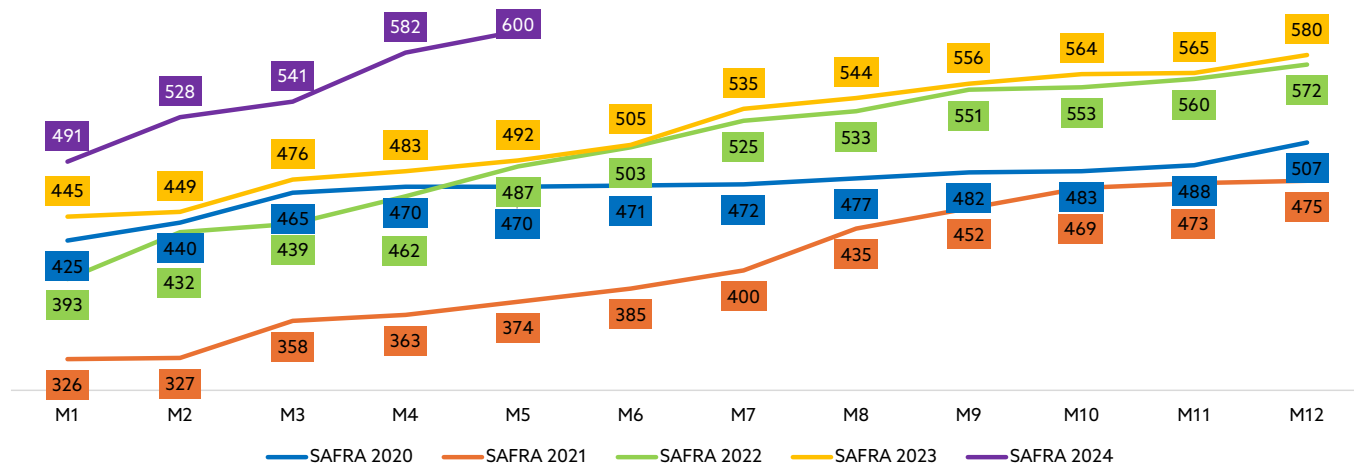
Reajuste CMED Crescimento Real

RECEITA BRUTA LTM (R\$ MILHÕES)



Ao analisar o gráfico de crescimento de vendas durante os primeiros 12 meses de funcionamento das lojas em seus respectivos anos de inauguração, observa-se que as vendas das safras mais recentes de lojas, tem superado consistentemente as safras anteriores. Essa tendência positiva pode ser atribuída a vários fatores, como o contínuo amadurecimento do projeto de expansão da Rede d1000, o qual tem permitido melhor compreensão do mercado e das necessidades dos clientes, além de seleção mais precisa e criteriosa de novos pontos de venda, que resulta em presença mais estratégica e eficaz no mercado. Além disso, a Companhia tem investido de maneira contínua em melhorias operacionais, tecnológicas e de atendimento ao cliente, garantindo uma experiência de compra personalizada em todas as suas lojas.

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



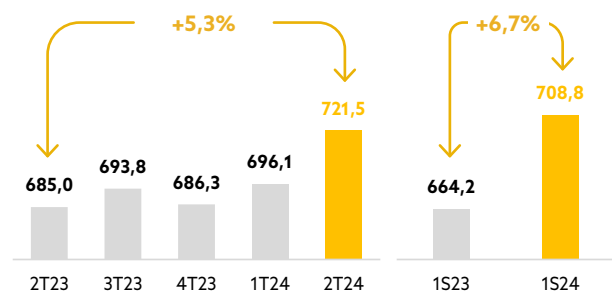
VENDA MÉDIA POR LOJA

A venda média por loja atingiu R\$ 721,5 mil no 2T24, aumento de 5,3% na comparação com o 2T23. Quando analisadas as vendas médias nas lojas maduras, vemos um crescimento de 8,8% na comparação ano contra ano, chegando a R\$ 785,8 mil/loja.

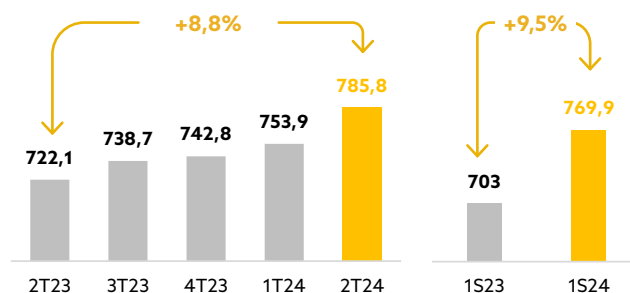
No acumulado do ano, a venda média consolidada atingiu R\$ 708,8 mil, frente a R\$ 664,2 mil registrada no 1S23. Em lojas maduras, o faturamento médio/loja foi de R\$ 769,6 mil, crescimento de 9,5% na comparação entre os períodos.

Algumas iniciativas, tais quais investimento em CRM e expansão da jornada digital, somadas à abertura de novas lojas em localizações estratégicas e ao amadurecimento das safras de lojas, não apenas estimulam o crescimento atual, mas também estabelecem uma base sólida para o crescimento da venda média por loja.

VENDA MÉDIA POR LOJA (R\$ MIL)

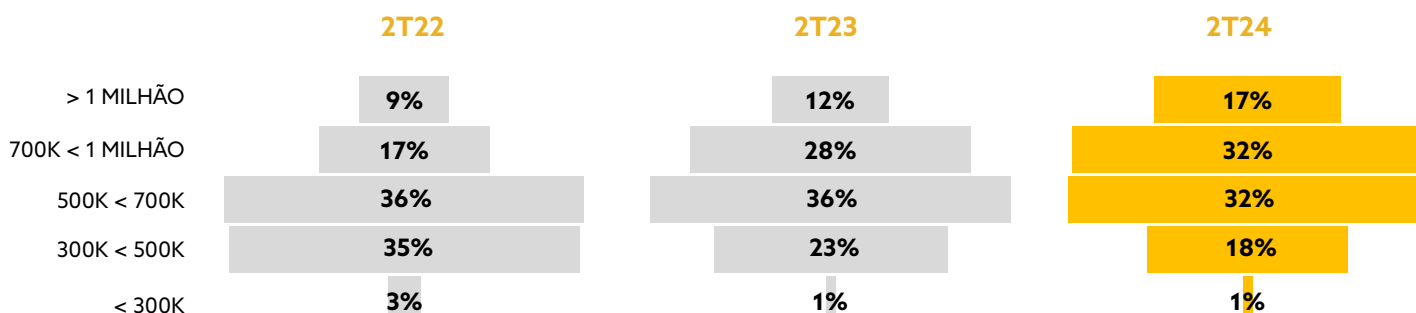


VENDA MÉDIA POR LOJA MADURA (R\$ MIL)



O gráfico abaixo demonstra a importância das iniciativas de qualificação operacional nas lojas visando impulsionar o incremento da cesta de compras e, consequentemente, o desempenho de vendas. No 2T24 atingimos a marca de 40 unidades com faturamento superior a R\$ 1,0 milhão, importante indicador que tem apresentado crescimento constante ao longo dos períodos analisados.

VENDA MÉDIA - LOJAS



Foram consideradas apenas lojas com mais de 6 meses.

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

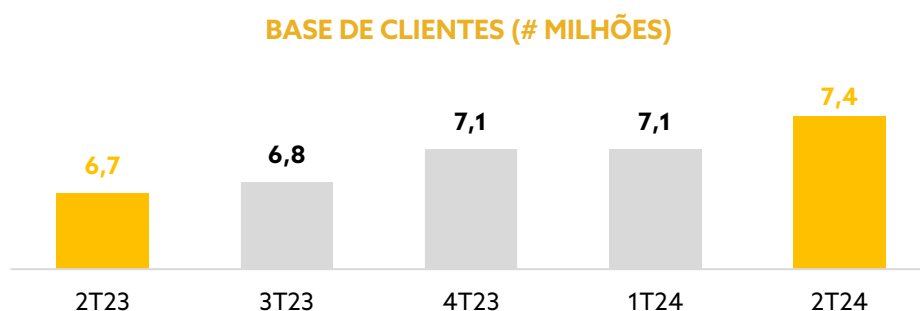
O CRM (Customer Relationship Management), um dos pilares estratégicos da Companhia, segue apresentando constante evolução de sua base total de clientes, clientes ativos e clientes fiéis.

A Companhia permanece investindo na estratégia como alavanca de crescimento, fortalecendo a fidelização de clientes ao entender melhor suas necessidades, proporcionando aumento da frequência de compras através da customização da jornada. Isso promove maior proximidade e comunicação eficaz com a base de clientes.

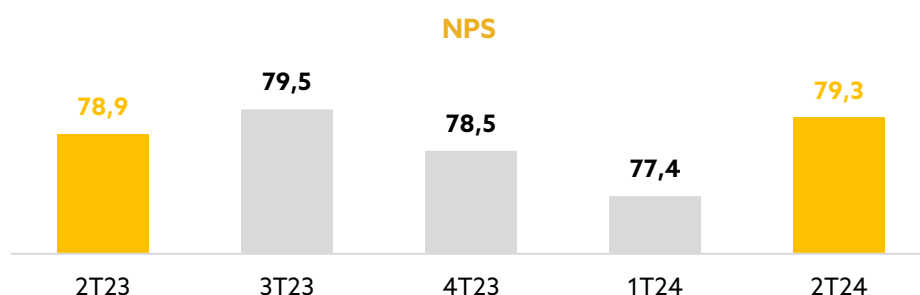
No 2T24, a base de clientes identificados cresceu 58,0% na comparação com o 2T23, encerrando o período com aproximadamente 6,0 milhões de clientes, dos quais 4,6 milhões são clientes ativos (+86,8% vs 2T23), sendo 0,8 milhão de clientes fiéis (+115,0% vs 2T23).



No 2T24, a Rede d1000 atendeu 7,4 milhões de clientes em suas unidades, representando um aumento de 10,5% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Considerando as suas regiões de atuação, a Rede d1000 alcançou 12,7% de participação no seu mercado de atuação ao final do 2T24, crescimento de 1.6 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior de acordo com dados divulgados pela IQVIA Brasil.



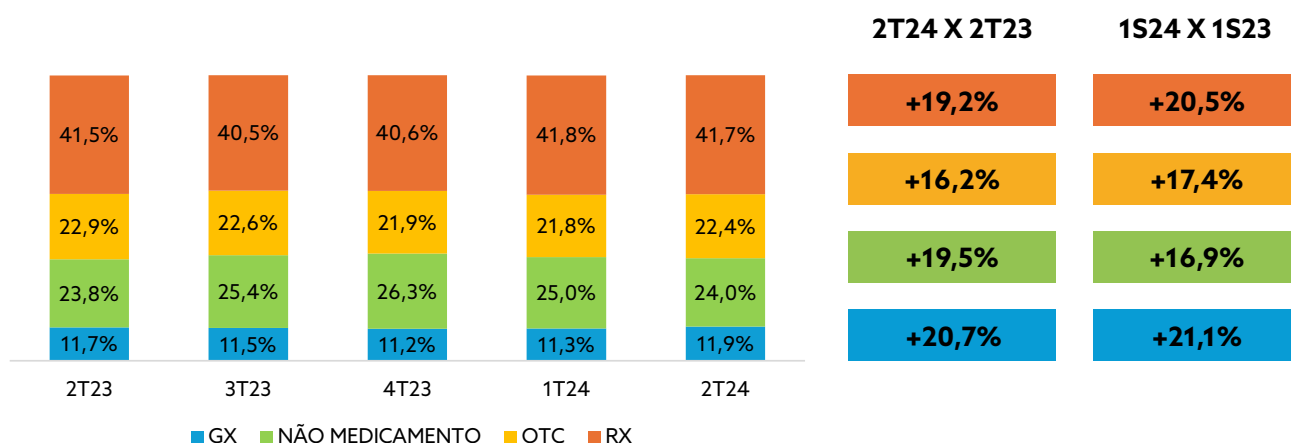
Para melhorar continuamente a experiência de seus clientes e elevar o nível do serviço oferecido, a Rede d1000 utiliza o Net Promoter Score (NPS) como métrica para avaliar a satisfação dos consumidores. Conforme ilustrado no gráfico a seguir, a avaliação atingiu 79,3 no 2T24, voltando a atingir os patamares apresentados nos últimos trimestres, conforme esperado.



MIX DE VENDA

No 2T24, observamos um crescimento robusto em todas as categorias, especialmente na venda de medicamentos, sejam genéricos (GX), que cresceram 20,7% em relação ao 2T23, quanto os de marca (RX), que tiveram vendas 19,2% superiores ao mesmo período de 2023. No período, a Companhia também registrou um forte crescimento na categoria de não medicamentos, que apresentou um crescimento de 19,5% em comparação ao 2T23. No acumulado do ano, esse crescimento também é observado em todas as categorias.

PARTICIPAÇÃO DE VENDA POR CATEGORIA - 2T24 X 2T23



MARCAS EXCLUSIVAS

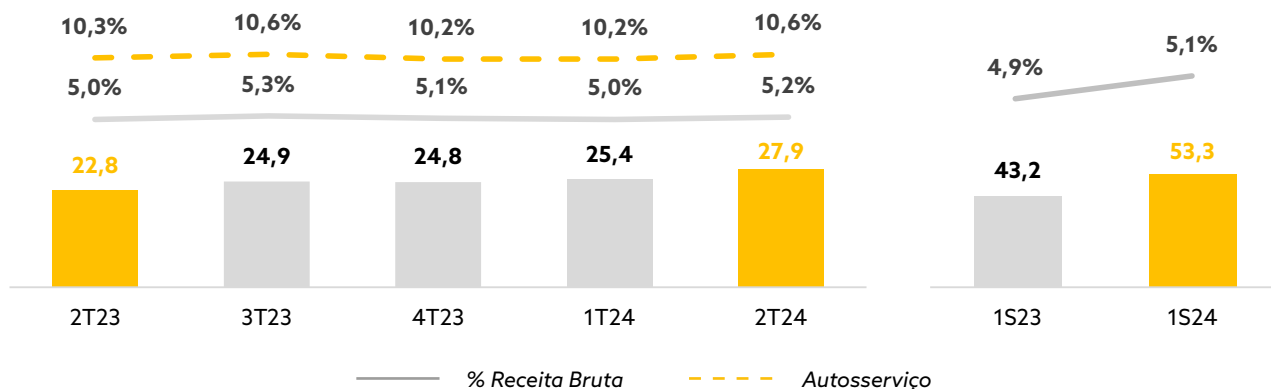
As vendas de Marcas Exclusivas atingiram, no 2T24, R\$27,9 milhões, crescimento de 22,3% em relação ao 2T23, representando 10,6% do autosserviço e 5,2% da venda total. No 2T24, foram realizados 16 lançamentos, totalizando 302 SKUs, divididos em 68 categorias.

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 de clientes e conquista de novos. Atualmente, a Companhia conta com seis linhas de marcas exclusivas.

A Mini Moon, linha de produtos voltada para bebês, foi lançada no 2T24 com a missão de oferecer alta qualidade e preços acessíveis, melhorando a experiência dos pais durante a hora do banho, troca e introdução alimentar. O primeiro lançamento foi a fralda Mini Moon Magic Sec, que oferece 12 horas de proteção, tecnologia de tubos mágicos, cintura elástica e toque macio.



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



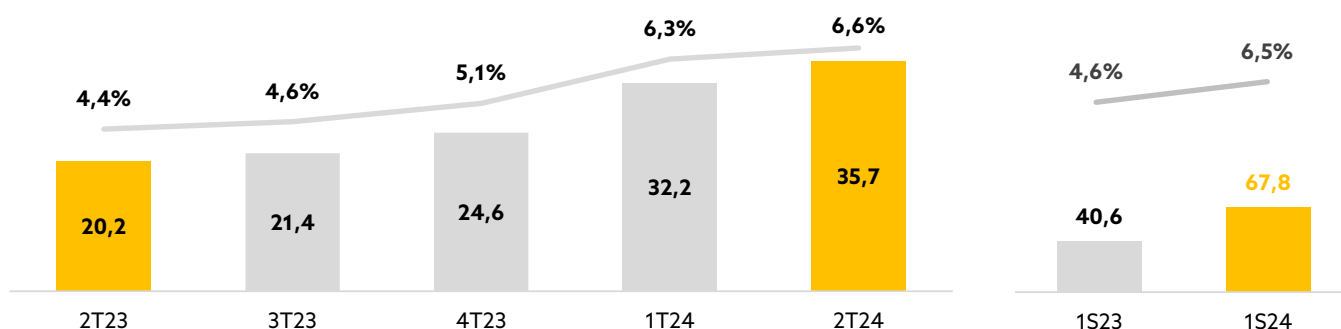
OMNICHANNEL

No 2T24, as vendas não presenciais totalizaram R\$35,7 milhões, representando um crescimento de 76,4% quando comparado ao 2T23. No acumulado do ano, o crescimento é de 67,0%, chegando a R\$67,8 milhões de venda, frente a R\$40,6 milhões em 2023.

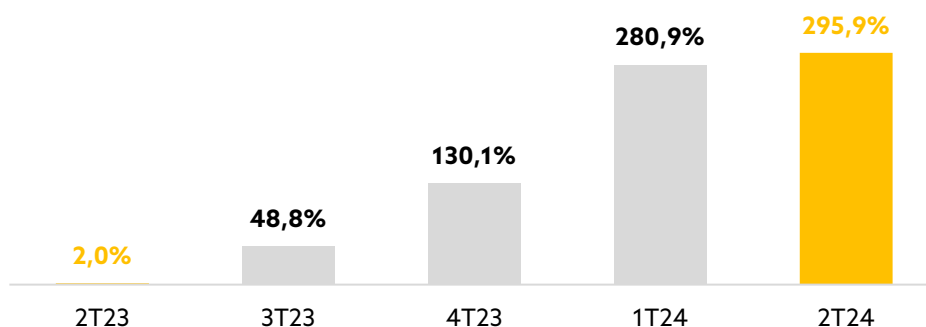
Quando analisamos as vendas do e-commerce, isoladamente, observamos um crescimento de 295,9% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Esse forte crescimento segue impulsionando a participação das vendas omnichannel nas vendas totais da Companhia, que nesse trimestre passaram a representar 6,6% das vendas totais, incremento de 2.2p.p de participação em relação ao mesmo período de 2023.

A Rede d1000 segue aproveitando o potencial de crescimento das vendas não presenciais, especialmente através do e-commerce. Os investimentos realizados vêm se provando efetivos, com resultados quem vem crescendo, consistentemente, a cada trimestre.

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



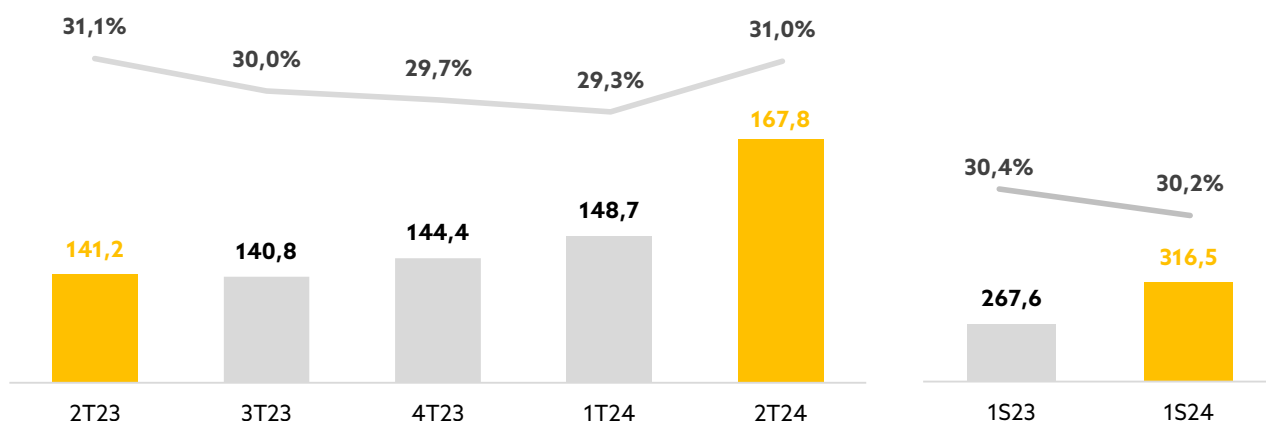
E-COMMERCE - EVOLUÇÃO



LUCRO BRUTO

O Lucro Bruto totalizou R\$ 167,8 milhões no 2T24, superior em 18,8%, quando comparado com o 2T23. A margem bruta foi de 31,0% versus 31,1% no 2T23, praticamente estável, mesmo considerando um reajuste menor dos medicamentos em 2024 (4,5%) versus 2023 (5,6%). No acumulado do ano, o Lucro Bruto alcançou R\$ 316,5 milhões, 18,3% superior quando comparado ao 1S23, enquanto a margem bruta apresentou redução de 0,2 p.p., totalizando 30,2% no 1S24.

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



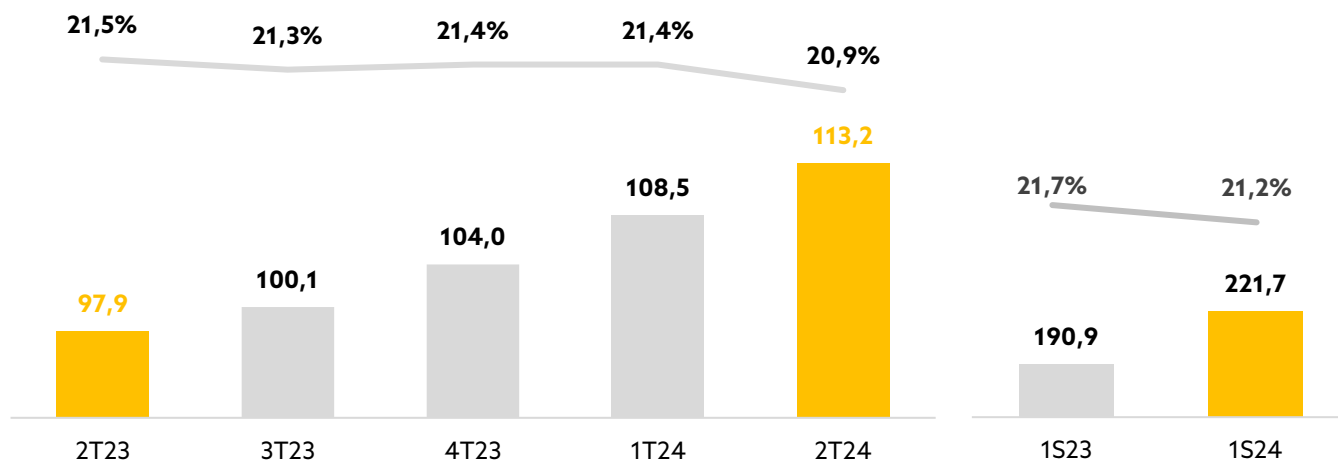
DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas com vendas

As Despesas com Vendas atingiram R\$ 113,2 milhões no 2T24 e R\$221,7 milhões no 1S24, representando um aumento de 15,6% no trimestre e 16,2% na comparação semestral. O aumento das despesas foi influenciado, principalmente pelo aumento da base de lojas nos períodos. Quando analisamos a despesa por loja, vemos um aumento aproximado de 2% na comparação ano contra ano, bem abaixo da inflação do período. Adicionalmente, as despesas pré-operacionais totalizaram R\$2,8 milhões no 2T24 versus R\$ 2,3 milhões no 2T23.

Ainda assim, a Rede d1000 continua reportando diluição das Despesas com Vendas, que no 2T24 representaram 20,9% da Receita bruta, 0,6 p.p. inferior ao reportado no 2T23. Na comparação semestral, as despesas com vendas apresentaram diluição de 0,5p.p.

DESPESAS COM VENDAS (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA

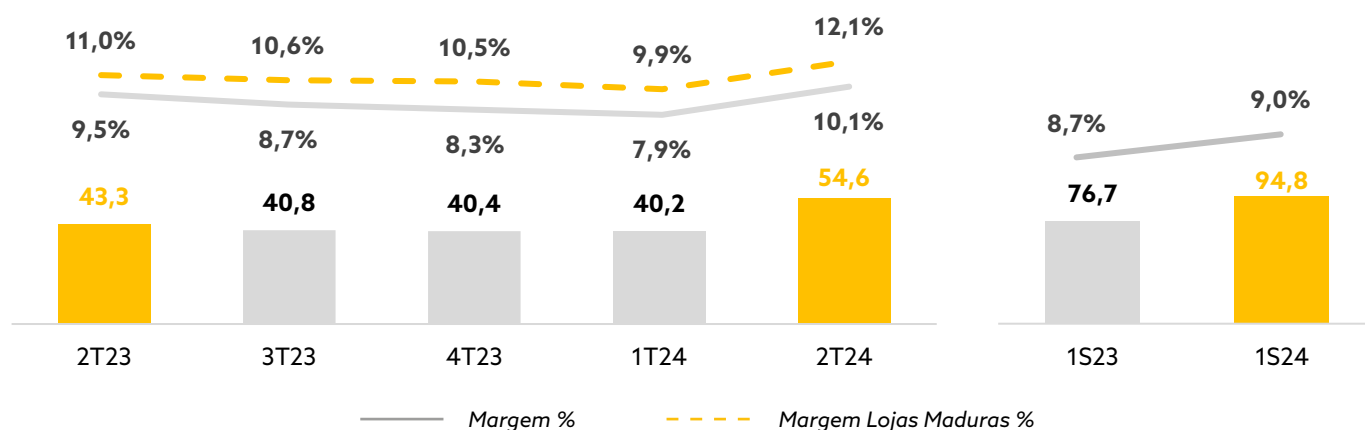


MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

O aumento nas vendas impulsionou a Margem de Contribuição a apresentar um aumento de 26,0% na comparação com o 2T23, alcançando R\$54,6 milhões no trimestre, o que representa 10,1% da Receita Bruta da Companhia, 0,6 p.p. acima do apresentado no 2T23. Já no acumulado do ano a Margem de Contribuição somou R\$94,8 milhões, 23,6% superior ao registrado no período do ano anterior e correspondendo a 9,0% da Receita Bruta, evolução de 0,3 p.p. em relação ao 1S23.

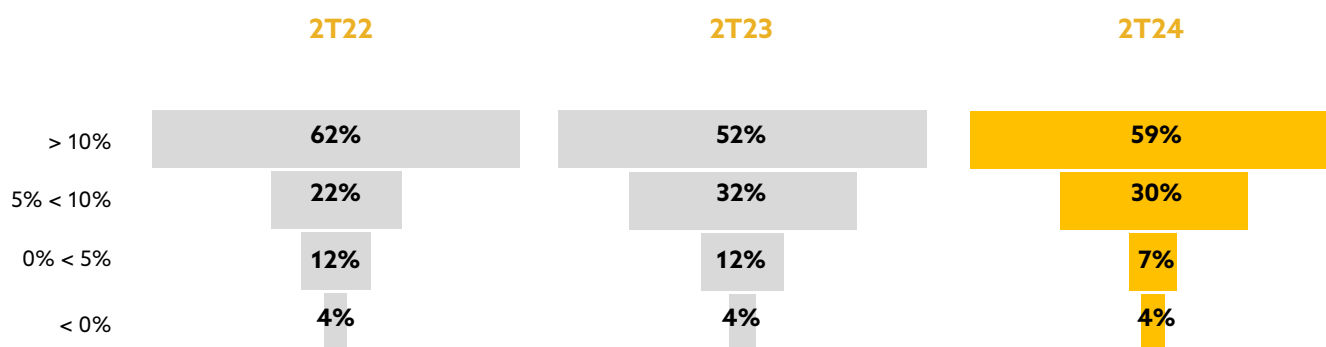
Quando analisamos a Margem de Contribuição apenas das lojas maduras, vemos evolução de 1,1 p.p. na comparação com o 2T23, contribuindo para o resultado consolidado da Companhia.

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.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO - LOJAS

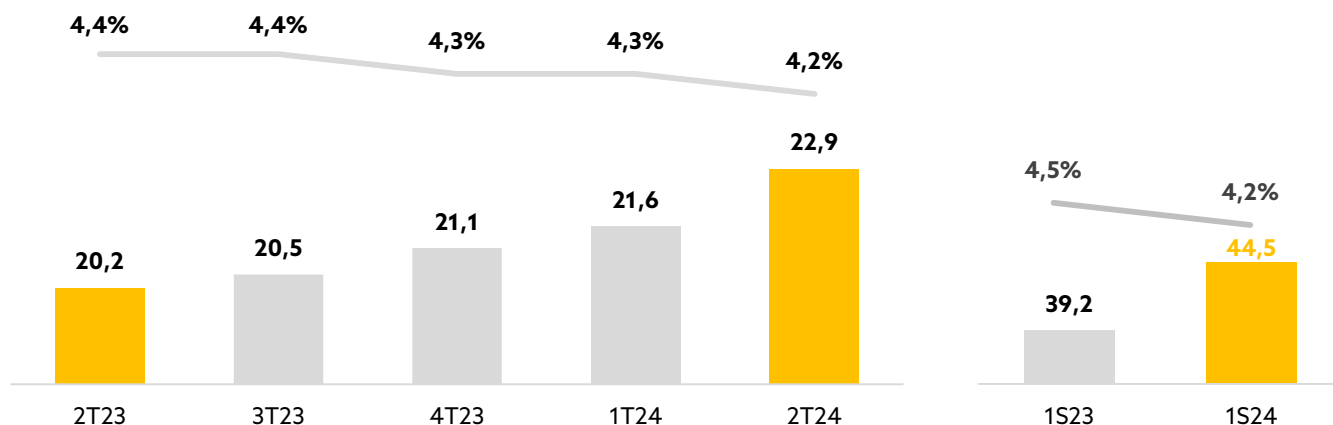


Foram consideradas apenas lojas com mais de 6 meses.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS - G&A

No 2T24 as Despesas Gerais e Administrativas atingiram R\$22,9 milhões, registrando um aumento de 13,5% em relação ao mesmo período de 2023. A Companhia continua diluindo as Despesas Corporativas, à medida que vai ganhando escala em vendas e número de lojas, mesmo mantendo investimentos em pessoas e consultorias que sustentarão crescimentos futuros. No período, a Companhia apresentou uma diluição de 0,2 p.p. em relação ao 2T23.

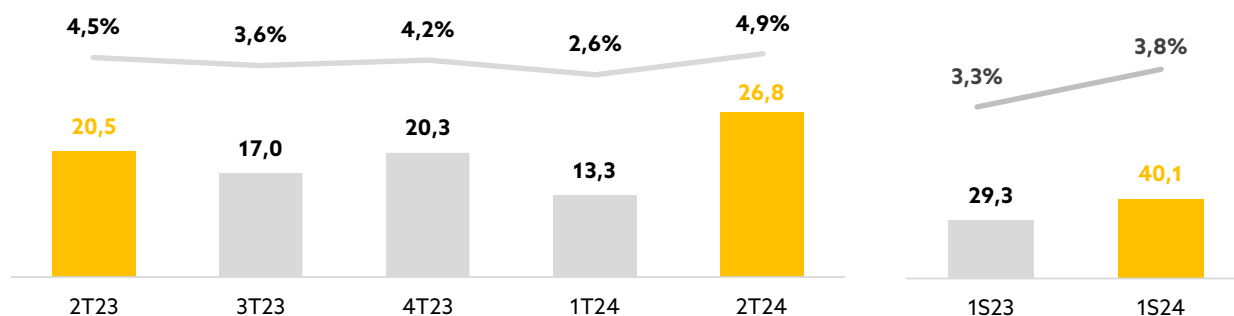
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



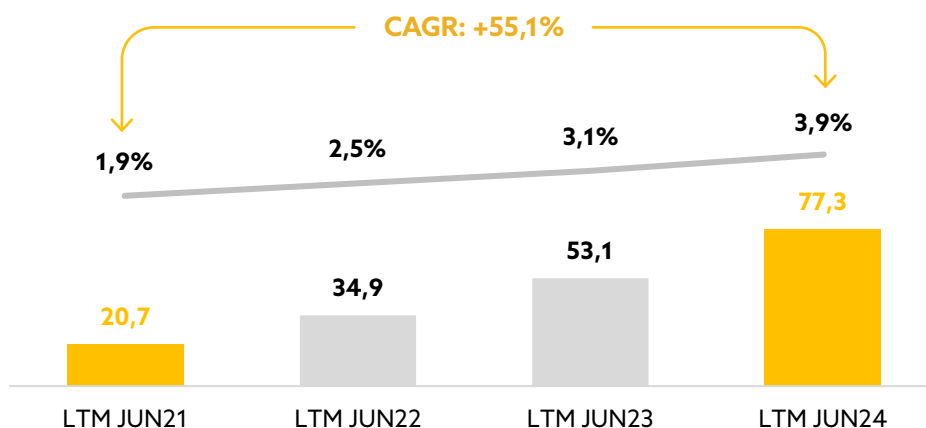
EBITDA

O bom desempenho operacional da Rede d1000 está resultando em um aumento do EBITDA, que alcançou R\$26,8 milhões no 2T24, 30,6% superior ao reportado no mesmo período de 2023. A margem apresentou um avanço de 0,4 p.p. no período, chegando ao valor de 4,9% da Receita Bruta. No acumulado do ano, a Companhia reportou um aumento de 36,9% em relação ao mesmo período do ano passado, atingindo R\$40,1 milhões de EBITDA, enquanto sua margem avançou para 3,8%, 0,5 p.p. acima do apresentado no 1S23. O bom resultado é fruto da capacidade de alavancagem operacional da Companhia, gerada a partir do crescente número de lojas, aumento das vendas, diluição de despesas e maior rentabilidade das operações.

EBITDA (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



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



RESULTADO FINANCEIRO E IMPOSTO DE RENDA

No 2T24, as despesas com depreciação atingiram R\$ 8,7 milhões, alta de 13,3% em relação ao 2T23, em linha com o plano de expansão da Rede d1000.

O resultado financeiro negativo no 2T24 no montante de R\$0,3 milhão, ligeiramente inferior aos R\$0,4 milhão do mesmo período do ano anterior é explicado majoritariamente pela redução da receita financeira sobre atualização monetária de créditos fiscais.

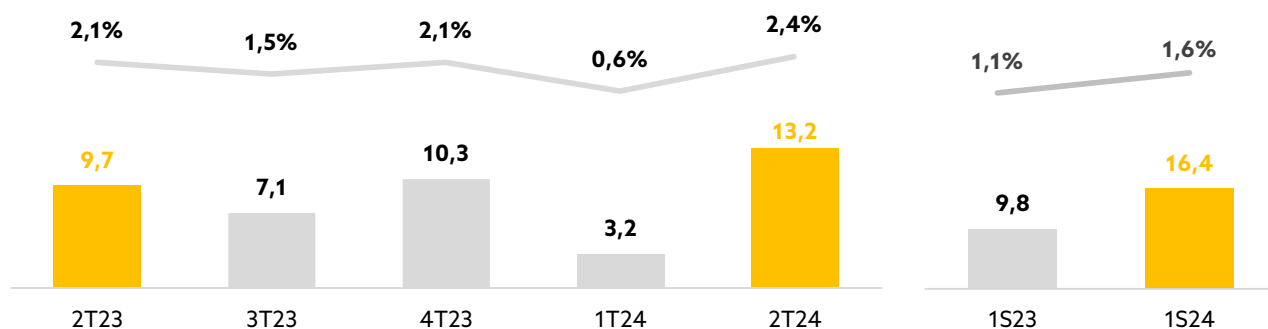
A despesa com Imposto de Renda e Contribuição Social foi de R\$4,6 milhões no 2T24, e 5,7 milhões no 1S24, em linha com os resultados apresentados e alíquota efetiva esperada.

(R\$ milhões)	2T23	2T24	Var. 2T23 X 2T24	1S23	1S24	Var. 1S24 X 1S23
EBITDA	20,5	26,8	30,7%	29,3	40,1	36,9%
Margem EBITDA (%)	4,5%	4,9%	0,4 p.p	3,3%	3,8%	0,5 p.p
Depreciação e Amortização	-7,7	-8,7	13,3%	-15,2	-17,0	12,0%
Resultado Financeiro	-0,4	-0,3	-27,5%	-0,9	-1,0	10,8%
IR/CS	-2,7	-4,6	69,6%	-3,4	-5,7	66,6%
Lucro (Prejuízo) Líquido	9,7	13,2	36,1%	9,8	16,4	66,4%

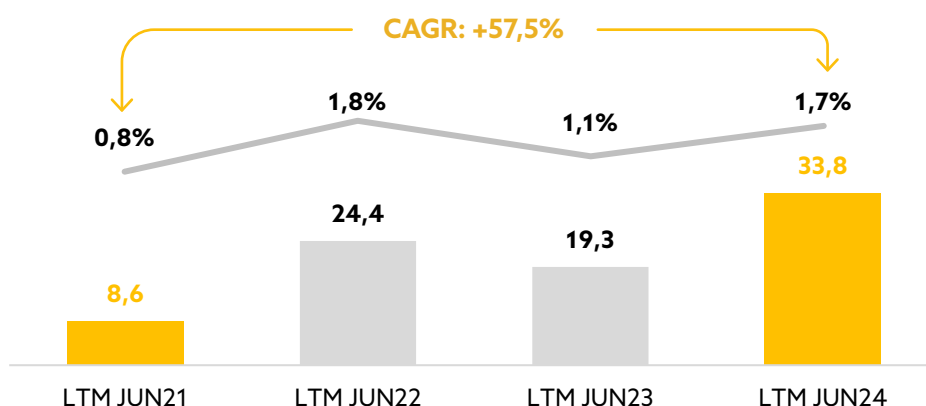
LUCRO LÍQUIDO

No 2T24, a d1000 apresentou um lucro líquido de R\$ 13,2 milhões, 36,4% superior ao apurado no 2T23, com a margem líquida superior em 0,3 p.p., atingindo o patamar de 2,4%. Quando observamos o primeiro semestre do ano, tivemos um incremento de 66,4% no Lucro Líquido em comparação ao primeiro semestre de 2023, isso também representou um acréscimo de 0,5 p.p. da margem líquida, que atingiu 1,6% no período.

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



LUCRO LÍQUIDO (R\$ MILHÕES) E RECEITA BRUTA LTM



CICLO DE CAIXA

No 2T24, o Ciclo de Caixa foi de 10,4 dias versus 8,9 dias apresentados no mesmo período do ano anterior, principalmente, em função do aumento no número de dias em estoques que saiu de 49,6 dias para 58,0 dias. Essa variação deveu-se não somente ao aumento no número de lojas, mas, também, à investimentos realizados em estoques de produtos de prescrição, dermocosméticos e outros para atender oportunidades de vendas identificadas nessas categorias.

Vale reforçar as vantagens competitivas da estrutura de atuação integrada da Rede d1000 com a Distribuição, resultando no menor Ciclo de Caixa do Setor Farmacêutico, (que em média é superior a 60 dias), resultando em uma maior capacidade de reinvestimento.

Ciclo de Caixa (dias)	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24
Contas a Receber	30,3	29,9	29,7	30,7	29,0
Estoque	49,6	51,9	53,4	52,7	58,0
Fornecedores	70,9	72,7	77,1	74,3	76,7
Ciclo de Caixa	8,9	9,1	6,0	9,1	10,4

FLUXO DE CAIXA

No 2T24, a geração de caixa foi de R\$ 21,6 milhões, resultado 141,1% superior aos R\$ 8,9 milhões reportados no 2T23, fruto não somente dos resultados melhores, mas, também, da melhor eficiência na gestão do capital de giro. No acumulado do ano, a geração operacional de caixa foi de R\$ 29,7 milhões, 28,5% superior ao mesmo período de 2023.

Foram investidos R\$ 20,6 milhões, majoritariamente concentrados no plano de expansão da Companhia que consumiu o montante de R\$ 17,6 milhões, com outros R\$ 3 milhões sendo investidos em tecnologia e manutenção do negócio.

A Companhia continua mantendo a estratégia de financiar o Plano de Expansão com caixa próprio e não tem como expectativa passar a uma situação de Dívida Líquida de forma estrutural, ainda que pontualmente isso possa acontecer.

Apuração do Fluxo de Caixa Total (R\$ milhões) sem IFRS	2T23	2T24	Var. 2T24 X 2T23	1S23	1S24	Var. 1S24 X 1S23
EBIT	12,8	17,8	38,9%	14,2	22,0	54,8%
Depreciação e Amortização	7,7	8,7	13,2%	15,2	17,0	12,3%
Ajustes não caixa	4,0	7,0	75,2%	11,4	13,7	20,4%
Ciclo de Caixa	-15,9	-10,2	-35,6%	-17,0	-26,7	57,6%
Outros Ativo/(Passivos)	0,3	-1,7	-604,7%	-0,7	3,7	-658,3%
Fluxo de Caixa Operacional	8,9	21,6	141,1%	23,1	29,7	28,5%
Investimentos	-13,6	-20,6	51,8%	-24	-33,6	39,9%
Fluxo de Caixa Livre	-4,6	0,9	-120,2%	-0,9	-3,8	349,6%
Financiamentos	-1,8	-4,8	168,6%	-3,6	8,3	-328,5%
Fluxo de Caixa Total	-6,4	-3,8	-40,2%	-4,5	4,4	-198,9%

ENDIVIDAMENTO

O Caixa líquido da Companhia fechou o trimestre em 11 milhões, em linha com o apresentado no 1T24.

O Grupo Profarma obteve junto ao FINEP a liberação de uma linha de crédito até o limite de R\$ 123,0 milhões para suportar parte de seus investimentos em projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação do Grupo. A linha de crédito tem prazo de 12 anos, com três anos de carência e custo equivalente a 50% do CDI sendo que a 1ª parcela já foi captada em 3 de abril de 2024 no valor de R\$ 58,5 Milhões. A Rede d1000 figura como coexecutora no projeto, que incluiu parte de seus projetos nesta área e recebeu uma parte desta 1ª parcela em 06/05/24, equivalente a R\$ 14,7 Milhões, que serviram para reduzir o custo e alongar o prazo médio da dívida, sem alterar o nível de endividamento bruto da Companhia.

Apuração do Caixa Líquido (R\$ milhões)	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24
Dívida Bruta	-27,5	-26,8	-26,8	-41,0	-37,7
Curto Prazo	-4,7	-5,4	-9,3	-24,8	-13,4
Longo Prazo	-22,8	-21,4	-17,5	-16,2	-24,2
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	52,0	52,0	44,2	52,5	48,6
Caixa Líquido	24,4	25,2	17,4	11,5	11,0

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:



AMBIENTAL

Selo Ouro GHG Protocol/Fundação Getúlio Vargas: Realização do inventário das emissões, que identifica e quantifica as fontes de gases de efeito estufa emitidos numa organização.

Combate às mudanças climáticas: Compensação de parte das emissões investindo em projetos de REDD+ da Reserva Extrativista Rio Preto-Jacundá, que visam a conservação da floresta Amazônica, de sua biodiversidade e o desenvolvimento sustentável das comunidades locais. Os compromissos climáticos da Companhia seguem as diretrizes do Acordo de Paris, que busca limitar o aumento da temperatura a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais.



SOCIAL

Desenvolvimento de pessoas: Ao longo do mês de maio de 2024, foram realizados encontros nos escritórios regionais do UNICEF no RJ e DF para as equipes da Rede d1000, com a finalidade de apresentar os resultados da parceria estratégica.

Empregabilidade e Educação: O Instituto Profarma realizou uma roda de conversa sobre “Empregabilidade e Educação” para jovens em situação de vulnerabilidade atendidos por seis organizações sociais. O encontro, ocorrido no Rio de Janeiro (RJ), reuniu Embaixadores do Bem e convidados que compartilharam suas experiências profissionais, oportunidades de estudo e dicas para ingresso no mercado de trabalho.

Direitos das crianças e adolescentes: Promoção e apoio a iniciativas contra a violência e exploração sexual a fim de garantir os direitos de crianças e adolescentes brasileiras. Pelo terceiro ano consecutivo, a Companhia recebeu o selo Empresa Amiga da Criança, concedido pela Fundação Abrinq.



GOVERNANÇA

Publicação do 1º Relatório de Sustentabilidade com base nos indicadores GRI: Global Reporting Initiative, conteúdo que mostra a solidez do posicionamento da Companhia, seus níveis éticos, de transparência e de comprometimento com o Pacto Global. O relatório é um retrato de 2023, ano em que a Rede d1000 completou 10 anos. **Clique aqui e acesse o relatório.**

Nova Conselheira de Administração na Rede d1000: Jandaraci Araújo possui MBA no curso Advanced Boardroom Program for Women, da Saint Paul University (Canadá), MBA Executivo em Administração pela Faculdade Dom Cabral e MBA em Finanças, Controladoria e Auditoria pela Fundação Getúlio Vargas – FGV.

Possui mais de 25 anos de experiência em áreas financeiras, de marketing, vendas B2B e transformação digital em empresas de varejo online e offline. Ela é especialista na área de sustentabilidade e tem vivência no setor público, onde ocupou cargo executivo na esfera estadual. Jandaraci é membro do Conselho da Junta Comercial de São Paulo, onde lidera o pilar de transformação digital.

Cofundadora do Instituto Conselheira 101, voltado para a formação executiva de mulheres negras e indígenas, Jandaraci também é membro do Conselho da Future Carbon Group S.A., Kuumi S.A., e Instituto Inhotim, além de ser Conselheira Fiscal da Vetor Brasil e da Vale S.A.

Jandaraci também é reconhecida como Top Voices LinkedIn nas pautas de Equidade de Gênero e ESG, além de atuar como professora, palestrante e multiplicadora de novas ideias. **Esta ação fortalece a jornada da Rede d1000 na busca pela conquista do Selo Women on Board (www.wobwomenonboard.com).**

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

R\$ milhões	IFRS-16		Sem IFRS-16		IFRS-16		Sem IFRS-16	
	2T23	2T24	2T23	2T24	1S23	1S24	1S23	1S24
Receita Bruta	454,5	541,0	454,5	541,0	879,6	1.048,2	879,7	1.048,2
RX	188,8	229,0	188,8	229,0	362,7	442,0	362,7	442,0
HB	108,3	128,0	108,3	128,0	219,2	254,8	219,2	254,8
OTC	104,2	120,0	104,2	120,0	197,3	231,6	197,4	231,6
Genérico	53,2	64,0	53,2	64,0	100,4	119,8	100,4	119,8
Deduções da Receita	-20,8	-27,8	-20,8	-27,8	-40,4	-53,2	-40,4	-53,2
Receita operacional líquida	433,7	513,2	433,7	513,2	839,2	995,0	839,2	995,0
Custos dos produtos vendidos	-292,5	-345,4	-292,5	-345,4	-571,6	-678,5	-571,6	-678,5
Lucro Bruto	141,2	167,8	141,2	167,8	267,6	316,5	267,6	316,5
Margem Bruta (Receita Líquida)	32,6%	32,7%	32,6%	32,7%	63,8%	63,6%	63,8%	63,6%
Margem Bruta (Receita Bruta)	31,1%	31,0%	31,1%	31,0%	60,8%	60,3%	60,8%	60,3%
Despesas Operacionais	-125,2	-145,3	-128,4	-149,7	-245,9	-285,0	-253,5	-293,4
Despesas Gerais e administrativas	-15,6	-16,8	-15,5	-21,2	-29,9	-34,2	-34,1	-42,6
Despesas com Vendas	-110,6	-127,3	-113,9	-127,3	-213,4	-248,4	-216,8	-248,4
Outras receitas/despesas operacionais	1,0	-1,2	1,0	-1,2	-2,6	-2,4	-2,6	-2,4
Resultado antes do Resultado Financeiro	16,0	22,5	12,8	18,1	21,7	31,5	14,1	23,1
Resultado Financeiro	-5,9	-8,1	-0,4	-0,3	-13,3	-15,8	-0,9	-1,0
Receitas financeiras	1,1	1,2	1,1	1,2	2,4	2,0	2,4	2,0
Despesas financeiras	-7,0	-9,3	-1,5	-1,5	-15,7	-17,8	-3,3	-3,0
Resultado antes dos Impostos	10,1	14,4	12,4	17,8	8,4	15,7	13,2	22,1
Imposto de Renda e Contribuição Social	-2,1	-3,5	-2,7	-4,6	-2,0	-3,8	-3,4	-5,7
Lucro/Prejuízo do Período	8,0	10,9	9,7	13,2	6,4	11,9	9,8	16,4

BALANÇO PATRIMONIAL

(R\$ mil)	12/31/2023	6/30/2024		
		IFRS16	Reclassificação	IAS 17
Caixa e equivalentes de caixa	44.229	48.646		48.646
Instrumentos financeiros	0	0		0
Contas a Receber	160.447	174.480		174.480
Estoques	189.124	222.596		222.596
Impostos a recuperar	51.262	39.603		39.603
Outras contas a receber	27.284	32.755		32.755
Total do Ativo Circulante	472.346	518.080	0	518.080
Depósitos Judiciais	4.726	4.149		4.149
Instrumentos financeiros	0			0
IR e CSLL diferidos	104.030	106.560	-17.477	89.083
Impostos a recuperar	13.076	8.228		8.228
Outras contas a receber	519	519		519
Imobilizado	353.422	411.005	-249.318	161.687
Intangível	600.400	603.113		603.113
Total do Ativo Não Circulante	1.076.173	1.133.574	-266.795	866.779
Total do Ativo	1.548.519	1.651.654	-266.795	1.384.859
Fornecedores	268.483	291.455		291.455
Fornecedores - Risco Sacado	4.545	2.789		2.789
Empréstimos e financiamentos	9.288	13.449		13.449
Salários e contribuições sociais	39.676	48.158		48.158
Impostos e taxas	10.368	8.741		8.741
Arrendamento a Pagar	65.763	73.022	-73.022	0
Outros	9.761	12.314		12.314
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0	0		0
Total do Passivo Circulante	407.884	449.928	-73.022	376.906
Empréstimos e financiamentos	17.546	9.504		9.504
Impostos e taxas	328	244		244
Impostos diferidos	40.219	40.277		40.277
Provisão para Contingências	20.332	20.176		20.176
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	0	0		0
Arrendamento a pagar	191.355	233.941	-233.941	0
Outros		14.720		14.720
Total do Passivo Não Circulante	269.780	318.862	-233.941	84.921
Capital social	1.004.004	1.004.004		1.004.004
Prejuízos acumulados	-133.149	-121.140	40.168	-80.972
Total do Patrimônio Líquido	870.855	882.864	40.168	923.032
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.548.519	1.651.654	-266.795	1.384.859

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)

R\$ mil	2T23		2T24		1S23		1S24	
	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	10.087	12.374	14.455,0	17.784,0	8.339,0	13.213,0	15.802,0	22.049,0
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:								
Depreciação e amortização	7.679	7.679	8.695	8.695	15.155	15.155	17.022	17.022
Depreciação direito de uso imóveis	18.334	0	20.020	-	35.589	-	39.430	-
Juros de Empréstimos Provisionados	1.094	1.094	1.023	1.023	2.250	2.250	1.986	1.986
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	106	106	63	63	177	177	140	140
Ganho/Perda na baixa de imobilizado e intangível	254	254	472	472	568	568	520	520
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	-423	0	(56)	-	(610)	(187)	(539)	-
Provisão / Reversão para perda estoque	-1	-1	142	142	177	177	292	292
Provisão / Reversão para contingência	549	549	606	606	1.311	1.311	1.172	1.172
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	-366	-366	(39)	(39)	(1.084)	(1.084)	(53)	(53)
Encargos financeiros direito de uso	5.508	0	7.725	-	12.438	-	14.652	-
Outros	3.414	2.785	4.827	4.779	9.681	9.052	10.306	9.621
	46.235	24.474	57.933	33.525	83.991	40.632	100.730	52.749
Redução (aumento) nos ativos								
Contas a receber	-5.475	-5.475	(1.791)	(1.791)	(18.525)	(18.525)	(14.176)	(14.176)
Estoques	-13.983	-13.983	(28.828)	(28.828)	(4.990)	(4.990)	(34.846)	(34.846)
Impostos a recuperar	1.118	1.118	1.628	1.628	4.550	4.550	3.852	3.852
Acordos comerciais			(4.968)	(4.968)	(1.809)	(1.809)	(1.572)	(1.572)
Outros	-470	-470	(1.685)	(1.685)	(1.502)	(1.502)	(3.310)	(3.310)
Aumento (redução) nos passivos								
Fornecedores	3.562	3.562	20.381	20.381	6.649	6.649	22.284	22.284
Salários e contribuições	1.375	1.375	123	123	841	841	1.215	1.215
Impostos a recolher	1.976	1.976	8.070	8.070	2.772	2.772	12.340	12.340
IRPJ e CSLL pagos	-3.470	-3.470	(3.951)	(3.951)	(4.133)	(4.133)	(7.054)	(7.054)
Outros	-188	-188	(938)	(938)	(1.351)	(1.383)	(1.764)	(1.764)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	30.680	8.919	45.974	21.566	66.493	23.102	77.699	29.718
Fluxo de caixa de atividades de investimentos								
Pagamento de aquisições	(1.107)	(1.107)	-	-	(2.248)	(2.248)	-	-
Adições ao imobilizado	(8.822)	(8.822)	(16.096)	(16.096)	(17.130)	(17.130)	(25.281)	(25.281)
Adições ao Intangível	(3.663)	(3.663)	(4.530)	(4.530)	(4.607)	(4.607)	(8.274)	(8.274)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	-13.592	-13.592	(20.626)	(20.626)	(23.985)	(23.985)	(33.555)	(33.555)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos								
Obtenção de Mútuo intercompany - Principal	-	-	14.700	14.700	-	-	14.700	14.700
Pagamento de Mútuo intercompany - Juros	-	-	(68)	(68)	-	-	(68)	(68)
Obtenção de empréstimos - Principal	0	0	-	-	-	-	19.000	19.000
Pagamento de empréstimos - Amortização	-714	-714	(18.397)	(18.397)	(1.428)	(1.428)	(23.425)	(23.425)
Pagamento de empréstimos - Juros	-1.067	-1.067	(1.019)	(1.019)	(2.185)	(2.185)	(1.953)	(1.953)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	-21.761	0	(19.741)	-	(43.391)	-	(37.274)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros			(4.667)	-	-	-	(10.707)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	-23.542	-1.781	(29.192)	(4.784)	(47.004)	(3.613)	(39.727)	8.254
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	-6.454	-6.454	(3.844)	(3.844)	(4.496)	(4.496)	4.417	4.417
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	58.423	58.423	52.490	52.490	56.465	56.465	44.229	44.229
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	51.969	51.969	48.646	48.646	51.969	51.969	48.646	48.646

SOBRE A COMPANHIA

Somos uma rede de drogarias formada a partir das aquisições das bandeiras Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio e Drogaria Rosário. Contamos com 251 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 4.000 colaboradores, atendem mais de 2,5 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 2Q24

August 7, 2024

WEBCAST

Thursday, August 8, 2024

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 ends the 2nd quarter of 2024 with another historical sales record, presenting Gross Revenue of **R\$ 541.0 million**, accounting for an increase of **19.0%** compared to the same period of the previous year and EBITDA of **R\$ 26.8 million**, **30.6%** higher than in the same period in 2023.

HIGHLIGHTS 2Q24

R\$ 541.0 MM

Gross Revenue
+19.0% growth and reaching a quarterly record

R\$ 54.6 MM

Contribution Margin
Growth of **26.0%** and margin of **10.1%**

R\$ 26.8 MM

Ebitda
Up **30.6%** and margin of **4.9%**, growth of **0.4 p.p.**

R\$ 13.2 MM

Net income
Growth of **36.4%**

251 Stores

Net addition of **14.1%**, financed with cash generation

R\$ 35.7 MM

Omnichannel
Growth of **76.4%**, **295.9%** of which in e-commerce

HIGHLIGHTS 2Q24 X 2Q23

	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	CHG. 2Q23 X 2Q23	1S23	1S24	CHG. 1S24 X 1S23
Number of Stores	220	227	240	241	251	14,1%	220	251	14,1%
<i>(R\$ million)</i>									
Gross Revenue	454,5	469,1	486,0	507,2	541,0	19,0%	879,6	1048,2	19,2%
Gross Profit	141,2	140,8	144,4	148,7	167,8	18,8%	267,6	316,5	18,3%
Gross Margin (% of Gross Revenue)	31,1%	30,0%	29,7%	29,3%	31,0%	-0,1 p.p.	30,4%	30,2%	-0,2 p.p.
EBITDA	20,5	17,0	20,3	13,3	26,8	30,6%	29,3	40,1	36,90%
EBITDA Margin (% of Gross Revenue)	4,5%	3,6%	4,2%	2,6%	4,9%	0,4 p.p.	3,3%	3,8%	0,5 p.p.
Net Income	9,7	7,1	10,3	3,2	13,2	36,4%	9,8	16,4	66,40%
Net Margin (% of Gross Revenue)	2,1%	1,5%	2,1%	0,6%	2,4%	0,3 p.p.	1,1%	1,6%	0,5 p.p.

Rio de Janeiro, August 7, 2024 – A d1000 Varejo Farma SA. ("Rede d1000" or "Company"; B3: DMVF3), announces its results for the second quarter of 2024 (2Q24). 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 (2Q23 and 1S23).

STORE PORTFOLIO

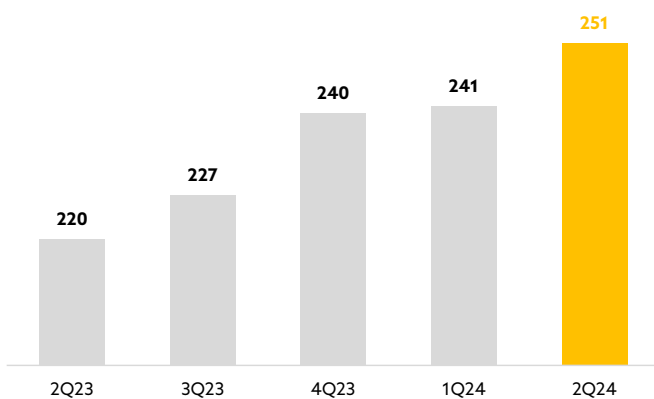
The Company ended 2Q24 with 251 stores in its portfolio, accounting for an increase of 14.1% compared to the same quarter in 2023. During the period, there were 11 openings, with 6 units in Brasília (DF), under the Rosário brand, and 5 in the state of Rio de Janeiro, under the Drogasmil, Farmalife and Drogarias Tamoio brands. Furthermore, the Company closed an operation, ending the first semester with 4 of the 5 closures planned for the year.

For the second semester of this year, the Company expects to carry out further 20 openings and 8 renovations/expansions, ending the year with approximately 270 stores, thus meeting the announced guidance of 35 openings and 10 renovations/expansions. Of the openings planned for this year, the Company already has all the commercial points contracted. The expansion of brick-and-mortar stores focuses on the opening of new Drogasmil units in Rio de Janeiro, and Drograria Rosário in Brasília (Federal District) and Cuiabá (MT).

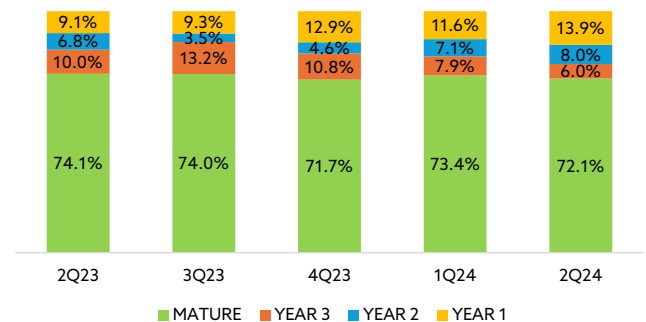
Currently, 177 stores are concentrated in the state of Rio de Janeiro, through the Drogasmil, Farmalife and Drogarias Tamoio brands, while the remaining stores are located in the Federal District (68 stores) and Mato Grosso (6 stores). With the openings carried out during the period, Rede d1000 ended the quarter with 27.9% of its stores (70 units) in the maturation process. It is worth highlighting that maturing stores have the capacity to reach high growth and contribute to the dilution of expenses, which generates better profitability. The profile of the Network's units mostly remains composed of "Standard" stores, which account for practically half of the units (49.0% or 123 stores). Stores classified as "Popular" and "Premium" correspond to 33.1% (83 stores) and 17.9% (45 stores) of the total base, respectively.

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 12.7%* at the end of 2Q24, accounting for a growth of 1.6 p.p. compared to the same period of the previous year, according to data released by IQVIA Brasil. We have a strategic plan that, in addition to impacting coverage and revenue, generates new jobs in the market and is aligned with our mission to expand and diversify participation in the healthcare ecosystem.

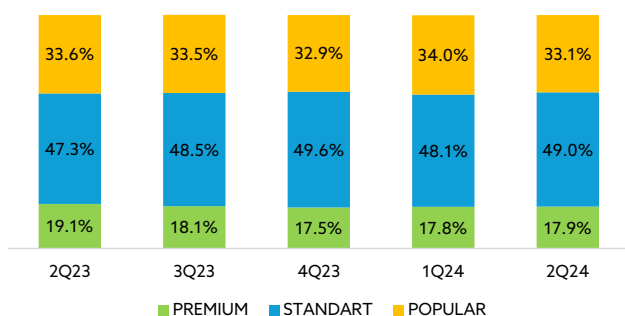
NUMBER OF STORES (#)



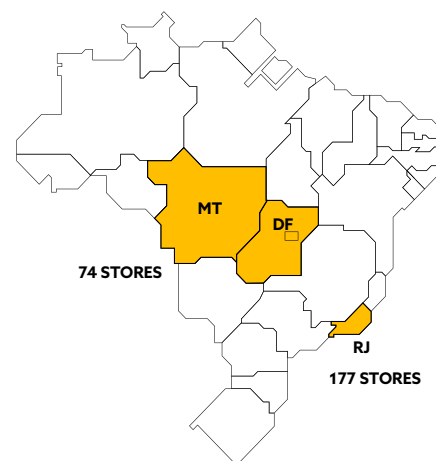
AGE DISTRIBUTION OF STORE PORTFOLIO



BREAKDOWN OF THE STORE NETWORK BY PROFILE (%)



GEOGRAPHICAL PRESENCE (#)



*in its area of activity

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

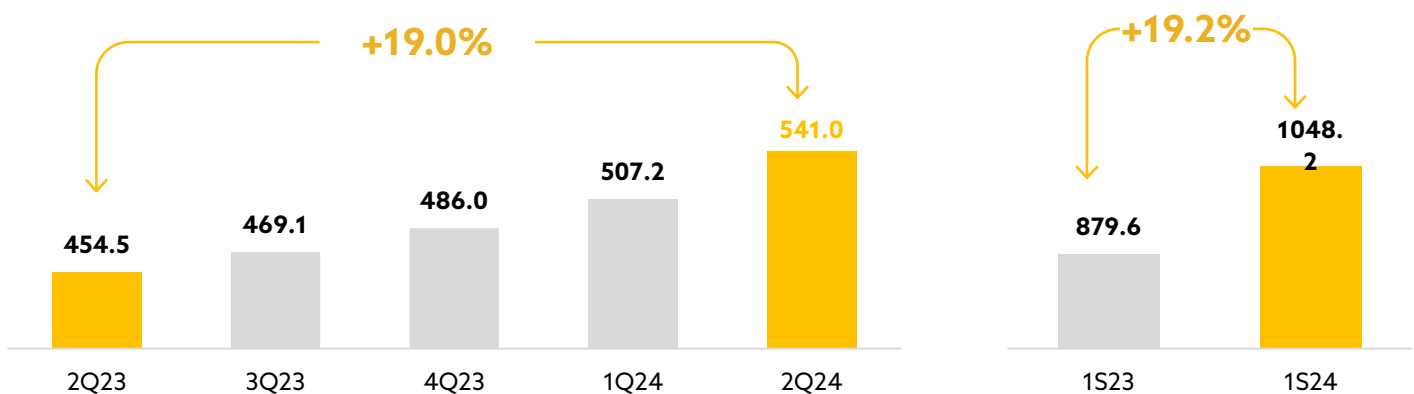
GROSS REVENUE

The Company continues recording growth in Gross Revenue on a recurring and consecutive basis, reaching a historic record of R\$ 541.0 million in 2Q24, 19% higher when compared to the same period of the previous year. Gross revenue increased 19.2% year-to-date, reaching R\$ 1,048.2 million.

Considering the same store view, there was an increase of 9.5% in this second quarter, and the sales growth presented was 8.4% in mature stores, both in relation to 2Q23.

Considering the areas of activity, Rede d1000 grew at percentages above the figures recorded in both the national pharmaceutical market and ABRAFARMA, thus has been gaining market share, according to data released by IQVIA. Hence, the Company recorded growth of 19.0% in 2Q24 compared to ABRAFARMA's growth of 14.3%.

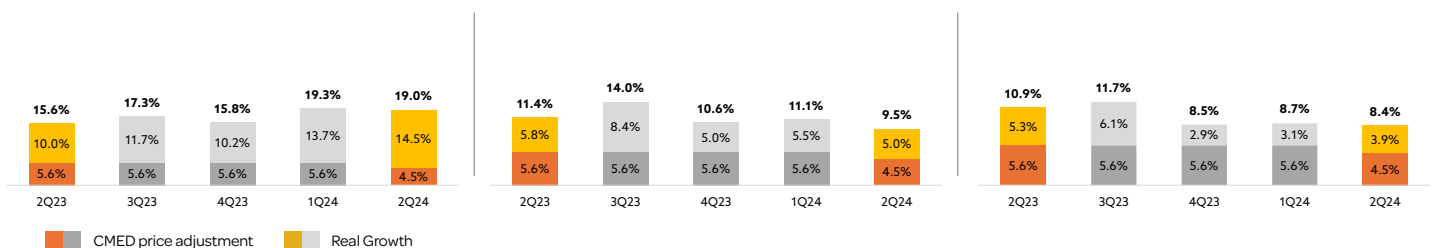
GROSS REVENUE (R\$ MILLION)



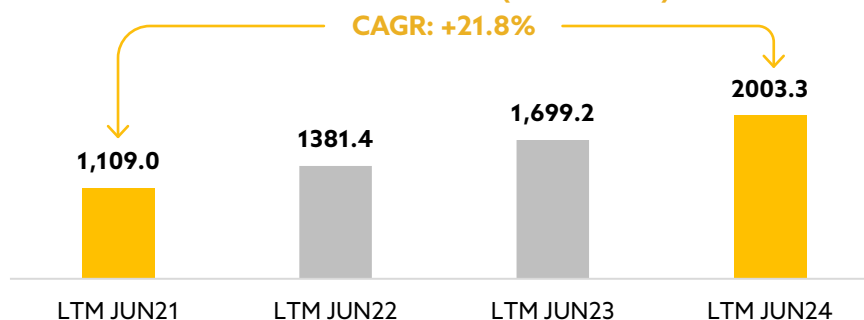
TOTAL GROWTH

GROWTH - SAME STORES

GROWTH - MATURE STORES

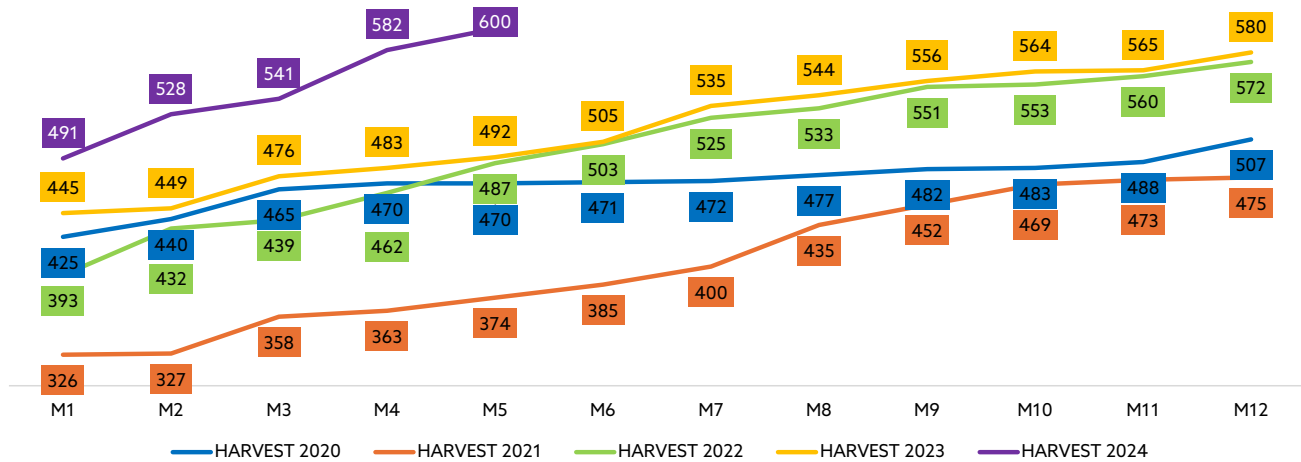


LTM GROSS REVENUE (R\$ MILLION)



When analyzing the sales growth chart during the first 12 months of store operation in their respective opening years, we can observe that sales of the most recent stores have consistently surpassed sales of older stores. This positive trend can be attributed to several factors, such as the continued maturation of Rede d1000 expansion project, which has allowed for a better understanding of the market and customer needs, as well as a more accurate and careful selection of new points of sale, which results in a more strategic and effective presence in the market. Moreover, the Company has continually invested in operational, technological and customer service improvements, thus contributing to increase revenue. The CRM strategy continues evolving, increasingly providing a customized experience to the network's customers, generating recurrence and an increase in the average ticket.

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



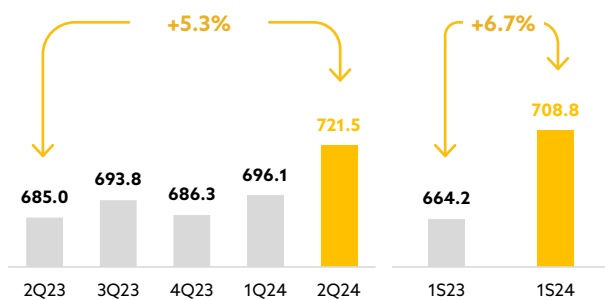
AVERAGE SALES PER STORE

Average sales per store reached R\$ 721.5 thousand in 2Q24, accounting for an increase of 5.3% compared to 2Q23. When analyzing average sales in mature stores, we observe a growth of 8.8% year-on-year, reaching R\$ 785.8 thousand/store.

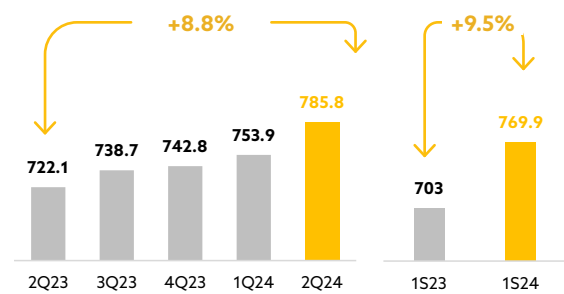
Average consolidated sales reached R\$ 708.8 thousand year-to-date, compared to R\$ 664.2 thousand recorded in 1S23. In mature stores, the average revenue/store was R\$ 769.6 thousand, accounting for a growth of 9.5% when comparing the periods.

Some initiatives, such as investment in CRM and expansion of the digital journey, coupled with the opening of new stores in strategic locations and the maturing of store harvests, not only foster current growth, but also establish a solid foundation for growth in average sales per store.

AVERAGE SALES PER STORE (R\$ THOUSAND)

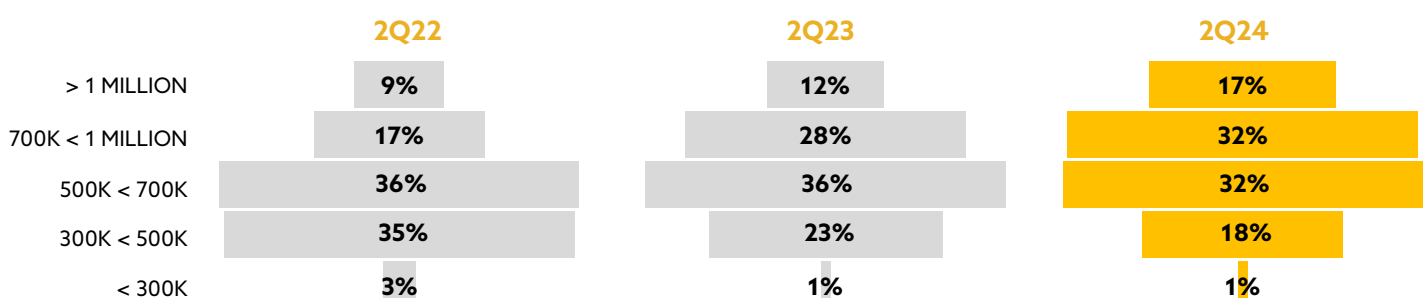


AVERAGE SALES MATURE PER STORE (R\$ THOUSAND)



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. In 2Q24, we reached the mark of 40 units, with revenues exceeding R\$ 1.0 million, an important indicator that has shown constant growth throughout the analyzed periods.

AVERAGE SALE | STORES



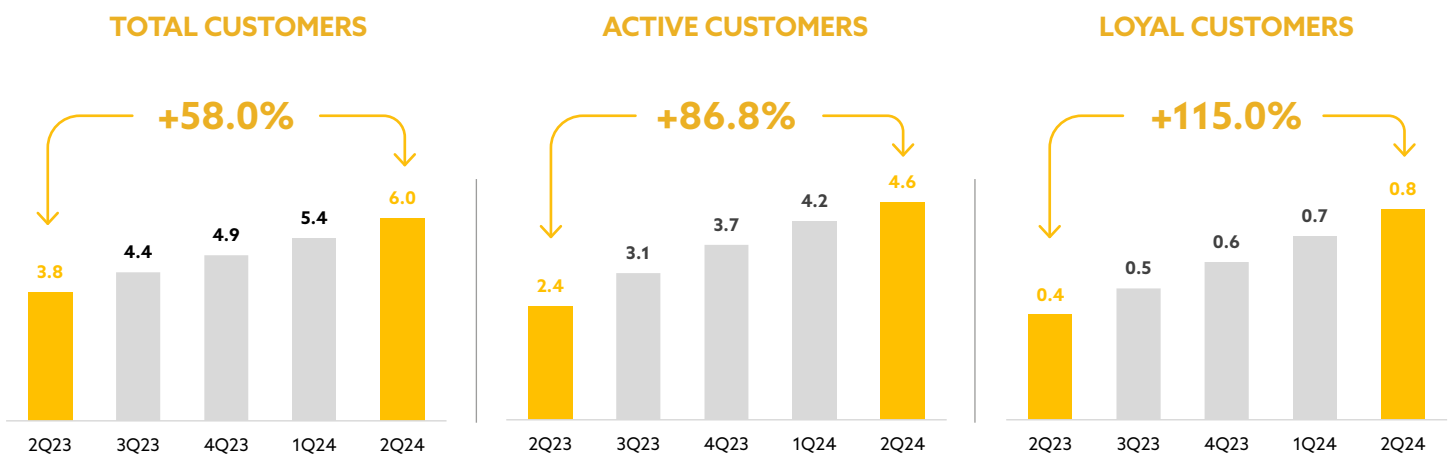
Only stores older than 6 months were considered

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

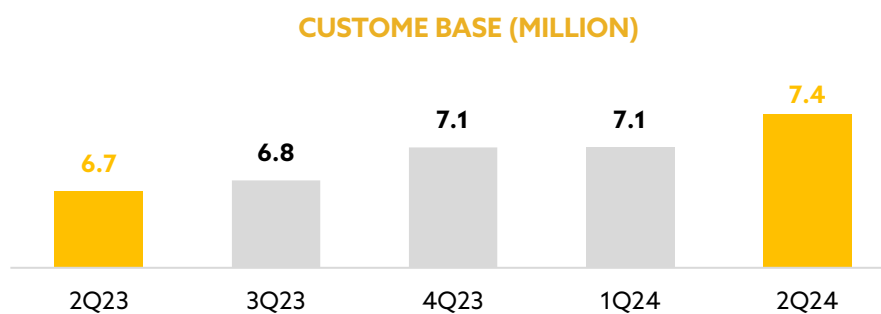
CRM (Customer Relationship Management) is one of the Company's strategic pillars, and has been showing constant evolution of its total customer base, active customers and loyal customers.

The Company continues investing in the strategy as a growth lever, strengthening customer loyalty by better understanding their needs, increasing the frequency of purchases through customizing the journey. This fosters greater proximity and effective communication with the customer base.

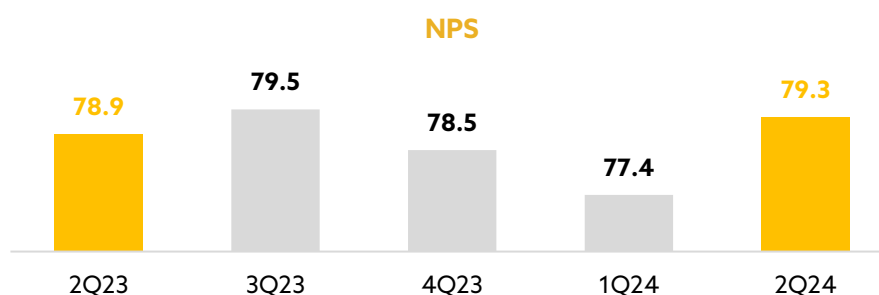
In 2Q24, the identified customer base grew 58,0% compared to 2Q23, ending the period with approximately 6.0 million customers, of which 4.6 million are active customers (+86,8% vs 2Q23) and 0.8 million are loyal customers (+115,0% vs 2Q23).



In 2Q24, Rede d1000 served 7.4 million customers in its units, accounting for an increase of 10.5% compared to the same period of the previous year. Considering its operation regions, Rede d1000 achieved a share of 12.7% in its operating market at the end of 2Q24, accounting for a growth of 1.6 p.p. in relation to the same period of the previous year, according to data released by IQVIA Brasil.



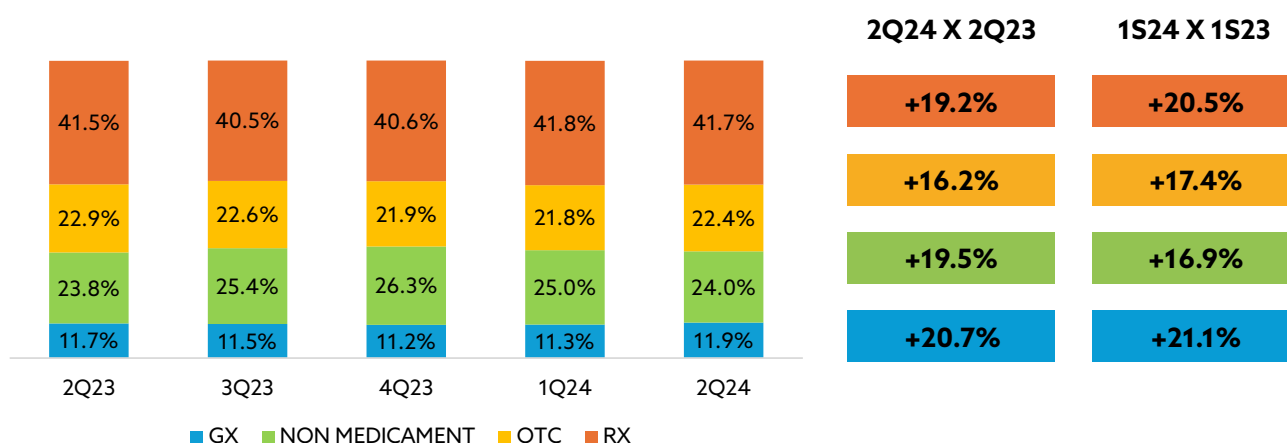
Aiming to continually improving its customers' experience and raise the level of service offered, Rede d1000 uses the Net Promoter Score (NPS) as a metric to evaluate consumer satisfaction. As illustrated in the following chart, the assessment reached 79.3 in 2Q24, returning to the levels presented in recent quarters, as expected.



SALES MIX

In 2Q24, we observed robust growth in all categories, with emphasis on the sale of drugs, whether generic drugs (GX), which grew 20.7% compared to 2Q23, or branded drugs (RX), which had sales of 19.2% higher than the same period in 2023. During the period, the Company also recorded strong growth in the non-medicine category, which recorded growth of 19.5% compared to 2Q23. Year-to-date, this growth is also observed in all categories.

SALES SHARE BY CATEGORY - 2Q24 X 2Q23



EXCLUSIVE BRANDS

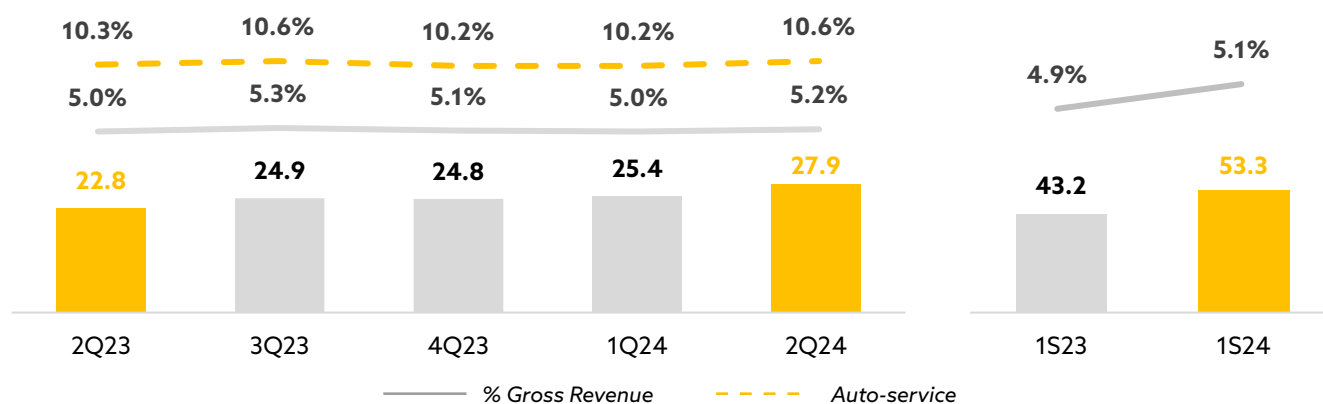
Sales of Exclusive Brands reached R\$ 27.9 million in 2Q24, accounting for a growth of 22.3% compared to 2Q23, representing 10.6% of self-service and 5.2% of total sales. In 2Q24, 16 launches occurred, totaling 302 SKUs, distributed in 68 categories.

The exclusive brands of Rede d1000 are considered a strategic growth pillar, not only due to the superior gross margin on sales, but also due to the ability to retain the existing customer base and acquire new ones. The Company currently has six lines of exclusive brands.

Mini Moon, a product line for babies, was launched in 2Q24 with the mission of offering high quality and affordable prices, improving the experience for parents during bath time, changing diapers and introducing food. The first launch was the Mini Moon Magic Sec diaper, which offers 12 hours of protection, magic tube technology, elastic waist and soft touch.



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



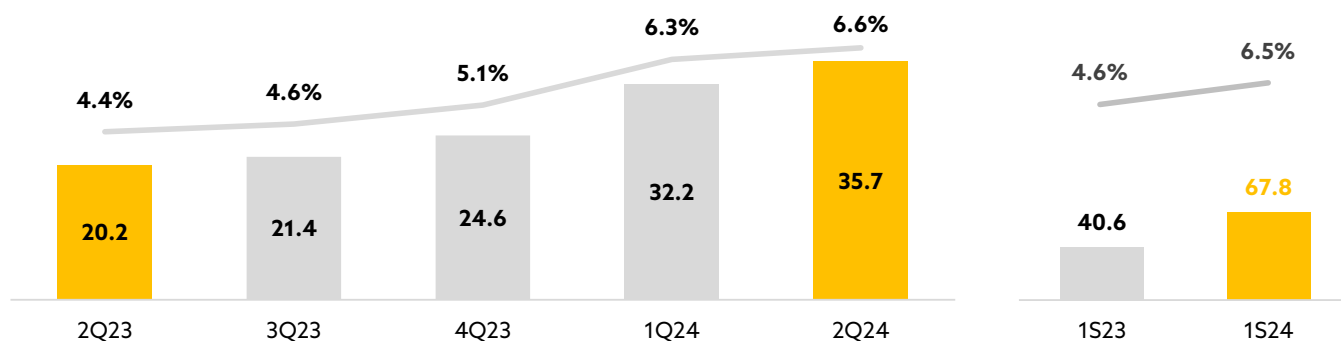
OMNICHANNEL

In 2Q24, non-face-to-face sales totaled R\$ 35.7 million, accounting for a growth of 76.4% when compared to 2Q23. Year-to-date, growth is 67.0%, reaching R\$ 67.8 million in sales, compared to R\$ 40.6 million in 2023.

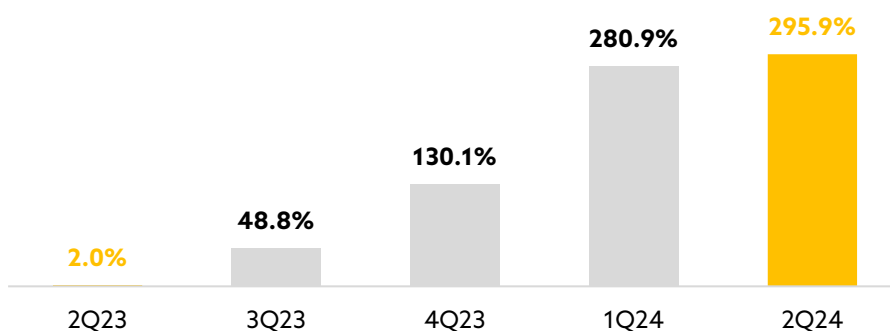
When we analyze e-commerce sales separately, we observe a growth of 295.9% compared to the same period of the previous year. This strong growth continues to boost the share of omnichannel sales in the Company's total sales, which in this quarter currently represents 6.6% of total sales, accounting for an increase of 2.2 p.p. in share compared to the same period of 2023.

Rede d1000 continues taking advantage of the growth potential of non-face-to-face sales, especially through e-commerce. The investments made have proven to be effective, with results consistently growing every quarter.

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



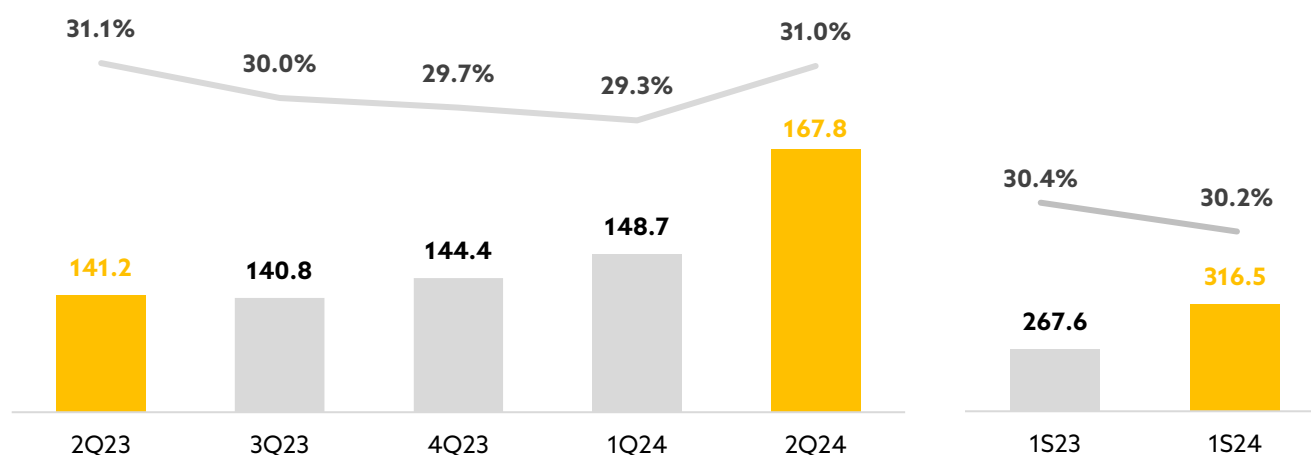
E-COMMERCE - EVOLUTION



GROSS INCOME

Gross Income totaled R\$ 167.8 million in 2Q24, 18.8% higher when compared to 2Q23. Gross margin was 31.0% versus 31.1% in 2Q23, remaining practically stable, even considering a smaller adjustment in drugs in 2024 (4.5%) versus 2023 (5.6%). Year-to-date, Gross Income reached R\$ 316.5 million, 18.3% higher when compared to 1S23, while gross margin decreased 0.2 p.p., totaling 30.2% in 1S24.

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



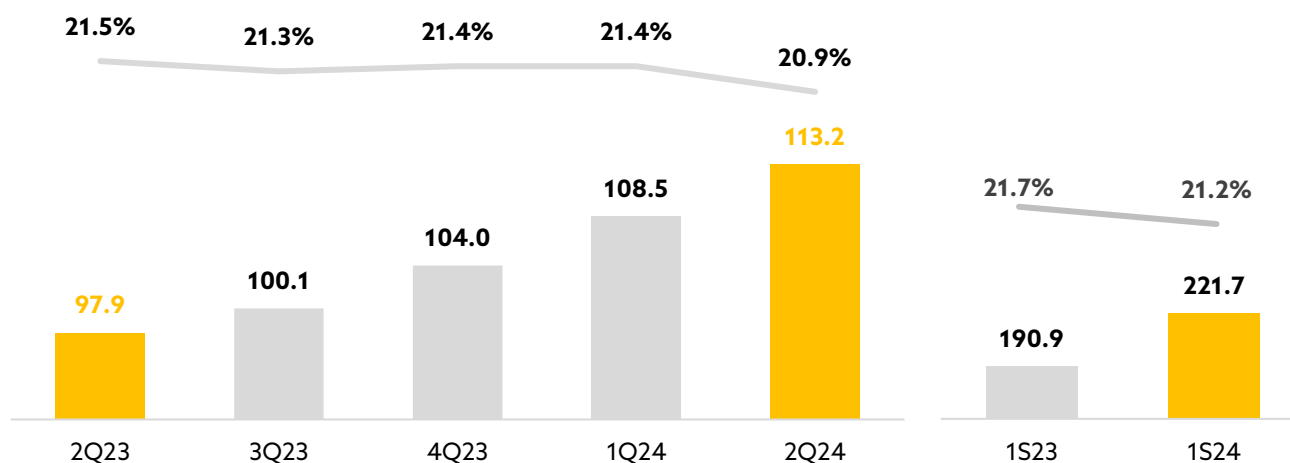
OPERATING EXPENSES

Sales Expenses

Sales Expenses reached R\$ 113.2 million in 2Q24 and R\$ 221.7 million in 1S24, accounting for an increase of 15.6% in the quarter and 16.2% in the half-yearly comparison. The increase in expenses was mainly driven by the growth in the store base in the periods. When we analyze expenses per store, we see an increase of approximately 2% year-on-year, well below inflation for the period. Furthermore, pre-operating expenses totaled R\$ 2.8 million in 2Q24 versus R\$ 2.3 million in 2Q23.

Even so, Rede d1000 continues reporting dilution of Sales Expenses, which in 2Q24 accounted for 20.9% of Gross Revenue, 0.6 p.p. lower than that reported in 2Q23. In the half-yearly comparison, sales expenses diluted 0.5 p.p.

SALES EXPENSES (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE

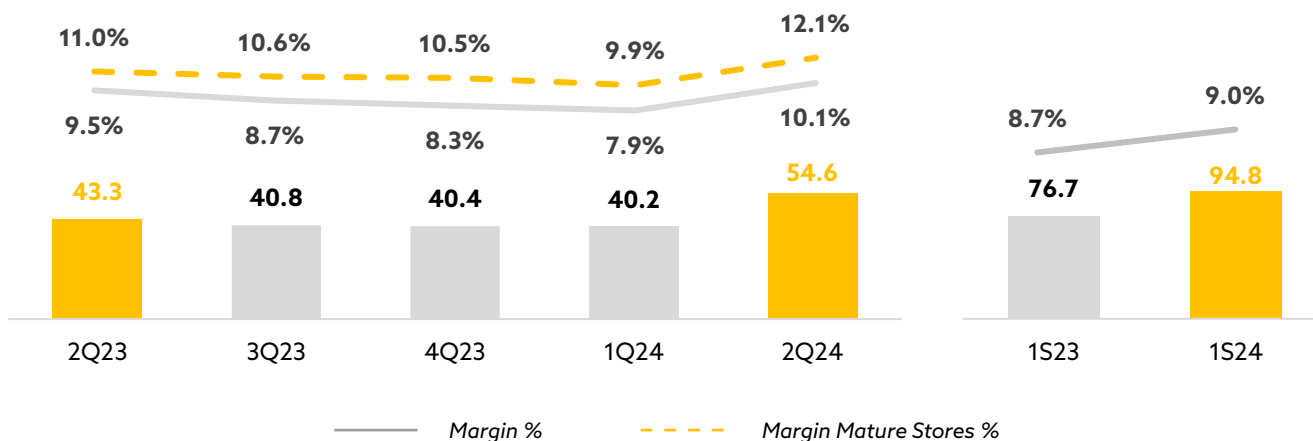


CONTRIBUTION MARGIN

The increase in sales drove the Contribution Margin to increase by 26.0% compared to 2Q23, reaching R\$ 54.6 million in the quarter, which accounts for 10.1% of the Company's Gross Revenue, 0.6 p.p. above that presented in 2Q23. Year-to-date, the Contribution Margin totaled R\$ 94.8 million, 23.6% higher than that recorded in the previous year and corresponding to 9.0% of Gross Revenue, an increase of 0.3 pp compared to 1S23.

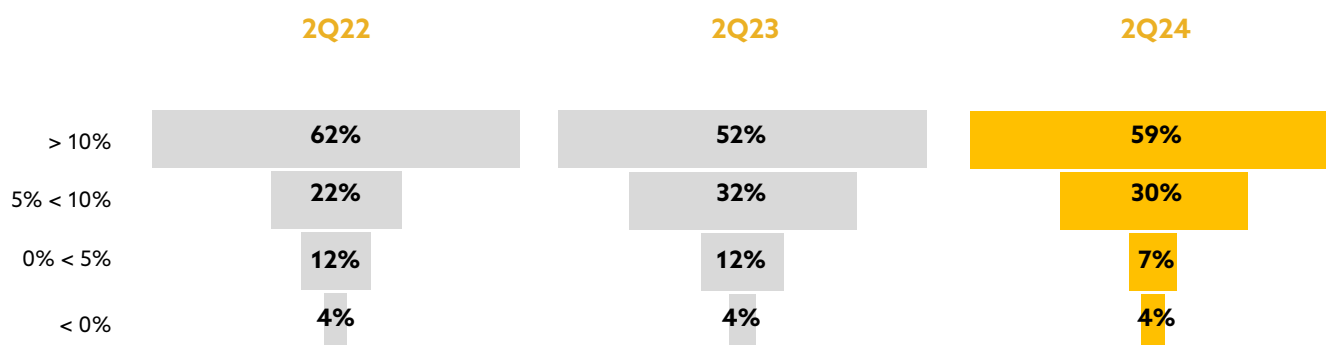
When we analyze the Contribution Margin of only mature stores, we observe an increase of 1.1 p.p. compared to 2Q23, contributing to the Company's consolidated results.

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.

CONTRIBUTION MARGIN | STORES

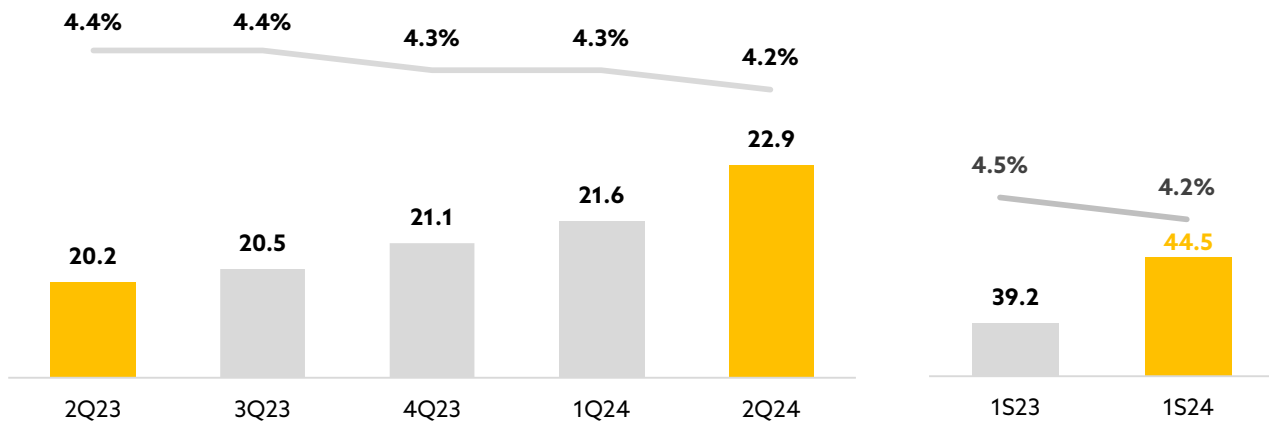


Only stores older than 6 months were considered

GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES - G&A

In 2Q24, General and Administrative Expenses reached R\$ 22.9 million, recording an increase of 13.5% compared to the same period in 2023. The Company continues to dilute Corporate Expenses, as it gains scale in sales and number of stores, even while maintaining investments in people and consultancies that will sustain future growth. The Company presented a dilution of 0.2 p.p. in the period, compared to 2Q23.

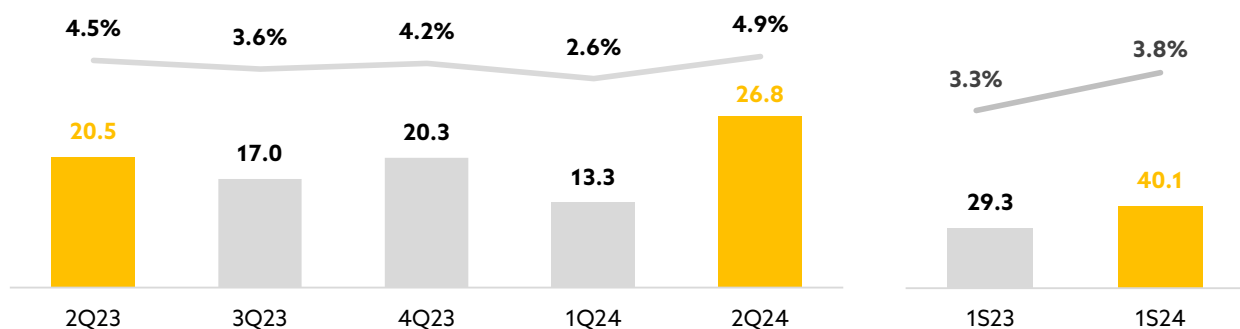
GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



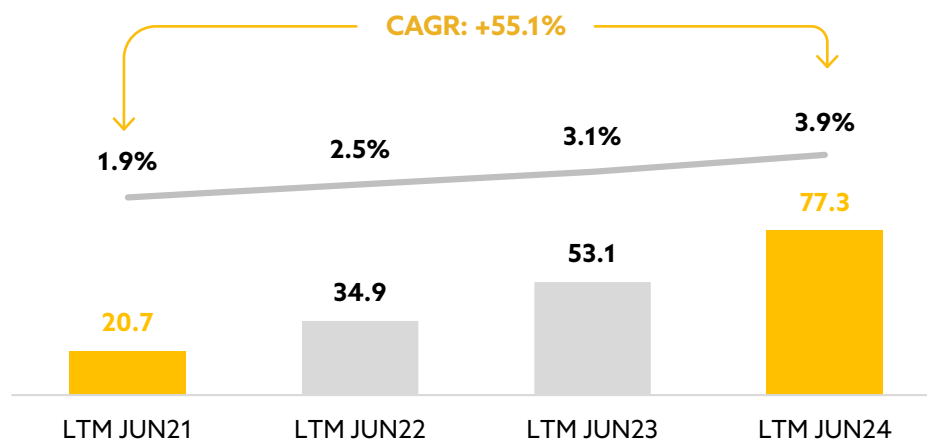
EBITDA

The good operational performance of Rede d1000 is resulting in an increase in EBITDA, which reached R\$ 26.8 million in 2Q24, 30.6% higher than that reported in the same period of 2023. The margin increased 0.4 p.p. in the period, reaching 4.9% of Gross Revenue. Year-to-date, the Company reported an increase of 36.9% compared to the same period last year, reaching R\$ 40.1 million in EBITDA, while its margin increased to 3.8%, 0.5 p.p. above the figure presented in 1S23. The good outcome is due to the Company's operational leverage capacity, generated based on the growing number of stores, increased sales, dilution of expenses and greater profitability of operations.

EBITDA (R\$ MILLION) AND % GROSS REVENUE



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



FINANCIAL RESULT AND INCOME TAX

In 2Q24, depreciation expenses reached R\$ 8.7 million, accounting for an increase of 13.3% compared to 2Q23, in line with the Rede d1000 expansion plan.

The negative financial result in 2Q24, in the amount of R\$ 0.3 million, slightly lower than the R\$ 0.4 million in the same period of the previous year, is mainly explained by the reduction in financial income on monetary restatement of tax credits.

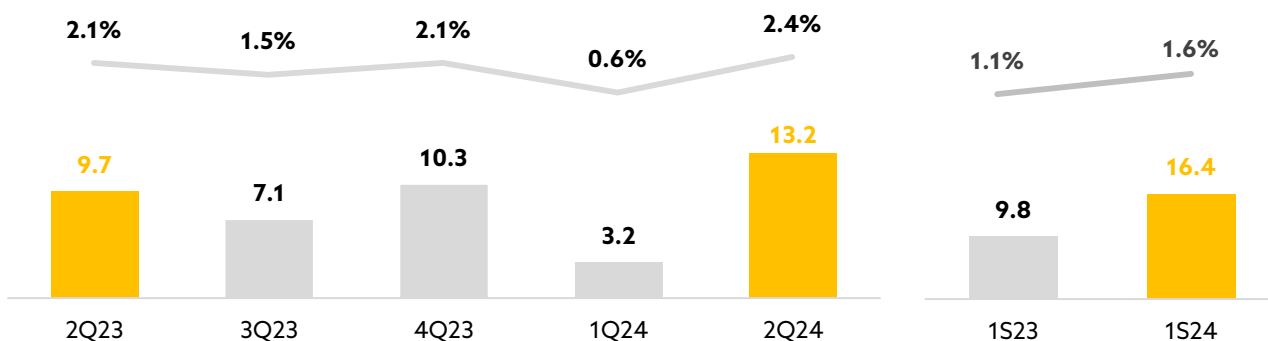
Income Tax and Social Contribution expenses totaled R\$ 4.6 million in 2Q24 and R\$ 5.7 million in 1S24, in line with the results presented and expected effective rate.

(R\$ million)	2Q23	2Q24	Chg. 2T23 X 2T24	1S23	1S24	Chg. 1S24 X 1S23
EBITDA	20.5	26.8	30.7%	29.3	40.1	36.9%
EBITDA Margin (%)	4.5%	4.9%	0.4 p.p.	3.3%	3.8%	0.5 p.p.
Depreciation and Amortization	-7.7	-8.7	13.3%	-15.2	-17.0	12.2%
Financial Result	-0.4	-0.3	-27.5%	-0.9	-1.0	10.8%
Income Tax/Social Contribution	-2.7	-4.6	69.6%	-3.4	-5.7	66.6%
Net income (loss)	9.7	13.2	36.1%	9.8	16.4	66.4%

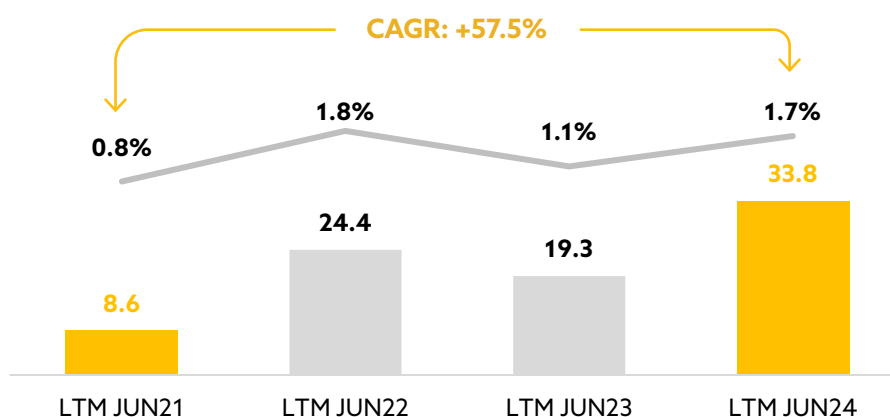
NET INCOME

In 2Q24, d1000 recorded net income of R\$ 13.2 million, 36.4% higher than that recorded in 2Q23, with a net margin higher by 0.3 p.p., reaching a level of 2.4%. When we look at the first semester of the year, we had a 66.4% increase in Net Income compared to the first semester of 2023. This also represented an increase of 0.5 p.p. in the net margin, which reached 1.6% in the period.

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



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



CASH CYCLE

In 2Q24, the Cash Cycle was 10.4 days versus 8.9 days in the same period of the previous year, mainly due to the increase in the number of days in inventories, which went from 49.6 days to 58.0 days. This change was due not only to the increase in the number of stores, but also to investments made in inventories of prescription products, dermocosmetics and others to meet sales opportunities identified in these categories.

It is worth stressing the competitive advantages of the integrated operating structure of Rede d1000 with Distribution, resulting in a shorter Cash Cycle in the Pharmaceutical Industry (which on average is more than 60 days), resulting in a greater capacity for reinvestment.

Cash Cycle (days)	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24
Accounts receivable	30.3	29.9	29.7	30.7	29.0
Inventory	49.6	51.9	53.4	52.7	58.0
Suppliers	70.9	72.7	77.1	74.3	76.7
Cash Cycle	8.9	9.1	6.0	9.1	10.4

CASH FLOW

In 2Q24, cash generation totaled R\$ 21.6 million, a result 141,1% higher than the amount of R\$ 8.9 million reported in 2Q23, the result not only of better results, but also of better efficiency in working capital management. Year-to-date, operational cash generation was R\$ 29.7 million, 28.5% higher than the same period in 2023.

The amount of R\$ 20.6 million was invested, mostly concentrated in the Company's expansion plan, which consumed R\$ 17.6 million, with further R\$ 3 million being invested in technology and business maintenance.

The Company continues adopting the strategy of financing the Expansion Plan with its own cash and does not expect to record Net Debt in a structural way, even if it may happen occasionally.

(R\$ million)	2Q23	2Q24	CHG. 2Q24 X 2Q23	1S23	1S24	CHG. 1S24 X 1S23
2Q23 x 2Q24	12.8	17.8	38.9%	1S24 x 1S23	22.0	54.8%
Depreciation and Amortization	7.7	8.7	13.2%	15.2	17.0	12.3%
Other Adjustments	4.0	7.0	75.2%	11.4	13.7	20.4%
Cash Cycle	-15.9	-10.2	-35.6%	-17.0	-26.7	57.6%
Other Assets/(Liabilities)	0.3	-1.7	-604.7%	-0.7	3.7	-658.3%
Operating Cash Flow	8.9	21.6	141.1%	23.1	29.7	28.5%
Investments	-13.6	-20.6	51.8%	-24.0	-33.6	39.9%
Free Cash Flow	-4.6	0.9	-120.2%	-0.9	-3.8	349.6%
Financing	-1.8	-4.8	168.6%	-3.6	8.3	-328.5%
Total Cash Flow	-6.4	-3.8	-40.2%	-4.5	4.4	-198.9%

INDEBTEDNESS

The Company's net cash closed the quarter at R\$ 11,0 million, in line with that presented in 1Q24.

The Profarma Group obtained the release of a credit facility up to a limit of R\$ 123.0 million from FINEP to support part of its investments in the Group's research, development and innovation projects. The credit facility has a term of 12 years, with a three-year grace period and a cost equivalent to 50% of the CDI, with the 1st installment having already been raised on April 3, 2024 in the amount of R\$ 58.5 million. Rede d1000 appears as a co-executor in the project, which included part of its projects in this area and received a portion of this 1st installment on 05/06/24, equivalent to R\$ 14.7 million, which served to reduce the cost and extend the average debt term, without changing the Company's gross debt level.

Net Cash Calculation (R\$ million)	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24
Gross Debt	-27.5	-26.8	-26.8	-41.0	-37.7
Short Term	-4.7	-5.4	-9.3	-24.8	-13.4
Long Term	-22.8	-21.4	-17.5	-16.2	-24.2
(+) Cash and cash equivalents	52.0	52.0	44.2	52.5	48.6
Net Cash	24.4	25.2	17.4	11.5	11.0

Rede d1000 develops ESG topics across all fronts and maintains the Company's full strategy aligned with the UN's (United Nations) 2030 agenda, prioritizing the SDGs:



ENVIRONMENTAL

Gold Seal GHG Protocol/Getúlio Vargas Foundation: Completion of the emissions inventory, which identifies and quantifies the sources of greenhouse gases emitted by an organization.

Climate Change Mitigation: Offsetting part of the emissions by investing in REDD+ projects of the Rio Preto-Jacundá Extractive Reserve, which aim at conserving the Amazon forest, its biodiversity, and the sustainable development of local communities. The company's climate commitments follow the guidelines of the Paris Agreement, which seeks to limit the temperature increase to 1.5°C above pre-industrial levels.



SOCIAL

People Development: Throughout May 2024, meetings were held at UNICEF's regional offices in Rio de Janeiro and Brasília for the Rede d1000 teams, with the aim of presenting the results of the strategic partnership.

Employability and Education: The Profarma Institute held a discussion round on "Employability and Education" for young people in vulnerable situations supported by six social organizations. The event, which took place in Rio de Janeiro (RJ), brought together Ambassadors of Good and guests who shared their professional experiences, study opportunities, and tips for entering the job market.

Children and Adolescents' Rights: Promotion and support of initiatives against violence and sexual exploitation to ensure the rights of Brazilian children and adolescents. For the third consecutive year, the Company received the Child-Friendly Company seal, awarded by the Abrinq Foundation.



GOVERNANCE

Publication of the 1st Sustainability Report based on GRI indicators: Global Reporting Initiative content that demonstrates the Company's solid positioning, its ethical standards, transparency, and commitment to the Global Compact. The report is a snapshot of 2023, the year in which Rede d1000 celebrated its 10th anniversary. [Click here to access the report.](#)

New Board Member at Rede d1000: Jandaraci Araújo has over 25 years of experience in financial, marketing, B2B sales, and digital transformation areas in both online and offline retail companies. She is a sustainability specialist and has experience in the public sector, where she held an executive position at the state level. Jandaraci is a member of the Board of the Commercial Registry of São Paulo, where she leads the digital transformation pillar.

Co-founder of the Conselheira 101 Institute, focused on executive training for Black and Indigenous women, Jandaraci is also a board member of Future Carbon Group S.A., Kunumi S.A., and the Inhotim Institute, as well as a Fiscal Counselor for Vetor Brasil and Vale S.A.

Jandaraci is also recognized as a LinkedIn Top Voice in the areas of Gender Equity and ESG. She works as a professor, speaker, and advocate for new ideas. **This action strengthens Rede d1000's journey towards earning the Women on Board Seal (www.wobwomenonboard.com).**

FINANCIAL STATEMENTS

R\$ million	IFRS-16		Without IFRS-16		IFRS-16		Without IFRS-16	
	2Q23	2Q24	2Q23	2Q24	1S23	1S24	1S23	1S24
Gross Revenue	454,5	541,0	454,5	541,0	879,6	1.048,2	879,7	1.048,2
RX	188,8	229,0	188,8	229,0	362,7	442,0	362,7	442,0
HB	108,3	128,0	108,3	128,0	219,2	254,8	219,2	254,8
OTC	104,2	120,0	104,2	120,0	197,3	231,6	197,4	231,6
Generic	53,2	64,0	53,2	64,0	100,4	119,8	100,4	119,8
Revenue deductions	-20,8	-27,8	-20,8	-27,8	-40,4	-53,2	-40,4	-53,2
Net operating revenue	433,7	513,2	433,7	513,2	839,2	995,0	839,2	995,0
Costs of products sold	-292,5	-345,4	-292,5	-345,4	-571,6	-678,5	-571,6	-678,5
Gross Profit	141,2	167,8	141,2	167,8	267,6	316,5	267,6	316,5
Gross Margin (Net Revenue)	32,6%	32,7%	32,6%	32,7%	63,8%	63,6%	63,8%	63,6%
Gross Margin (Gross Revenue)	31,1%	31,0%	31,1%	31,0%	60,8%	60,3%	60,8%	60,3%
Operating expenses	-125,2	-145,3	-128,4	-149,7	-245,9	-285,0	-253,5	-293,4
General and Administrative Expenses	-15,6	-16,8	-15,5	-21,2	-29,9	-34,2	-34,1	-42,6
Sales Expenses	-110,6	-127,3	-113,9	-127,3	-213,4	-248,4	-216,8	-248,4
Other operating revenues/expenses	1,0	-1,2	1,0	-1,2	-2,6	-2,4	-2,6	-2,4
Result before Financial Result	16,0	22,5	12,8	18,1	21,7	31,5	14,1	23,1
Financial Result	-5,9	-8,1	-0,4	-0,3	-13,3	-15,8	-0,9	-1,0
Finance income	1,1	1,2	1,1	1,2	2,4	2,0	2,4	2,0
Finance expenses	-7,0	-9,3	-1,5	-1,5	-15,7	-17,8	-3,3	-3,0
Profit before taxes	10,1	14,4	12,4	17,8	8,4	15,7	13,2	22,1
Income Tax and Social Contribution	-2,1	-3,5	-2,7	-4,6	-2,0	-3,8	-3,4	-5,7
Profit/Loss for the period	8,0	10,9	9,7	13,2	6,4	11,9	9,8	16,4

BALANCE SHEET

(R\$ thousand)	31/12/2023	30/06/2024		
	IFRS16	IFRS16	Reclassification	IAS 17
Cash and cash equivalents	44,229	48,646		48,646
Financial instruments	0	0		0
Accounts Receivable	160,447	174,480		174,480
Inventories	189,124	222,596		222,596
Recoverable taxes	51,262	39,603		39,603
Other receivables	27,284	32,755		32,755
Total Current Assets	472,346	518,080	0	518,080
Judicial Deposits	4,726	4,149		4,149
Financial instruments	0			0
Deferred Income Tax and Social Contribution	104,030	106,560	-17,477	89,083
Recoverable taxes	13,076	8,228		8,228
Other receivables	519	519		519
Fixed Assets	353,422	411,005	-249,318	161,687
Intangible Assets	600,400	603,113		603,113
Total Non-Current Assets	1,076,173	1,133,574	-266,795	866,779
Total Assets	1,548,519	1,651,654	-266,795	1,384,859
Suppliers	268,483	291,455		291,455
Suppliers - Discounted Bills	4,545	2,789		2,789
Loans and financing	9,288	13,449		13,449
Salaries and social contributions	39,676	48,158		48,158
Taxes and fees	10,368	8,741		8,741
Lease Liabilities	65,763	73,022	-73,022	0
Others	9,761	12,314		12,314
Accounts payable - subsidiary acquisition	0	0		0
Total Current Liabilities	407,884	449,928	-73,022	376,906
Loans and financing	17,546	9,504		9,504
Taxes and fees	328	244		244
Deferred taxes	40,219	40,277		40,277
Provision for Contingencies	20,332	20,176		20,176
Accounts payable - subsidiary acquisition	0	0		0
Lease liabilities	191,355	233,941	-233,941	0
Others		14,720		14,720
Total Non-Current Liabilities	269,780	318,862	-233,941	84,921
Share Capital	1,004,004	1,004,004		1,004,004
Accumulated Losses	-133,149	-121,140	40,168	-80,972
Total Shareholders' Equity	870,855	882,864	40,168	923,032
Total Shareholders' Equity and Liabilities	1,548,519	1,651,654	-266,795	1,384,859

CASH FLOW (INDIRECT METHOD)

R\$ thousand	2Q23		2Q24		1S23		1S24	
	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Sem IFRS 16	IFRS16	Without IFRS 16	IFRS16	Whitout IFRS 16
Cash flows from operating activities								
Net income (loss) before Income Tax/Social Contribution	10,087	12,374	14,455.0	17,784.0	8,339.0	13,213.0	15,802.0	22,049.0
Adjustments to reconcile net income to cash and cash equivalents generated by operating activities:								
Depreciation and amortization	7,679	7,679	8,695	8,695	15,155	15,155	17,022	17,022
Depreciation of right-of-use assets	18,334	0	20,020	-	35,589	-	39,430	-
Interest on Provisioned Loans	1,094	1,094	1,023	1,023	2,250	2,250	1,986	1,986
Provision/Reversal for expected credit losses	106	106	63	63	177	177	140	140
Gain/Loss on the disposal of fixed and intangible assets	254	254	472	472	568	568	520	520
Gain/Loss on the reversal of right-of-use assets	-423	0	(56)	-	(610)	(187)	(539)	-
Provision/Reversal for inventory loss	-1	-1	142	142	177	177	292	292
Provision/Reversal for contingencies	549	549	606	606	1,311	1,311	1,172	1,172
Provision/Reversal of tax installments	-366	-366	(39)	(39)	(1,084)	(1,084)	(53)	(53)
Financial charges on right-of-use assets	5,508	0	7,725	-	12,438	-	14,652	-
Others	3,414	2,785	4,827	4,779	9,681	9,052	10,306	9,621
	46,235	24,474	57,933	33,525	83,991	40,632	100,730	52,749
Decrease (increase) in assets								
Accounts Receivable	-5,475	-5,475	(1,791)	(1,791)	(18,525)	(18,525)	(14,176)	(14,176)
Inventories	-13,983	-13,983	(28,828)	(28,828)	(4,990)	(4,990)	(34,846)	(34,846)
Recoverable taxes	1,118	1,118	1,628	1,628	4,550	4,550	3,852	3,852
Commercial agreements			(4,968)	(4,968)	(1,809)	(1,809)	(1,572)	(1,572)
Others	-470	-470	(1,685)	(1,685)	(1,502)	(1,502)	(3,310)	(3,310)
Increase (decrease) in liabilities								
Suppliers	3,562	3,562	20,381	20,381	6,649	6,649	22,284	22,284
Salaries and contributions	1,375	1,375	123	123	841	841	1,215	1,215
Taxes payable	1,976	1,976	8,070	8,070	2,772	2,772	12,340	12,340
IRPJ and CSLL paid	-3,470	-3,470	(3,951)	(3,951)	(4,133)	(4,133)	(7,054)	(7,054)
Others	-188	-188	(938)	(938)	(1,351)	(1,383)	(1,764)	(1,764)
Net cash generated (used) by operating activities	30,680	8,919	45,974	21,566	66,493	23,102	77,699	29,718
Cash flows from investing activities								
Payments for acquisitions	(1,107)	(1,107)	-	-	(2,248)	(2,248)	-	-
Additions to fixed assets	(8,822)	(8,822)	(16,096)	(16,096)	(17,130)	(17,130)	(25,281)	(25,281)
Additions to intangible assets	(3,663)	(3,663)	(4,530)	(4,530)	(4,607)	(4,607)	(8,274)	(8,274)
Net cash used in investing activities	-13,592	-13,592	(20,626)	(20,626)	(23,985)	(23,985)	(33,555)	(33,555)
Cash flows from financing activities								
Intercompany loan obtained - Principal	-	-	14,700	14,700	-	-	14,700	14,700
Payment of intercompany loan - Interest	-	-	(68)	(68)	-	-	(68)	(68)
Loans obtained - Principal	0	0	-	-	-	-	19,000	19,000
Payment of loans - Amortization	-714	-714	(18,397)	(18,397)	(1,428)	(1,428)	(23,425)	(23,425)
Payment of loans - Interest	-1,067	-1,067	(1,019)	(1,019)	(2,185)	(2,185)	(1,953)	(1,953)
Payment of lease right-of-use - Amortization	-21,761	0	(19,741)	-	(43,391)	-	(37,274)	-
Payment of lease right-of-use - Interest			(4,667)	-	-	-	(10,707)	-
Net cash used (generated) in financing activities	-23,542	-1,781	(29,192)	(4,784)	(47,004)	(3,613)	(39,727)	8,254
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	-6,454	-6,454	(3,844)	(3,844)	(4,496)	(4,496)	4,417	4,417
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	58,423	58,423	52,490	52,490	56,465	56,465	44,229	44,229
Cash and cash equivalents at the end of the period	51,969	51,969	48,646	48,646	51,969	51,969	48,646	48,646



DMVF
B3 LISTED NM

ABOUT THE COMPANY

We are a chain of drugstores formed by the acquisitions of Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio and Drogaria Rosário brands. We have 251 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 4,000 employees, they serve more than 2.5 million consumers/month. Our platform – with its multiple and complementary positioning – allows us to experience the particularities and needs of all social classes of the Brazilian population, inaugurating a unique popular model and respecting the characteristics of each region.



LEGAL NOTICE

The assertions contained in this document related to business prospects, projections of operating and financial results, as well as those related to the growth prospects, are merely projections and, as such, are based exclusively on the Management's expectations about the future of the businesses. These expectations depend substantially on market conditions, legislation, the performance of the Brazilian economy, the industry and international markets and, thus, are subject to change without prior notice.