

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS 3T23**

8 de novembro de 2023

WEBCAST

9 de novembro, quinta-feira, às 11h

CLIQUE AQUI 

CONTATO RI

ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



A Rede d1000 encerra o 3º trimestre de 2023 com Receita Bruta de **R\$ 469,1 milhões**, avanço de **17,3%** em relação ao mesmo período do ano anterior, acumulando **R\$ 1.348,7 milhões** no ano, crescimento de **18,5%**.

DESTAQUES 3T23

R\$ 469,1 MM

Receita bruta
Evolução de **17,3%**

R\$ 693,8 K

Venda média/loja
Evolução de **10,6%**

R\$ 40,8 MM

Margem de contribuição
Crescimento de **13,2%**
e margem de **8,7%**

R\$ 17,0 MM

Ebitda
Maior em **12,6%** e
margem de **3,6%**

R\$ 7,1 MM

Lucro líquido
Crescimento de **38,2%**

9,1 dias

Ciclo de caixa
Menor em 3 dias

PRINCIPAIS INDICADORES

	3T22	4T22	1T23	2T23	3T23	VAR. 3T23 X 3T22	9M22	9M23	VAR. 9M23 X 9M22	
Nº de lojas	212	218	218	220	227	7,1%	212	227	7,1%	
<i>(R\$ milhões)</i>										
Receita Bruta	400,1	419,5	425,1	454,5	469,1	17,3%	1.138,5	1.348,7	18,5%	
Lucro Bruto	122,0	123,3	126,4	141,2	140,8	15,5%	352,2	408,4	16,0%	
Margem Bruta (% Receita Bruta)	30,5%	29,4%	29,7%	31,1%	30,0%	-0,5 p.p	30,9%	30,3%	-0,6 p.p	
EBITDA (*)	15,1	8,7	8,8	20,5	17,0	12,6%	40,8	46,3	13,4%	
Margem EBITDA (% da Receita Bruta)	3,8%	2,1%	2,1%	4,5%	3,6%	-0,2 p.p	3,6%	3,4%	-0,2 p.p	
Lucro Líquido	5,1	4,3	0,2	9,7	7,1	38,2%	13,1	16,9	29,0%	
Margem líquida (% da Receita Bruta)	1,3%	1,0%	0,0%	2,1%	1,5%	0,2 p.p	1,2%	1,3%	0,1 p.p	

Rio de Janeiro, 8 de novembro de 2023 - A d1000 Varejo Farma SA. ("Rede d1000" ou "Companhia", B3: DMVF3), anuncia os resultados do terceiro trimestre (3T23). 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 (3T22).

PORTFÓLIO DE LOJAS

No 3T23, a Companhia inaugurou 8 lojas no Rio de Janeiro, seguindo a estratégia de adensamento na região e realizou a reforma de duas lojas, sendo 1 no Rio de Janeiro e 1 em Brasília. No período, foi fechada 1 loja no Rio de Janeiro, totalizando 227 lojas ao final de setembro/23, o que representa uma adição de 15 lojas (+7,1%) em relação ao mesmo período do ano anterior.

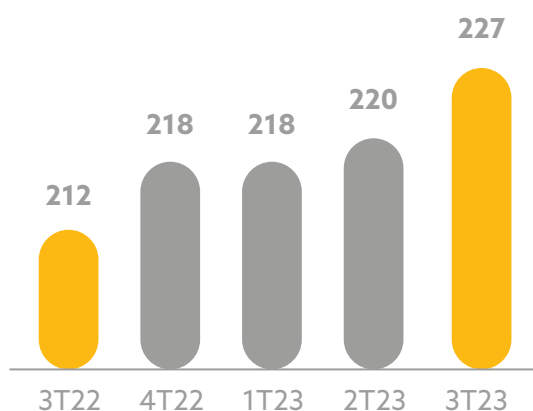
Seguindo o compromisso de expansão do *portfólio*, em linha com o Fato Relevante divulgado em 09 de agosto de 2023, a Rede d1000 conta com 17 lojas inauguradas até setembro/23 e outras 13 previstas para serem inauguradas até dezembro. Com relação a modernização das lojas, a Companhia já reformou 7 unidades e outras 5 serão reformadas até o final do ano.

Atualmente, 65 lojas da Drogaria Rosário estão localizadas no Centro-Oeste, sendo 59 no Distrito Federal e 6 no Mato Grosso, e 162 no estado do Rio de Janeiro das bandeiras Drogasmil, Farmalife e Drogarias Tamoio.

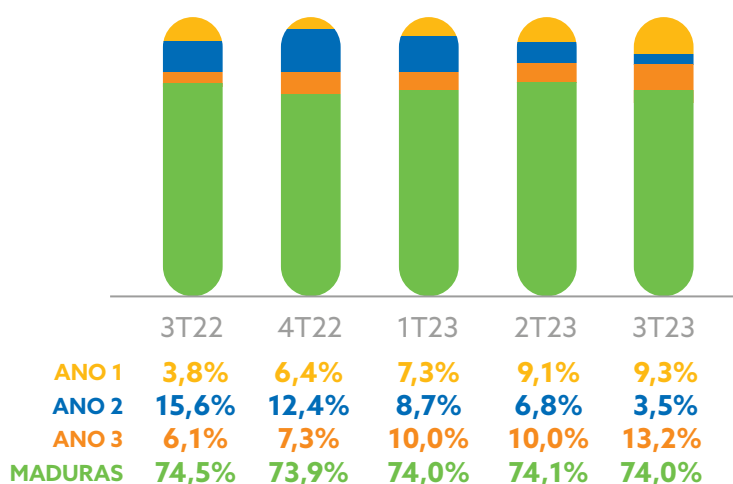
A Rede d1000 encerrou o 3T23 com 26,0% das lojas em processo de maturação. O perfil das lojas continua sendo majoritariamente "Padrão", que representa 48,5% do portfólio, seguido de lojas "Popular" com 33,5% e as lojas "Premium" representam 18,1% da base total.

Para 2024, de acordo com Fato Relevante divulgado em 8 de novembro de 2023, a Companhia espera abrir 35 novas lojas e reformar outras 10 lojas, normalizando a velocidade de adições líquidas de lojas, uma vez que a revisão do portfólio existente já foi realizada e as unidades fechadas tendem a ser mais pontuais, de acordo com a dinâmica do nosso mercado.

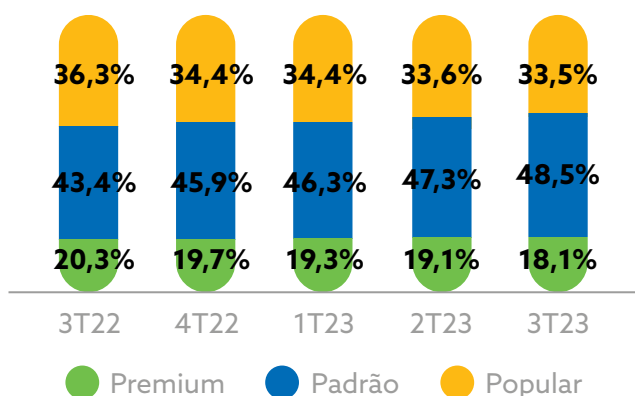
NÚMERO DE LOJAS



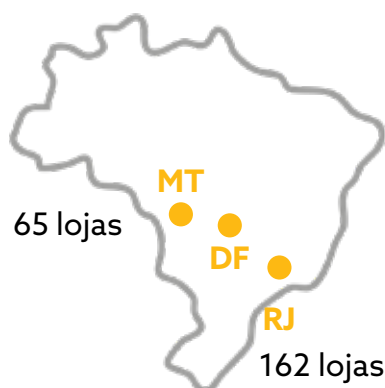
DISTRIBUIÇÃO ETÁRIA DO PORTFÓLIO DE LOJAS



COMPOSIÇÃO DA REDE DE LOJAS POR PERFIL (%)



PRESENÇA GEOGRÁFICA



DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

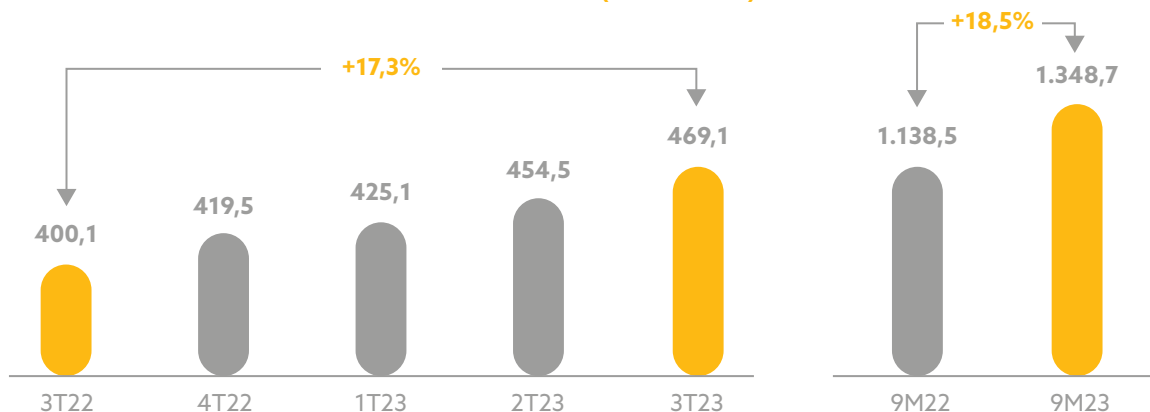
RECEITA BRUTA

A receita totalizou R\$ 469,1 milhões no 3T23, um aumento de 17,3% em relação ao 3T22, com crescimento tanto na visão mesmas lojas quanto em lojas maduras, de 14,0% e 11,7% respectivamente. No acumulado do ano as vendas alcançaram R\$ 1,3bilhão, o que representa um crescimento de 18,5% em relação ao 9M22.

Vale ressaltar o crescimento em mesmas lojas e lojas maduras, que continua em ritmo forte e bem acima da inflação, reflexo das diversas estratégias que a Companhia vem adotando ao longo dos períodos, tais como melhor mix de produtos, reforço no CRM, reformas de lojas, melhoria da experiência do cliente, entre outras.

De acordo com dados do IQVIA Brasil, considerando nossas áreas de atuação, a Companhia continua ganhando espaço no mercado, registrando crescimento de 17,3% no 3T23, versus 7,9% do Mercado Farma. No acumulado do ano, a Rede d1000 cresceu 18,5% e o Mercado Farma 7,6%, ambos na comparação 9M23 vs 9M22.

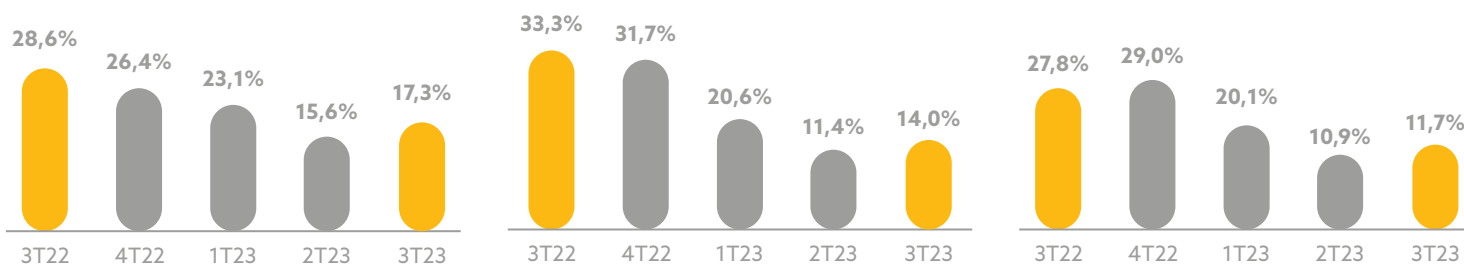
RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



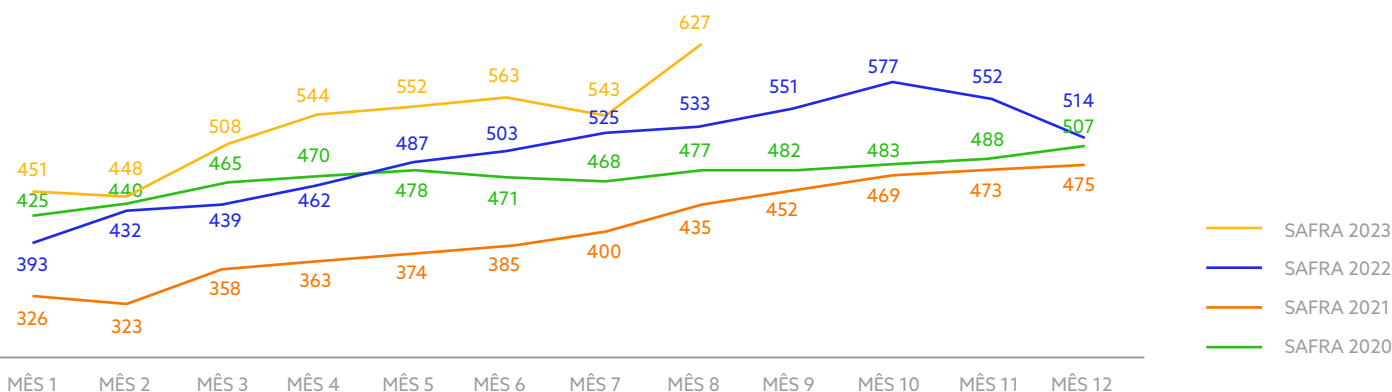
CRESCIMENTO - TOTAL

CRESCIMENTO - MESMAS LOJAS

CRESCIMENTO - LOJAS MADURAS

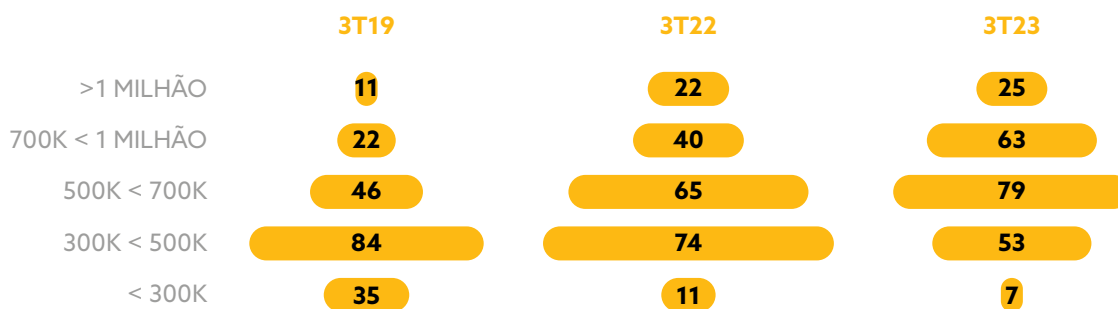


A expansão da Rede d1000 também vem contribuindo de forma assertiva para o crescimento, com safras atuais apresentando vendas acima da média das safras anteriores. O gráfico abaixo considera os 12 primeiros meses de funcionamento das lojas em seus respectivos anos de início das atividades demonstrando que a safra de 2023 possui faturamento maior quando comparada com as safras anteriores. Tal performance é reflexo do amadurecimento contínuo do projeto de expansão e escolha dos novos pontos, tornando o modelo cada vez mais assertivo.

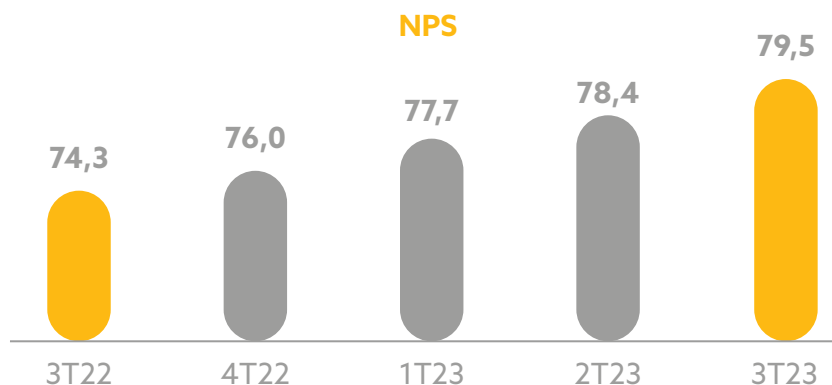


Alinhado ao gráfico de crescimento das lojas novas demonstrado acima, o histórico de venda média maior que R\$ 1,0 milhão vem aumentando ao longo dos períodos, enquanto as lojas que possuem faturamento menor que R\$ 300mil vem reduzindo. Além da estratégia de expansão já explicada anteriormente, as iniciativas de melhoria operacional nas lojas já existentes e o fechamento das lojas com o desempenho abaixo do esperado são essenciais para o bom desempenho das lojas da rede. Para uma melhor análise evolutiva, foram desconsiderados os anos de 2020 e 2021, onde a operação foi mais afetada pela pandemia.

VENDA MÉDIA | LOJAS



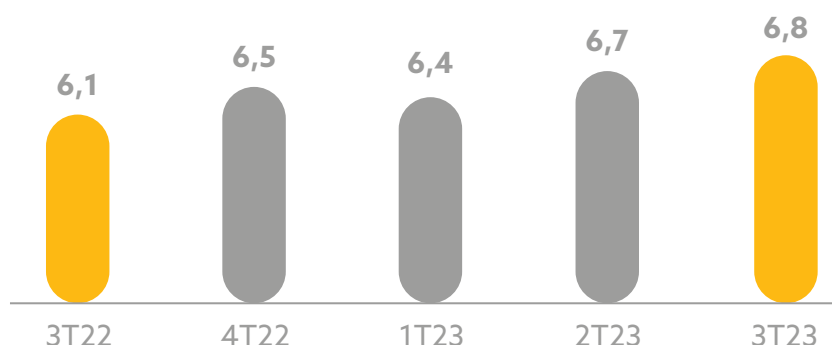
A Companhia continuou evoluindo em satisfação dos consumidores, medida pelo NPS⁽¹⁾, que alcançou 79,5 pontos no 3T23, melhor em 5,2 pontos quando comparado com o mesmo período do ano anterior.



Não contempla informações da rede de lojas Drogarias Tamoio.

No 3T23, a Rede d1000 registrou aumento de 11,3% no número de clientes, o que representa um incremento de mais de 690 mil clientes na comparação trimestral, alcançando 6,8 milhões de clientes. De acordo com dados da IQVIA Brasil, a Rede d1000 alcançou 9,9% de participação de mercado em setembro/23, considerando suas regiões de atuação - Rio de Janeiro e Brasília, o que representa um crescimento de 0,7p.p. em relação a setembro/22.

BASE DE CLIENTES (# MILHÕES)

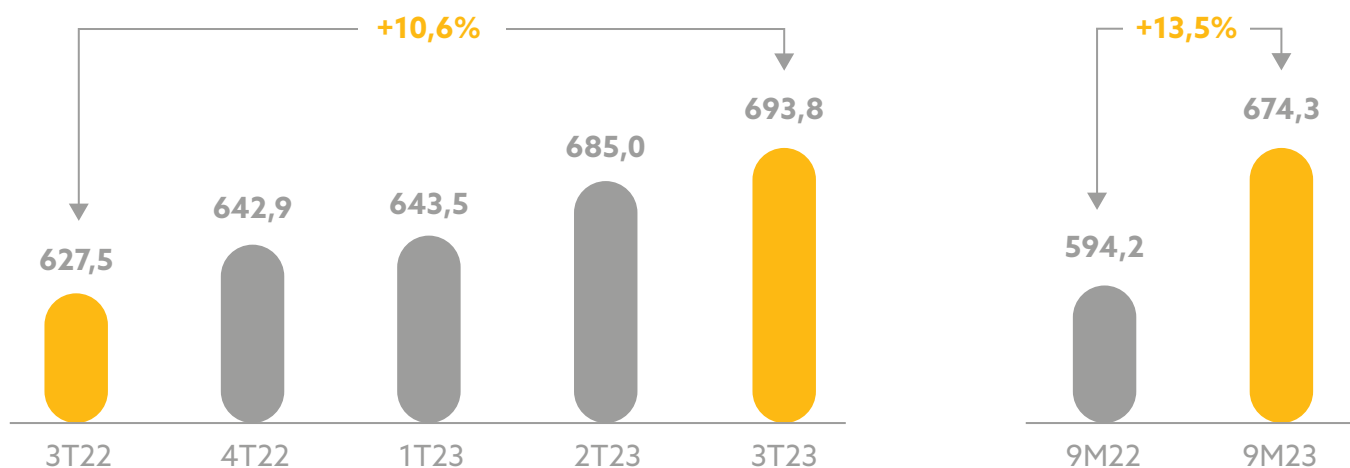


VENDA MÉDIA POR LOJA

A venda média por loja continuou sua tendência de crescimento durante o terceiro trimestre de 2023, atingindo o montante de R\$ 693,8 mil, o que representa um aumento de 10,6% em comparação com o mesmo período de 2022. Nos primeiros nove meses do ano, a venda média alcançou R\$ 674,3 mil, comparada a R\$ 594,2 mil por loja no período correspondente do ano anterior.

A Companhia relançou o Programa de CRM em 2021 e, desde então, vem aprimorando as ações que visam ampliar o relacionamento com a base de clientes. Ao final do 3T23, a Companhia já identificava 93% das vendas e aumentou em 85,9% a base de clientes cadastrados na plataforma em relação ao 3T22 e 13,5% vs 2T23, o que também vem contribuindo para o aumento de venda média por loja ao longo dos períodos.

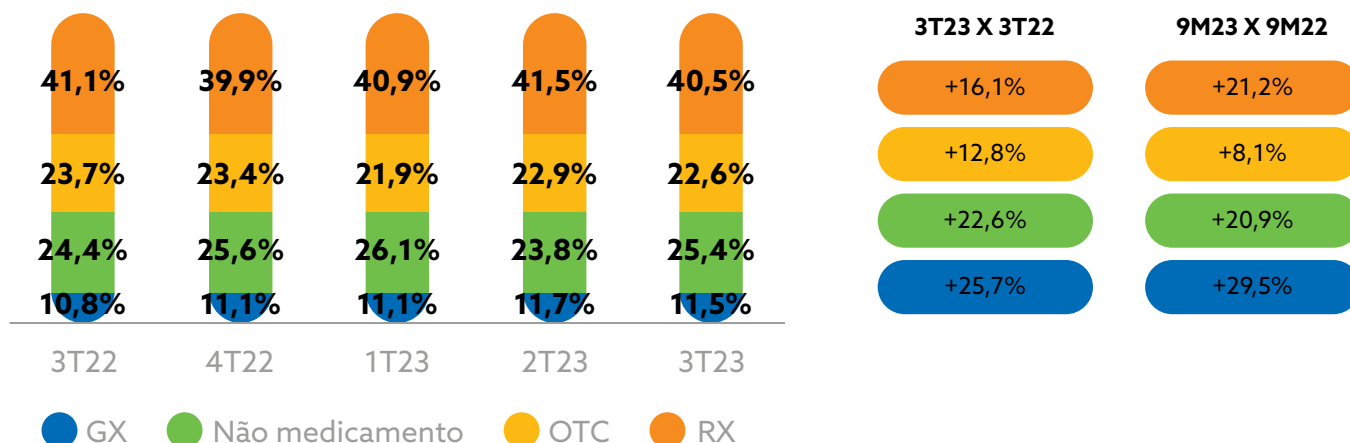
VENDA MÉDIA POR LOJA (R\$ MIL)



MIX DE VENDA

Todas as categorias registraram boa *performance* em mais um trimestre consecutivo, com destaque para os medicamentos genéricos e a categoria de não medicamentos, que neste trimestre cresceram 25,7% e 22,6% respectivamente. A venda de medicamentos RX superou em 16,1% e a categoria OCT obteve crescimento de 12,8% ambos na comparação com o mesmo período do ano anterior.

PARTICIPAÇÃO DE VENDA POR CATEGORIA - 3T23 X 3T22





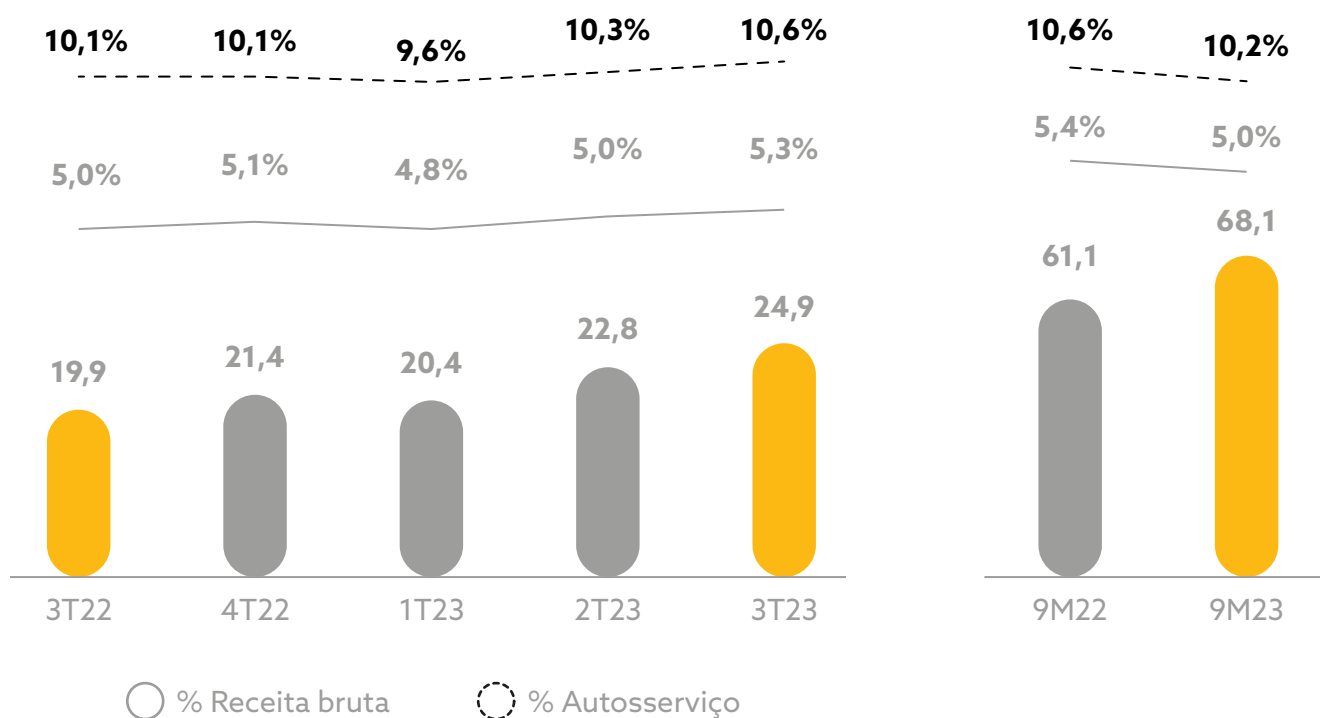
MARCAS EXCLUSIVAS

A Companhia encerrou o 3T23 com recorde de vendas em suas marcas exclusivas, totalizando R\$ 24,9 milhões, o que representou um aumento de 25% quando comparado com o 3T22, mesmo considerando o incremento das vendas relacionadas à cesta COVID, que somou mais de R\$ 2,2 milhões no 3T22.

No acumulado do ano, as vendas com marcas exclusivas totalizaram R\$ 68,1 milhões, maiores em 11,4% (vs 9M22), mesmo com um 2022 beneficiado pelas receitas oriundas da cesta COVID em aproximadamente R\$ 10,4 milhões no 9M22.

As marcas exclusivas corresponderam a 5,3% da receita total e 10,6% do autosserviço no 3T23. Nos 9 primeiros meses do ano foram realizados 46 lançamentos, contando com 244 produtos exclusivos disponíveis para a venda, distribuídos em 58 categorias.

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

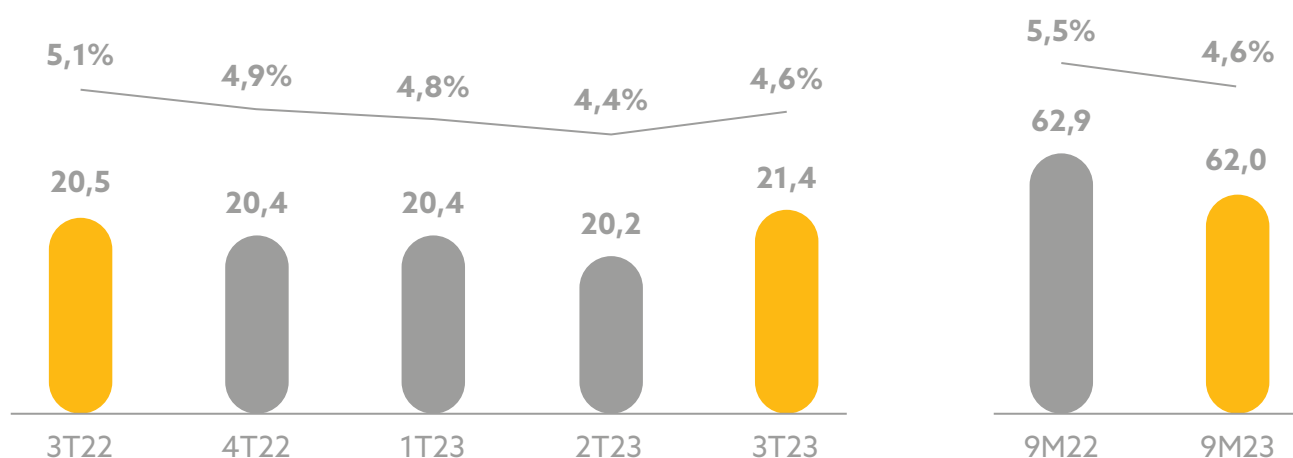


OMNICHANNEL

No 3T23, as vendas *Omnichannel* voltaram a crescer e alcançaram R\$ 21,4 milhões, aumento de 4,1% em relação ao 3T22, representando 4,6% da Receita Bruta. Após um período de troca e ajustes na plataforma, reforço do time e reavaliação do mix de produtos no *e-commerce*, a expectativa é de que as vendas não presenciais retomem níveis de crescimento normalizados e, conseqüentemente, aumentem a participação em relação às vendas totais da Companhia.

No acumulado do ano as vendas atingiram R\$ 62,0 milhões, inferiores em 1,5% quando comparado com o mesmo período do ano anterior, totalizando 4,6% do total da Receita Bruta.

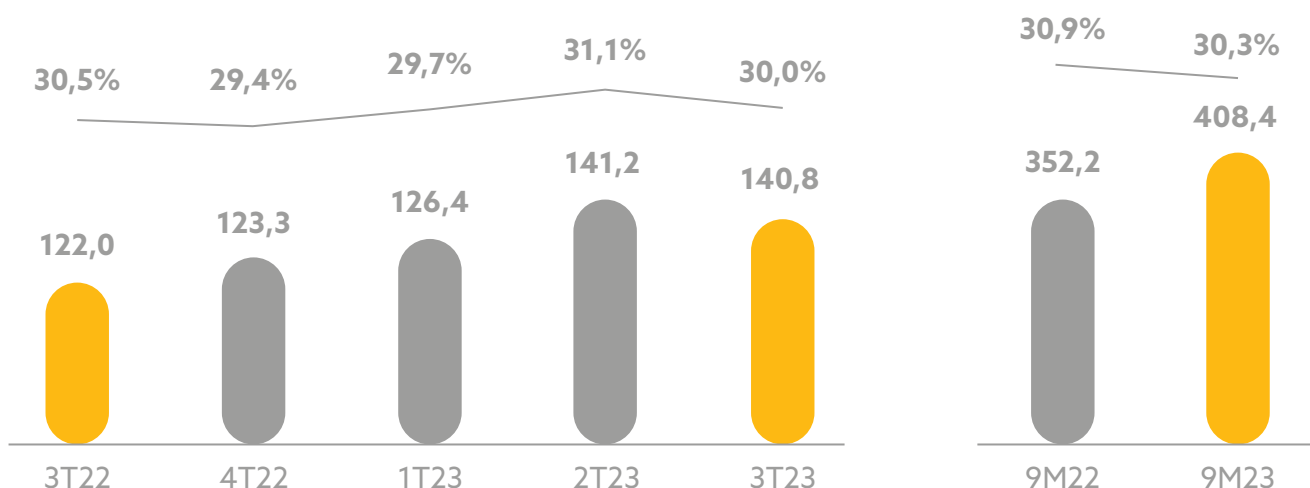
OMNICHANNEL VENDA (R\$ MILHÕES) E % NA RECEITA BRUTA TOTAL



LUCRO BRUTO

O lucro bruto somou R\$ 140,8 milhões no 3T23, superior em 15,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, com margem bruta de 30%, 0,5p.p. menor do que a registrada no 3T22, explicada, principalmente, pelo reajuste de preços em patamares inferiores ao praticado em 2022, em parte compensado pelo aumento de participação das categorias de genéricos, OTC e não medicamentos no mix de vendas e pelo resultado oriundo da cesta Covid em 2022. No acumulado do ano, o lucro bruto totalizou R\$ 408,4 milhões maior em 16% em relação ao 9M22 enquanto a margem bruta apresentou redução de 0,6p.p. totalizando 30,3% no 9M23.

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





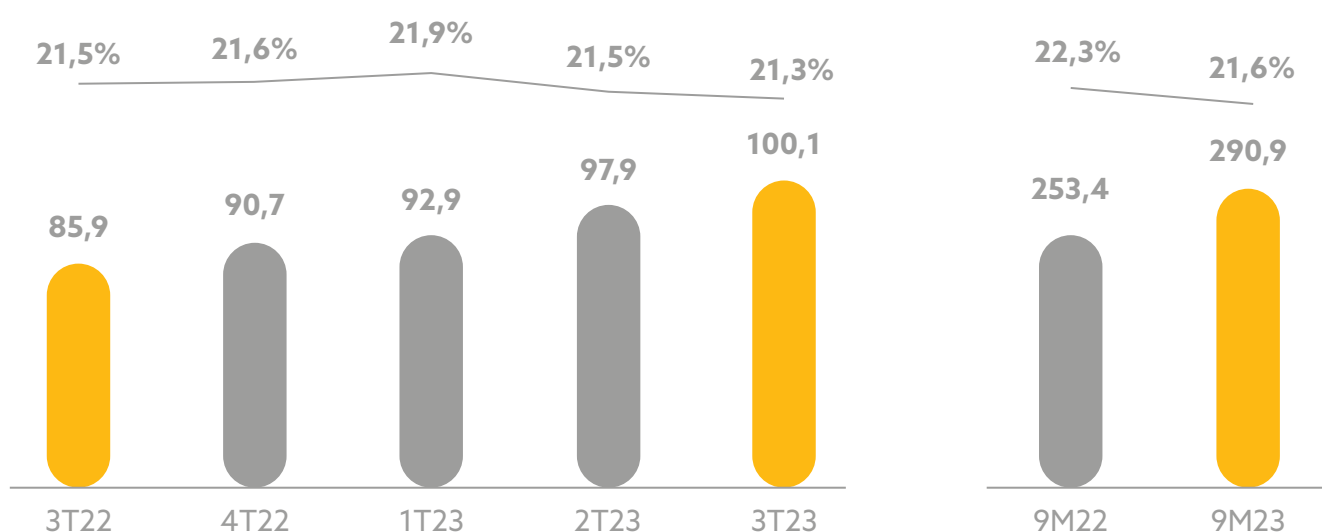
DESPESAS OPERACIONAIS

No 3T23, as despesas com vendas totalizaram R\$ 100,1 milhões, um aumento de 16,4%, representando 21,3% da receita bruta, diluição de 0,2p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Os principais *drivers* para o aumento das despesas foram, principalmente, relativos ao aumento do número de lojas no período (+15 lojas), inflação, além de despesas variáveis em razão do aumento de vendas, já esperadas. Além disso, em virtude da normalização da velocidade do projeto de expansão, as despesas pré-operacionais impactaram as despesas totais em R\$ 3,0 milhões no 3T23 versus R\$ 1,1 milhão no 3T22.

No acumulado do ano, as despesas com vendas somaram R\$ 290,9 milhões, uma diluição de 0,7p.p. em relação ao mesmo período de 2022, ainda que considerado o impacto de R\$ 6,6 milhões com despesas pré-operacionais.

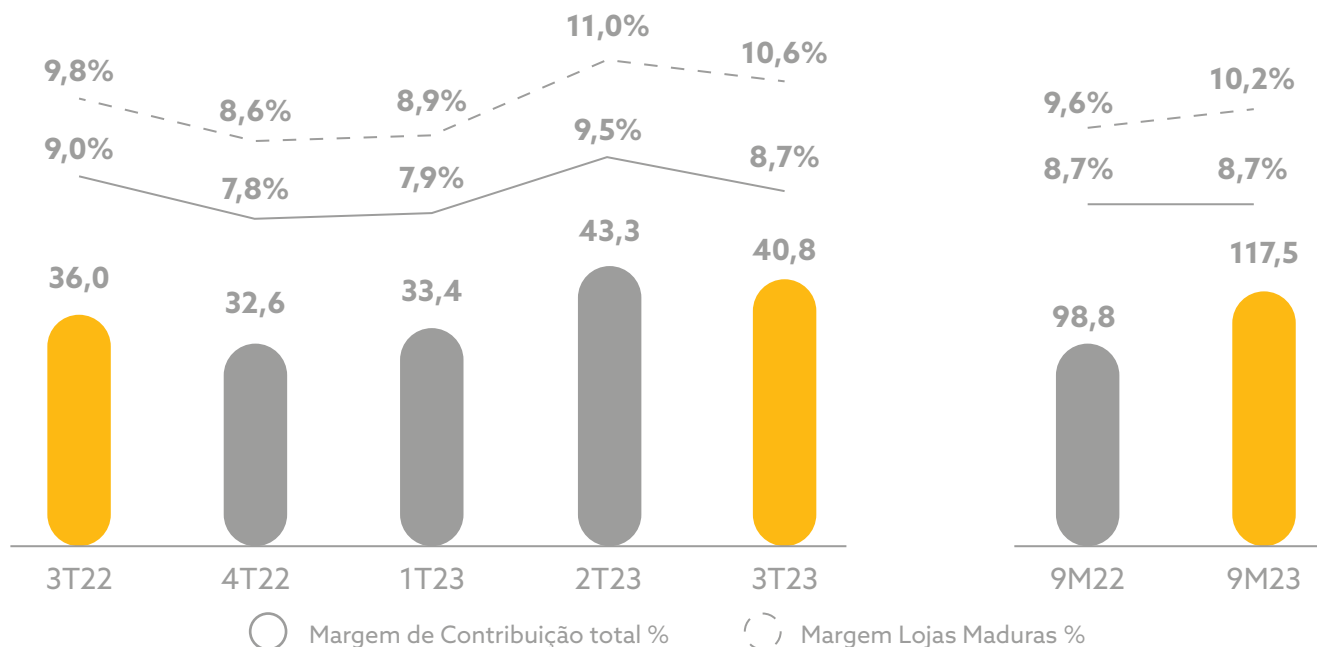
DESPESAS COM VENDAS (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

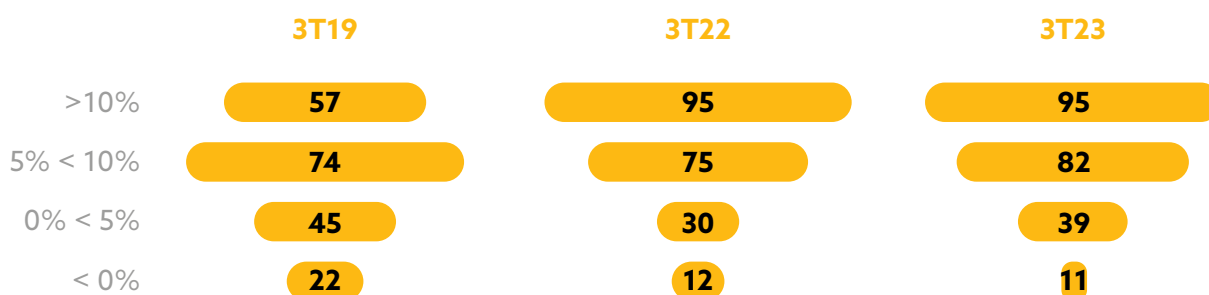
A Companhia entregou uma margem de contribuição de R\$ 40,8 milhões no 3T23, crescimento de 13,2% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, representando 8,7% da Receita Bruta.

No acumulado do ano, a Margem de Contribuição apresentou crescimento de 18,9%, alcançando R\$ 117,5 milhões e representando 8,7% da Receita Bruta, ainda que com maiores níveis de despesas pré-operacionais.



Os gráficos abaixo demonstram que a quantidade de lojas que registraram menores margens foi significativamente reduzida ao longo dos períodos e isso é explicado pela estratégia de ampliação e renovação do *portfólio* que tem sido cada vez mais acertada, abrindo lojas com maior rentabilidade ao longo dos anos e pela modernização das lojas existentes, proporcionando uma melhor experiência e oferta de produtos aos seus clientes. Para uma melhor análise evolutiva, foram desconsiderados os anos de 2020 e 2021, onde a operação foi mais afetada pela pandemia.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO | LOJAS

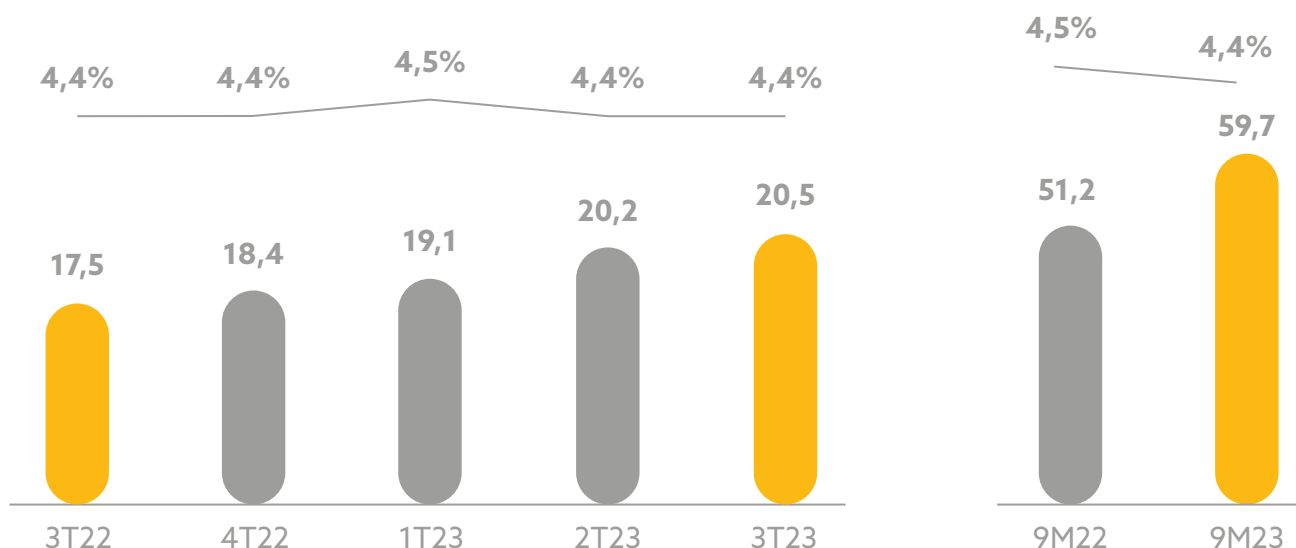


DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS – G&A

As Despesas Gerais e Administrativas atingiram R\$ 20,5 milhões, superiores em 17,1% e com percentual sobre a receita bruta estável em 4,4%. Na comparação entre os períodos, os principais impactos, além de dissídios, foram o aumento nas despesas em estrutura corporativa e tecnologia, visando suportar o projeto de expansão e renovação do portfólio, além do maior investimento em e-commerce e publicidade e propaganda durante o ano, com o objetivo de melhorar o relacionamento com o cliente e reforçar as marcas do grupo.

No acumulado do ano, as Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 59,7 milhões, aumento de 16,7% com uma diluição de 0,1p.p. com relação ao mesmo período do ano anterior.

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



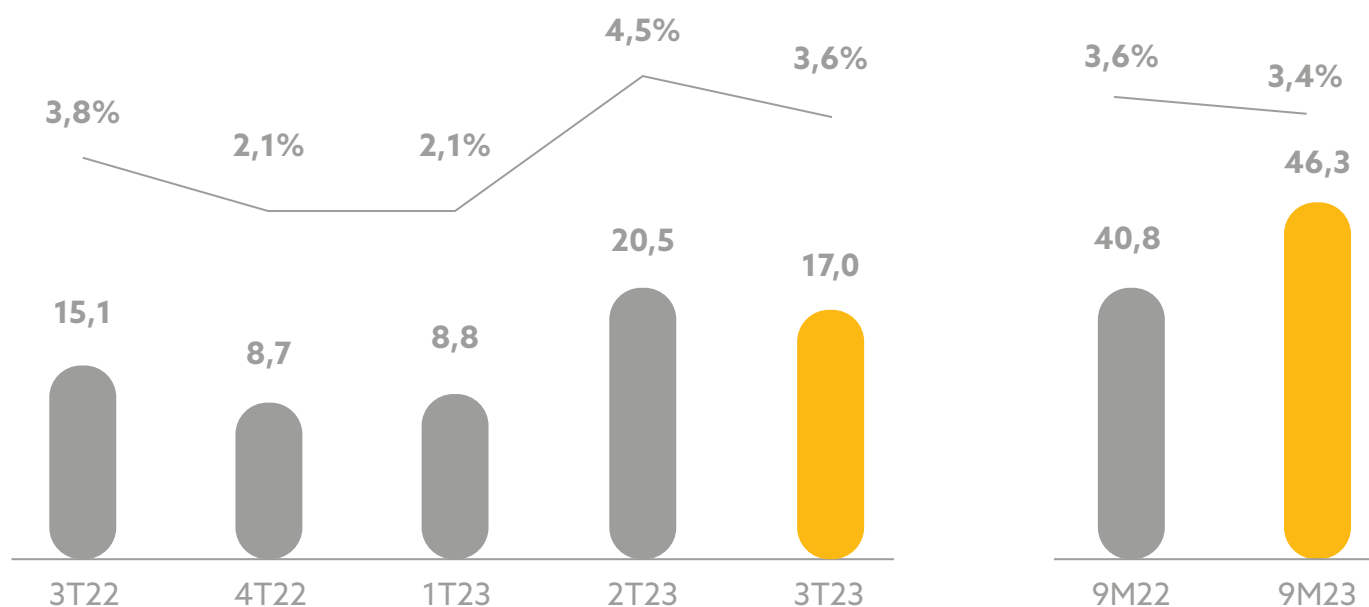


EBITDA

A Companhia registrou um EBITDA R\$ 17,0 milhões no 3T23, superior em 12,6% em relação ao 3T22, com uma margem EBITDA de 3,6%. No acumulado do ano, o EBITDA alcançou R\$ 46,3 milhões, maior em 13,4% com margem EBITDA de 3,4% no período.

Cabe ressaltar que a diluição de despesas foi fundamental para que a Companhia reportasse margem de EBITDA menor em 0,2p.p tanto na comparação trimestral quanto anual, ainda que com queda de Margem Bruta de 0,5p.p no 3T23 e 0,6p.p no acumulado do ano.

EBITDA (R\$ MILHÕES) E % RECEITA BRUTA



RESULTADO FINANCEIRO, DEPRECIAÇÃO E IMPOSTO DE RENDA

As despesas com Depreciação totalizaram R\$ 7,9 milhões no 3T23 e R\$ 23,1 milhões no acumulado do ano, um incremento de 12% e 8,8%, respectivamente. O aumento das despesas com Depreciação está alinhado com o aumento do número de lojas na comparação com o 3T22.

Resultado Financeiro foi de R\$ 0,4 milhão no 3T23, menor em 75,9% na comparação entre os períodos. No 3T22, houve a atualização monetária de créditos fiscais, que totalizaram aproximadamente R\$ 2,0 milhões e que no 3T23 foi de R\$ 0,9 milhão. Nos 9 primeiros meses do ano, o Resultado Financeiro foi negativo em R\$ 0,5 milhão frente ao resultado negativo de R\$ 0,9 milhão no 9M22.

A despesa de Imposto de Renda totalizou R\$ 2,4 milhões no 3T23 versus R\$ 4,5 milhões no ano anterior. No acumulado do ano foram registrados R\$ 5,8 milhões em despesas com Imposto de Renda e CSLL, 3,3% maior do que os 9M22.

As despesas com Imposto de Renda e CSLL, tanto no 3T23 quanto em 9M23, estão em linha com a alíquota efetiva esperada de 24%.

(R\$ milhões)	3T22	3T23	VAR. 3T23 X 3T22	9M22	9M23	VAR. 9M23 X 9M22
EBITDA	15,1	17,0	12,6%	40,8	46,3	13,4%
Margem EBITDA (%)	3,8%	3,6%	-0,2 p.p	3,6%	3,4%	-0,2 p.p
Depreciação e Amortização	-7,1	-7,9	12,0%	-21,2	-23,1	8,8%
Resultado Financeiro*	1,6	0,4	-75,9%	-0,9	-0,5	-41,2%
IR/CS	-4,5	-2,4	-46,4%	-5,6	-5,8	3,3%
Lucro (prejuízo) líquido	5,1	7,1	38,2%	13,1	16,9	29,0%

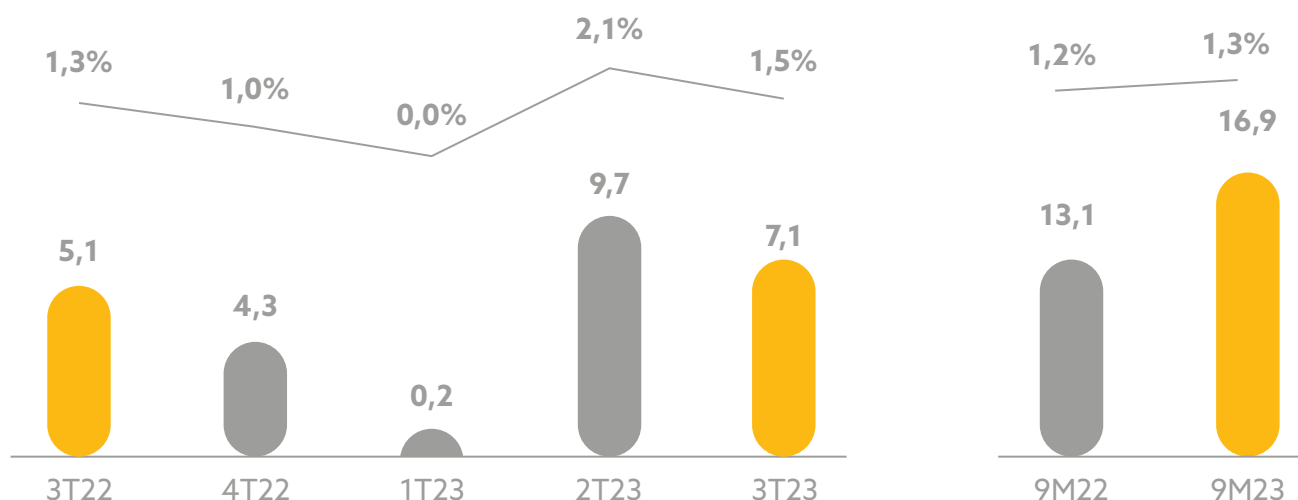
*Resultado Financeiro reapresentado, visto que em 2022 estava considerando impactos relativos a IFRS 16, que totalizava R\$ 1,6 milhão.

LUCRO LÍQUIDO

Com os resultados apresentados, o Lucro Líquido encerrou o 3T23 com R\$ 7,1 milhões, maior em R\$ 2,0 milhões (+38,2%) em relação ao mesmo período do ano anterior.

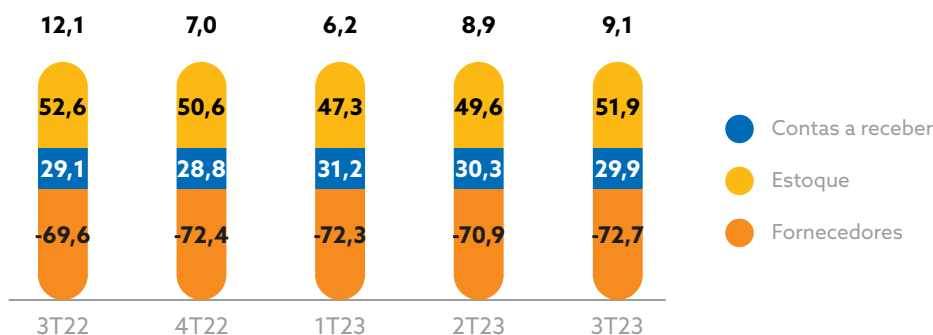
No acumulado do ano, o Lucro Líquido totalizou R\$ 16,9 milhões, superior em 29,0% (vs 9M22). A Margem Líquida evoluiu em 0,2p.p. no 3T23 e 0,1p.p. no acumulado do ano.

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



CICLO DE CAIXA

O Ciclo de caixa encerrou o 3T23 com 9 dias, em linha com o esperado, representando uma redução de 3 dias em relação ao mesmo período do ano anterior e estável em relação ao apresentado no 2T23.



FLUXO DE CAIXA

A Companhia registrou mais um trimestre de geração de caixa, somando R\$ 18,5 milhões de Fluxo de Caixa Operacional no 3T23 e R\$ 41,6 milhões no acumulado do ano.

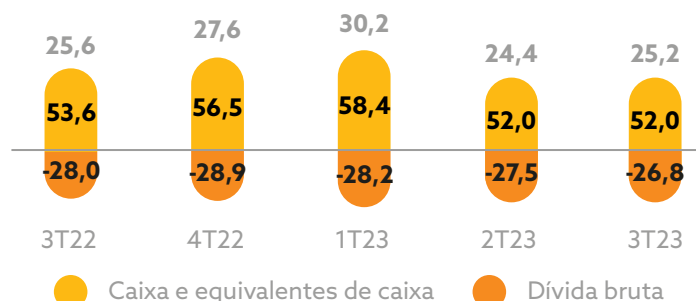
Os investimentos totalizaram R\$ 16,6 milhões no 3T23 e R\$ 40,6 milhões no acumulado do ano, sendo R\$ 32,4 milhões destinados à expansão e reforma de lojas, R\$ 4,9 milhões para tecnologia e manutenção do negócio e R\$ 3,3 milhões referentes aos pagamentos de aquisições passadas.

O Fluxo de Caixa Livre foi de R\$ 1,0 milhão no acumulado do ano vs um consumo de R\$ 27,2 milhões de caixa no YTD2022.

Apuração do Fluxo de Caixa Total (R\$ milhões) sem IFRS	3T22	3T23	VAR. 3T23 X 3T22	9M22	9M23	VAR. 9M23 X 9M22
EBIT	8,2	9,0	9,8%	19,8	23,2	17,4%
Depreciação e Amortização	7,0	7,9	13,6%	21,1	23,1	9,3%
Ajustes não caixa	1,2	5,9	377,8%	10,9	17,3	59,3%
Ciclo de Caixa	-3,0	-1,0	-66,8%	-32,4	-18,0	-44,5%
Outros Ativo/(Passivos)	-7,7	-3,4	-56,3%	-14,2	-4,0	-71,8%
Fluxo de Caixa Operacional	5,7	18,5	223,9%	5,1	41,6	709,3%
Investimentos	-13,9	-16,6	20,1%	-32,4	-40,6	25,5%
Fluxo de Caixa Livre	-8,1	1,8	-122,6%	-27,2	1,0	-103,6%
Financiamentos	-8,6	-1,8	-79,1%	-15,5	-5,4	-65,0%
Fluxo de Caixa Total	-16,7	0,0	-100,2%	-42,7	-4,4	-89,6%

ENDIVIDAMENTO

A Companhia manteve em mais um trimestre sua posição financeira desalavancada, com o saldo de recursos disponíveis no Caixa e Equivalentes de Caixa superando o total do endividamento bruto. Ao final do 3T23, a Dívida Bruta da Companhia era de R\$ 26,8 milhões e o saldo de caixa de R\$ 52,0 milhões, resultando na posição de Caixa líquido de R\$ 25,2 milhões.





PARTICIPAÇÃO NA ONU



Neste trimestre, as ações do Instituto Profarma ganharam alcance internacional. A convite do UNICEF, como reconhecimento da importância da parceria de quatro anos, a presidente do Instituto Profarma, Deborah Birmarcker, esteve em Nova York para participar da agenda de eventos da Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU).

Foram anos de impacto positivo na sociedade para chegar a este grande momento, com a oportunidade de estar ao lado de líderes globais do UNICEF e apresentar o Grupo Profarma e todas as ações que o Instituto Profarma desenvolve há 17 anos no Brasil.



PILAR AMBIENTAL

Energia renovável

Como compromisso ao combate as mudanças climáticas e redução das emissões de GEE, a Companhia tem investido cada vez mais no uso de energia renovável com baixo impacto socioambiental. Com o arrendamento de fazendas solares, 60% das lojas da Rede d1000 já são abastecidas por energia renovável. Esse consumo possibilita a redução de 727 ton de CO2 evitados com a Geração Distribuída de energia, equivale ao consumo médio de mais de 48 mil residências e 26 ton de CO2 evitados com a Geração Compartilhada de energia.



PILAR SOCIAL

Formatura Protagonista

O Instituto Profarma promoveu neste semestre a formatura da 3ª turma do projeto "Seja Protagonista da Sua História". O evento, realizado no Espaço Casa, localizado no Casa Shopping (RJ), reuniu as participantes do curso focado quatro pilares: autocuidado, educação, direitos e empreendedorismo, com base na metodologia "Mãe e Muito +", desenvolvida pela ONG Anjos de Tia Stellinha. Ao todo este projeto já capacitou mais de 200 mulheres em vulnerabilidade social de diversas comunidades do Rio de Janeiro.

Campanha Pet

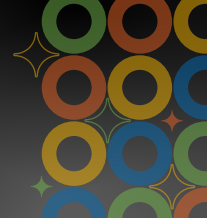
O Instituto Profarma promoveu junto aos seus voluntários, os embaixadores do bem, uma ação com foco na causa animal, durante o mês de setembro. Os colaboradores da Companhia fizeram doações que serão convertidas na compra de insumos para apoio a animais abandonados assistidos pela ONG Paraíso dos Focinhos, maior organização de proteção de animais vítimas de maus tratos no Rio de Janeiro. Além disso, a ação contou com apoio de parceiros como nossa marca exclusiva Bem Básico e Cera Johnson, impactando mais de 3 mil animais em diversas ongs no Rio de Janeiro.



PILAR GOVERNANÇA

ABRAFARMA

No mês de setembro, a Diretoria de ESG, esteve presente na 10ª edição do Abrafarma Future Trends, o evento é o mais importante do varejo farmacêutico das Américas. O ESG apresentou seus principais projetos e resultados que geram impacto positivo na sociedade e no meio ambiente, reforçando nosso compromisso de fazer mais a cada ano. A feira possibilita o fortalecimento e criação de novas parcerias com a indústria. Essa edição contou com a presença dos executivos das maiores indústrias, redes de farmácias do Brasil e atraiu representantes de países como Argentina, Colômbia e México.



DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

R\$ milhões	IFRS-16		Sem IFRS-16		IFRS-16		Sem IFRS-16	
	3T22	3T23	3T22	3T23	9M22	9M23	9M22	9M23
Receita Bruta	400,1	469,1	400,1	469,1	1.138,5	1.348,7	1.138,5	1.348,7
RX	164,6	190,0	164,6	190,0	457,0	552,7	457,0	552,7
HB	97,6	118,9	97,6	118,9	280,5	338,1	280,5	338,1
OTC	94,7	106,2	94,7	106,2	281,4	303,5	281,4	303,5
Genérico	43,2	54,0	43,2	54,0	119,6	154,4	119,6	154,4
Deduções da Receita	-19,0	-22,4	-19,0	-22,4	-55,3	-62,8	-55,3	-62,8
Receita operacional líquida	381,1	446,7	381,1	446,7	1.083,2	1.285,9	1.083,2	1.285,9
Custos dos produtos vendidos	-259,1	-305,9	-259,1	-305,9	-731,0	-877,5	-731,0	-877,5
Lucro Bruto	122,0	140,8	122,0	140,8	352,2	408,4	352,2	408,4
Margem Bruta (Receita Líquida)	32,0%	31,5%	32,0%	31,5%	32,5%	31,8%	32,5%	31,8%
Margem Bruta (Receita Bruta)	30,5%	30,0%	30,5%	30,0%	30,9%	30,3%	30,9%	30,3%
Despesas Operacionais	-110,2	-127,6	-113,8	-131,8	-322,8	-373,5	-332,4	-385,2
Despesas Gerais e administrativas	-10,3	-13,3	-10,3	-13,3	-30,6	-41,5	-30,6	-41,5
Despesas Comerciais e marketing	-73,8	-88,6	-93,9	-111,3	-218,0	-255,9	-278,7	-321,7
Despesas Logística e distribuição	-0,6	-0,5	-0,6	-0,5	-1,8	-1,3	-1,8	-1,3
Despesas de Depreciação e Amortização	-24,1	-26,5	-7,0	-8,0	-72,8	-77,3	-21,1	-23,2
Outras receitas/despesas operacionais	-1,4	1,3	-2,2	1,3	0,4	2,5	-0,4	2,5
Resultado antes do Resultado Financeiro	11,8	13,2	8,0	9,0	29,4	34,9	19,6	23,2
Resultado Financeiro	-4,5	-5,6	1,6	0,4	-17,0	-18,9	-0,9	-0,5
Receitas financeiras	3,5	2,1	3,5	2,1	5,6	4,5	5,6	4,5
Despesas financeiras	-8,0	-7,7	-1,9	-1,7	-22,6	-23,4	-6,4	-5,0
Resultado antes dos Impostos	7,3	7,6	9,6	9,4	12,4	16,0	18,7	22,7
Imposto de Renda e Contribuição Social	-3,9	-1,8	-4,5	-2,4	-3,9	-3,8	-5,6	-5,8
Lucro/Prejuízo do Período	3,4	5,8	5,1	7,1	8,5	12,2	13,1	16,9

BALANÇO PATRIMONIAL

(R\$ mil)	31/12/2022	3T23		
	IFRS16	IFRS16	Reclassificação	IAS 17
Caixa e equivalentes de caixa	56.465	51.984	-	51.984
Instrumentos financeiros	-	-	-	-
Contas a Receber	134.466	155.933	-	155.933
Estoques	155.544	176.376	-	176.376
Impostos a recuperar	47.463	43.202	-	43.202
Outras contas a receber	17.162	24.901	-	24.901
Total do Ativo Circulante	411.100	452.396	-	452.396
Depósitos Judiciais	5.744	4.963	-	4.963
IR e CSLL diferidos	100.734	103.424	-17.154	86.270
Impostos a recuperar	20.749	14.149	-	14.149
Outras contas a receber	519	519	-	519
Imobilizado	327.788	340.448	-205.812	134.636
Intangível	604.081	601.733	-	601.733
Total do Ativo Não Circulante	1.059.615	1.065.236	-222.966	842.270
Total do Ativo	1.470.715	1.517.632	-222.966	1.294.666
Fornecedores	222.526	245.022	-	245.022
Fornecedores - Risco Sacado	-	2.015	-	2.015
Empréstimos e financiamentos	2.362	5.401	-	5.401
Salários e contribuições sociais	27.812	42.650	-	42.650
Impostos e taxas	9.420	7.678	-	7.678
Arrendamento a Pagar	66.168	65.578	-65.578	-
Outros	4.139	12.163	-	12.163
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	10.221	1.035	-	1.035
Total do Passivo Circulante	342.648	381.542	-65.578	315.964
Empréstimos e financiamentos	26.541	21.431	-	21.431
Impostos e taxas	1.973	404	-	404
Impostos diferidos	41.419	41.256	-	41.256
Provisão para Contingências	21.649	20.717	-	20.717
Contas a pagar - aquisição de subsidiária	-	-	-	-
Arrendamento a pagar	186.992	190.661	-190.661	-
Total do Passivo Não Circulante	278.574	274.469	-190.661	83.808
Capital social	1.004.004	1.004.004	-	1.004.004
Prejuízos acumulados	-154.511	-142.383	33.273	-109.110
Total do Patrimônio Líquido	849.493	861.621	33.273	894.894
Total do Patrimônio Líquido e Passivos	1.470.715	1.517.632	-222.966	1.294.666

FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)

R\$ mil	3T22		3T23		9M22		9M23	
	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	7.247	9.584	7.619	9.476	12.326	18.166	15.958	22.689
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa e equivalente de caixa gerados pelas atividades operacionais:								
Depreciação e amortização	7.068	7.068	7.917	7.917	21.207	21.207	23.072	23.072
Depreciação direito de uso imóveis	17.077	-	18.536	-	51.647	-	54.125	-
Juros de Empréstimos Provisionados	1.287	1.287	1.090	1.090	4.858	4.858	3.340	3.340
Provisão / Reversão para perdas de créditos esperados	100	100	(553)	(553)	219	219	(376)	(376)
Perda na baixa de imobilizado e intangível	221	221	710	710	3.265	3.265	1.278	1.278
Ganho / Perda na reversão direito de uso imóveis	(390)	-	(234)	-	(1.081)	(308)	(844)	(187)
Provisão / Reversão para perda estoque	37	37	51	51	305	305	228	228
Provisão / Reversão para contingência	821	821	447	447	2.169	2.169	1.758	1.758
Provisão / Reversão de parcelamentos de impostos	3.063	3.063	1.896	1.896	3.063	3.063	812	812
Encargos financeiros direito de uso	6.022	-	5.975	-	16.066	-	18.413	-
Outros	(4.990)	(4.990)	1.938	1.779	(2.192)	(420)	11.619	10.831
	37.563	17.191	45.392	22.813	111.852	52.524	129.383	63.445
Redução (aumento) nos ativos								
Contas a receber	(2.937)	(2.937)	(2.569)	(2.569)	(33.982)	(33.982)	(21.094)	(21.094)
Estoques	(4.188)	(4.188)	(14.652)	(14.652)	(11.644)	(11.644)	(19.642)	(19.642)
Impostos a recuperar	(319)	(319)	(538)	(538)	734	734	4.012	4.012
Outros	(8.570)	(8.570)	(3.218)	(3.218)	(9.549)	(9.549)	(6.529)	(6.529)
Aumento (redução) nos passivos								
Fornecedores	4.095	4.095	16.216	16.216	13.249	13.249	22.865	22.865
Salários e contribuições	(493)	(493)	33	33	(52)	(52)	874	874
Impostos a recolher	1.669	1.669	3.764	3.764	752	752	6.536	6.536
IRPJ e CSLL pagos	(3.925)	(3.925)	(3.001)	(3.001)	(3.925)	(3.925)	(7.134)	(7.134)
Outros	4.565	4.565	(396)	(396)	(1.600)	(1.600)	(1.747)	(1.779)
Caixa líquido gerado (consumido) pelas atividades operacionais	27.460	7.088	41.031	18.452	65.835	6.507	107.524	41.554
Fluxo de caixa de atividades de investimentos								
Pagamento de aquisições	(1.192)	(1.192)	(1.069)	(1.069)	(3.543)	(3.543)	(3.317)	(3.317)
Adições ao imobilizado	(10.865)	(10.865)	(13.410)	(13.410)	(25.504)	(25.504)	(30.540)	(30.540)
Adições ao Intangível	(1.893)	(1.893)	(2.160)	(2.160)	(3.426)	(3.426)	(6.767)	(6.767)
Caixa líquido consumido pelas atividades de investimento	(13.950)	(13.950)	(16.639)	(16.639)	(32.473)	(32.473)	(40.624)	(40.624)
Fluxo de caixa de atividades de financiamentos								
Obtenção de empréstimos - Principal	-	-	-	-	16.680	16.680	-	-
Pagamento de empréstimos - Amortização	(8.252)	(8.252)	(715)	(715)	(29.411)	(29.411)	(2.143)	(2.143)
Pagamento de empréstimos - Juros	(1.649)	(1.649)	(1.083)	(1.083)	(4.041)	(4.041)	(3.268)	(3.268)
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Amortização	(6.108)	-	(6.810)	-	(45.064)	-	(50.201)	-
Pagamento de Arrendamento direito de uso - Juros	(14.264)	-	(15.769)	-	(53.220)	-	(59.160)	-
Caixa líquido consumido (gerado) pelas atividades de financiamento	(30.273)	(9.901)	(24.377)	(1.798)	(76.100)	(16.772)	(71.381)	(5.411)
Aumento (redução) líquido (a) no caixa e equivalentes de caixa	(16.763)	(16.763)	15	15	(42.738)	(42.738)	(4.481)	(4.481)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	70.382	70.382	51.969	51.969	96.357	96.357	56.465	56.465
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	53.619	53.619	51.984	51.984	53.619	53.619	51.984	51.984



SOBRE A COMPANHIA

Formada pelas bandeiras Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio e Drograria Rosário, a Rede d1000 (DMVF3), empresa que integra o Grupo Profarma, atua nos estados do Rio de Janeiro, Mato Grosso e no Distrito Federal. Criada em 2013, ingressou em 2020 no Novo Mercado (B3). Com aproximadamente 3.800 colaboradores e quase 230 lojas, atende mais de 2,3 milhões de clientes/mês. Em 2022, recebeu a certificação do Great Place to Work, sendo considerada uma das melhores empresas para se trabalhar.



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.

3Q23 EARNINGS

RELEASE

November, 8, 2023

WEBCAST

Thursday, November 9, 2023, 11 am

[CLICK HERE](#)



IR CONTACT

ri@reded1000.com.br



DMVF
B3 LISTED NM



Rede d1000 ends the 3rd quarter of 2023 with R\$ 469.1 million Gross Revenue, **17.3%** improvement compared to the same period of previous year, amounting to **R\$ 1,348.7 million** in the year, with **18.5%** growth.

HIGHLIGHTS 3Q23

R\$ 469.1 MM

Gross Revenues
17.3% growth

R\$ 693.8 K

Average Sale/store
10.6% growth

R\$ 40.8 MM

Contribution Margin
13.2% growth
with 8.7% margin

R\$ 17.0 MM

Ebitda
12.6% growth
with 3.6% margin

R\$ 7.1 MM

Net Income
38.2% growth

9.1 days

Cash Cycle
lower in 3 days

KEY INDICATORS

	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	CHG. 3Q23 X 3Q22	9M22	9M23	CHG. 9M23 X 9M22
Number of stores	212	218	218	220	227	7.1%	212	227	7.1%
<i>(R\$ million)</i>									
Gross Revenue	400.1	419.5	425.1	454.5	469.1	17.3%	1,138.5	1,348.7	18.5%
Gross Profit	122.0	123.3	126.4	141.2	140.8	15.5%	352.2	408.4	16.0%
<i>Gross Margin (% Gross Revenue)</i>	30.5%	29.4%	29.7%	31.1%	30.0%	-50 BPS	30.9%	30.3%	-60 BPS
EBITDA (*)	15.1	8.7	8.8	20.5	17.0	12.6%	40.8	46.3	13.4%
<i>EBITDA Margin (% Gross Revenue)</i>	3.8%	2.1%	2.1%	4.5%	3.6%	-20 p.p	3.6%	3.4%	-20 BPS
Net Income	5.1	4.3	0.2	9.7	7.1	38.2%	13.1	16.9	29.0%
<i>Net Margin (% Gross Revenue)</i>	1.3%	1.0%	0.0%	2.1%	1.5%	23 BPS	1.2%	1.3%	10 BPS

Rio de Janeiro, November 8, 2023 - d1000 Varejo Farma S.A. ("Rede d1000" or "Company", B3: DMVF3), announces its results for the third quarter of 2023 (3Q23). The Company's financial statements are prepared in Brazilian reais (R\$), in compliance with the Brazilian Corporate Law, meeting the technical pronouncements of CPC (Accounting Pronouncements Committee) and requirements of CVM, the Brazilian Securities and Exchange Commission. The financial and operating information herein is presented on a consolidated basis and in accordance with the accounting practices adopted in Brazil. Rede d1000 presents this report with the results under the former standard IAS 17/CPC 06. However, Financial Statements are governed by IFRS 16 and are available in the Annexes. Performance comparisons contained in this report refer to the same periods of the previous year (3Q22).



STORE PORTFOLIO

In 3Q23, the company opened 8 stores in Rio de Janeiro, in line with its strategy of densification in the region, and refurbished two stores, 1 in Rio de Janeiro and 1 in Brasília. During the period, 1 store was closed in Rio de Janeiro, totaling 227 stores at the end of September/23, representing an addition of 15 stores (+7.1%) compared to the same period of the previous year.

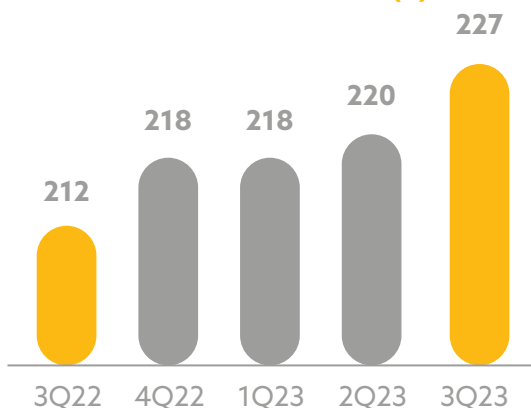
Following its commitment to expand its portfolio, in line with the Material Fact released on August 9, 2023, Rede d1000 has 17 stores inaugurated by September/23 and another 13 planned to be opened by December. With regard to store revamping, the company has already refurbished 7 units and another 5 will be refurbished until the end of the year.

Currently, 65 Drogaria Rosário stores are located in the Midwest, 59 in the Federal District and 6 in Mato Grosso, and 162 in the state of Rio de Janeiro under Drogasmil, Farmalife and Drogarias Tamoio banners.

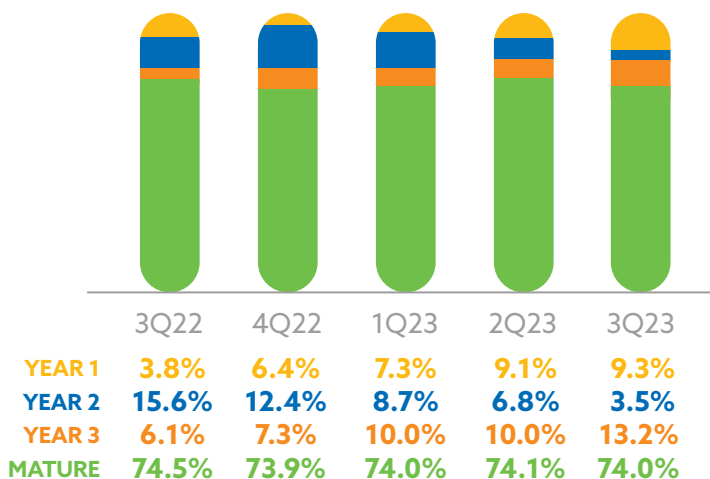
Rede d1000 ended 3Q23 with 26.0% of stores in the maturation process. Store profile continues to be mostly "Standard", representing 48.5% of the portfolio, followed by "Popular" stores with 33.5% and "Premium" stores representing 18.1% of the total base.

For 2024, according to a Material Fact disclosed on November 8, 2023, The Company expects to open 35 (thirty-five) new stores and renovate other 10 (ten) stores, standardizing the stores net addition speed, as the renovation of the existing portfolio has already been carried out and stores closing tend to be more punctual, in accordance with the market dynamic.

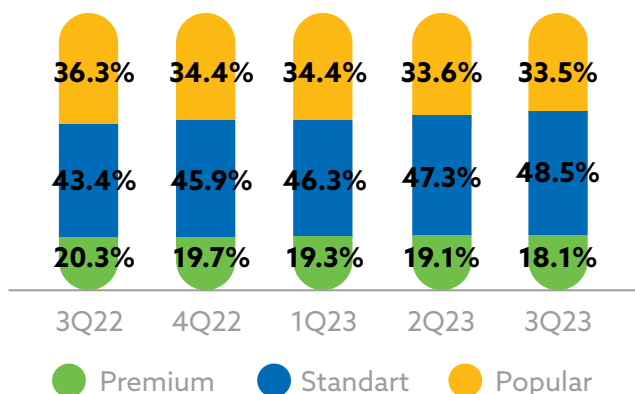
NUMBER OF STORES (#)



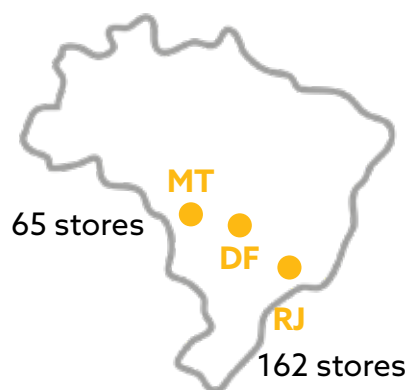
STORE PORTFOLIO DISTRIBUTION BY AGE



BREAKDOWN OF THE
STORE CHAIN BY PROFILE (%)



GEOGRAPHIC FOOTPRINT (#)





ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

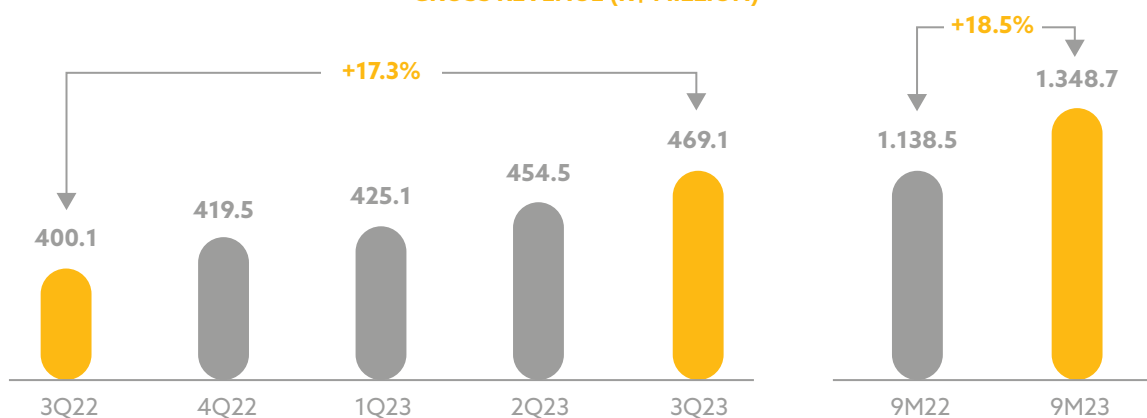
GROSS REVENUE

Revenue totaled R\$ 469.1 million in 3Q23, up 17.3% compared to 3Q22, with growth both in the same stores and in mature stores, of 14.0% and 11.7% respectively. Year to date, sales reached R\$ 1.3 billion, representing 18.5% increase compared to 9M22.

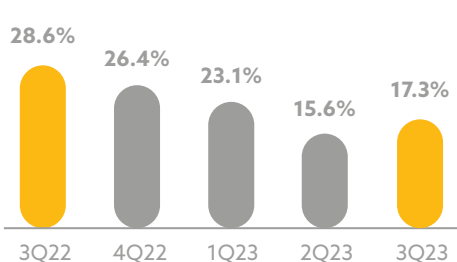
It is worth highlighting the growth in same-store and mature stores, which continues at a strong pace and well above inflation, reflecting the various strategies the company has adopted over the periods, such as improving the product mix, strengthening CRM, refurbishing stores, improving the customer experience, among others.

According to data from IQVIA Brasil, considering our areas of operation, the company continues to gain market share, recording 17.3% growth in 3Q23, versus 7.9% for Mercado Farma. Year to date, Rede d1000 grew 18.5% and Mercado Farma 7.6%, both when comparing 9M23 vs 9M22.

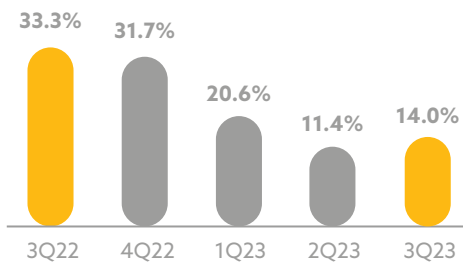
GROSS REVENUE (R\$ MILLION)



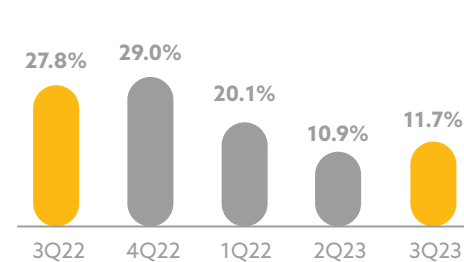
GROWTH - TOT



GROWTH - SAME STORES

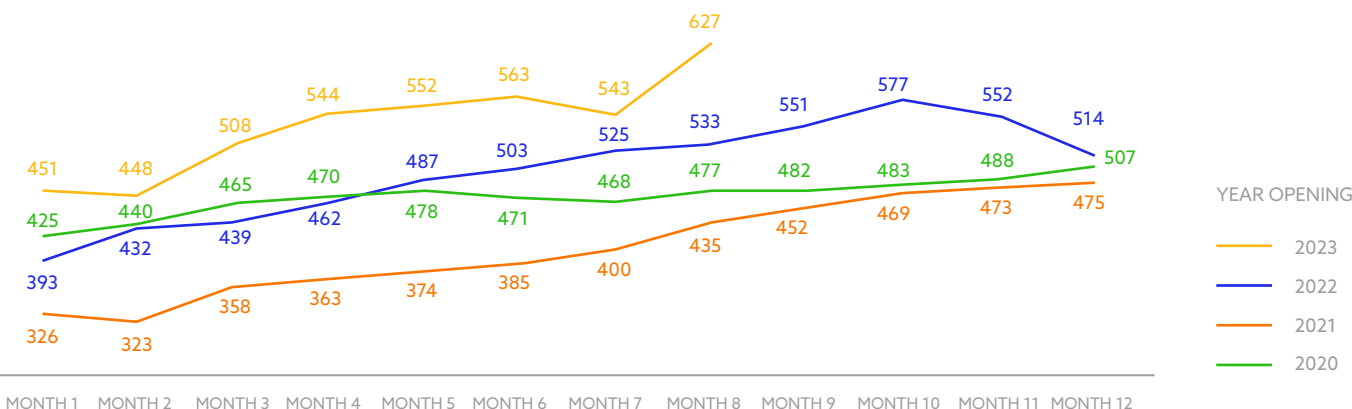


GROWTH - MATURE STORES



The expansion of Rede d1000 has also contributed assertively to growth, with current results performing above the average sales of previous ones. The graph below considers the first 12 months of operation of the stores in their respective years when activities began, showing that 2023 results have higher revenues when compared to the results of previous years. This performance reflects the continuous maturation of the expansion project and choice of new locations, making the model increasingly assertive.

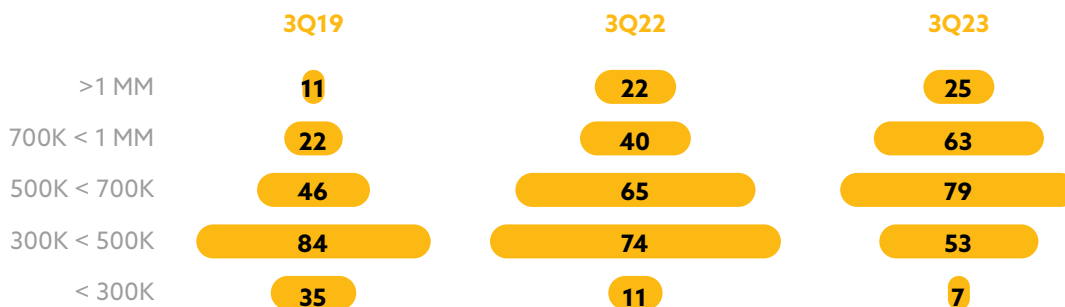
SALES GROWTH - NEW STORES (R\$ THOUSAND)



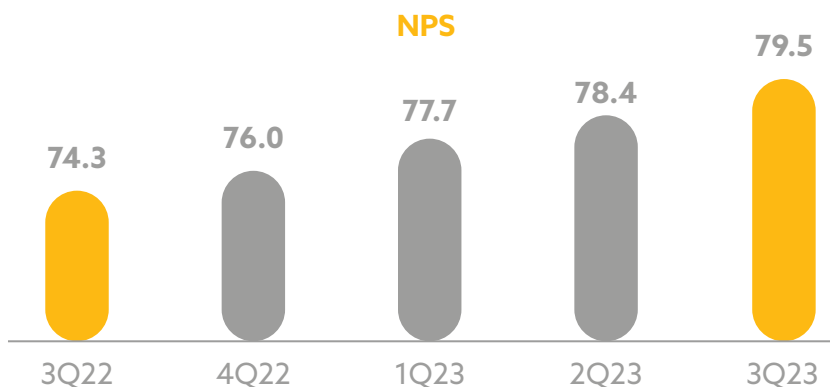


In line with the growth chart for new stores shown above, the history of average sales above R\$ 1.0 million has been increasing over the periods, while stores with revenues below R\$ 300 thousand have been decreasing. In addition to the expansion strategy explained above, operational improvement initiatives in existing stores and the closure of underperforming stores are key to the good performance of the chain's stores. For a better evolutionary analysis, the years 2020 and 2021 were excluded, when the operation was most affected by the pandemic.

AVERAGE SALE | STORES



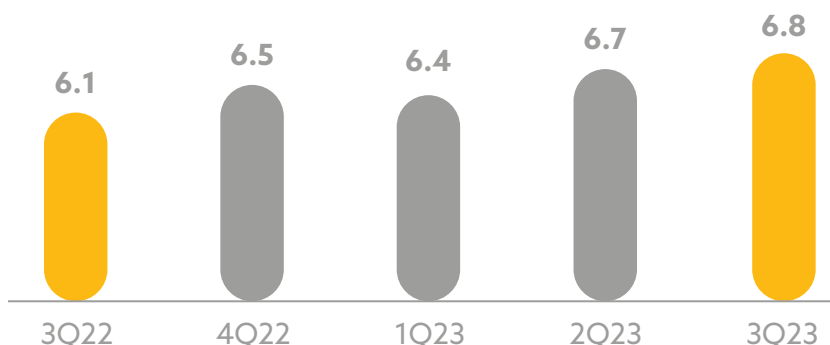
The company continued to improve in terms of customer satisfaction, as measured by NPS⁽¹⁾, which reached 79.5 points in 3Q23, 5.2 points better than in the same period last year.



Excluding information on Drogarias Tamoio store chain.

In 3Q23, Rede d1000 recorded an 11.3% increase in the number of customers, representing an increase of more than 690 thousand customers in the quarterly comparison, reaching 6.8 million customers. According to data from IQVIA Brasil, Rede d1000 reached 9.9% market share in September/23, considering its operating regions - Rio de Janeiro and Brasília, which represents 70 BPS growth versus September/22.

CUSTOMER BASE (# MILLION)



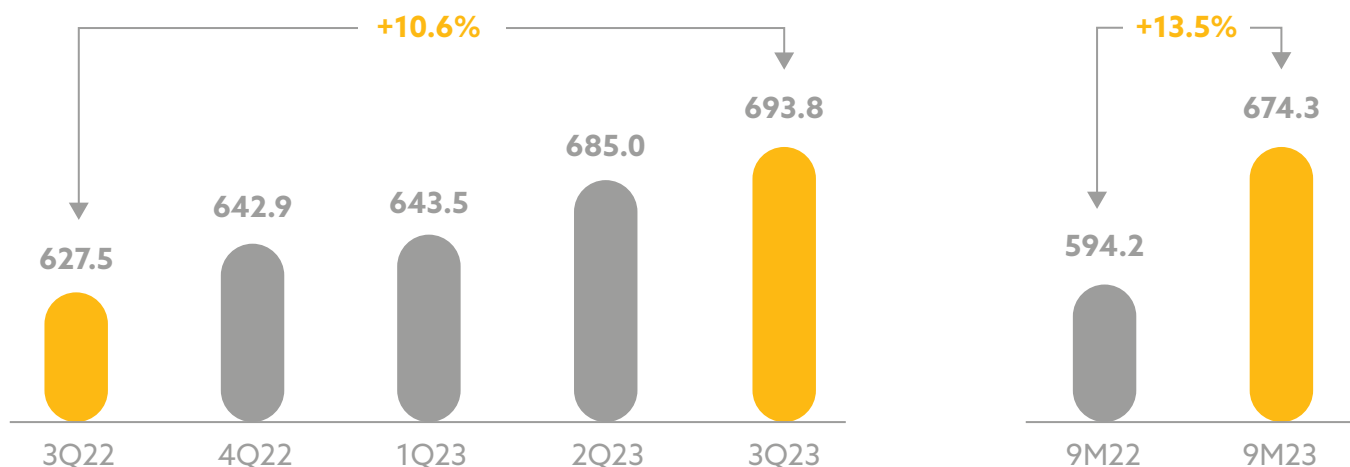


AVERAGE SALE PER STORE

Average sales per store continued its growth trend during the third quarter of 2023, reaching R\$ 693.8 thousand, which represents an increase of 10.6% when to compare to the same period in 2022. In the first nine months of the year, average sales reached R\$ 674.3 thousand vs R\$ 594.2 thousand/store in the same period of the previous year.

The Company relaunched the CRM Program in 2021 and, since then, has been improving actions aimed at expanding the relationship with the customer base. At the end of 3Q23, the Company already identified 93% of sales and the customer base registered on the platform by 85.9% compared to 3Q22 and 13.5% vs 2Q23, which has also contributed to the increase in average sales per store over the periods.

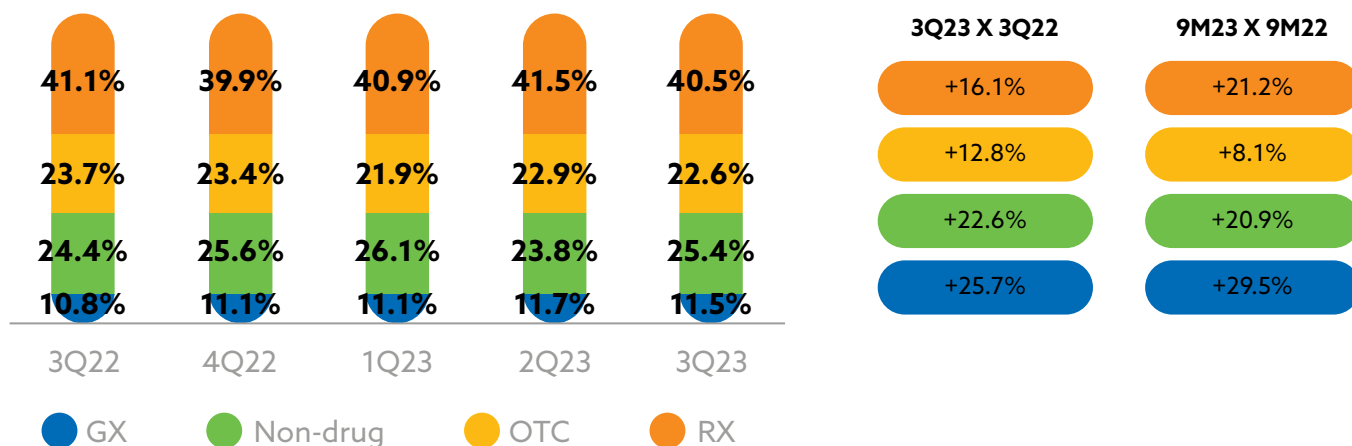
AVERAGE SALE PER STORE (R\$ THOUSAND)



SALES MIX

All categories recorded good performance in another consecutive quarter, with generic medicines and the non-medicine category standing out, with 25.7% and 22.6% growth, respectively. Sales of RX medicines increased 16.1% and OCT category grew 12.8%, both compared to the same period of the previous year.

SALES SHARE BY CATEGORY - 3Q23 X 3Q22





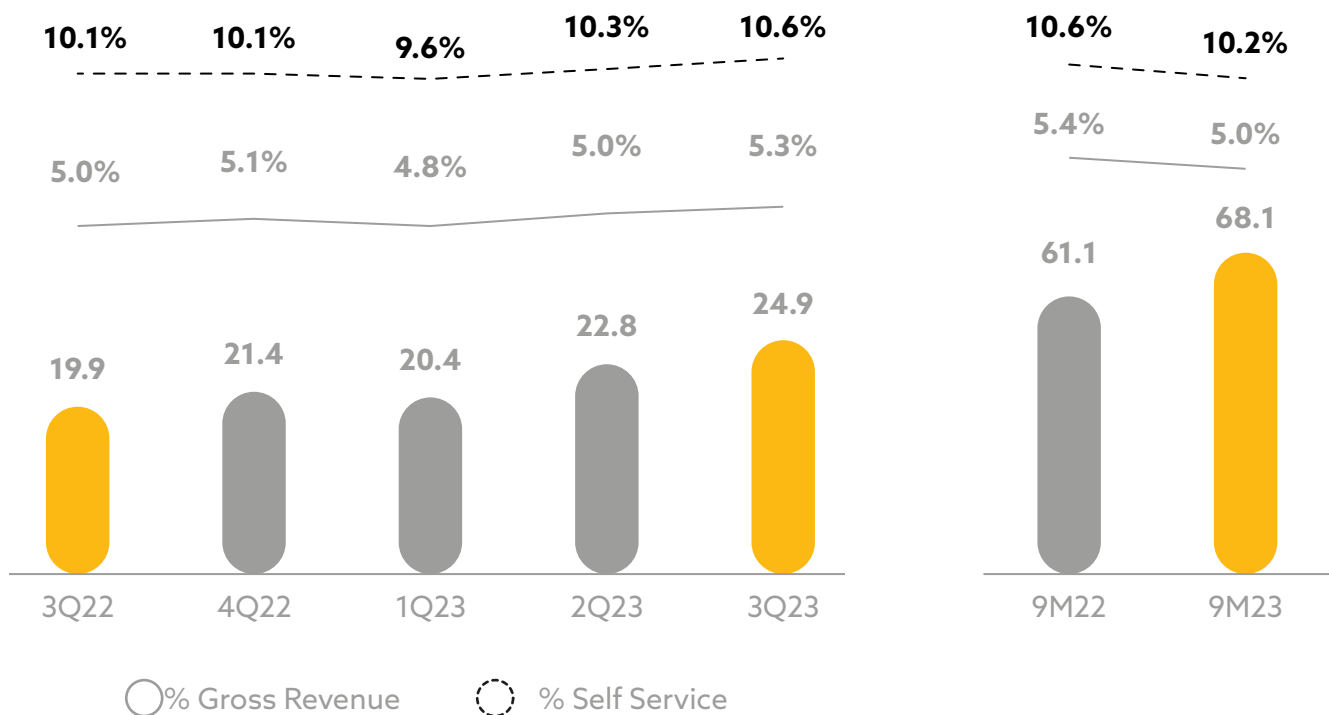
EXCLUSIVE BRANDS

The Company ended 3Q23 with record sales across its exclusive brands, totaling R\$ 24.9 million, representing 25% increase when compared to 3Q22, even considering the increase in sales related to COVID basket, which totaled more than R\$ 2.2 million in 3Q22.

Year-to-date, sales with exclusive brands totaled R\$ 68.1 million, up 11.4% (vs 9M22), even with 2022 benefiting from revenues from COVID basket of approximately R\$ 10.4 million in 9M22.

Exclusive brands corresponded to 5.3% of total revenue and 10.6% of self-service in 3Q23. In 9M23, 46 launches were made, with 244 exclusive products available for sale, distributed across 58 categories.

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



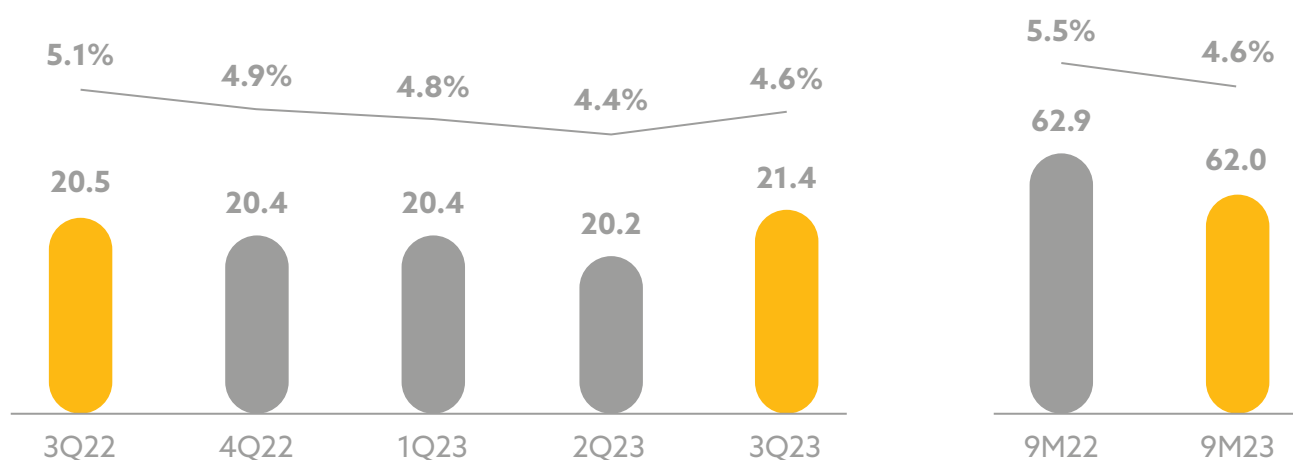


OMNICHANNEL

In 3Q23, Omnichannel sales grew again and reached R\$ 21.4 million, up 4.1% versus 3Q22, representing 4.6% of Gross Revenue. After a period of changes and adjustments to the platform, strengthening the team and reassessing the product mix in e-commerce, the expectation is that non-face-to-face sales will return to normal growth levels and, as a result, increase their share in the company's total sales.

Year to date, sales reached R\$ 62.0 million, 1.5% lower when compared to the same period of previous year, totaling 4.6% of the total Gross Revenue.

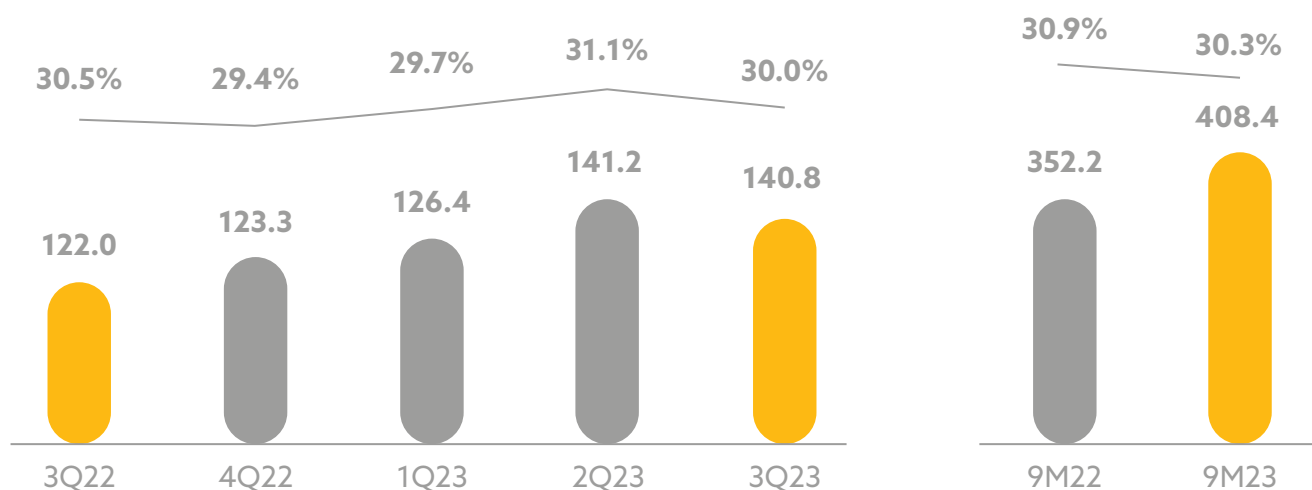
OMNICHANNEL SALES (R\$ MILLION) AND % OF TOTAL GROSS REVENUE



GROSS PROFIT

Gross profit amounted to R\$ 140.8 million in 3Q23, up 15.5% compared to the same period of the previous year, with 30% gross margin, 50 BPS lower than in 3Q22, mainly explained by the price adjustment at a lower level than 2022, partially offset by the increase in the share of generic, OTC and non-medicine categories in the sales mix and effect of COVID basket's products in 2022. Year-to-date, gross profit totaled R\$ 408.4 million, 16% higher than in 9M22, while gross margin dropped 60 BPS, totaling 30.3% in 9M23.

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





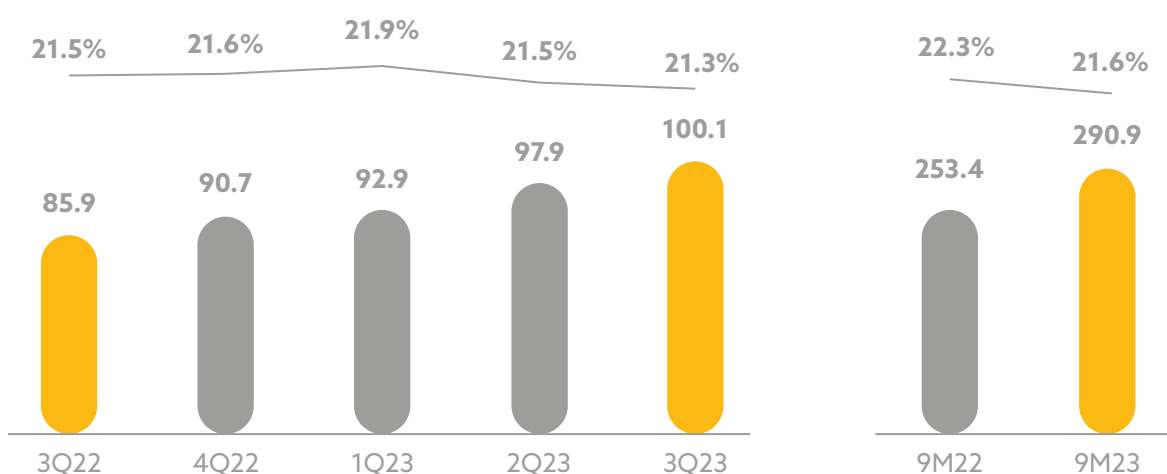
OPERATING EXPENSES

In 3Q23, selling expenses totaled R\$ 100.1 million, with 16.4% increase, representing 21.3% of gross revenue, a dilution of 15.3 BPS compared to the same period of the previous year.

The main drivers for the increase in expenses were mainly related to the increase in the number of stores in the period (+15 stores), inflation, in addition to variable expenses due to the increase in sales, already expected. Furthermore, due to the normalization of the speed of the expansion project, pre-operational expenses impacted total expenses by R\$ 3.0 million in 3Q23 versus R\$ 1.1 million in 3Q22.

Year-to-date, sales expenses totaled R\$ 290.9 million, up 14.8%, and, even considering the impact of R\$ 6.6 million with pre-operating expenses in the period, the dilution was 68.6 BPS compared to 9M22.

SELLING EXPENSES (R\$ MILLION) AND % OF GROSS REVENUE

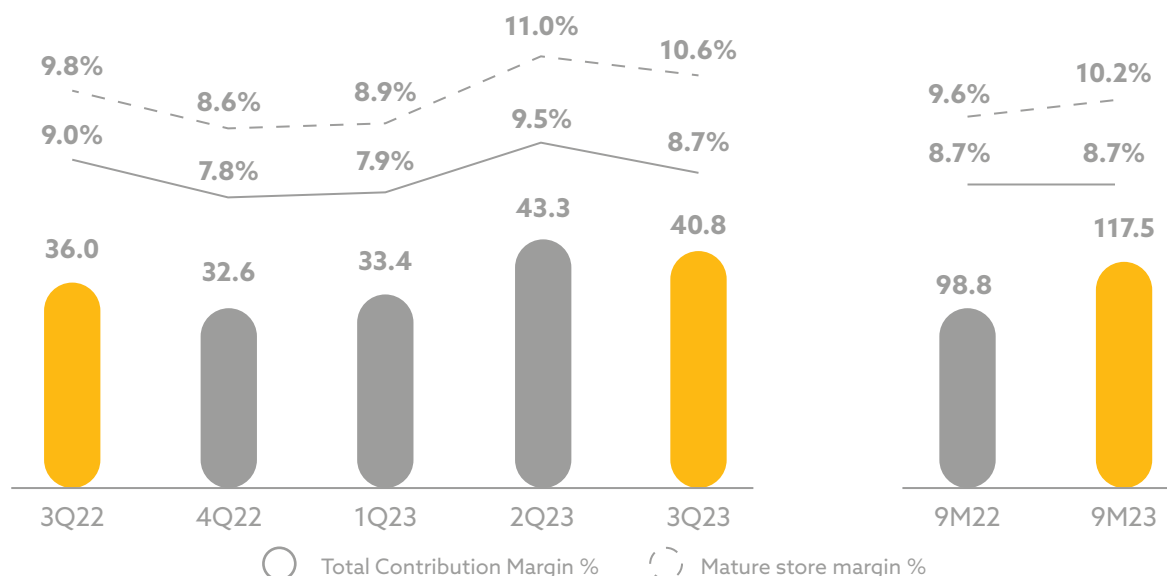


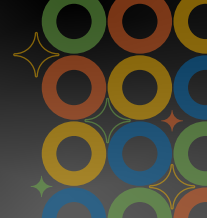
CONTRIBUTION MARGIN

The Company delivered a contribution margin of R\$ 40.8 million in 3Q23, 13.2% growth compared to the same quarter of the previous year, representing 8.7% of Gross Revenue.

Contribution margin grew 18.9% year to date, reaching R\$ 117.5 million, totaling 8.7% of gross revenue, even with the higher impact of pre-operational expenses and lower gross margin when comparing the periods, gross margin grew 18.9% year to date, reaching R\$ 117.5 million, totaling 8.7% of gross revenue.

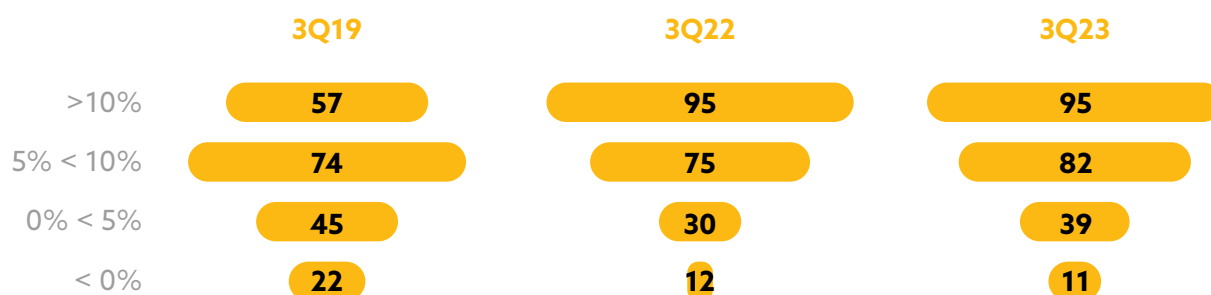
CONTRIBUTION MARGIN (R\$ MILLION) AND % OF GROSS REVENUE





The charts below show that the number of low-margin stores was significantly reduced over the periods and this is explained by the strategy for portfolio expansion and renewal, which has been increasingly successful, opening stores with higher profitability over the years and the revamping of existing stores, providing a better experience and product offer to its customers. For a better evolutionary analysis, the years 2020 and 2021 were excluded, when the operation was most affected by the pandemic.

CONTRIBUTION MARGIN | STORES

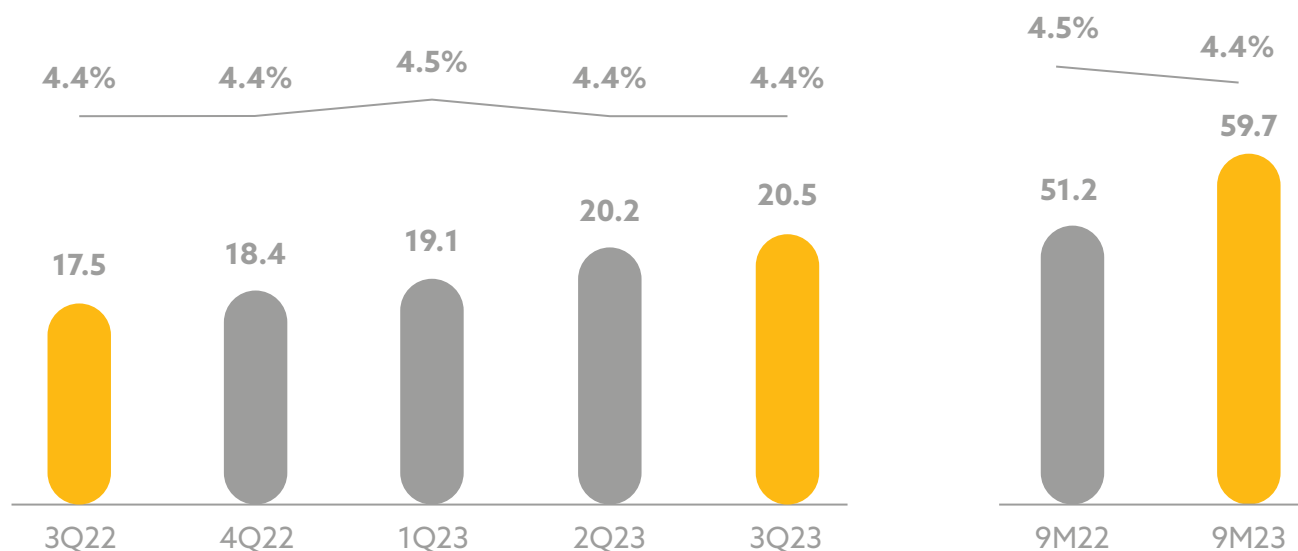


GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES - G&A

General and Administrative Expenses reached R\$ 20.5 million, up 17.1% and with a flat percentage of gross revenue at 4.4%. When compared between the same periods, the main impacts, in addition to the collective bargaining agreement, were the increase in expenses on corporate structure and technology, aimed at supporting the project to expand and renew the portfolio, as well as the higher investment in ecommerce and advertising during the year, with the aim of improving customer relations and reinforcing the group's brands.

Year-to-date, General and Administrative Expenses amounted to R\$ 59.7 million, up 16.7%, with a 6.8 BPS dilution versus the same period of the previous year.

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



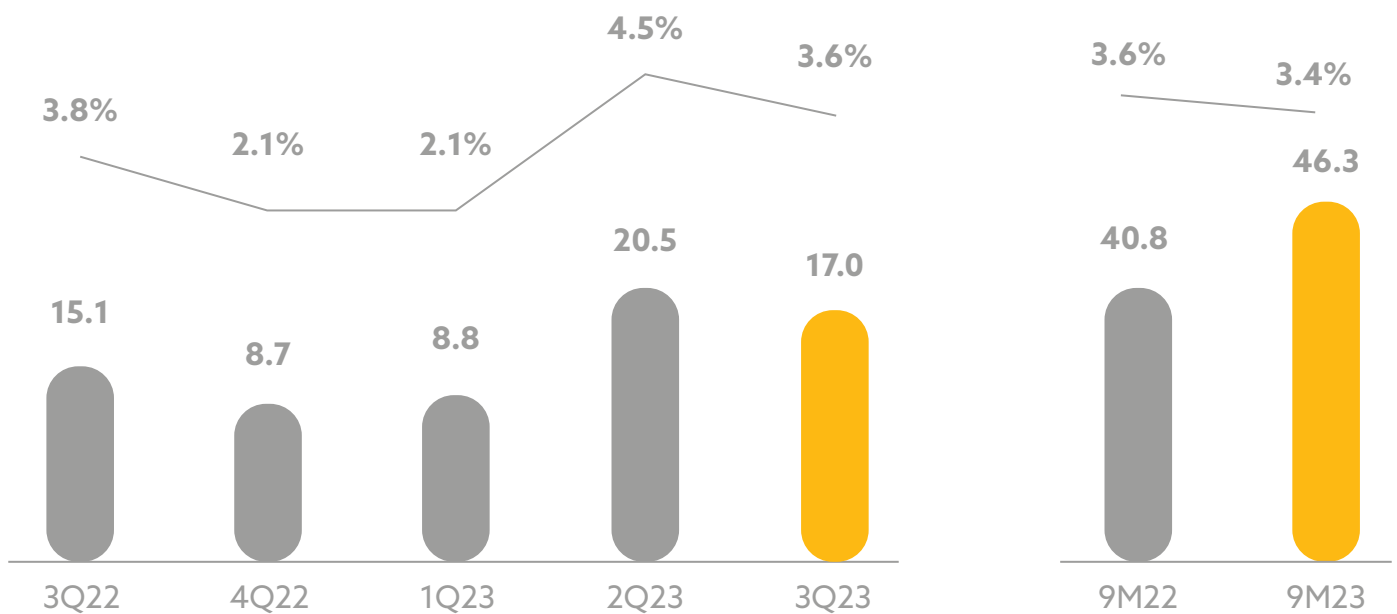


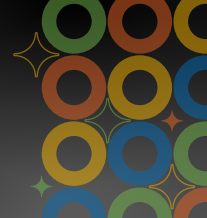
EBITDA

The Company recorded R\$ 17.0 million EBITDA in 3Q23, 12.6% higher versus 3Q22, with EBITDA margin at 3.6%. Year-to-date, EBITDA reached R\$ 46.3 million, up 13.4% with EBITDA margin at 3.4% in the period.

It is worth noting that the dilution of expenses was key for the Company to report a lower EBITDA margin of 14.9 BPS in the quarter and 15.3 BPS in the annual comparison, despite the drop in Gross Margin of 50 BPS in 3Q23 and 60 BPS year to date.

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





FINANCIAL RESULT, DEPRECIATION AND INCOME TAX

Depreciation expenses totaled R\$ 7.9 million in 3Q23 and R\$ 23.1 million year to date, up 12% and 8.8%, respectively. The increase in Depreciation expenses is in line with the higher number of stores compared to 3Q22.

Financial Result was R\$ 0.4 million in 3Q23, 75.9% lower when compared to 3Q22. In 3Q22, there was a lower amounts due to updating tax credits, which totaled around R\$ 2.0 milion and in 3Q23 was R\$ 0.9 milion. In the first 9 months of the year, the financial result was negative by R\$ 0.5 milion compared to the negative result of R\$ 0.9 milion in 9M22.

Income Tax in 3Q23 was R\$ 2.4 million negative versus a negative result of R\$ 4.5 million in 3Q22. Year-todate, the Company recorded an Income Tax expense of R\$ 5.8 million, 3.3% higher than in 9M22.

Income Tax expenses in both 3Q23 and 9M23 are in line with the expected effective rate of 24%.

(R\$ million)	3Q22	3Q23	CHG. 3Q23 X 3Q22	9M22	9M23	CHG. 9M23 X 9M22
EBITDA	15.1	17.0	12.6%	40.8	46.3	13.4%
EBITDA Margin (%)	3.8%	3.6%	-20 BPS	3.6%	3.4%	-20 BPS
Depreciation & Amortization	-7.1	-7.9	12.0%	-21.2	-23.1	8.8%
Financial Result	1.6	0.4	-75.9%	-0.9	-0.5	-41.2%
IT / SC	-4.5	-2.4	-46.4%	-5.6	-5.8	3.3%
Net Income (Loss)	5.1	7.1	38.2%	13.1	16.9	29.0%

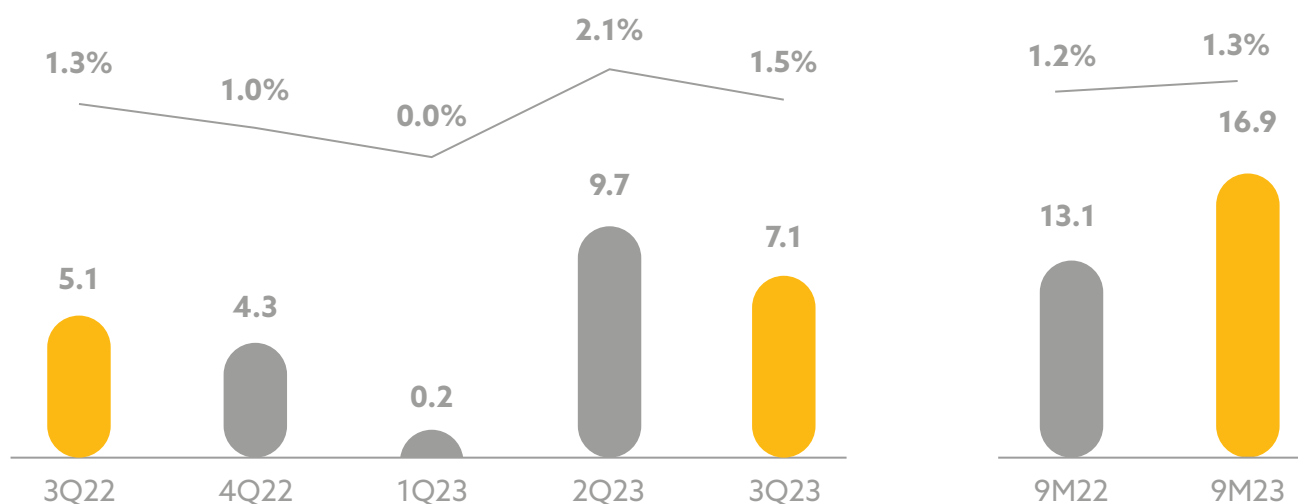
*Financial Result was adjusted, as in 2022 impacts related to IFRS 16 were considered, which totaled R\$ 1.6 million in 9M22.

NET INCOME

Net Income ended 3Q23 at R\$ 7.1 million, R\$ 2.0 million (+38.2%) higher compared to the same period of the previous year, as a result of the improvement in the Company's results.

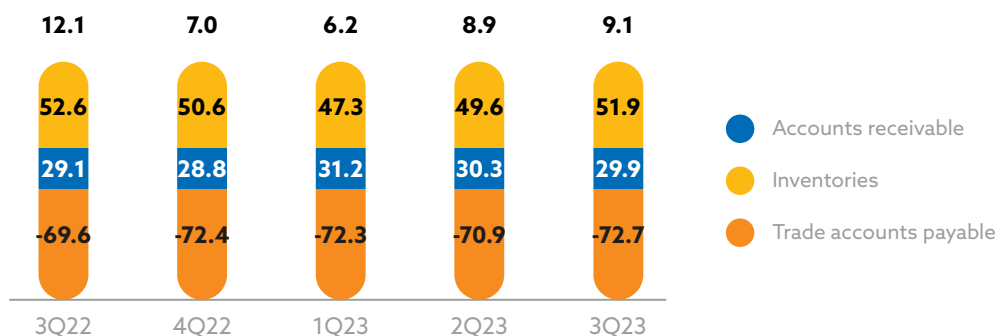
Year-to-date, Net Income totaled R\$ 16.9 million, up 29.0% (vs 9M22). Highlight is the Net Margin which showed 23 BPS increase in 3Q23 and 10 BPS in 9M23.

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



CASH CYCLE

Cash Cycle ended 3Q23 with 9 days, in line with expectations, representing a 3-day decrease as compared to the same period of the previous year and flat versus 2Q23.



CASH FLOW

The Company recorded one more quarter of cash generation, totaling R\$ 18.5 million in Operating Cash Flow in 3Q23 and R\$ 41.6 million year to date.

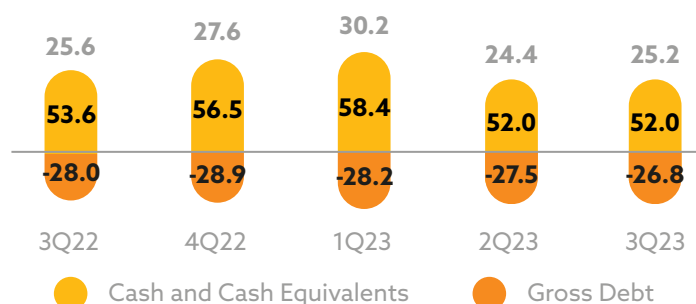
Investments amounted to R\$ 16.6 million in 3Q23 and R\$ 40.6 million in 9M23. Of this total, R\$ 32.4 million was in expansion, R\$ 4.9 million in technology and business maintenance and R\$ 3.3 million related to former acquisition.

Free Cash Flow was R\$ 1.0 million year to date vs a cash consumption of R\$ 27.2 million in YTD2022.

Total Cash Flow Calculation (R\$ million) without IFRS	3Q22	3Q23	CHG. 3Q23 X 3Q22	9M22	9M23	CHG. 9M23 X 9M22
EBIT	8.2	9.0	9.8%	19.8	23.2	17.4%
Depreciation and Amortization	7.0	7.9	13.6%	21.1	23.1	9.3%
Non-cash adjustments	1.2	5.9	377.8%	10.9	17.3	59.3%
Cash Cycle	-3.0	-1.0	-66.8%	-32.4	-18.0	-44.5%
Other Assets/(Liabilities)	-7.7	-3.4	-56.3%	-14.2	-4.0	-71.8%
Operational Cash Flow	5.7	18.5	223.9%	5.1	41.6	709.3%
Investments	-13.9	-16.6	20.1%	-32.4	-40.6	25.5%
Free Cash Flow	-8.1	1.8	-122.6%	-27.2	1.0	-103.6%
Financing	-8.6	-1.8	-79.1%	-15.5	-5.4	-65.0%
Total Cash Flow	-16.7	0.0	-100.2%	-42.7	-4.4	-89.6%

INDEBTEDNESS

The Company remained with its unleveraged financial position for one more quarter, with the balance of available resources in Cash and Cash Equivalents exceeding the total gross indebtedness. At the end of 3Q23, the Company's Gross Debt was R\$ 26.8 million and its cash balance was R\$ 52.0 million, resulting in a Net Cash position of R\$ 25.2 million.





PARTICIPATION IN THE UN



This quarter, our actions gained international reach. Invited by UNICEF, our partner for 4 years, the CEO of Profarma Institute, Deborah Birmarcker, was in New York to join the agenda of events at the General Assembly of the United Nations (UN), in recognition of our importance as strategic partners.

It's been years of positive impact on society to reach this exciting moment, when we had the opportunity to stand alongside UNICEF's global leaders and introduce Profarma Group and all the actions that Profarma Institute has been carrying out for 17 years in Brazil.



AMBIENTAL PILLAR

Renewable energy

As part of its commitment to combating climate change and reducing GHG emissions, the company has increasingly invested in the use of renewable energy with a low social and environmental impact. With the leasing of solar farms, 60% of Rede d1000 stores are now supplied by renewable energy. This consumption enables the reduction of 727 tons of CO2 avoided with Distributed Generation of energy, equivalent to the average consumption of more than 48,000 homes and 26 tons of CO2 avoided with Shared Energy Generation.



SOCIAL PILLAR

Protagonist Graduation

This semester, Profarma Institute promoted the graduation of the 3rd class of the project named "Seja Protagonista da Sua História" (Be the Protagonist of Your Story). The event, held at Espaço Casa, located in Casa Shopping (RJ), brought together the participants of the course focused on four pillars: self-care, education, rights and entrepreneurship, based on the "Mãe e Muito +" methodology, developed by NGO Anjos de Tia Stellinha. So far, this project has trained more than 200 socially vulnerable women from various communities in Rio de Janeiro.

Pet Campaign

Profarma Institute promoted, together with its volunteers, the Embaixadores do Bem (Ambassadors of Good), an action focused on the animal cause, during September. The Company's employees made donations that will be converted into the purchase of inputs to support abandoned animals assisted by NGO Paraíso dos Focinhos, the largest organization protecting animals that are victims of abuse in Rio de Janeiro. Furthermore, the action had the support of partners such as our exclusive brand Bem Básico and Cera Johnson, impacting more than 3 thousand animals in several NGOs in Rio de Janeiro.



GOVERNANCE PILLAR

ABRAFARMA

In September, the ESG Board was present at the 10th edition of Abrafarma Future Trends, the most important event in pharmaceutical retail in the Americas. ESG presented its main projects and results that have a positive impact on society and the environment, reinforcing our commitment to do more every year. The event enables us to strengthen and create new partnerships with the industry. This edition was attended by executives from Brazil's largest industries and drugstore chains and attracted representatives from countries such as Argentina, Colombia and Mexico.



FINANCIAL STATEMENTS

(R\$ million)	IFRS-16		ex-IFRS-16		IFRS-16		ex-IFRS-16	
	3Q22	3Q23	3Q22	3Q23	9M22	9M23	9M22	9M23
Gross Revenues	400.1	469.1	400.1	469.1	1,138.5	1,348.7	1,138.5	1,348.7
RX	164.6	190.0	164.6	190.0	457.0	552.7	457.0	552.7
HB	97.6	118.9	97.6	118.9	280.5	338.1	280.5	338.1
OTC	94.7	106.2	94.7	106.2	281.4	303.5	281.4	303.5
Generic	43.2	54.0	43.2	54.0	119.6	154.4	119.6	154.4
Sales returns	-19.0	-22.4	-19.0	-22.4	-55.3	-62.8	-55.3	-62.8
Net operating revenue	381.1	446.7	381.1	446.7	1,083.2	1,285.9	1,083.2	1,285.9
Cost of goods sold	-259.1	-305.9	-259.1	-305.9	-731.0	-877.5	-731.0	-877.5
Gross Profit	122.0	140.8	122.0	140.8	352.2	408.4	352.2	408.4
Gross Margin (Net Revenue)	32.0%	31.5%	32.0%	31.5%	32.5%	31.8%	32.5%	31.8%
Gross Margin (Gross Revenue)	30.5%	30.0%	30.5%	30.0%	30.9%	30.3%	30.9%	30.3%
Operating Expenses	-110.2	-127.6	-113.8	-131.8	-322.8	-373.5	-332.4	-385.2
General and administrative expenses	-10.3	-13.3	-10.3	-13.3	-30.6	-41.5	-30.6	-41.5
Selling and marketing expenses	-73.8	-88.6	-93.9	-111.3	-218.0	-255.9	-278.7	-321.7
Logistic and distribution expenses	-0.6	-0.5	-0.6	-0.5	-1.8	-1.3	-1.8	-1.3
Depreciation and amortization expenses	-24.1	-26.5	-7.0	-8.0	-72.8	-77.3	-21.1	-23.2
Other operating revenues (expenses)	-1.4	1.3	-2.2	1.3	0.4	2.5	-0.4	2.5
Result before Financial Result	11.8	13.2	8.0	9.0	29.4	34.9	19.6	23.2
Financial Result	-4.5	-5.6	1.6	0.4	-17.0	-18.9	-0.9	-0.5
Financial revenues	3.5	2.1	3.5	2.1	5.6	4.5	5.6	4.5
Financial expenses	-8.0	-7.7	-1.9	-1.7	-22.6	-23.4	-6.4	-5.0
Profit before taxes	7.3	7.6	9.6	9.4	12.4	16.0	18.7	22.7
Income Tax and Social Contribution	-3.9	-1.8	-4.5	-2.4	-3.9	-3.8	-5.6	-5.8
Profit/ Loss for the Period	3.4	5.8	5.1	7.1	8.5	12.2	13.1	16.9



BALANCE SHEET

(R\$ thousand)	12/31/2022	3Q23		
	IFRS16	IFRS16	Reclassification	IAS 17
Cash and cash equivalents	56,465	51,984	-	51,984
Financial Instruments	-	-	-	-
Accounts receivable	134,466	155,933	-	155,933
Inventories	155,544	176,376	-	176,376
Taxes recoverable	47,463	43,202	-	43,202
Other accounts receivable	17,162	24,901	-	24,901
Total Current Assets	411,100	452,396	-	452,396
Deposits on court	5,744	4,963	-	4,963
Deferred income tax and social contributio	100,734	103,424	-17,154	86,270
Taxes recoverable	20,749	14,149	-	14,149
Other accounts receivable	519	519	-	519
Property, Plant & equipment (PPE)	327,788	340,448	-205,812	134,636
Intangible assets	604,081	601,733	-	601,733
Total Non-Current Assets	1,059,615	1,065,236	-222,966	842,270
Total Assets	1,470,715	1,517,632	-222,966	1,294,666
Suppliers	222,526	245,022	-	245,022
Suppliers - Forfait	-	2,015	-	2,015
Loans and financing	2,362	5,401	-	5,401
Salaries and social contributions	27,812	42,650	-	42,650
Taxes and fees	9,420	7,678	-	7,678
Lease Payable	66,168	65,578	-65,578	-
Other	4,139	12,163	-	12,163
Accounts payable - acquisition of subsidiar	10,221	1,035	-	1,035
Total Non-Current Liabilities	342,648	381,542	-65,578	315,964
Loans and financing	26,541	21,431	-	21,431
Taxes and fees	1,973	404	-	404
Deferred taxes	41,419	41,256	-	41,256
Provision for Contingencies	21,649	20,717	-	20,717
Accounts payable - acquisition of subsidiary	-	-	-	-
Lease payable	186,992	190,661	-190,661	-
Total Non-Current Liabilities	278,574	274,469	-190,661	83,808
Capital stock	1,004,004	1,004,004	-	1,004,004
Accumulated losses	-154,511	-142,383	33,273	-109,110
Total Equity	849,493	861,621	33,273	894,894
Total Equity and Liabilities	1,470,715	1,517,632	-222,966	1,294,666



CASH FLOW (INDIRECT METHOD)

(R\$ thousand)	3Q22		3Q23		9M22		9M23	
	IFRS16	ex-IFRS 16	IFRS16	ex-IFRS 16	IFRS16	ex-IFRS 16	IFRS16	ex-IFRS 16
Cash flows from operating activities								
Cash flows from operating activities								
Income (loss) before taxes	7,247	9,584	7,619	9,476	12,326	18,166	15,958	22,689
Adjustments to reconcile net income with cash from operating								
Depreciation and amortization	7,068	7,068	7,917	7,917	21,207	21,207	23,072	23,072
Depreciation of right-to-use of properties	17,077	-	18,536	-	51,647	-	54,125	-
Loans interests accrued	1,287	1,287	1,090	1,090	4,858	4,858	3,340	3,340
Allowance / Reversal for expected credit losses	100	100	(553)	(553)	219	219	(376)	(376)
Loss/Gain in write-off of PPE and intangible assets	221	221	710	710	3,265	3,265	1,278	1,278
Gain/Loss on reversal of right to use of propeties	(390)	-	(234)	-	(1,081)	(308)	(844)	(187)
Provision / Reversal for inventory loss	37	37	51	51	305	305	228	228
Provision / Reversal for contingencies	821	821	447	447	2,169	2,169	1,758	1,758
Provision / Reversal for deferred income taxes	3,063	3,063	1,896	1,896	3,063	3,063	812	812
Financial charges on right-of-use	6,022	-	5,975	-	16,066	-	18,413	-
Others	(4,990)	(4,990)	1,938	1,779	(2,192)	(420)	11,619	10,831
Decrease (increase) in assets								
Accounts receivable	(2,937)	(2,937)	(2,569)	(2,569)	(33,982)	(33,982)	(21,094)	(21,094)
Inventories	(4,188)	(4,188)	(14,652)	(14,652)	(11,644)	(11,644)	(19,642)	(19,642)
Taxes recoverable	(319)	(319)	(538)	(538)	734	734	4,012	4,012
Other	(8,570)	(8,570)	(3,218)	(3,218)	(9,549)	(9,549)	(6,529)	(6,529)
Increase (decrease) in liabilities								
Trade accounts payable	4,095	4,095	16,216	16,216	13,249	13,249	22,865	22,865
Salaries and contributions	(493)	(493)	33	33	(52)	(52)	874	874
Taxes payable	1,669	1,669	3,764	3,764	752	752	6,536	6,536
IRPJ and CSLL paid	(3,925)	(3,925)	(3,001)	(3,001)	(3,925)	(3,925)	(7,134)	(7,134)
Other	4,565	4,565	(396)	(396)	(1,600)	(1,600)	(1,747)	(1,779)
Net cash provided by (used in) operating activities	27,460	7,088	41,031	18,452	65,835	6,507	107,524	41,554
Cash flows from investing activities								
Payment of acquisitions	(1,192)	(1,192)	(1,069)	(1,069)	(3,543)	(3,543)	(3,317)	(3,317)
Additions to fixed assets	(10,865)	(10,865)	(13,410)	(13,410)	(25,504)	(25,504)	(30,540)	(30,540)
Additions to intangible assets	(1,893)	(1,893)	(2,160)	(2,160)	(3,426)	(3,426)	(6,767)	(6,767)
Net cash used in investing activities	(13,950)	(13,950)	(16,639)	(16,639)	(32,473)	(32,473)	(40,624)	(40,624)
Cash flow from financing activities								
Raising of loans and financing - Principal	-	-	-	-	16,680	16,680	-	-
Loans and financing paid - Amortization	(8,252)	(8,252)	(715)	(715)	(29,411)	(29,411)	(2,143)	(2,143)
Loans and financing paid - Interest	(1,649)	(1,649)	(1,083)	(1,083)	(4,041)	(4,041)	(3,268)	(3,268)
Lease paid - right-of-use - Amortization	(6,108)	-	(6,810)	-	(45,064)	-	(50,201)	-
Lease paid - right-of-use - Interest	(14,264)	-	(15,769)	-	(53,220)	-	(59,160)	-
Net cash provided by (used in) financing activities	(30,273)	(9,901)	(24,377)	(1,798)	(76,100)	(16,772)	(71,381)	(5,411)
Increase in cash and cash equivalents	(16,763)	(16,763)	15	15	(42,738)	(42,738)	(4,481)	(4,481)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	70,382	70,382	51,969	51,969	96,357	96,357	56,465	56,465
Cash and cash equivalents at the end of the period	53,619	53,619	51,984	51,984	53,619	53,619	51,984	51,984



ABOUT THE COMPANY

Formed by the Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio, and Drogaria Rosário brands, the Rede d1000 (DMVF3), a company that is part of the Grupo Profarma, operates in the states of Rio de Janeiro, Mato Grosso, and the Distrito Federal. Established in 2013, it joined the Novo Mercado (B3) in 2020. With approximately 3,800 employees and nearly 230 stores, it serves more than 2.3 million customers per month. In 2022, it received the Great Place to Work certification, being recognized as one of the best companies to work for.



LEGAL NOTICE

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