



Análise

D1000
DMVF3

Produzido por SIMPLA CLUB

Guilherme La Vega

Área de Atuação

Setor de Atuação

Saúde



Subsetor

Comércio e distribuição

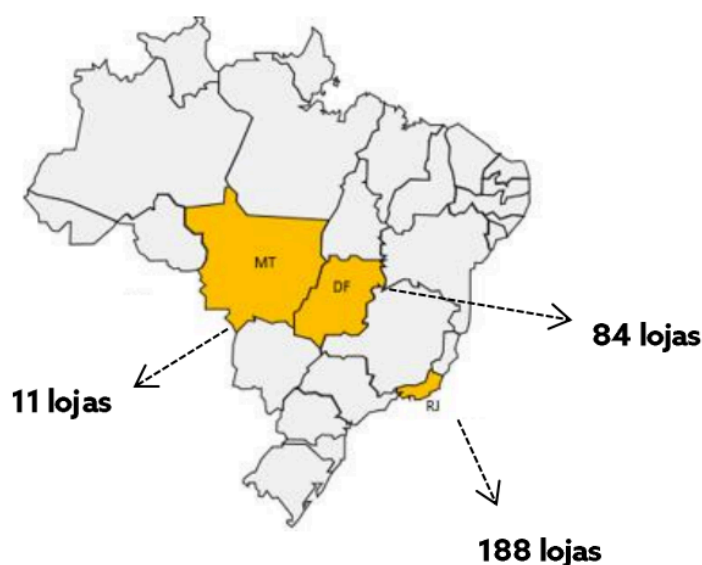


Segmento

Medicamentos e outros produtos

A D1000 é o braço de varejo da Profarma, uma das maiores distribuidoras farmacêuticas do Brasil. A companhia foi formada a partir da aquisição da CSB Drogarias, rede proprietária da marca Drogasmil. Desde então, o grupo expandiu suas operações por meio de aquisições e crescimento orgânico, consolidando-se como um player relevante no varejo farmacêutico.

Atualmente, a companhia está presente em três estados, com forte concentração no Rio de Janeiro, onde possui mais de 180 lojas.



Distribuição geográfica.
Fonte: RI da D1000.

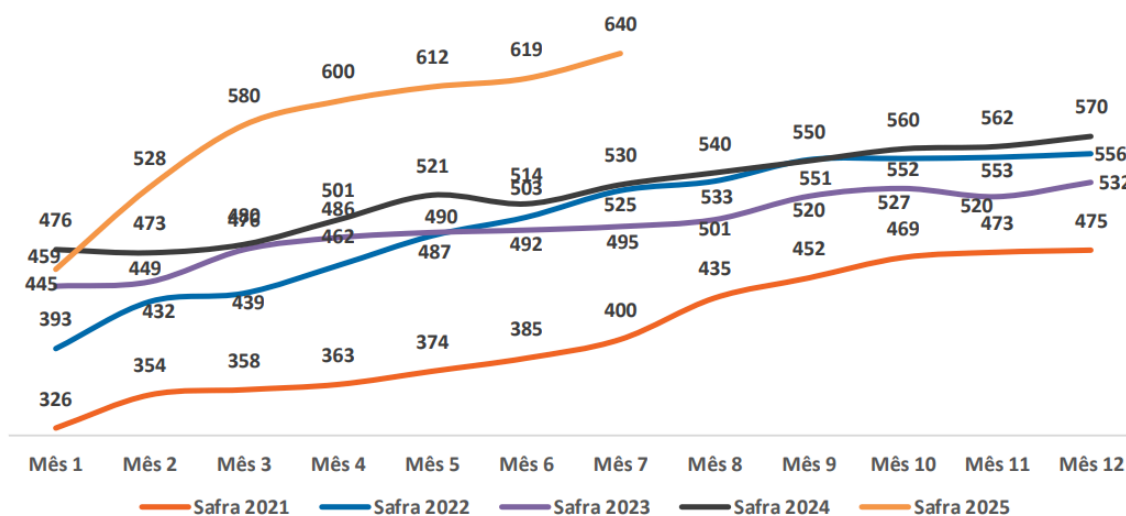
O perfil das lojas da companhia é majoritariamente composto por unidades maduras, que representam mais de 70% do parque de lojas. No varejo farmacêutico, a maturidade das unidades é um fator importante, pois, ao longo do tempo, o ponto comercial tende a consolidar sua base de

clientes e apresentar melhor desempenho operacional e margens mais elevadas.

Apesar dessa elevada maturidade do parque, a companhia passou recentemente por um processo de modernização e ampliação de lojas, o que tem contribuído para o aumento das vendas nas mesmas lojas (Same Store Sales – SSS). No 3T25, o crescimento de SSS atingiu 9,6%, superando o crescimento do mercado na região, que avançou 8,5% no mesmo período.

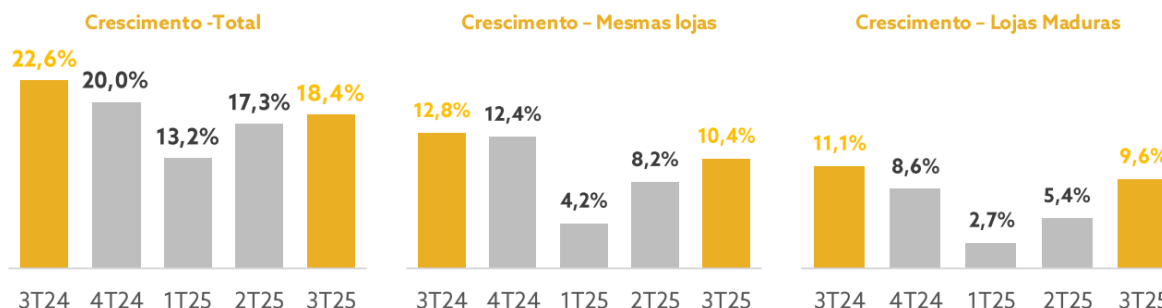
Além das iniciativas de revitalização das unidades, o setor farmacêutico vem atravessando um momento de forte demanda impulsionada pela popularização dos medicamentos para controle de peso e diabetes baseados em agonistas de GLP-1, que têm ampliado o fluxo de clientes nas farmácias.

Outro ponto relevante da estratégia da companhia está relacionado ao desempenho das novas lojas. As unidades inauguradas mais recentemente vêm apresentando crescimento superior ao observado em ciclos anteriores de expansão. Esse resultado decorre de melhorias no processo de decisão estratégica, incluindo análises mais detalhadas de mercado, melhor compreensão das características de consumo em cada região e a priorização de lojas com maior área de venda.



Vendas nas novas lojas (R\$ Mil).
Fonte: RI da D1000.

Quando combinamos o desempenho das novas lojas com o das unidades maduras, o crescimento de vendas nas mesmas lojas supera 10%. Considerando também as unidades recém-inauguradas, o crescimento total das vendas atingiu 18,4%.



Evolução no crescimento.
Fonte: RI da D1000.

Além do crescimento das vendas, é importante avaliar o retorno incremental gerado pelas novas unidades. Nesse aspecto, o ROIC marginal das novas lojas tem se mostrado significativamente acima do custo de capital da companhia, superando 14% já no primeiro ano de operação. Para lojas abertas no início do atual ciclo de expansão, o retorno marginal já ultrapassou 35%, reforçando a estratégia da companhia de manter o ritmo de crescimento orgânico.

ROIC Marginal – Expansão

ROIC Marginal	Safra 2023 (1 ano de maturação)	Safra 2022 (2 anos de maturação)	Safra 2021 (3 anos de maturação)
Lojas Abertas	30	11	30
Venda Média (R\$ Mil / Mês / Loja)	561	606	679
Margem de Contribuição (%)	5,7%	9,4%	9,9%
Margem de Contribuição (R\$ Mil / Mês / Loja)	32	57	67
Margem de Contribuição Anual (R\$ Mil / Ano / Loja)	382	681	803
CAPEX Médio	1.453	1.417	1.300
WC Médio (R\$ Mil / Loja)	1.200	1.100	1.000
IC Médio (R\$ Mil / Loja)	2.653	2.517	2.300
ROIC Marginal por Loja (%)	14%	27%	35%

*Roic marginal nas novas lojas.
Fonte: RI da D1000.*

Para 2026, a D1000 divulgou um guidance de abertura de aproximadamente 40 novas lojas, além da reforma de cerca de 10 unidades existentes. O investimento estimado por loja é de aproximadamente R\$ 3,3 milhões, considerando tanto o CAPEX de instalação quanto o capital de giro necessário para início das operações.

O mercado farmacêutico brasileiro é altamente pulverizado, contando com mais de 93,4 mil farmácias em operação. A maior parte desse universo é composta por drogarias independentes, que juntas movimentaram mais de R\$ 220 bilhões em 2024, registrando crescimento de 12,2% em relação a 2023.

Dependendo do porte da empresa, as redes de farmácias conseguem adquirir produtos diretamente dos fabricantes, obtendo condições comerciais mais competitivas. Já as farmácias independentes, em geral, dependem de distribuidores atacadistas para abastecimento. No caso da D1000, o fornecimento é realizado principalmente por sua controladora, a Profarma, o que cria uma integração relevante entre as operações de distribuição e varejo.

Apesar da elevada pulverização do mercado, a companhia vem ampliando sua participação nas regiões em que atua. Considerando os estados de Rio de Janeiro, Mato Grosso, Goiás e o Distrito Federal, o

market share da D1000 atingiu 12,3% em 2024, avanço de aproximadamente 2,5 pontos percentuais desde 2022.

Entre os principais concorrentes estão grandes redes do setor, como Drogeria Pacheco, Raia Drogasil, Drogarias Venâncio e Pague Menos, que também disputam espaço no varejo farmacêutico nacional.

Histórico da Empresa

A trajetória da D1000 Varejo Farma Participações S.A. está diretamente ligada à sua controladora, a Profarma Distribuidora de Produtos Farmacêuticos S.A., fundada há mais de 60 anos. A Profarma iniciou suas atividades com a inauguração de seu primeiro centro de distribuição no Rio de Janeiro e, ao longo das décadas seguintes, expandiu gradualmente suas operações, consolidando-se como um dos principais players do setor de distribuição de produtos farmacêuticos, higiene pessoal e cosméticos no Brasil.

A entrada no varejo farmacêutico ocorreu em 2013, com a aquisição da CSB Drogarias S.A., movimento que marcou a formação da D1000. Com essa operação, a companhia passou a deter duas importantes redes no estado do Rio de Janeiro: a Drogasmil, tradicional marca com mais de 50 anos de atuação e 88 lojas ao final de 2024, e a Farmalife, reconhecida como referência premium em dermocosméticos, com 9 lojas no mesmo período.

Ainda em 2013, a companhia adquiriu 50% da Drogarias Tamoio, assumindo o controle integral em 2016. Fundada em 1953, em São Gonçalo (RJ), a rede expandiu-se para diversas regiões do estado do Rio de Janeiro e, ao final de 2024, contava com 90 lojas. A Tamoio se destaca por investimentos contínuos em tecnologia, facilidades de pagamento e um sistema eficiente de entrega domiciliar.

Em novembro de 2016, a companhia adquiriu a Drogaria Rosário, por meio de sua controlada Nice RJ Participações S.A.. À época da aquisição, o nível de serviço da rede era de 56%, índice que foi elevado para 94% até junho de 2019 após um processo de reestruturação operacional e integração. Com mais de 50 anos de atuação, a Rosário contava com 89 lojas no Distrito Federal e em Mato Grosso ao final de 2024.

Em 12 de junho de 2020, a companhia iniciou o processo de registro como companhia aberta na categoria A junto à Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bem como o registro de sua oferta pública inicial de ações. Em 10 de agosto de 2020, as ações da D1000 passaram a ser negociadas na B3, marcando uma nova fase de crescimento e profissionalização da gestão.

Em 2021, a companhia deu sequência ao seu plano de expansão, inaugurando 30 lojas e realizando 12 reformas ou ampliações. No mesmo período, intensificou seus investimentos em transformação digital e ampliou sua linha de Marcas Exclusivas para 252 SKUs distribuídos em 59 categorias.

Em 2022, foram inauguradas 10 lojas e encerradas 6 unidades — incluindo a descontinuação das operações no estado do Tocantins — além da realização de 20 reformas. Ao final daquele ano, a linha de Marcas Exclusivas somava 262 SKUs distribuídos em 58 categorias.

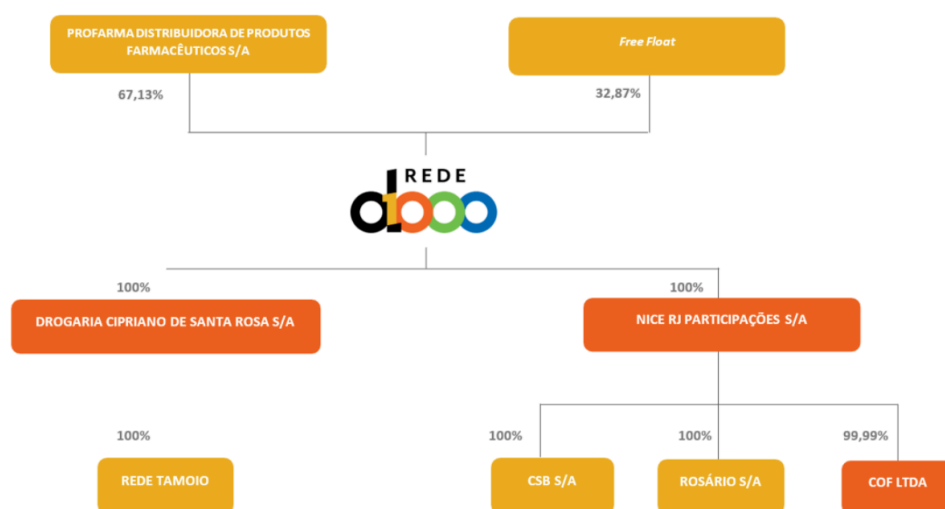
Em 2023, a companhia encerrou o exercício com 240 lojas, representando uma adição líquida de 22 unidades no ano. As Marcas Exclusivas foram ampliadas para 268 SKUs distribuídos em 63 categorias.

Em 2024, a rede D1000 inaugurou 40 lojas, encerrou 4 unidades e reformou 11, encerrando o exercício com 276 lojas, o que representou uma adição líquida de 36 unidades no período. No campo das Marcas Exclusivas, ao final de 2025 a companhia contava com 324 SKUs distribuídos em 69 categorias.

Governança Corporativa

A D1000 está listada no segmento Novo Mercado da B3, que representa o mais elevado nível de governança corporativa do mercado brasileiro. Esse segmento exige práticas mais rigorosas de transparência, equidade no tratamento dos acionistas e maior qualidade na divulgação de informações ao mercado.

A base acionária da companhia é relativamente concentrada, com um investidor relevante: a Profarma Distribuidora de Produtos Farmacêuticos S.A., que detém mais de 67% do capital social e exerce o papel de controladora da empresa. A Profarma é uma das principais distribuidoras de medicamentos do Brasil, o que também reforça a integração estratégica entre as operações de distribuição e o varejo farmacêutico da D1000.



*Estrutura societária
Fonte: RI da D1000.*

A gestão executiva da companhia é liderada por Sammy Birmarcker, que atua como CEO tanto da Profarma quanto da D1000 e possui mais de 40 anos de experiência dentro do grupo controlador. Além do CEO, a diretoria estatutária conta com outros três executivos, que acumulam experiência relevante no setor farmacêutico e no mercado de capitais.

No Conselho de Administração, a presidência é exercida por Fernando Perrone, profissional com trajetória em diferentes instituições públicas e privadas. Entre suas experiências anteriores, destacam-se passagens como presidente da Infraero, além de cargos de diretoria no BNDES e no Banco de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro.

Riscos do Negócio

A dependência operacional da controladora Profarma Distribuidora de Produtos Farmacêuticos S.A. representa um fator relevante para o funcionamento das atividades da companhia. A Profarma é responsável pela distribuição da totalidade dos produtos adquiridos pela Rede D1000, incluindo medicamentos, cosméticos e demais itens farmacêuticos comercializados nas drogarias. Dessa forma, qualquer evento que afete a capacidade da controladora de cumprir suas obrigações de fornecimento — seja por dificuldades operacionais, logísticas, financeiras ou regulatórias — pode comprometer o abastecimento das lojas. Em um setor no qual a disponibilidade de produtos é fundamental para atender à demanda dos consumidores, eventuais falhas no fornecimento podem impactar diretamente o volume de vendas, a experiência dos clientes e, consequentemente, o desempenho operacional da companhia.

Outro risco relevante está relacionado à reputação da marca e à qualidade do atendimento prestado nas unidades. Episódios envolvendo condutas inadequadas, discriminação ou falhas no atendimento ao cliente, bem como respostas insatisfatórias a reclamações, podem gerar publicidade negativa. Em um ambiente marcado pela forte presença digital, esse tipo de situação pode ganhar rápida repercussão em redes sociais e na mídia, ampliando significativamente sua visibilidade. Esse cenário pode afetar a percepção do público em relação à companhia, reduzir a confiança dos consumidores e prejudicar a fidelização de clientes, com possíveis reflexos negativos sobre o desempenho comercial e a reputação institucional.

A dependência de sistemas de tecnologia da informação também constitui um elemento crítico para as operações da companhia. As atividades dependem de sistemas integrados responsáveis pela gestão de estoques, processamento de vendas, logística, controle financeiro e relacionamento com clientes. Eventuais falhas, interrupções ou vulnerabilidades nesses sistemas — incluindo riscos de ataques cibernéticos ou problemas técnicos — podem comprometer temporariamente as operações e reduzir a eficiência dos processos internos. Além disso, incidentes relacionados à segurança da informação podem gerar perdas financeiras, custos adicionais para mitigação de danos e impactos reputacionais.

A gestão de pessoas e a continuidade da liderança executiva representam outro ponto de atenção. A eventual saída de membros-chave da administração, a ausência de processos estruturados de sucessão ou dificuldades na atração e retenção de profissionais qualificados podem afetar a capacidade da companhia de executar sua estratégia de crescimento e manter a eficiência operacional.

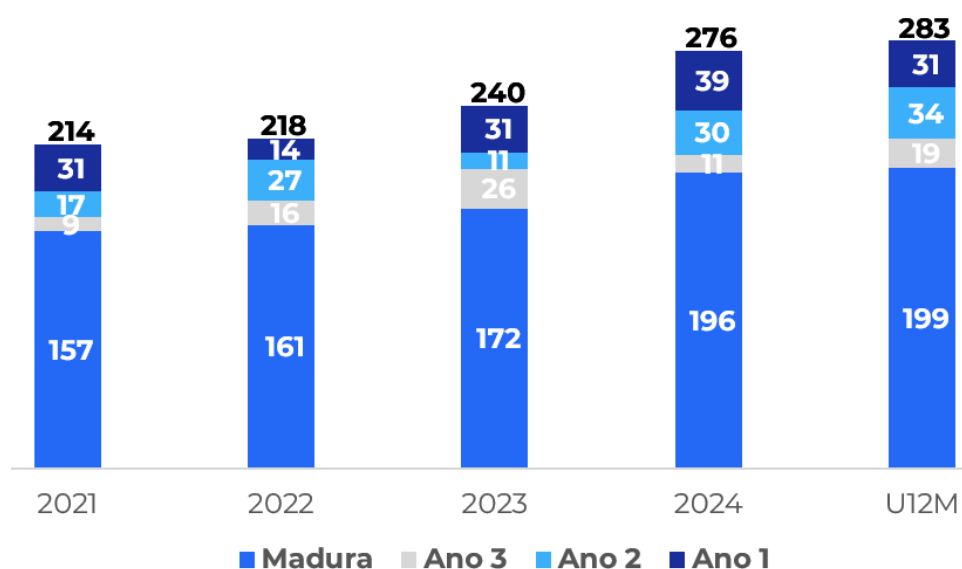
Por fim, a companhia está sujeita a exigências regulatórias relevantes, características do setor farmacêutico e do ambiente de governança corporativa. Alterações nas normas ou ações de órgãos reguladores podem demandar ajustes operacionais, reforço de políticas de compliance e investimentos adicionais para garantir a conformidade com as regras vigentes. Além disso, o aumento das exigências regulatórias e de governança pode intensificar a pressão competitiva no setor e representar desafios adicionais para a gestão eficiente dos negócios.

Resultados Anteriores

Após o IPO, o mercado projetava um crescimento acelerado para a companhia, com expectativa de que a D1000 praticamente dobrasse de tamanho nos anos subsequentes — algo que, na prática, não se

concretizou. Os impactos da pandemia afetaram significativamente o setor e levaram a companhia a adotar uma postura mais conservadora, priorizando a preservação de caixa e um crescimento mais estratégico. Nesse contexto, a empresa reduziu o ritmo de abertura de lojas e passou a concentrar esforços na renovação e revitalização das unidades existentes.

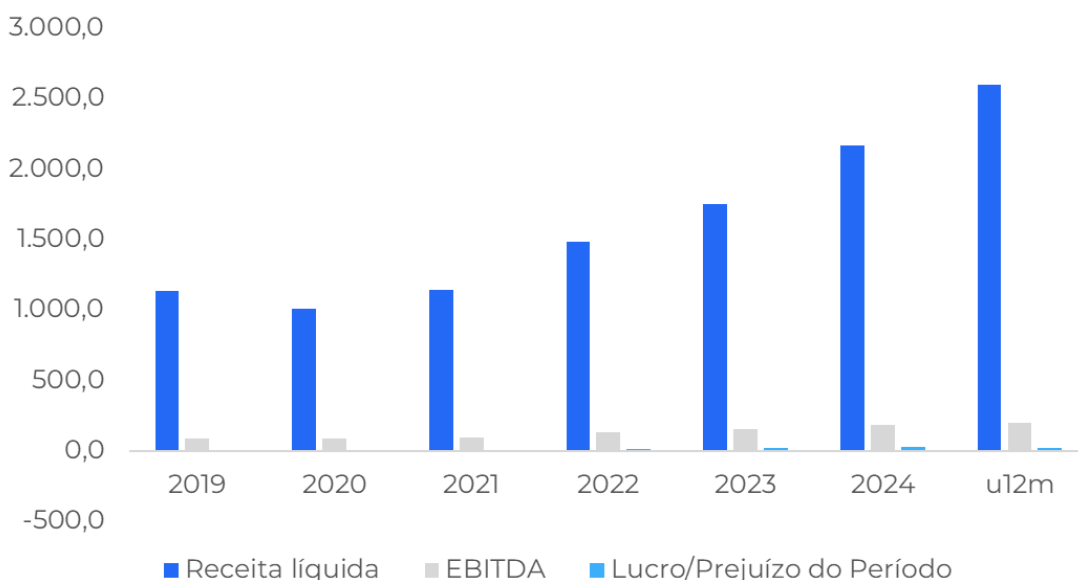
Com essa mudança de estratégia, cinco anos após o IPO, a D1000 ainda não conseguiu se aproximar da meta inicial de dobrar o número de lojas. Ainda assim, a companhia tem apresentado melhorias consistentes em suas operações. Ao final do 3T25, a empresa contava com 283 lojas, representando um crescimento mais modesto do que o originalmente esperado.



Evolução do número de lojas.
 Fonte: RI da D1000 | Elaboração Simpla Club.

Mesmo com o ritmo mais contido de expansão, o foco na revitalização das lojas existentes e na melhoria do atendimento resultou em avanços relevantes no reconhecimento da marca, maior fidelização dos clientes e ganho de participação de mercado, que já ultrapassa 12% nas regiões de atuação. Esses fatores combinados contribuíram para que a companhia

apresentasse um crescimento médio de aproximadamente 15% ao ano em suas operações.



Desempenho operacional (R\$ milhões).
 Fonte: RI da D1000 | Elaboração Simpla Club.

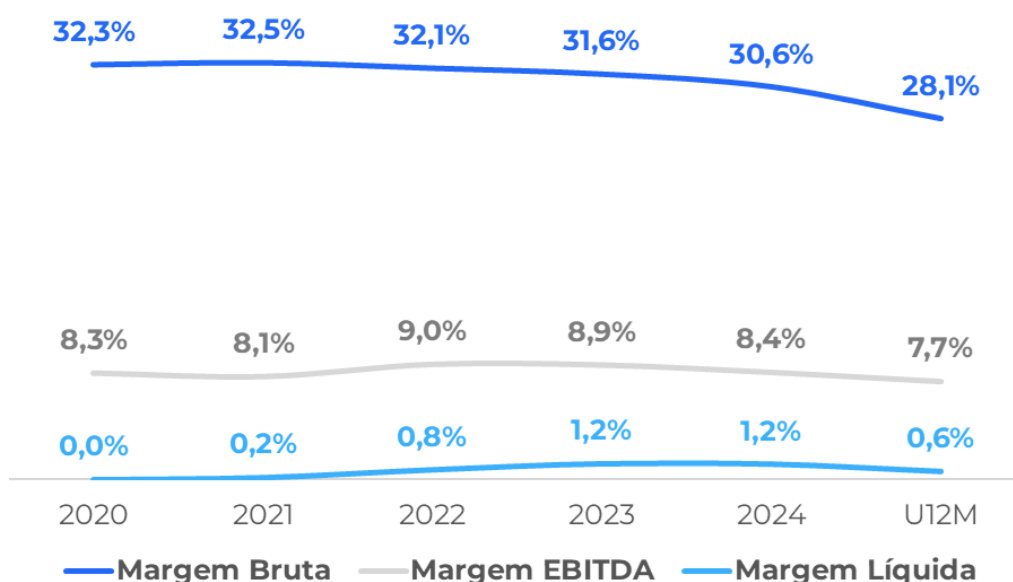
Apesar da evolução da receita, observa-se que as margens não acompanharam a mesma trajetória de crescimento. Esse comportamento pode ser explicado por alguns fatores. Em primeiro lugar, a estratégia de abertura de novas lojas tende a pressionar as margens no curto prazo, uma vez que existe um período de maturação — estimado em cerca de quatro anos — até que as unidades atinjam seu potencial pleno de rentabilidade.

Outro fator que tem impactado as margens é a maior participação de medicamentos de marca no mix de vendas. Com a popularização dos medicamentos para emagrecimento, como Ozempic e Wegovy, a ausência de versões genéricas desses produtos acaba pressionando a rentabilidade da companhia, já que esses itens costumam apresentar margens mais reduzidas.

Além disso, o setor farmacêutico é fortemente regulado e não possui liberdade plena para reajustar preços, estando sujeito a um teto regulatório. Em determinados períodos, reajustes abaixo do necessário também

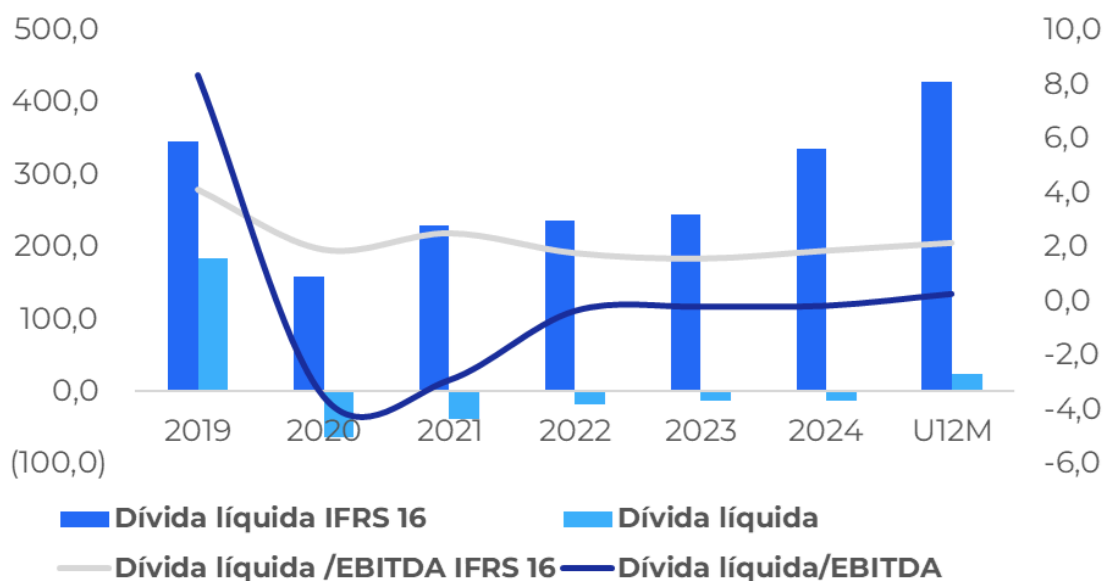
acabam impactando negativamente a rentabilidade das empresas do setor.

Para os próximos anos, a expectativa é que parte desses efeitos seja gradualmente compensada pelo avanço da maturação das lojas, por reajustes de preços mais favoráveis e, principalmente, pela eventual quebra de patente dos medicamentos baseados em GLP-1. A chegada de versões genéricas desses produtos pode contribuir para aumento de volume e melhora das margens da companhia.



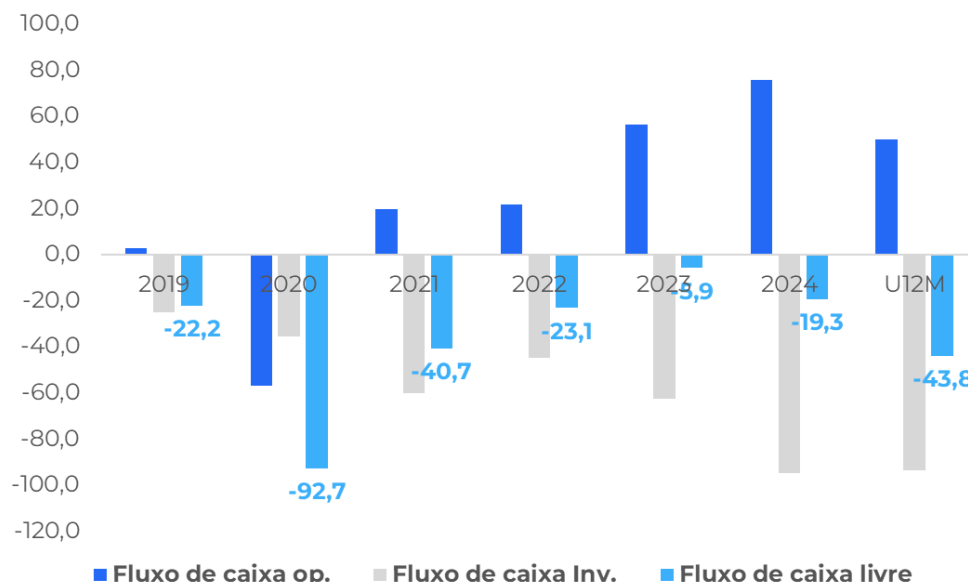
Margens operacionais.
 Fonte: RI da D1000 | Elaboração Simpla Club.

No que diz respeito à alavancagem financeira, mesmo após um ciclo relevante de investimentos nos últimos anos, a companhia permanece como uma das menos alavancadas do varejo farmacêutico.



Evolução do endividamento.
 Fonte: RI da D1000 | Elaboração Simpla Club.

No entanto, é importante destacar que esse perfil mais conservador de alavancagem foi viabilizado, em grande parte, pelos recursos captados no IPO. Isso ocorre porque a companhia ainda não apresenta geração consistente de fluxo de caixa livre, como pode ser observado na análise apresentada a seguir.



Evolução do do fluxo de caixa (R\$ milhões).
 Fonte: RI da D1000 | Elaboração Simpla Club.

Opinião do Analista

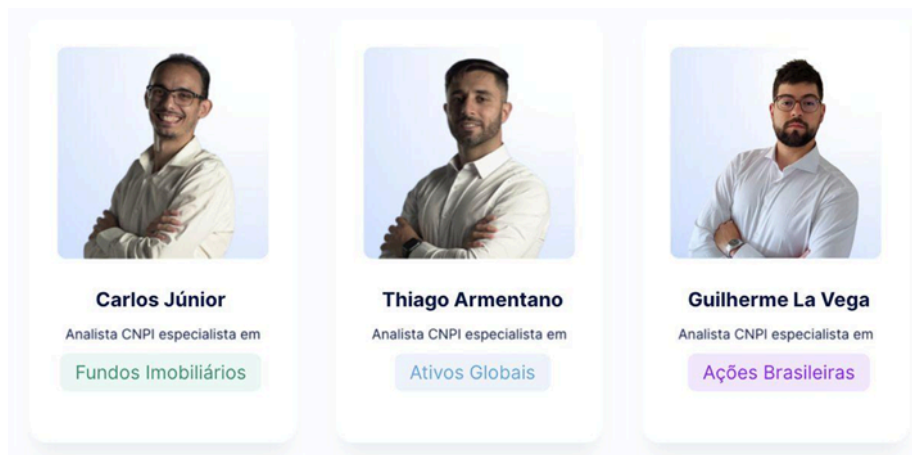
Com sua origem atrelada à estratégia de verticalização da Profarma, a D1000, após a realização de seu IPO, implementou um robusto plano de crescimento baseado na abertura de novas lojas, reformas de unidades existentes e diversificação do mix de produtos. Apesar das dúvidas iniciais do mercado quanto à efetividade dessa estratégia, o amadurecimento das unidades inauguradas e a evolução das novas safras têm demonstrado a capacidade da companhia de aprender com o mercado e otimizar o retorno de suas novas operações.

Para os próximos anos, a expectativa permanece positiva em relação à capacidade da companhia de replicar essa estratégia de expansão. Esse potencial é sustentado, principalmente, pela ainda baixa penetração no estado do Mato Grosso e pela possibilidade de entrada em novos estados. Adicionalmente, destaca-se a tendência de popularização dos medicamentos para emagrecimento baseados em GLP-1, que atualmente apresentam forte demanda, embora ainda operem com margens mais baixas. Com a chegada dos genéricos e a consequente redução de preços, espera-se um aumento relevante no volume de vendas. Como esses medicamentos não dependem de marcas específicas, há potencial de contribuição positiva para as margens da companhia.

Ainda assim, mesmo diante dessa possível melhora, é importante ressaltar que o varejo farmacêutico, de maneira geral, caracteriza-se por operar com margens relativamente reduzidas.

Em nossa avaliação, a companhia apresenta fundamentos de crescimento bem estabelecidos e uma execução operacional que tem atendido às expectativas. Diante desse cenário, a recomendação para as ações DMVF3 é AGUARDE, por conta da baixa liquidez do ativo. No preço atual, observa-se um desconto entre o valor de mercado e o valor estimado para o ativo.

Equipe



Acompanhamento

relatório atualizado em 09.03.2026

Nossa equipe de analistas está atenta a todas as movimentações relevantes, mantendo os rankings e seus respectivos fundamentos atualizados todas as semanas. Em caso de grandes mudanças, os relatórios também podem ser atualizados. Já em caso do ativo receber recomendação de venda, nossa sugestão se refere, única e exclusivamente, à retirada do ativo da carteira do investidor, uma vez que não incentivamos a prática de venda à descoberto.

Disclaimer

Todas as análises aqui apresentadas foram elaboradas pelo analista de valores mobiliários autônomo Guilherme Rabelo De La Vega Nunes (CNPI 8950), com objetivo de orientar e auxiliar o investidor em suas decisões de investimento; portanto, o material não se constitui em oferta de compra e venda de nenhum título ou valor imobiliário contido. O investidor será responsável, de forma exclusiva, pelas suas decisões de investimento e estratégias financeiras. O relatório contém informações que atendem a diversos perfis de investimento, sendo o investidor responsável por verificar e atentar para as informações próprias ao seu perfil de investimento, uma vez que as informações constantes deste material não são adequadas para todos os investidores. Os analistas responsáveis pela elaboração deste relatório declaram, nos termos da Resolução CVM nº 20/2021, que as recomendações do relatório de análise refletem única e exclusivamente as suas opiniões pessoais e foram elaboradas de forma independente, inclusive em relação à pessoa jurídica à qual estão vinculados. Além disso, os analistas envolvidos não estão em situação que possam afetar a imparcialidade do relatório ou que possam configurar conflitos de interesse. A elaboração desse material se deu de maneira independente, e o

