PanVel

A rotina que faz bem

Resultados

3T26



Destaques

Resultados 3T26

Receita Bruta do Varejo

R$ 1,7 B

+15,3% vs 3T25

MSSS / SSS

11,5% / 13,3%

Margem Bruta do Varejo

29,7%

-0,2 p.p. vs 3T25

EBITDA Ajustado

R$ 96,8 M

5,7% Margem
+21,2% vs 3T25

Lucro Líquido Ajustado

R$ 46,4 M

2,7% Margem
+35,4% vs 3T25

Geração de Caixa Operacional/ Caixa Livre

R$ 64,9 M / R$ 19,9 M

Operacional

Market Share Região Sul

13,5%

+0,7 p.p. vs 3T25

Participação de Vendas Canais Digitais

46,6%

+20,2 p.p. vs 3T25

Participação Produtos Panvel em HB

18,8%

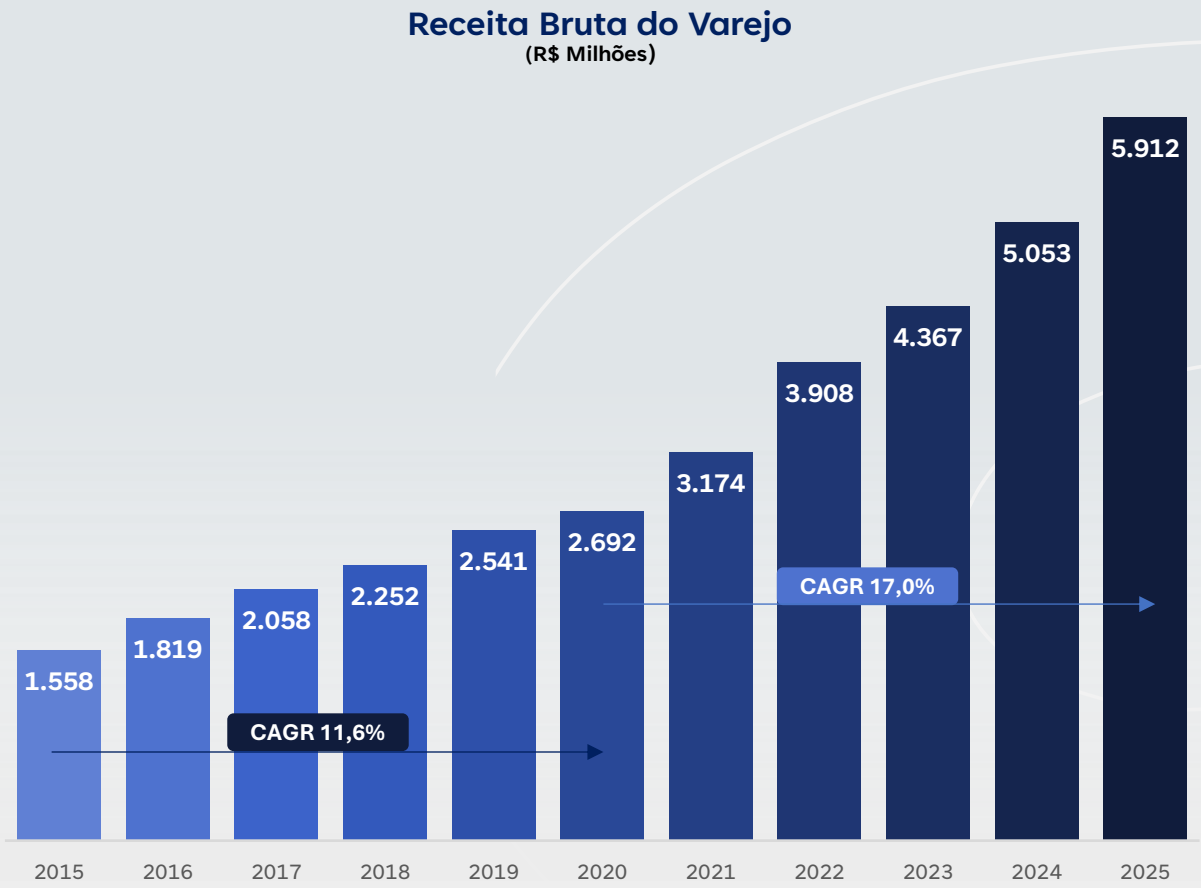
+0,6 p.p. vs 3T25

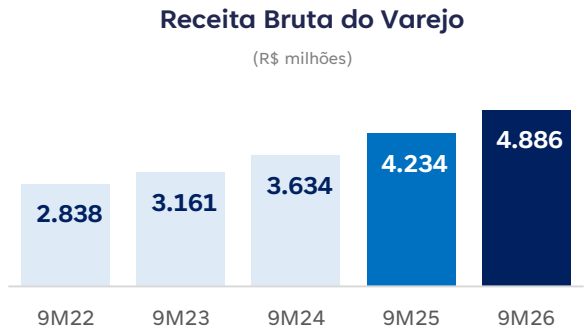
Venda Média (Loja/Mês)

R$ 837 Mil

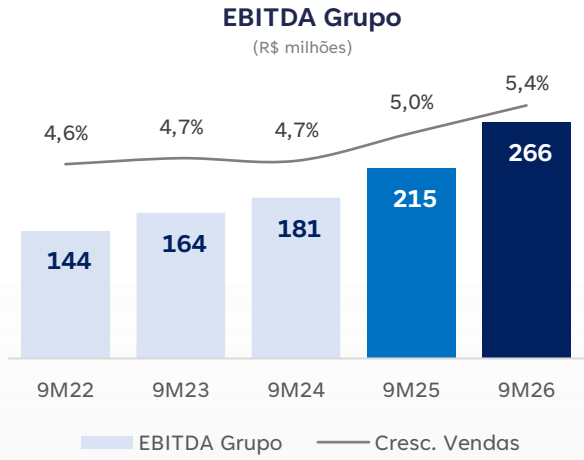
+10,9% vs 3T25

Crescimento histórico consistente

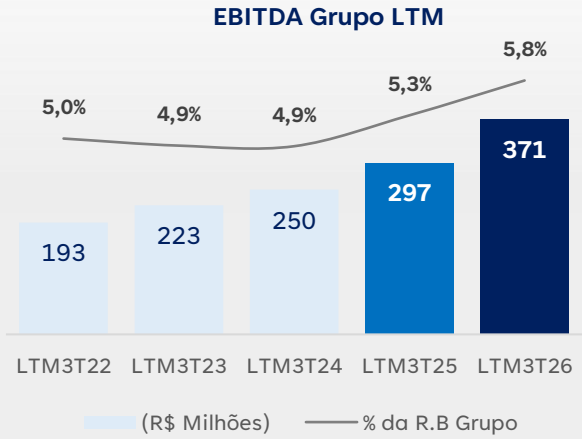




CAGR 9M22/9M26
14,5%



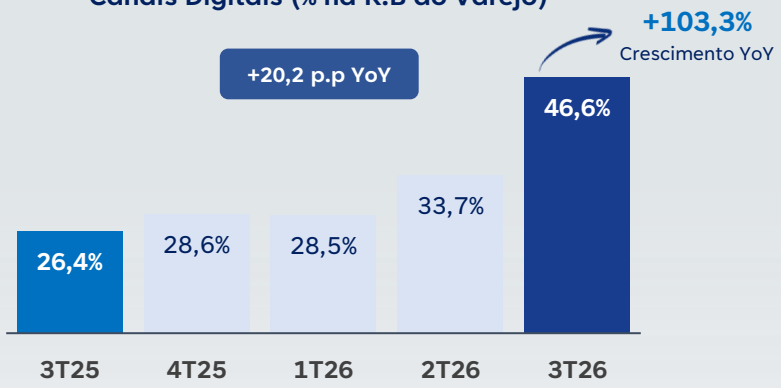
CAGR 9M22/9M26
16,6%



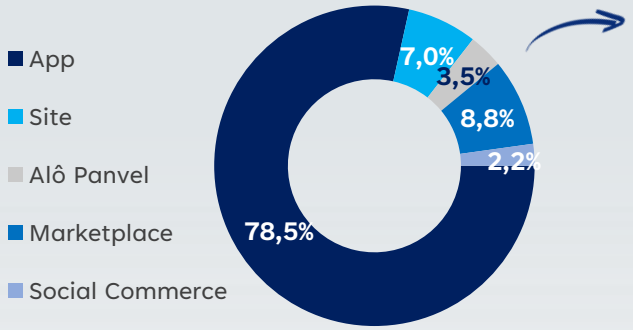
CAGR
LTM3T22/LTM3T26
17,7%

Panvel é a farmácia com a melhor experiência digital do Brasil, dentro e fora da loja, e líder absoluta na Região Sul

Canais Digitais (% na R.B do Varejo)

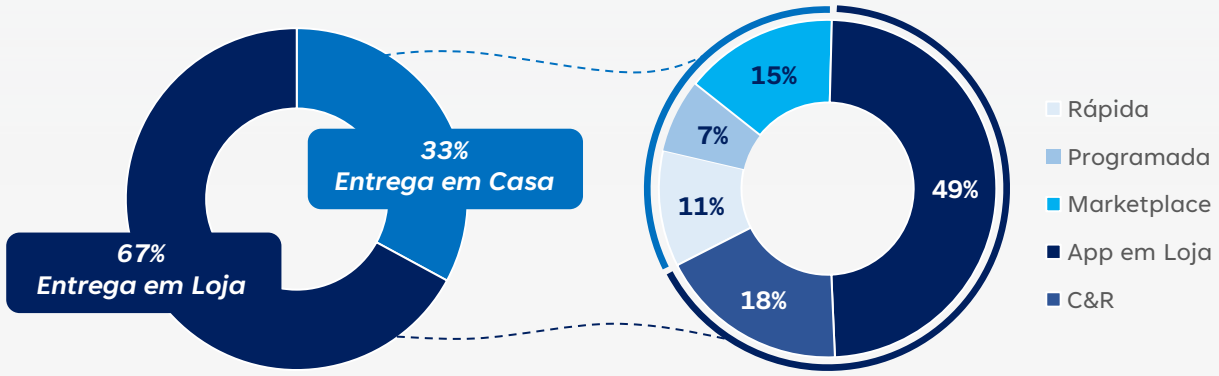


Composição da venda dos Canais Digitais



- Crescimento de +271,0% na receita do App vs 3T25.
- **MAU de 46,9%**
- **10M de downloads** na base acumulada
- App Panvel como eixo da **jornada unificada** entre loja, digital e entrega

Canais de Entregas 3T26
(% sobre quantidade de entregas)



Eficiência Logística

867k
Entregas Próprias no 3T26 (*last mile*)

+20,2%
Crescimento de Entregas Próprias vs 3T25

93,9%
Nível de Serviço no 3T26

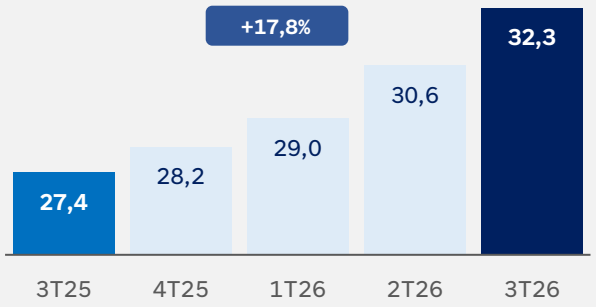
Clique e Retire
677 lojas

Lojas Delivery
435

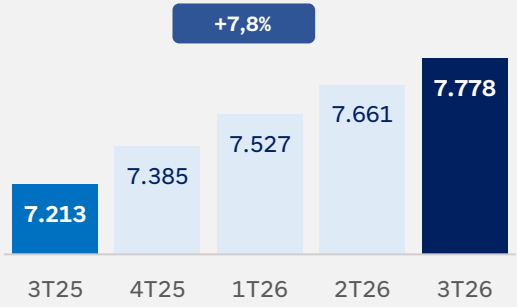
Mini CD/Darkstore
9 unidades

Fidelização inteligente

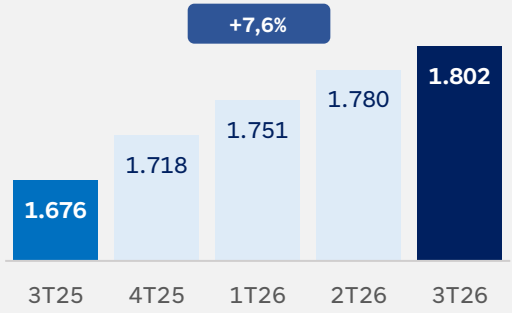
Evolução base Panvel



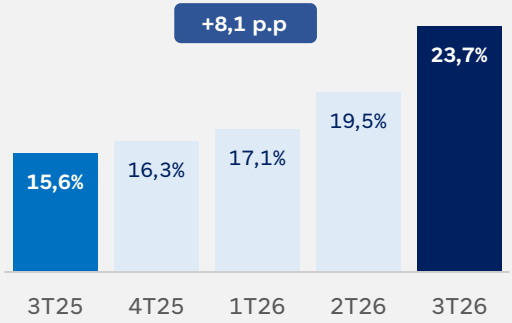
Evolução Clientes Ativos* (mil)



Evolução Cliente Fiel (mil)

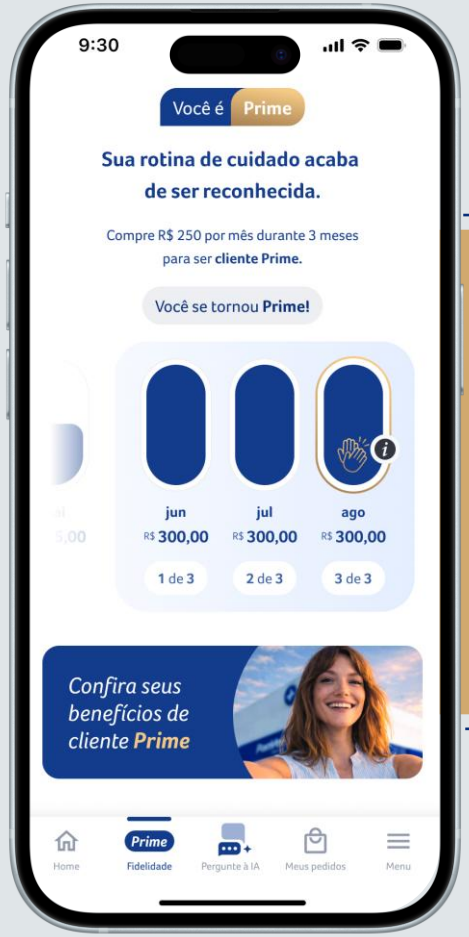


Evolução Cliente Omni



Panvel Prime

Plataforma de crescimento do ***Cliente Fiel***



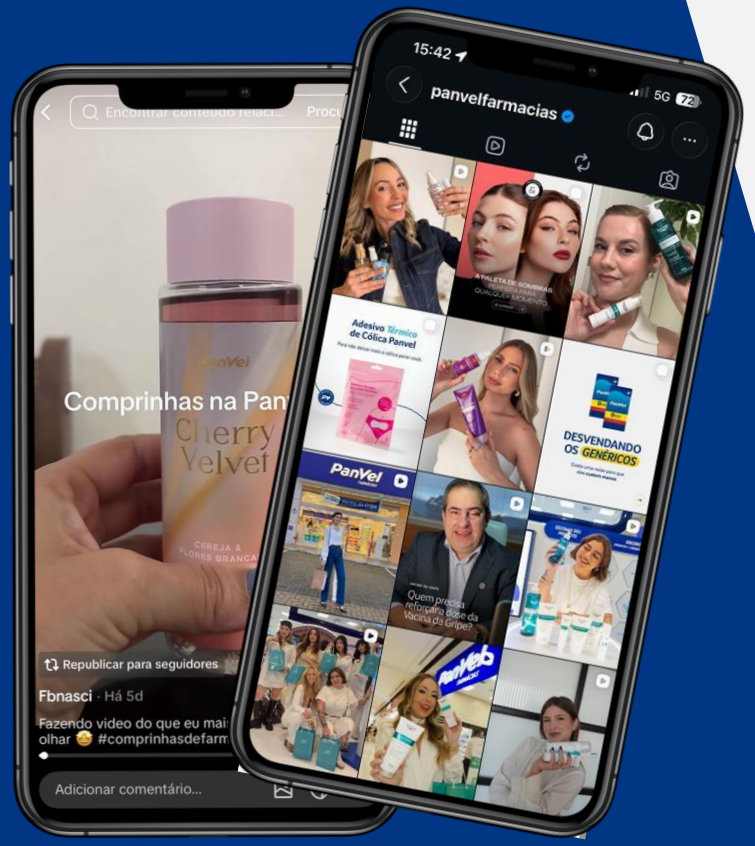
Representam ***10,8%*** *da base ativa* ***do 3T26***

Taxa de Retenção sobe 7,9 p.p. *vs 3T25*

**Cliente Ativo = realizou ao menos uma compra em 12 meses; Cliente Fiel = Cliente que Frequenta/consome a cada 15 dias.*

Pública

Panvel
nas redes sociais



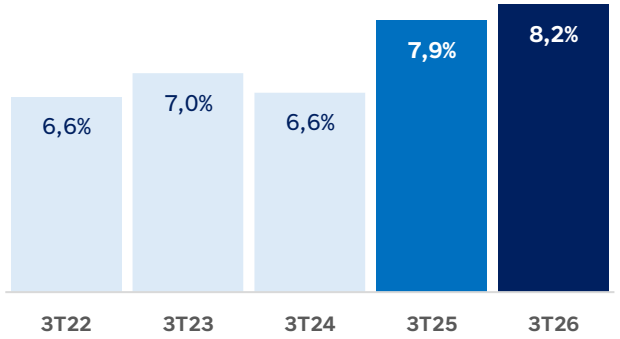
Lançamentos impulsionados pelas redes sociais

356M views | 65,4k novos seguidores | 365,1k interações

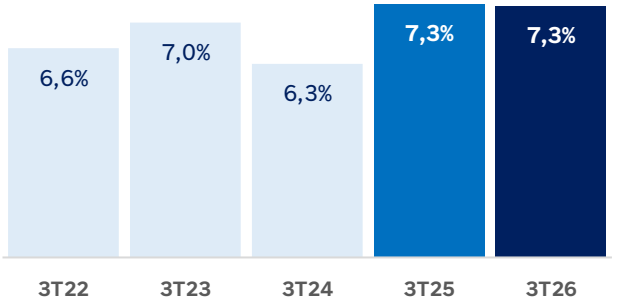
112,2 views | 19,3k novos seguidores | 107,4k interações

Produtos Panvel ampliam relevância em HB e chegam a 8,2% das vendas do Varejo excluindo GLP-1

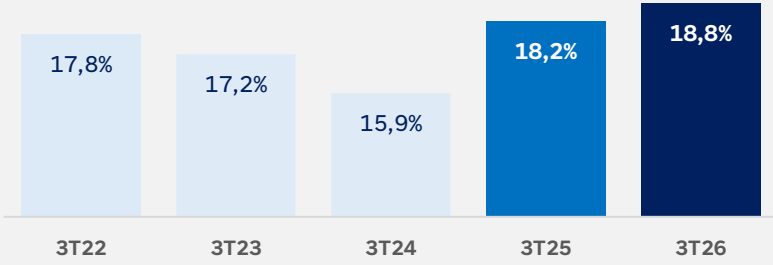
% Participação do Produtos Panvel nas Vendas Varejo Sem GLP-1



% Participação do Produtos Panvel nas Vendas Varejo



% Participação do Produtos Panvel nas Vendas de HB

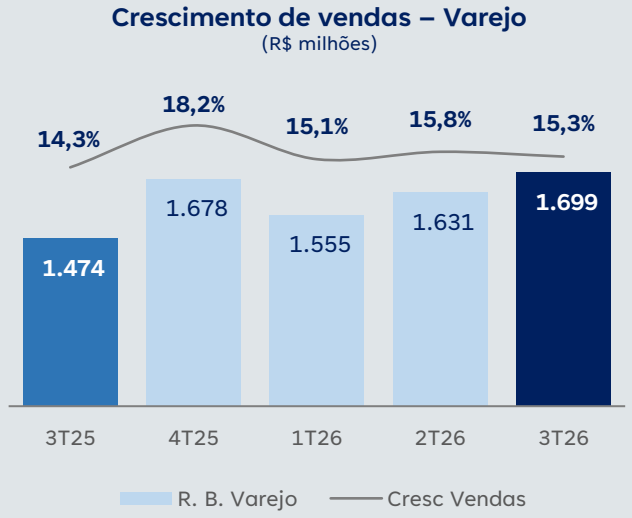


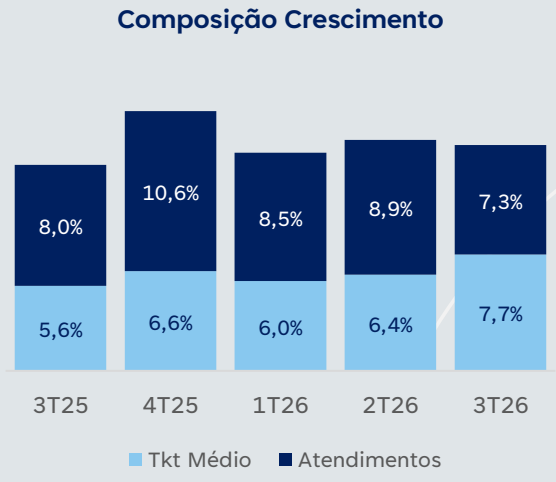
Produtos Panvel representam 30,4% do mercado de Private Label da Região Sul

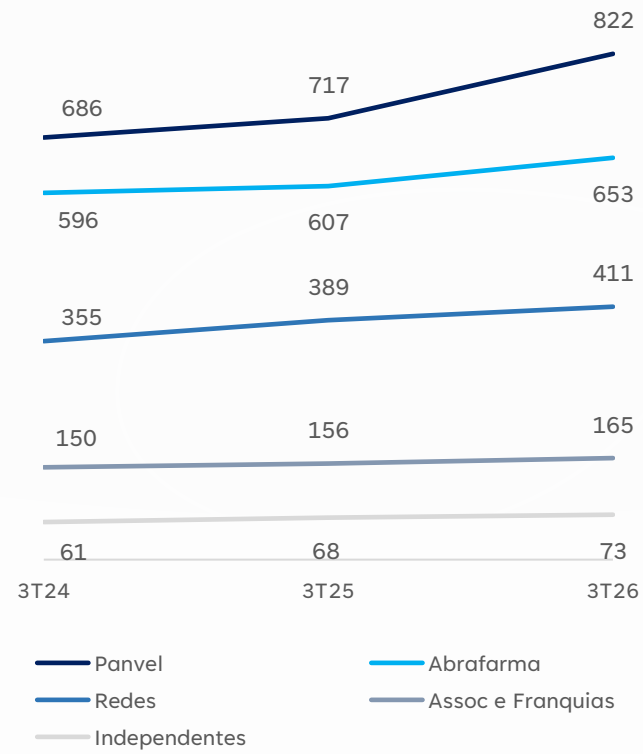
Margem bruta superior

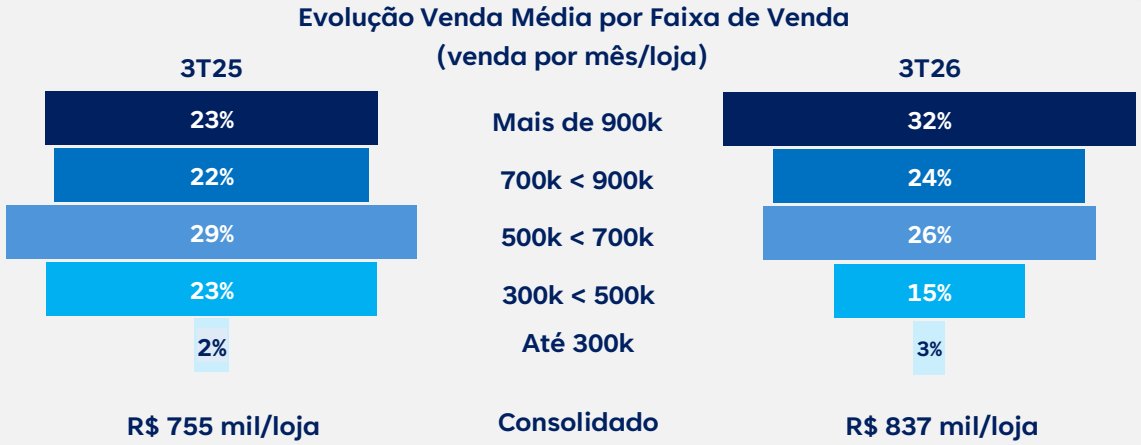

PanVel
GLOW
MEDIO
PanVel
GLOW
BSCURO
PanVel
GLOW
PanVel
SOLAR
FPS
30
PROTETOR SOLAR 200 g
130g
Fresh Twist
Juice Cream
PanVel
DERMATIV
80
PanVel
DERMATIV
Shampoo
Capilar
ANTIQUEDA
300 mL
PanVel
DERMATIV
Condicionador
Capler
ANTIQUEDA
300 mL
PanVel
DERMATIV
DERMATIV
Panvel
24S7
PanVel
24S7

Mais um trimestre de forte crescimento de venda, sem desacelerar em relação aos trimestres anteriores, muito puxado pelo crescimento de atendimentos.







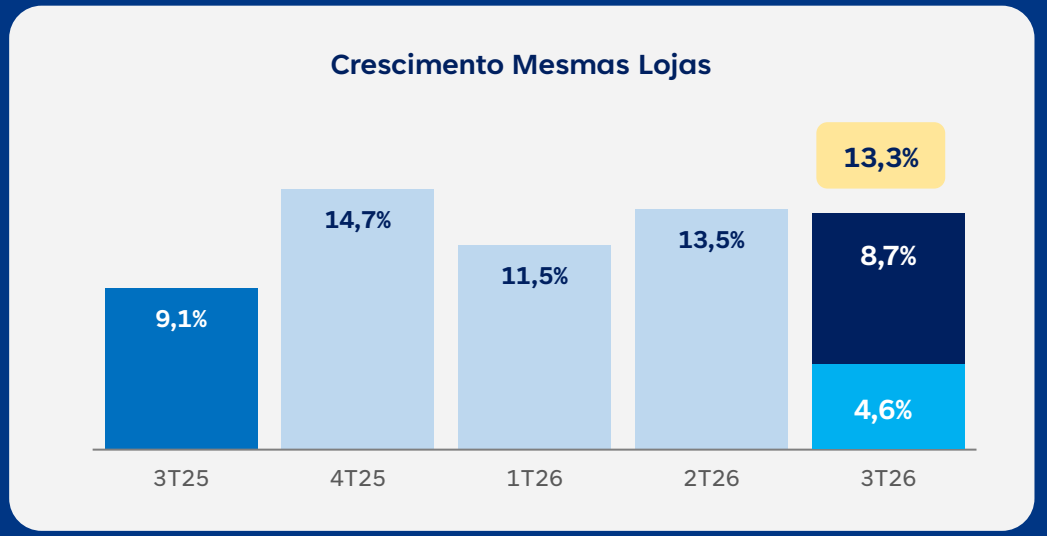


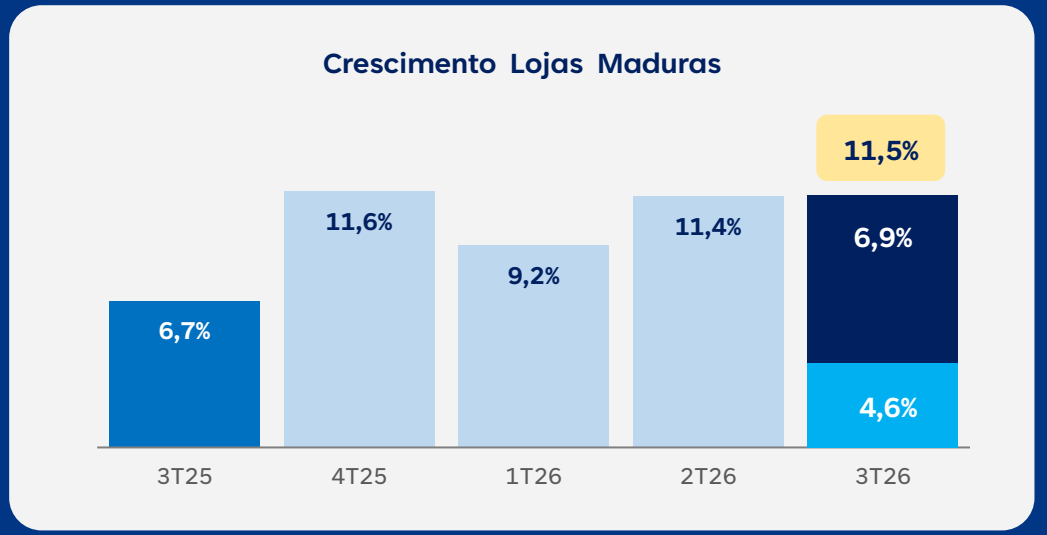
Venda média de lojas maduras atinge **R$ 887 mil/loja** no terceiro trimestre de 2026

Panvel entrega crescimento de MSSS e SSS muito acima da inflação no 3T26

- Indicadores de SSS e MSSS seguiram apresentando crescimento no 3T26, atingindo 13,3% e 11,5%, respectivamente;

- Desempenho reflete ganho real de vendas e aumento de produtividade da base.



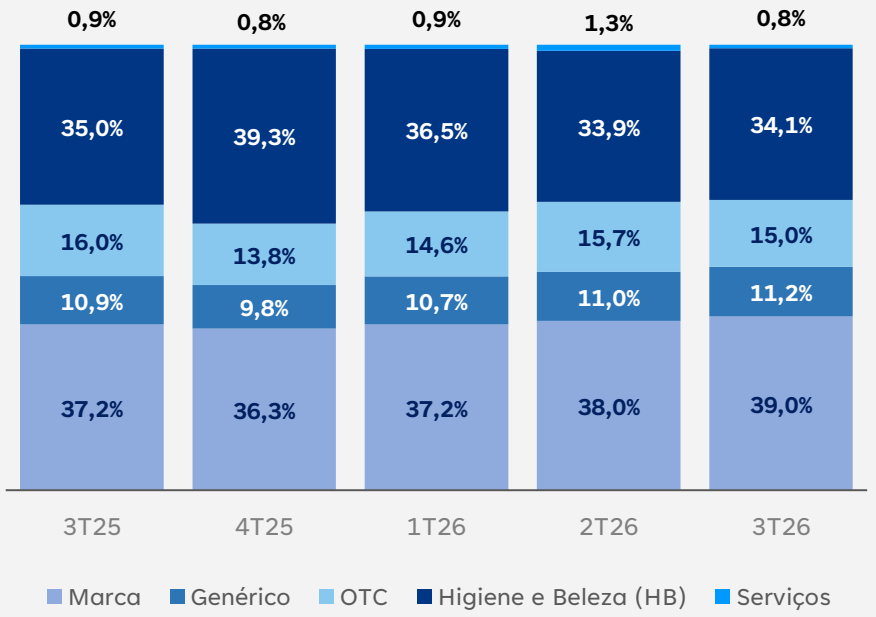


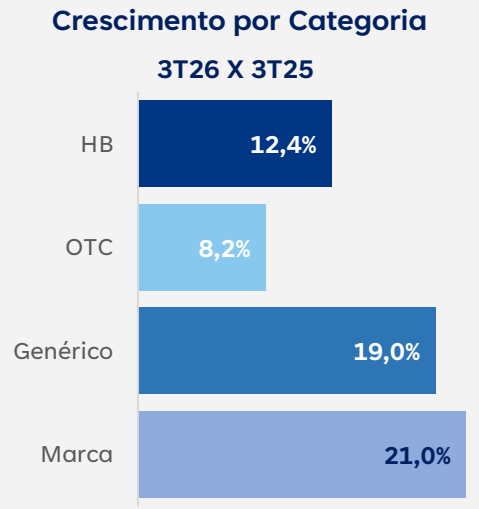
Mix de vendas

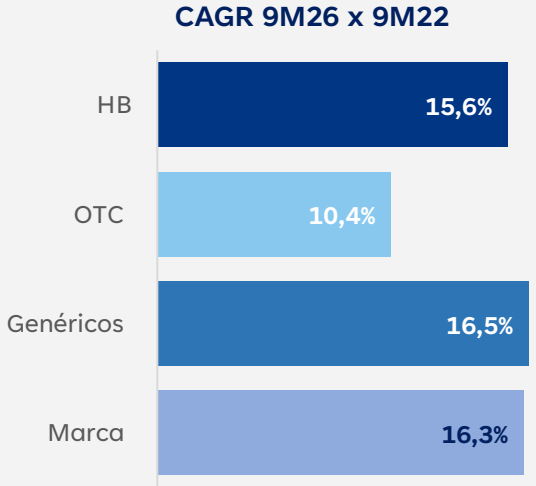
Crescimento de vendas acima do mercado, dentro de um mix de produtos **equilibrado**, que alia crescimento e rentabilidade





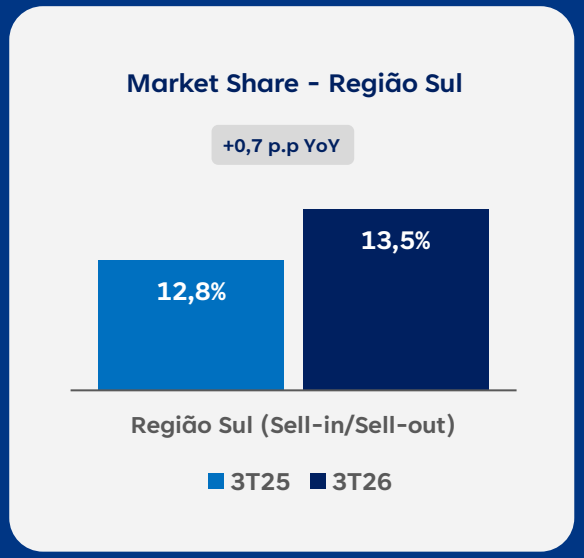




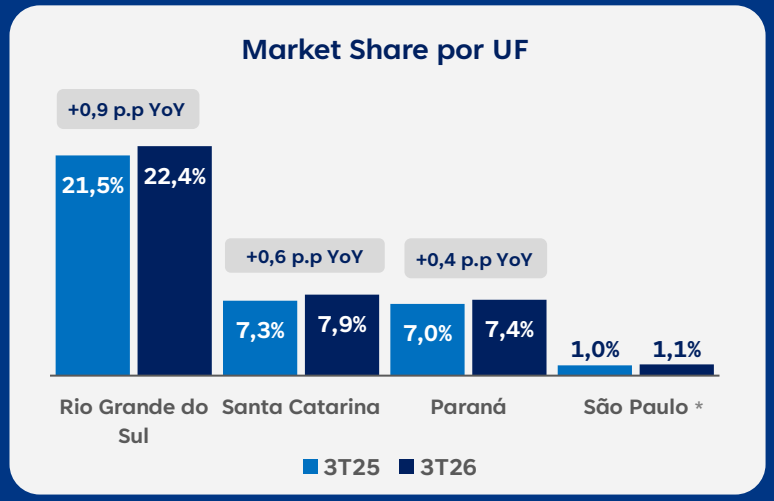


Expansão contínua e recorrente tanto em Medicamentos quanto em Higiene e Beleza

26º trimestre consecutivo de ganhos de Market Share na Região Sul

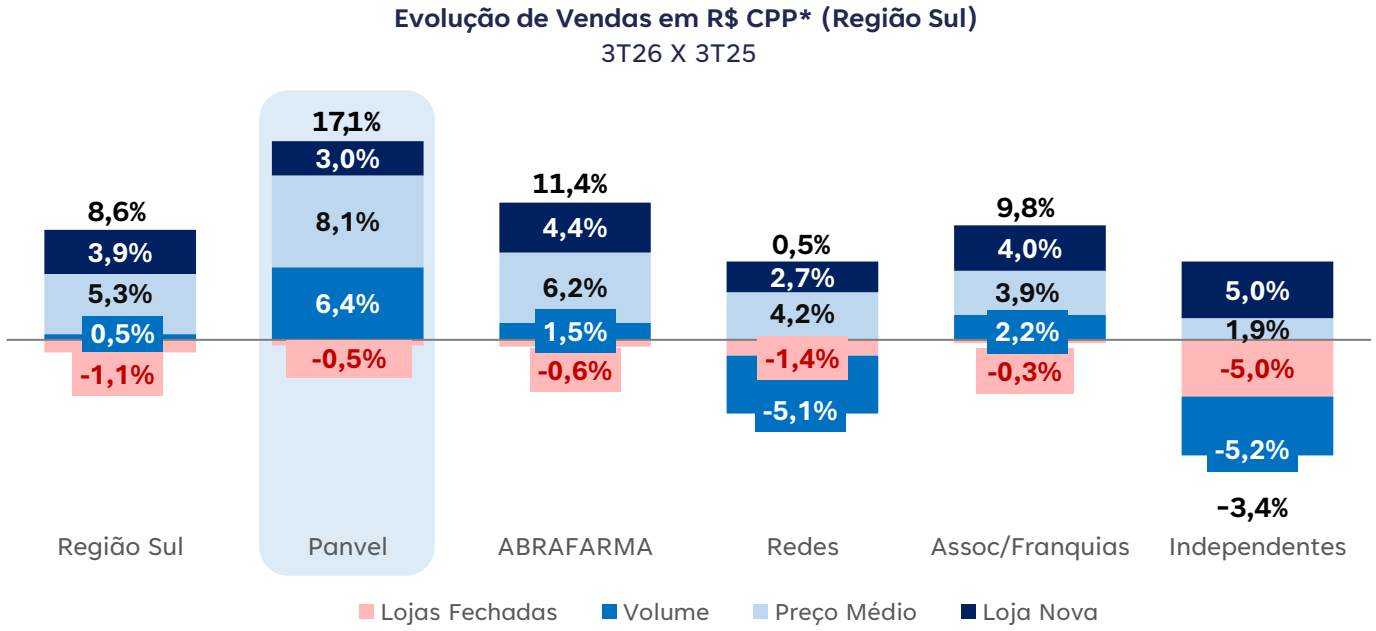


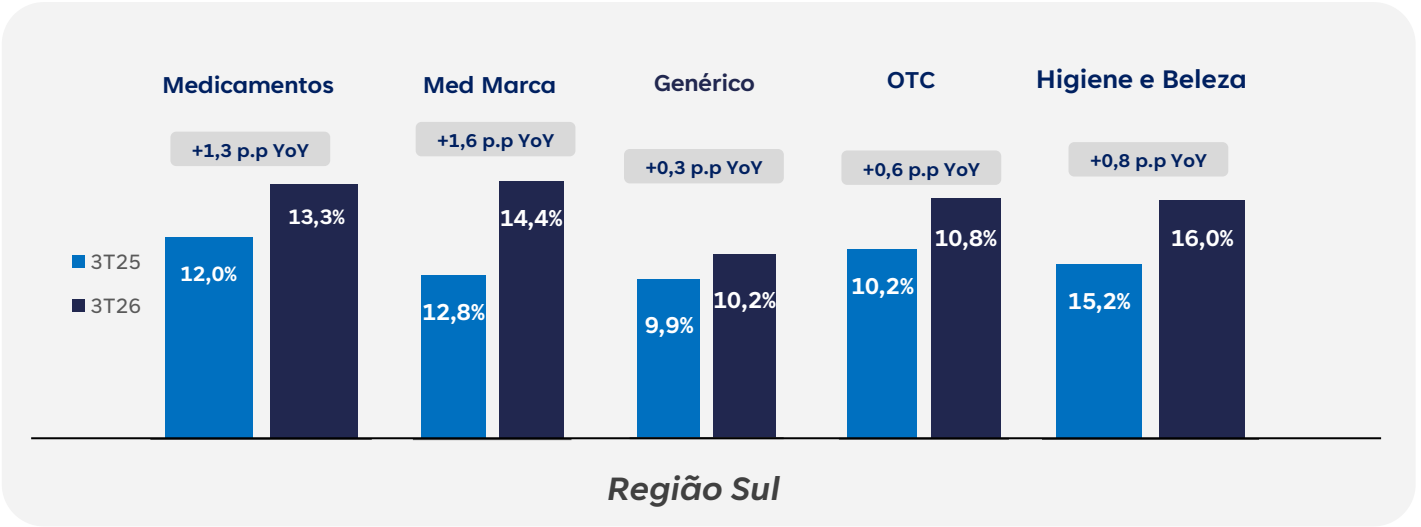
Ganho em todos os Estados na Região Sul

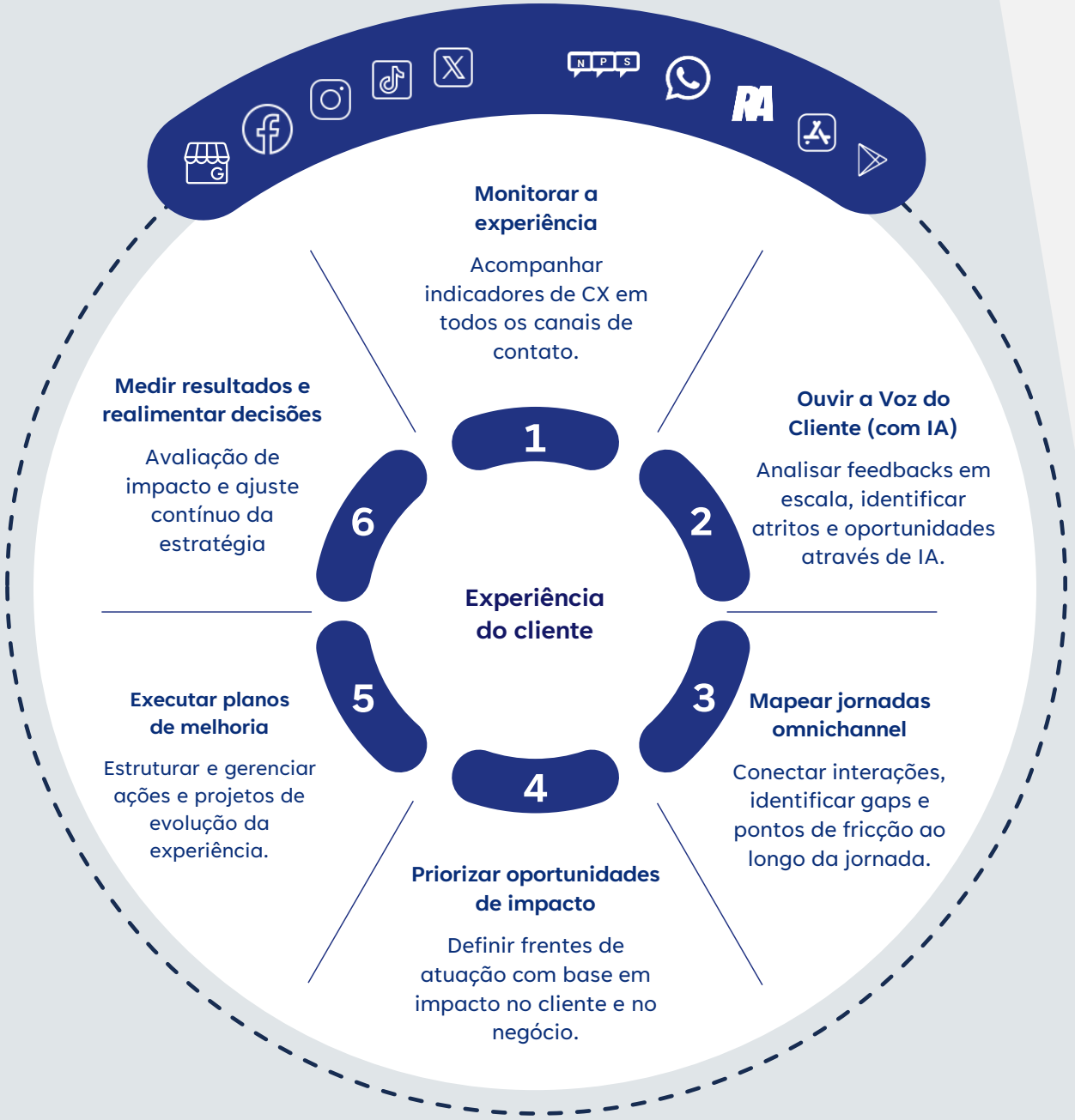


*Market Share na cidade de São Paulo

Fonte: IQVIA







NPS PanVel

82 → 85

2T26 3T26

Metodologia **Bain & Company**

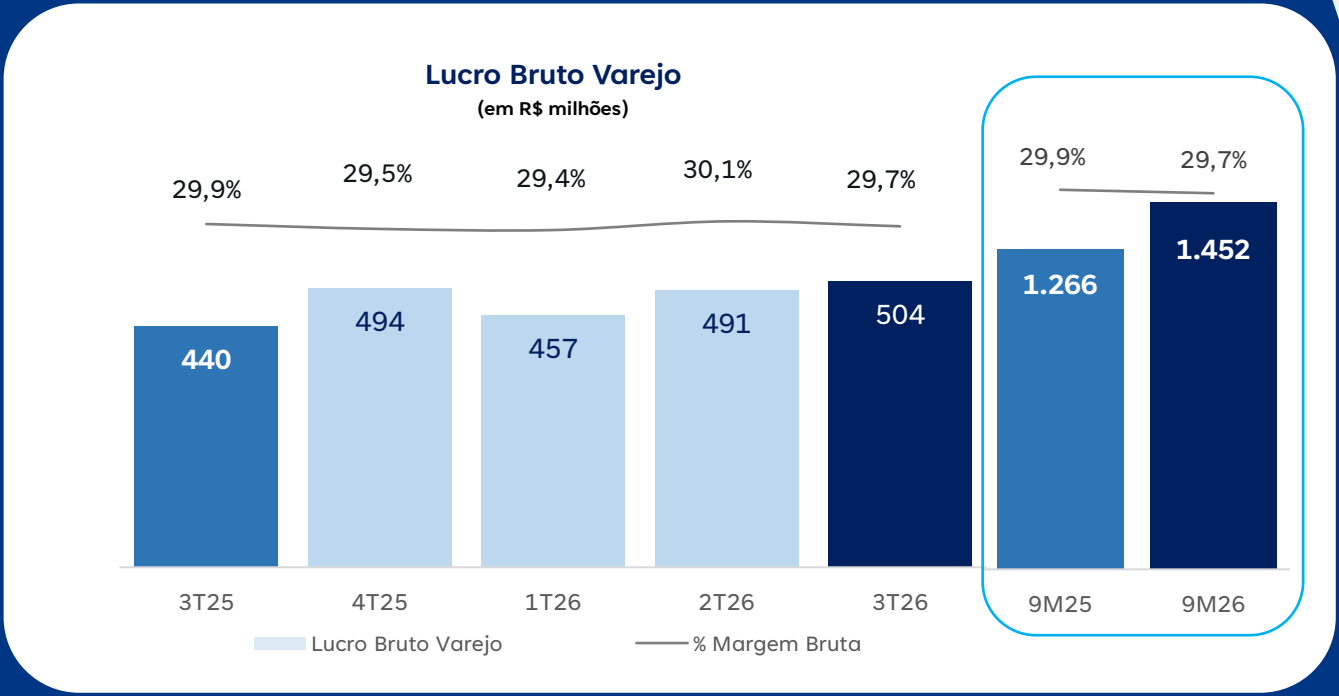
NPS Loja	NPS App	CSAT Entrega
82 → 83	84 → 88	95
2T26 3T26	2T26 3T26	

CSAT Atendimento	App Store	CSAT Retirada
98	4,9	92

Play Store
4,9

*Posição em setembro/2026

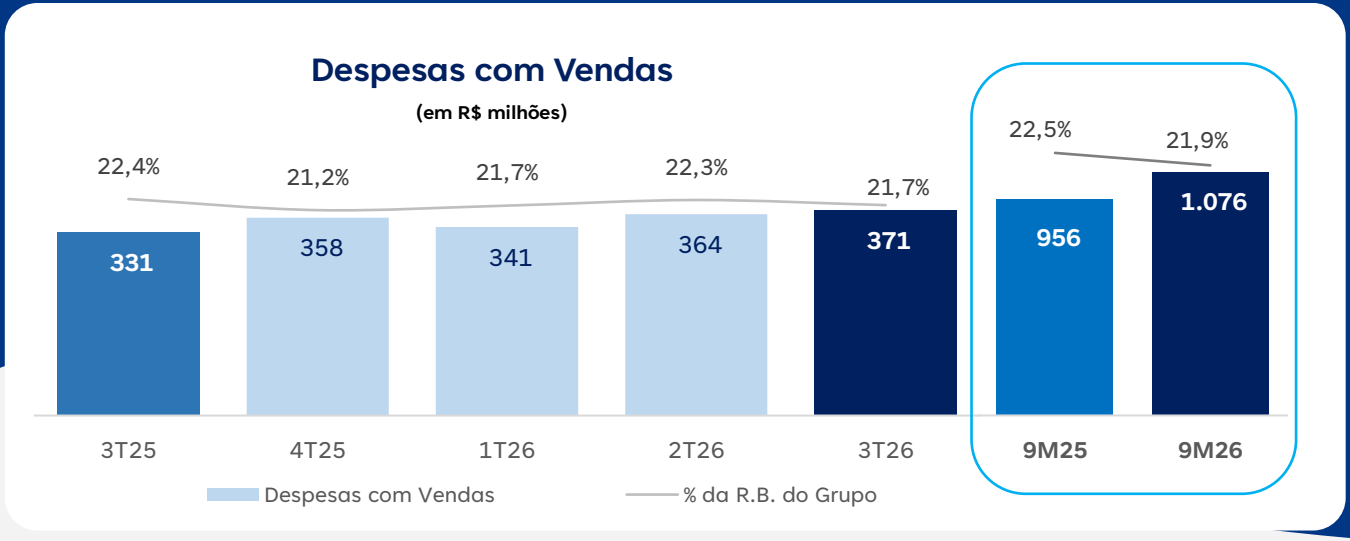
Margem bruta do Varejo apresenta pressão de 0,2 p.p., mas permanece em patamar saudável



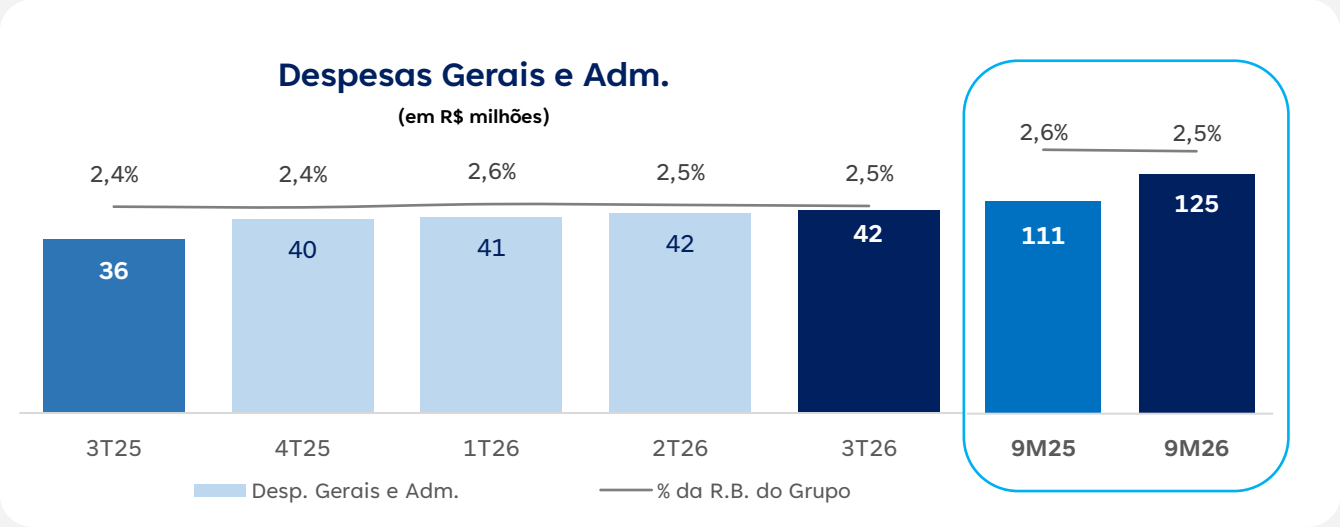
Impactos Margem Bruta:

- ▲ Valor de Marca
- ▲ Negociações com a Indústria
- ▲ Genéricos
- ▲ Marca Própria
- ▲ Retail Media
- ▲ Higiene e Beleza
- ▲ Precificação
- ▼ Medicamentos de Marca
- ▼ GLP-1
- ▼ CMED
- ▼ Competição
- ▼ Digitalização

Disciplina em despesas segue como alavanca de rentabilidade, com diluição de 0,7 p.p. em despesas com vendas no trimestre

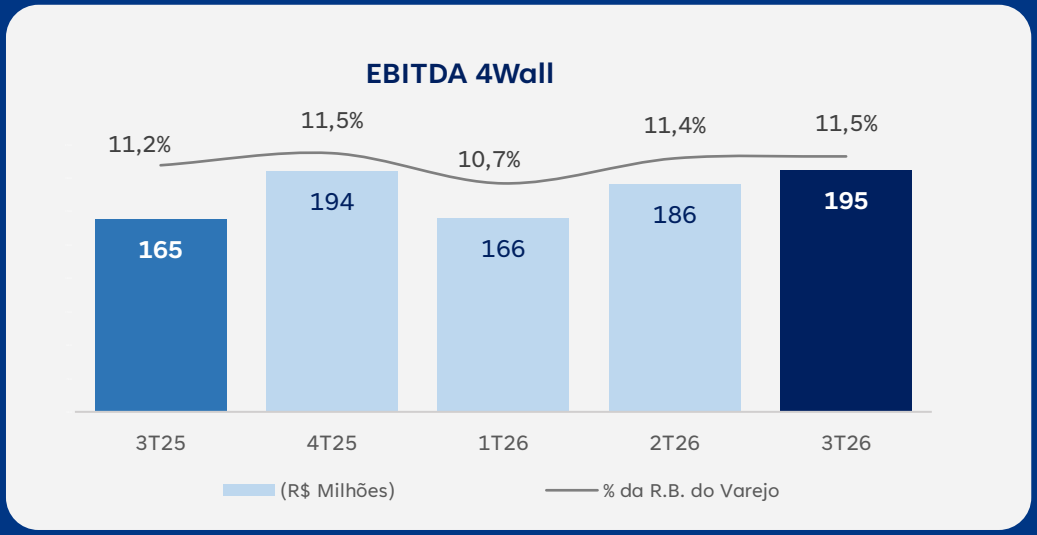


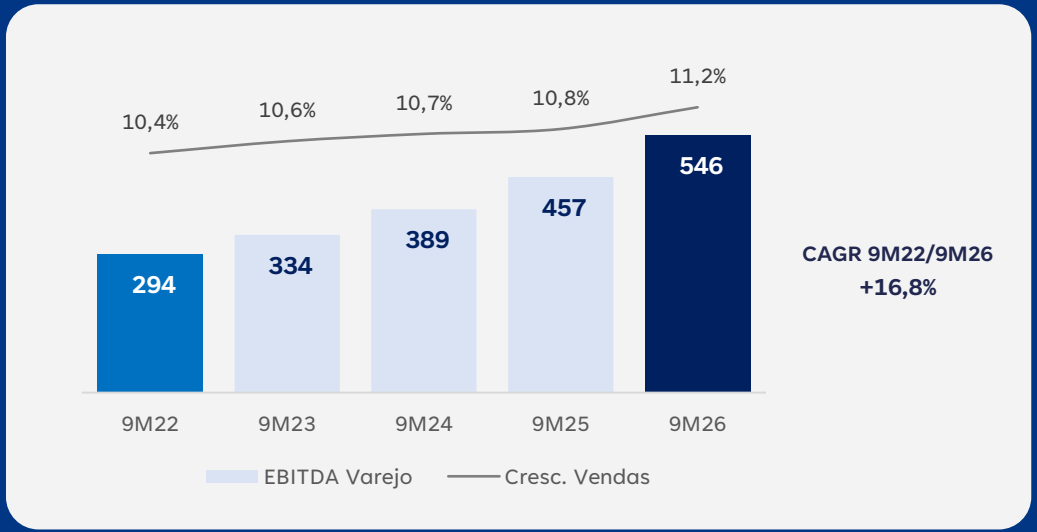
✓ Diluição de 0,7 p.p. em relação ao 3T25, com despesas crescendo 12,0%, abaixo do avanço de 15,3% das vendas.



✓ Estáveis em 2,5% da Receita Bruta no trimestre e com diluição de 0,1 p.p. no acumulado de nove meses, reforçando a disciplina na gestão das áreas administrativas.

Ganhos de eficiência nas lojas elevam a margem EBITDA 4Wall para 11,5%

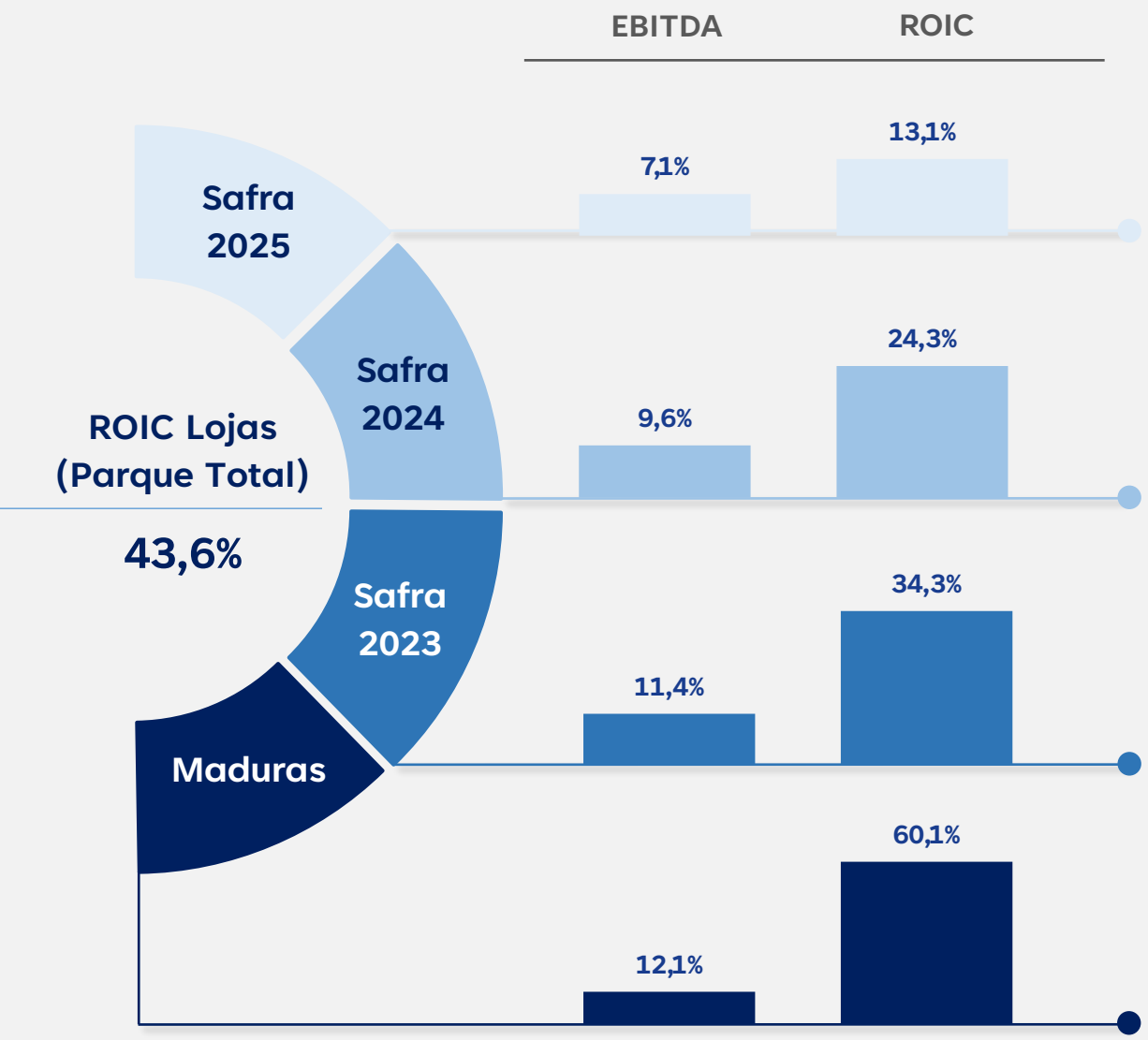




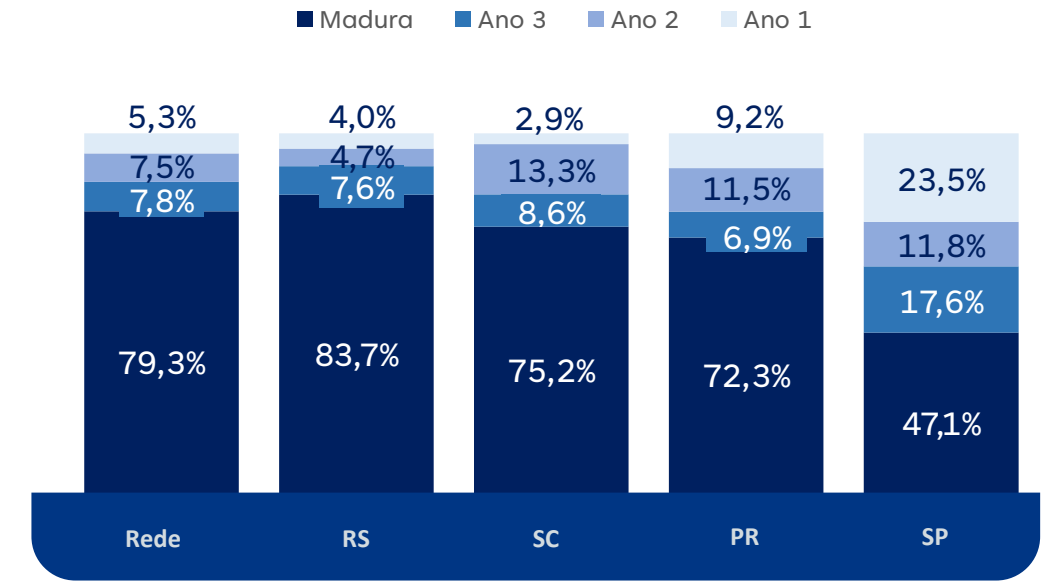
- Margem EBITDA 4Wall de 11,5%, expansão de 0,3 p.p. vs 3T25, mesmo com recuo de 0,2 p.p. na margem bruta, sustentada pela diluição das despesas de loja;

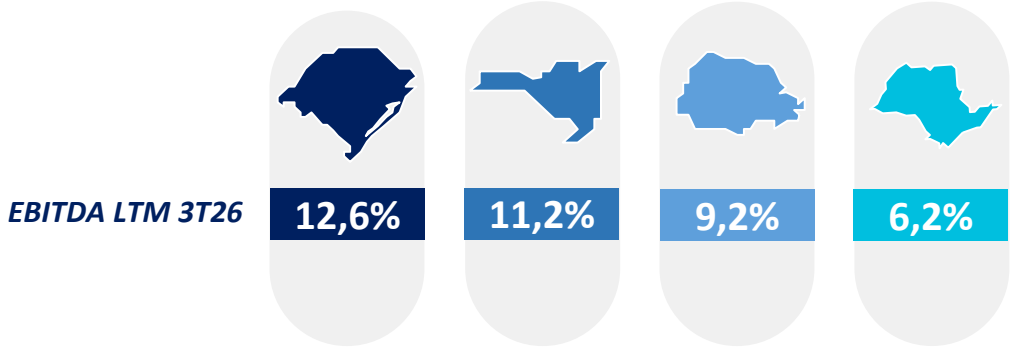
- Entre o 9M22 e o 9M26, o EBITDA 4Wall cresceu a uma taxa composta (CAGR) de 16,8% ao ano, acima dos 14,5% da Receita Bruta do Varejo, com expansão da margem em todos os anos, de 10,4% para 11,2%.

Expansão Estratégica – Panvel chega ao número de 677 lojas, sem abrir mão de resultado



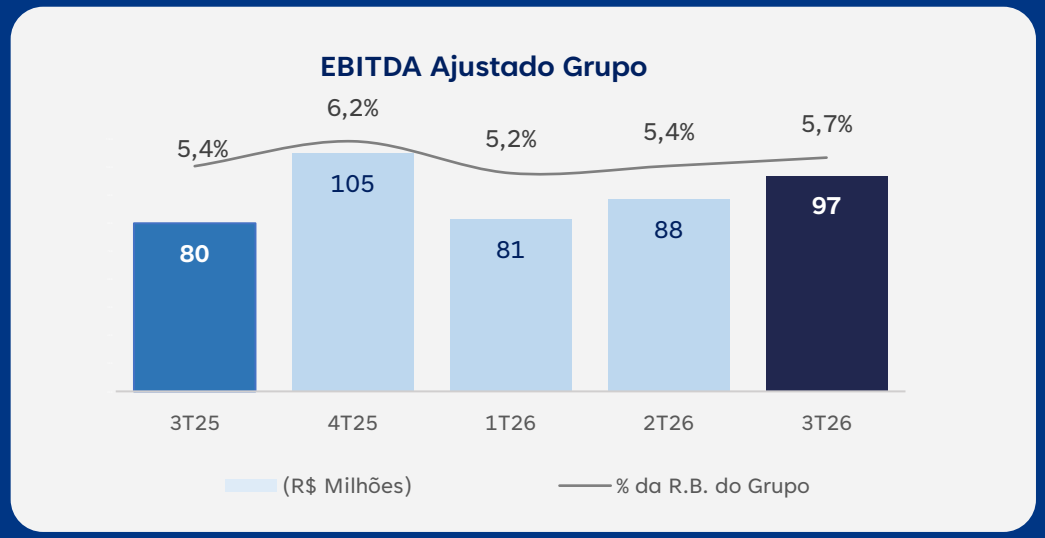
ROIC= (Venda média/loja) x (NOPAT) / (Ativo fixo/loja) + (Capital de Giro)

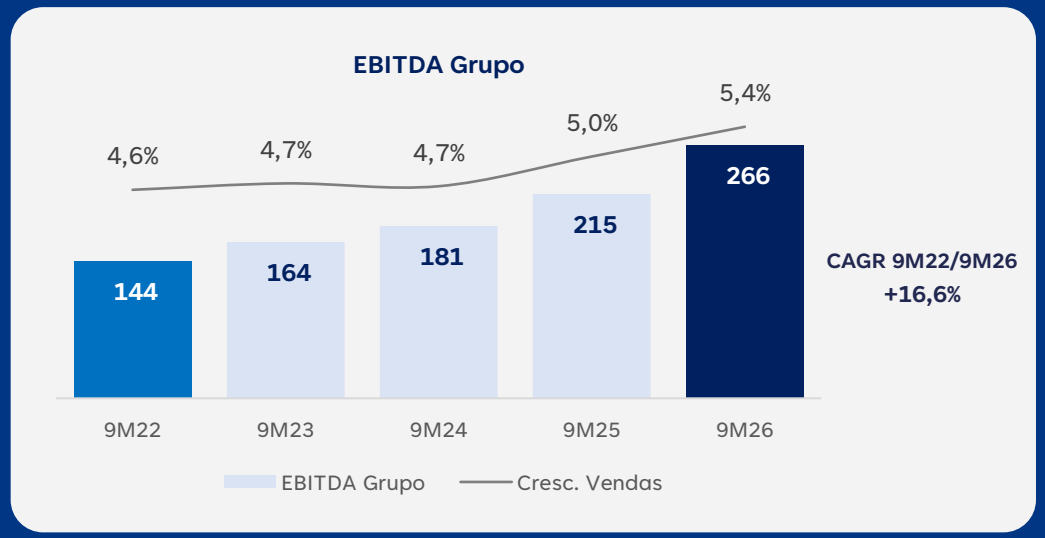




Safra 2025 – lojas com 12 meses de operação / Safra 2024 – lojas com 24 meses de operação / Safra 2023 – lojas com 36 meses de operação

EBITDA Ajustado cresce 21,2% em relação ao 3T25, atingindo novo patamar histórico para um terceiro trimestre da Panvel



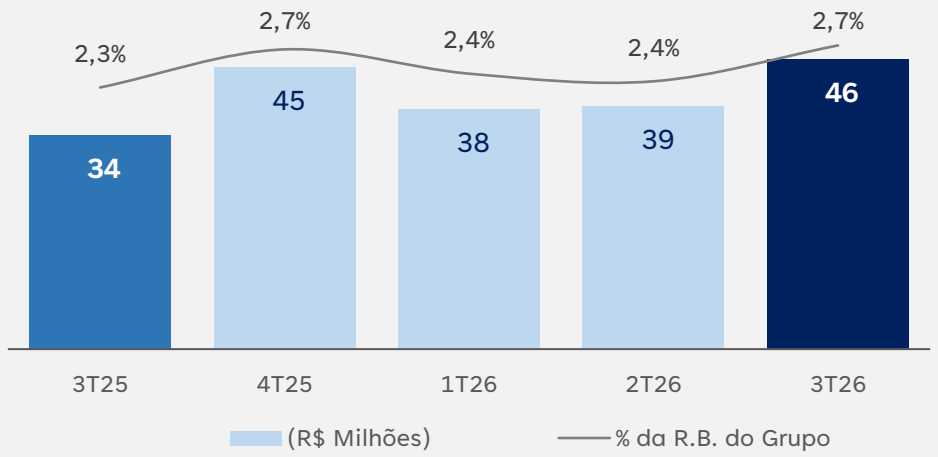


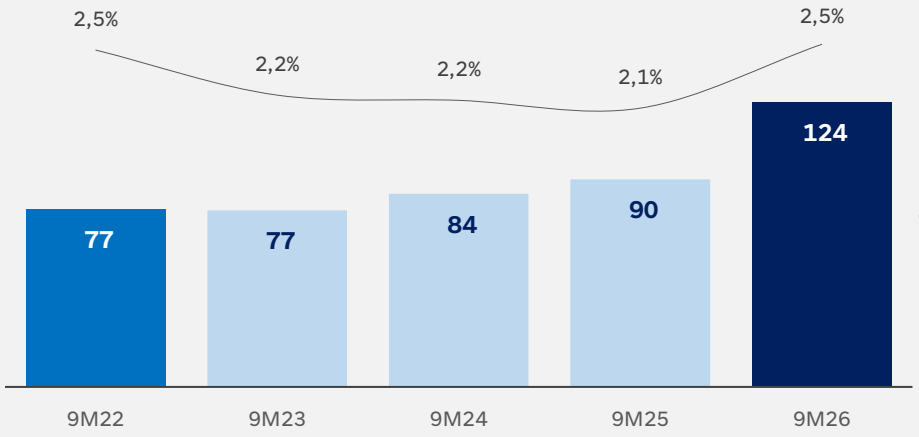
- EBITDA Ajustado de R$ 96,8 milhões no 3T26, crescimento de 21,2% em relação ao 3T25, com margem de 5,7% da Receita Bruta (+0,3 p.p.).

- Entre o 9M22 e o 9M26, o EBITDA Ajustado apresentou CAGR de 16,6%, acima do CAGR de 14,5% da Receita Bruta do Varejo no mesmo período.

Lucro Líquido Ajustado cresce 35,4% em relação ao 3T25, refletindo expansão de 0,4 p.p. na margem no trimestre

Lucro Líquido Ajustado



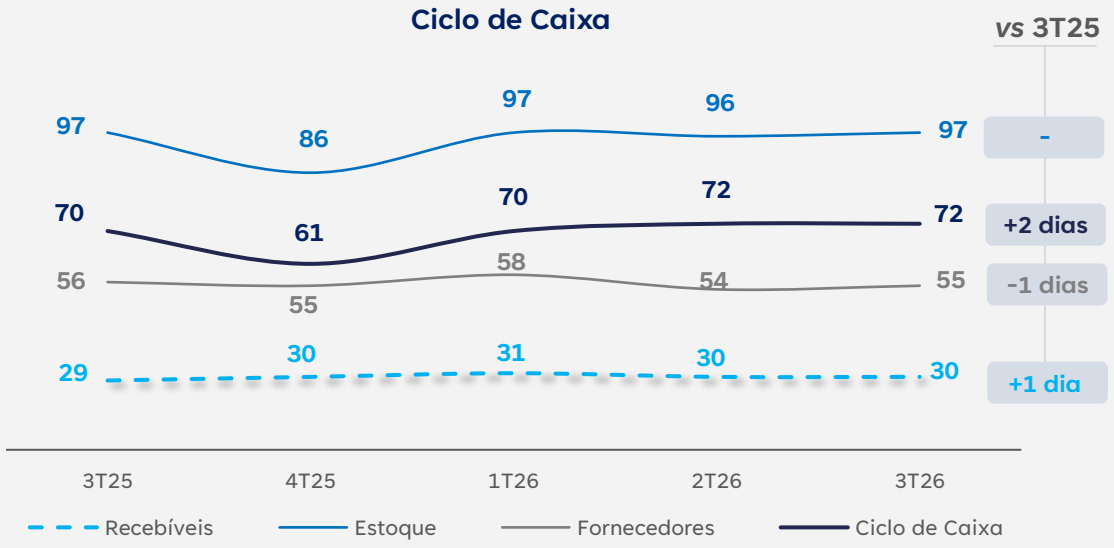


CAGR 9M22/9M26
+12,5%

Reconciliação Lucro Líquido	3T25	3T26	Var. %
EBIT	**53,4**	**65,8**	**23,1%**
(-) Resultado Financeiro	(9,8)	(12,0)	21,9%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	**43,6**	**53,8**	**23,5%**
IRPJ/CSLL	(11,1)	(9,2)	(16,4%)
Lucro Líquido	**32,5**	**44,6**	**37,0%**
Baixas de Ativos	1,1	1,4	27,6%
Outros Ajustes	0,6	0,4	(31,0%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	0,0	0,0	-
Lucro Líquido Ajustado	**34,3**	**46,4**	**35,4%**
Margem Líquida Ajustada	**2,3%**	**2,7%**	**0,4 pp**

- ✓ Crescimento de 23,1% do EBIT vs 3T25
- ✓ Crescimento de 23,5% do EBT (LAIR)

Geração de fluxo de caixa livre positiva pelo sétimo trimestre consecutivo e desalavancagem são vantagens competitivas importantes pra a Panvel



Endividamento

Dívida Líquida	3T25	4T25	1T26	2T26	3T26
Dívida de Curto Prazo	109,0	191,8	130,4	146,3	131,3
Dívida de Longo Prazo	588,3	520,2	470,5	468,1	418,3
(-) Instrumentos Financeiros	5,5	5,4	-	-	-
Dívida Bruta	**702,8**	**717,3**	**600,9**	**614,4**	**549,6**
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	392,1	430,5	304,0	295,2	229,4
Dívida Líquida / Caixa Líquido	**310,7**	**286,8**	**296,9**	**319,2**	**320,2**
Dívida Líquida / EBITDA LTM	**1,0x**	**0,9x**	**0,9x**	**0,9x**	**0,8x**
Custo CDI+	**(1,3%)**	**(1,2%)**	**(1,6%)**	**(1,4%)**	**(1,5%)**

Fluxo de caixa	3T25	3T26	Var. (%)
Lucro líquido do exercício	**32.521**	**44.555**	**37,0%**
IRPJ/CSLL	11.100	9.282	(16,4%)
Resultado Financeiro	9.829	11.978	21,9%
EBIT	**53.450**	**65.815**	**23,1%**
Depreciações e Amortizações	22.713	25.057	10,3%
EBITDA (Resultado Operacional)	**76.162**	**90.872**	19,3%
Ciclo de Caixa	(44.859)	(42.118)	(6,1%)
Demais variações nos ativos e passivos	41.992	16.227	(61,4%)
Fluxo de caixa Operacional	**73.295**	**64.981**	(11,3%)
Investimentos	(57.309)	(45.126)	(21,3%)
Fluxo de Caixa Livre	**15.986**	**19.855**	24,2%
JSCP	-	(6.804)	-
Ações em tesouraria	-	(2.119)	-
Resultado Financeiro	(9.829)	(11.978)	21,9%
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	**6.157**	**(1.046)**	(117,0%)

- ✓ *Geração de fluxo de caixa operacional de R$ 64,9 milhões no 3T26*
- ✓ *Geração de fluxo de caixa livre de R$ 19,9 milhões no 3T26*
- ✓ *Redução de alavancagem vs 3T25*

Pilares Estratégicos



- Expansão
- Digital
- Logística
- Produtos Panvel
- Clientes
- Ecossistema de saúde
- ESG

Inovação & Tecnologia

Pessoas e Cultura

Pública

2026 é apenas o início do novo ciclo de crescimento

Entre **R$11,5 – R$12 Bi** RECEITA

Entre **6,7% -7%** EBITDA

Até **1.000** LOJAS

2025

Venda

- GLP-1
- Fidelização
- Beleza
- Produtos Panvel
- Expansão Sul e Sudeste
- Digitalização

Margem Bruta

- Genéricos
- OTC
- Produtos Panvel
- Higiene e Beleza
- IA para gerenciar preços

Despesas

- Despesas de lojas
- Despesas logísticas
- Despesas Administrativas
- Revisão de processos, automação e aplicação de IA

Outras Avenidas Potenciais

- Crescimento de vacinação
- Flexibilização de regulamentação de exames
- Parcerias com planos de saúde
- Retail Media
- Novos produtos e novos tratamentos

2030

TAKEAWAYS

Mercado Farmacêutico na Região Sul

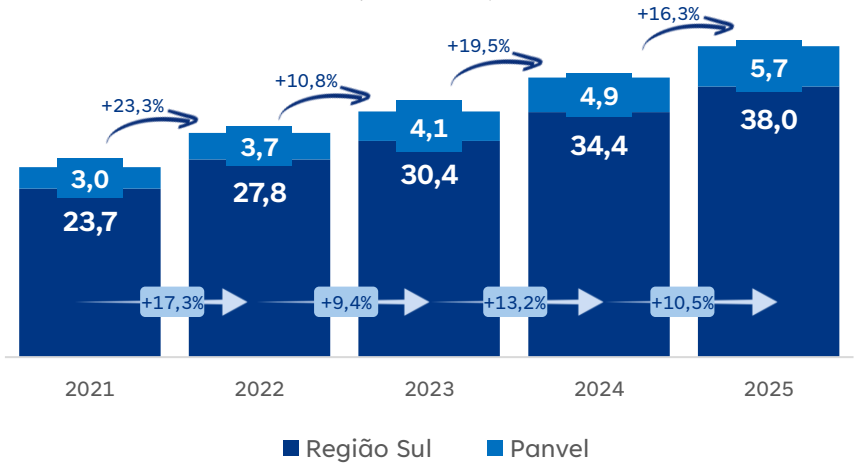
O varejo farmacêutico segue como um dos mercados mais resilientes e atrativos do Brasil, *com vetores estruturais de crescimento (envelhecimento da população, GLP-1 e fortalecimento da cultura da beleza e bem-estar).*

A consolidação do mercado em torno das redes mais eficientes é irreversível, *elevando a importância de escala, execução e disciplina comercial.*

A Panvel é um player premium de execução, *com atuação em regiões relevantes do país em termos de renda e demografia, combinando expansão física e digital.*

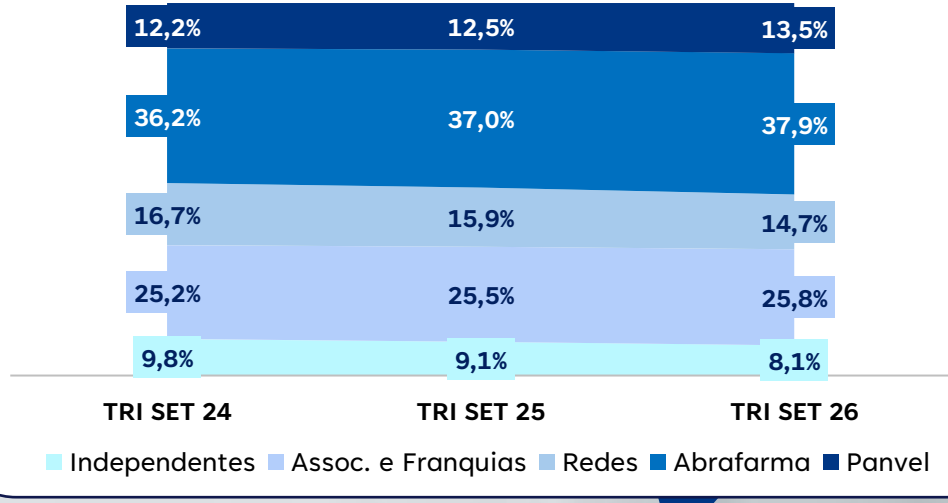
Evolução do Varejo Farmacêutico - Sul (R$ CPP)

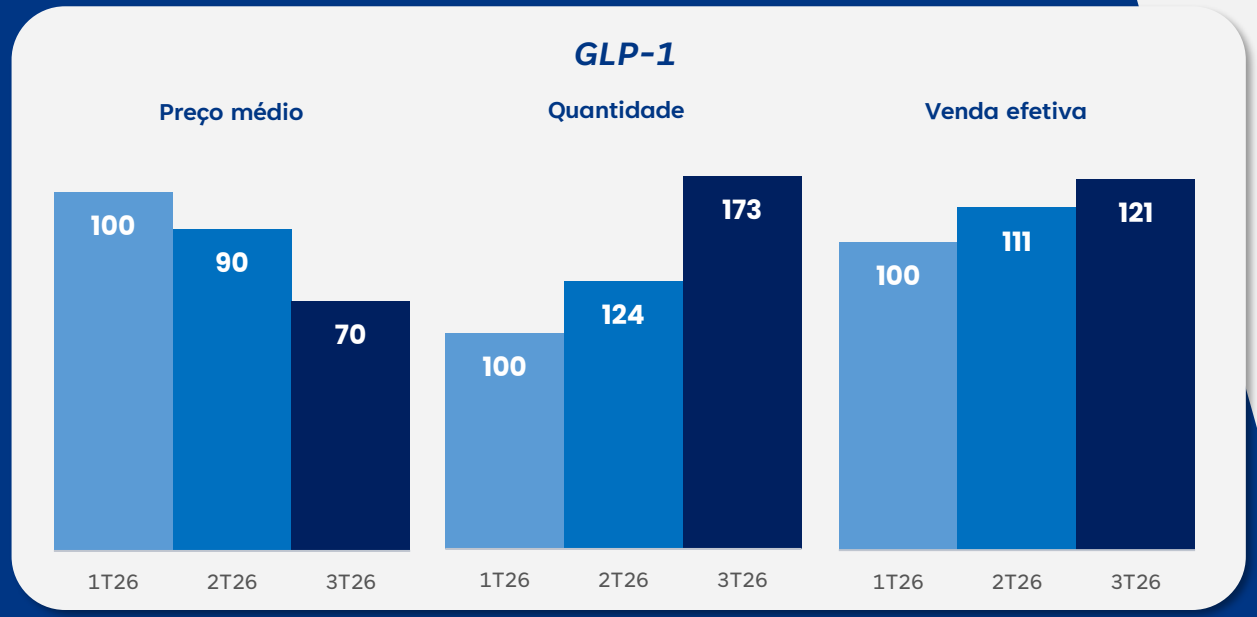
(R$ bilhões)



Vendas R$ CPP – Market Share

(Região Sul)



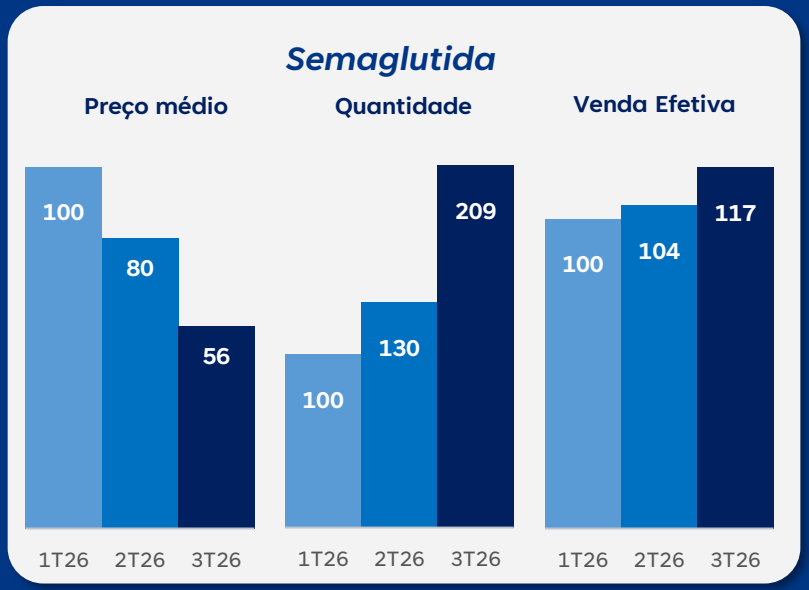


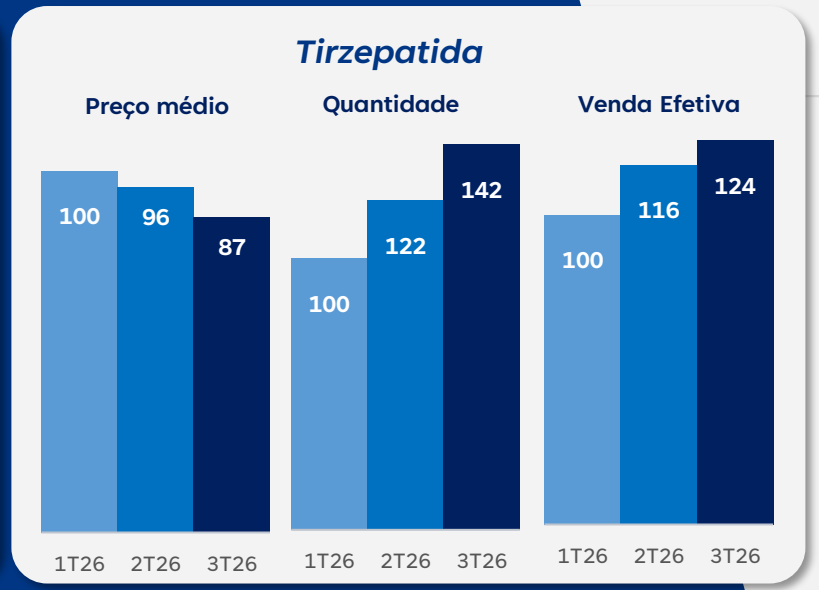
Panvel é a farmácia melhor posicionada na Região Sul no mercado de GLP-1

Elasticidade de preço começa a transformar a composição do crescimento da categoria (ticket médio + volume)

GLP-1	Semaglutida	Tirzepatida
Preço Médio: -30,4%	-44,1%	-12,7%
Venda Efetiva: +20,5%	+16,6%	+24,0%
Quantidade: +73,1%	+108,6%	+42,1%

Análise em Base 100 (Base = 1T26)





Categoria de GLP-1 segue em constante evolução, com pipeline robusto para os próximos anos

13 Medicamentos disponíveis

+5 medicamentos aprovados recentemente

Histórico 4º Trimestre

Entramos no período de maior sazonalidade do ano. Historicamente, a Black Friday e as festas de fim de ano impulsionam vendas, produtividade das lojas e resultado no 4º trimestre, e a Companhia vem se preparando para capturar esse movimento.

Média de crescimento do 3º para o 4º trimestre (2021–2025)

Receita Bruta do Varejo

+10,6%

4T25 vs 3T25: +13,9%

Venda Média por Loja

+8,1%

4T25 vs 3T25: +12,5%

EBITDA Ajustado

+25,7%

4T25 vs 3T25: +31,1%

Market Share Região Sul

+0,7 p.p.

4T25 vs 3T25: +1,1 p.p.

Perspectivas 2026

↑ Venda

- Venda de medicamentos, em especial de Marca (GLP-1) e Genéricos seguirão em rota de crescimento;
- Produtos Panvel como *driver* de crescimento de não medicamentos;
- + Digitalização e + Fidelização

→ Margem bruta

- Pressão mix de produtos
- CMED menor

↓ Despesas

- Despesas controladas e com crescimento abaixo da venda do Varejo:
  - Ganhos de produtividade em lojas e na logística;
  - Despesas administrativas em patamares saudáveis;
  - Captura de eficiência através de automação e uso de IA.

↑ EBITDA

↑ Geração de Caixa

- Continuidade da redução do endividamento líquido
- Estrutura de dívida com custo abaixo do CDI;

↑ ROIC

No 3T26 apresentamos a evolução da

CULTURA PanVel

Nossa Razão de Existir

Somos pessoas cuidando de pessoas

Nossa Ambição

Ser a farmácia com a melhor experiência em saúde e beleza do Brasil

Nossos Valores

- ÉTICA
- CUIDADO COM O CLIENTE
- AGILIDADE COM ATENÇÃO AOS DETALHES
- HUMANIZAÇÃO E SUCESSO COLETIVO
- DETERMINAÇÃO PELO RESULTADO
- INOVAÇÃO
- PAIXÃO PELA MARCA

Q&A

Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp
CFO e DRI

Ismael Rohrig
Gerente Sênior de RI e Estratégia

Pedro Gazzana
Analista de RI

Larissa Godoy
Estagiária de RI

Tel.: +55 51 3481.9999 / 3481.9588

relinvest@grupopanvel.com.br

grupopanvel.com.br/ri



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 da DIMED 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.