PanVel

A rotina que faz bem

Resultados

1T26

Destaques

Resultado

Receita Bruta do Varejo

R$ **1,56 B**

+15,1% vs 1T25

MSSS / SSS

9,2% / 11,5%

Margem Bruta do Varejo

29,4%

+14,9% vs 1T25

EBITDA Ajustado

R$ **81,2 M**

5,2% Margem
+25,6% vs 1T25

Lucro Líquido Ajustado

R$ **38,5 M**

2,4% Margem
+38,1% vs 1T25

Geração de Caixa Operacional/ Caixa Livre

R$ **35,8 M** / R$ **12,4 M**

Operacional

Market Share Região Sul

13,3%

+0,6 p.p. vs 1T25

Participação de Vendas Digital

28,5%

+6,0 p.p. vs 1T25

Participação Produtos Panvel em HB

19,1%

+1,2 p.p. vs 1T25

Venda Média (Loja/Mês)

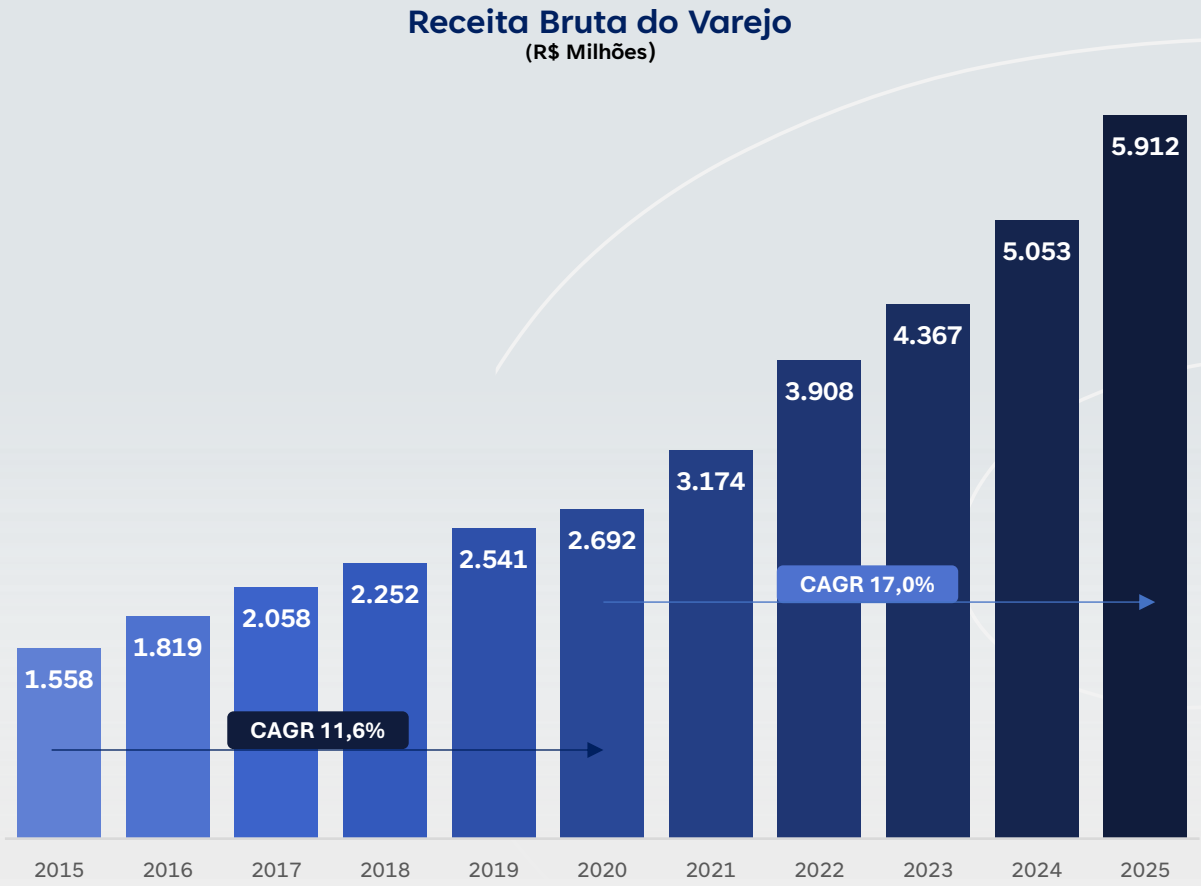
R$ **784Mil**

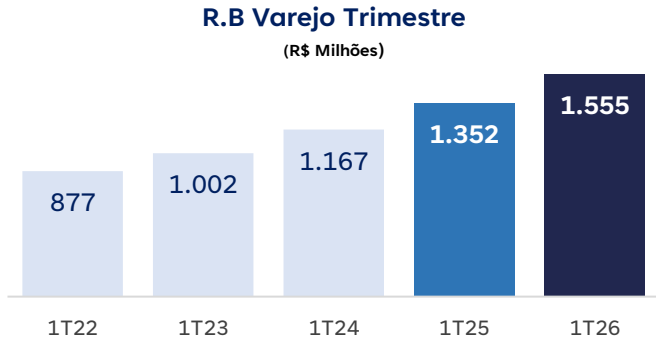
+11,2% vs 1T25

Foco Estratégico

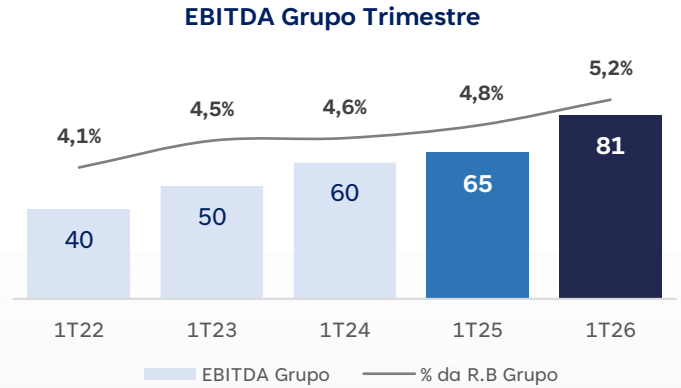
Primeiro trimestre entregue do novo ciclo de crescimento 2026-2030

Crescimento histórico consistente

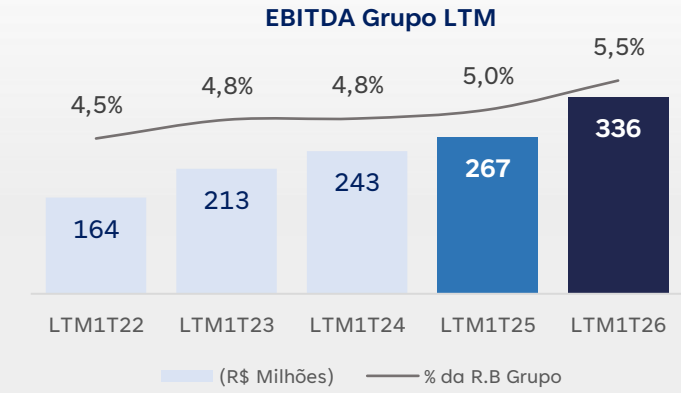




CAGR 1T22/1T26
15,4%

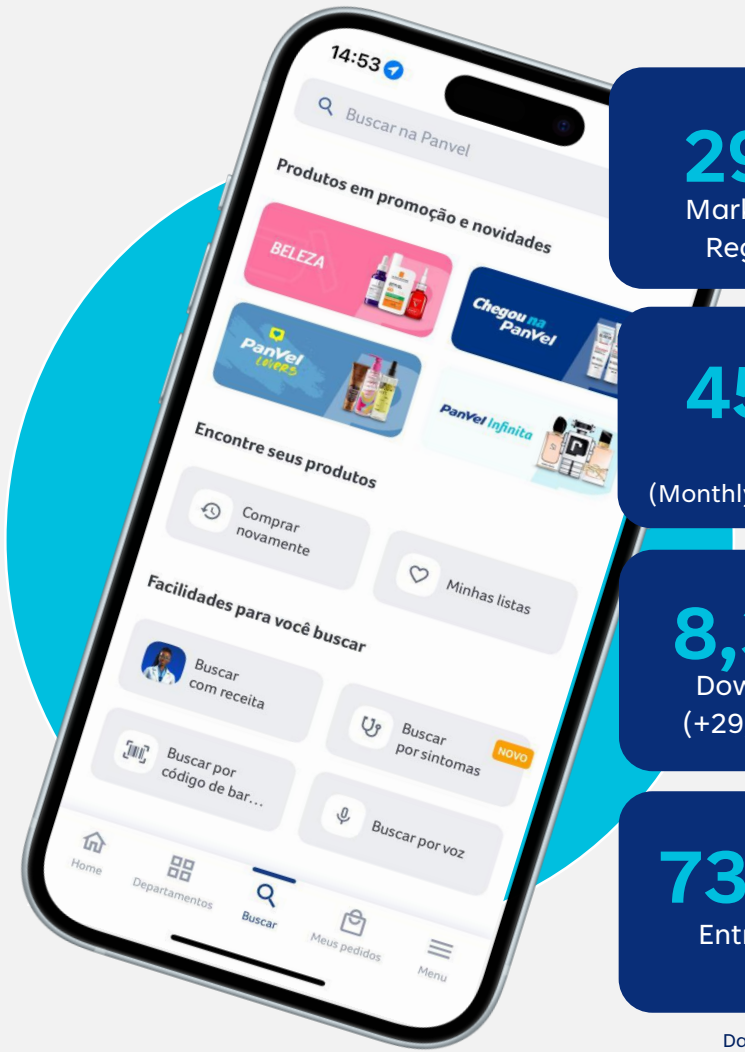


CAGR 1T22/1T26
19,6%



CAGR
LTM1T22/LTM1T26
19,6%

Panvel é a farmácia com a melhor experiência digital do Brasil e Líder absoluta na Região Sul



29,4%
Market Share
Região Sul

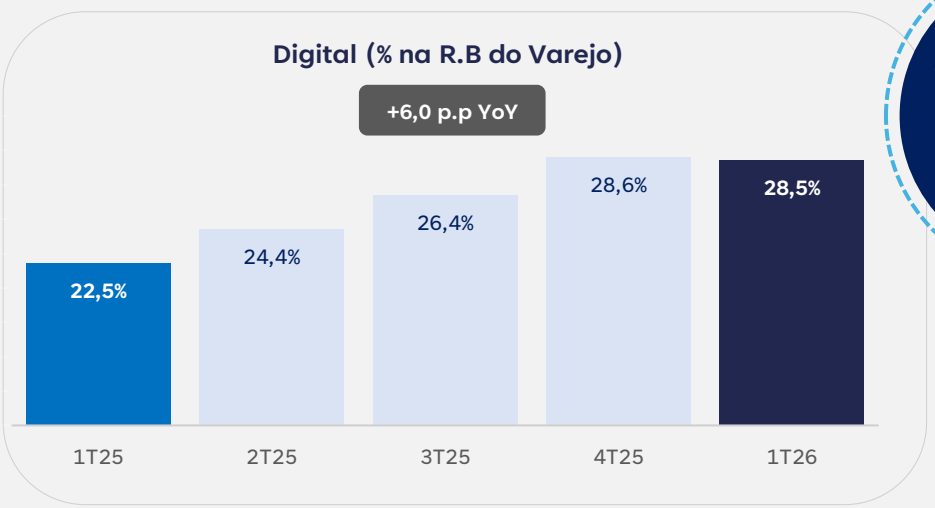
Crescimento de 1,1 p.p. vs 1T25

45,6%
MAU
(Monthly Active Users)

8,3 Mi
Download App
(+29,0% vs 1T25)

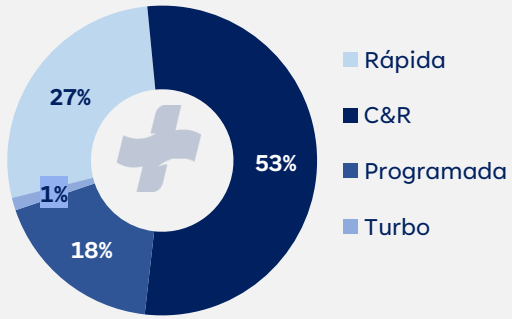
739 Mil
Entregas 1T26

Dados 1T26



Crescimento de 45,7% vs 1T25

+95,5%
Crescimento APP



Entrega **Mais Rápida** do Brasil
61% das entregas do 1T26 em 60 min

** Não inclui dados de Clique e Retire*

Clique e Retire
661 lojas

Lojas Delivery
427

Mini CD/Darkstore
9 unidades

Pública

Marca própria ganha cada vez mais relevância e reforça rentabilidade

Panvel
nas redes sociais

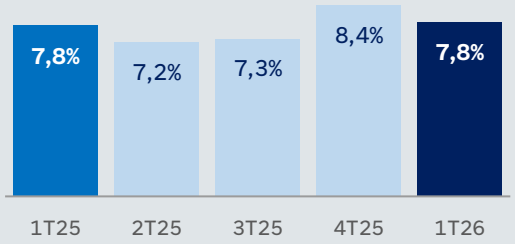
Lançamentos impulsionados pelas redes sociais

No 1T26:

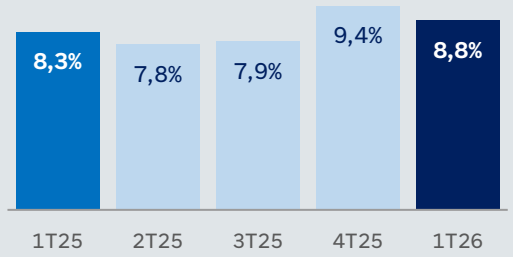
- 325 milhões de visualizações
- 19,9 mil novos seguidores
- 332 mil interações

- 32,4 milhões de visualizações
- 28 mil novos seguidores
- 100,8 mil interações

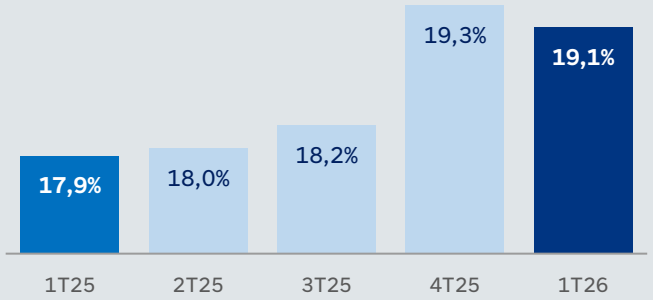
% Participação do Produtos Panvel nas Vendas Varejo



% Participação do PP nas Vendas Varejo Sem GLP-1



% Participação do PP nas Vendas HB



Produtos Panvel representam 30,3% do mercado de Private Label da Região Sul

LIGHT
MATTE

PanVel
faces
Sérum para
Sobrancelhas
Pincel aplicador com precisão
Multi-peptídeos e Ácido Hialurônico
Auxilia na densidade e preenchimento das sobrancelhas
5ml
Sérum para Sobrancelhas

PanVel
RED BERRIES
CONTÉM:
1 Creme Hidratante para Mãos Panvel Red Berries 30 g
1 Hidratante Labial Panvel Red Berries 10 g
CREME HIDRATANTE PARA MÃOS
30 g
HIDRATANTE LABIAL
10 g

PanVel
ESCOVA RAQUETE PARA CABELOS
CONTÉM 1 UNIDADE

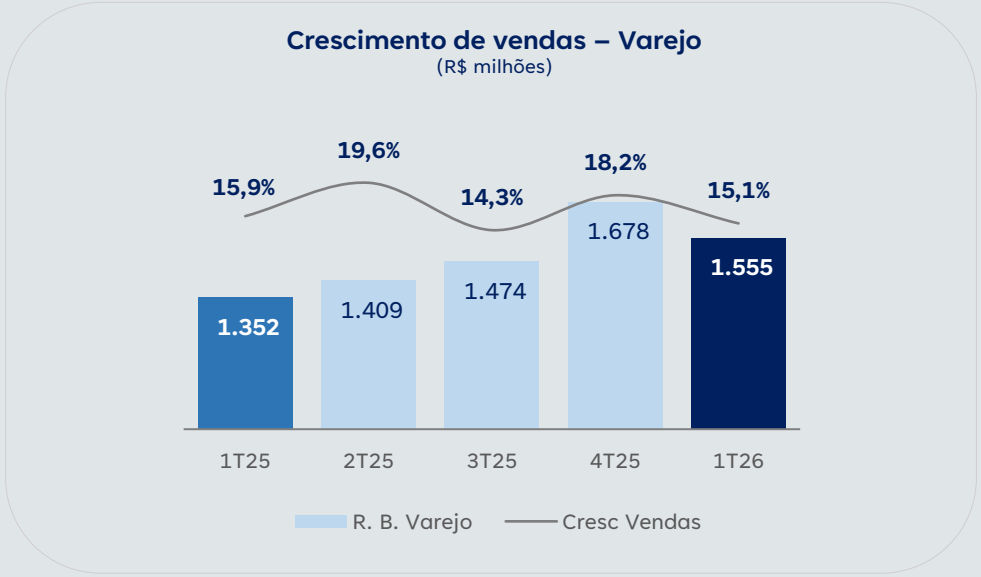
PanVel
faces
aqua+
SÉRUM FACIAL ULTRALEVE
ÁCIDO HIALURÔNICO
Hidratação intensa
Textura ultraleve
Indicado para todos os tipos de pele
30 mL

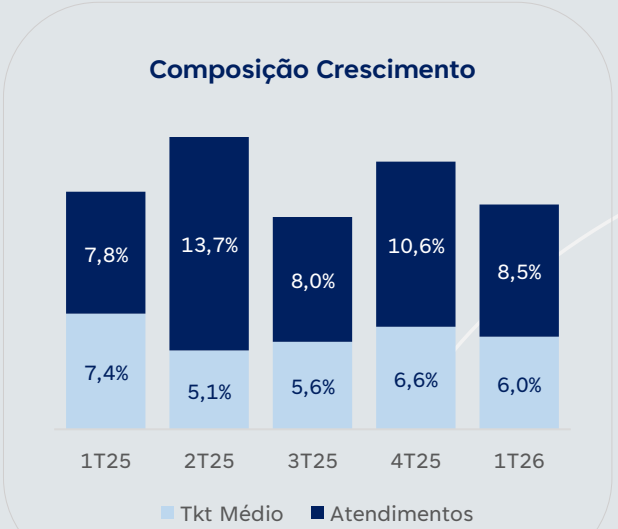
PanVel
DERMATIV
ANTIOLEOSIDADE
Sabonete
Limpeza
Revigora a Pele
300 mL
DERMATIV
Oil Control
DERMATIV
Duplo Antioxidante

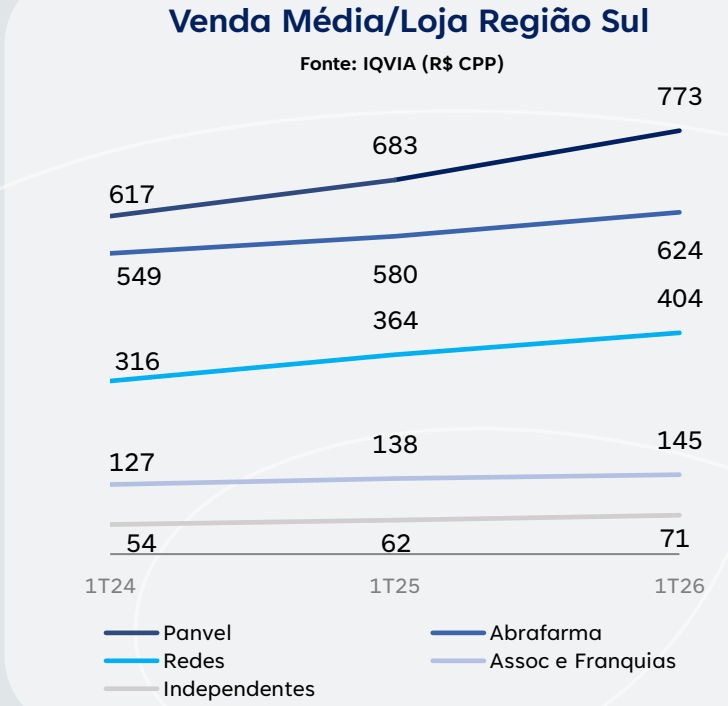
PanVel
Cherry Velvet
CEREJA & FLORES BRANCAS
Body Splash
200mL
Cherry Velvet
Óleo Corporal Bifásico
200mL
Cherry Velvet
30g
Cherry Velvet
Loção Hidratante Corporal
190g

PanVel
CASA
CHÁ BRANCO
240 mL
250 mL
250 mL
200 mL
500 mL

Mais um trimestre de forte crescimento de venda, sustentado por ganhos em atendimentos e ticket médio





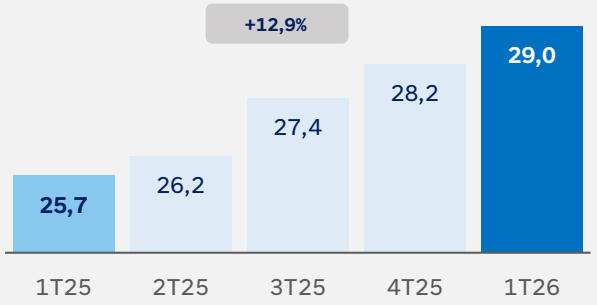


Evolução Venda Média por Faixa de Venda (venda por mês/loja)

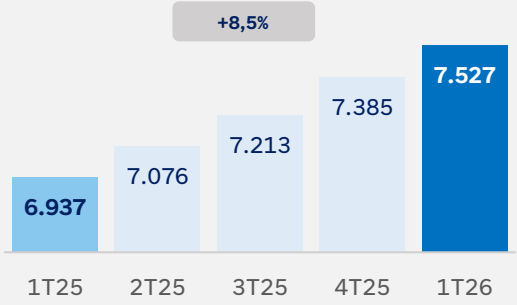
Venda média de lojas maduras atinge R$ 829 mil/loja no primeiro trimestre de 2026

Fidelização inteligente

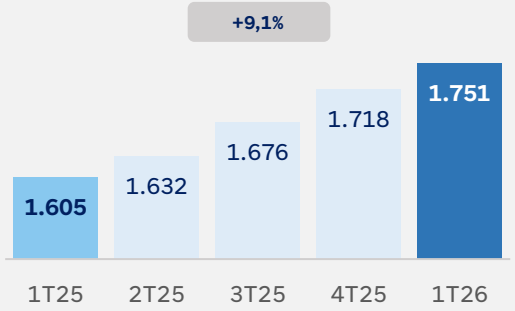
Evolução base Panvel



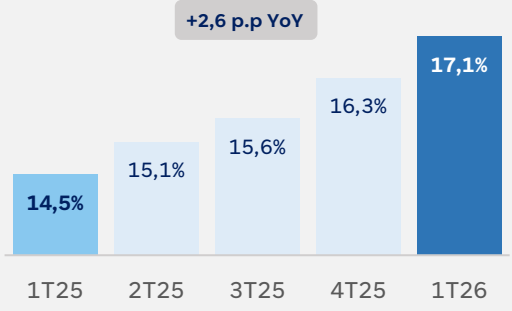
Evolução Clientes Ativos (mil)



Evolução Cliente Fiel (mil)



Evolução Cliente Omni

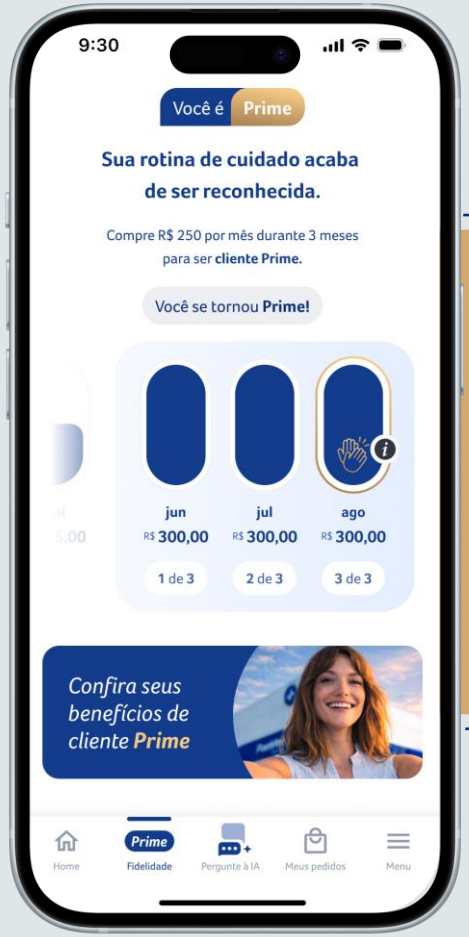


Ativação → **+Recorrência** → **Fidelização** → **+Ticket Médio** → **Digitalização**

+ Fidelização

Panvel Prime

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



*Representação de **5%** da base ativa **no 1T26***

Ticket médio** de **R$ 153,00

Frequência 3x maior

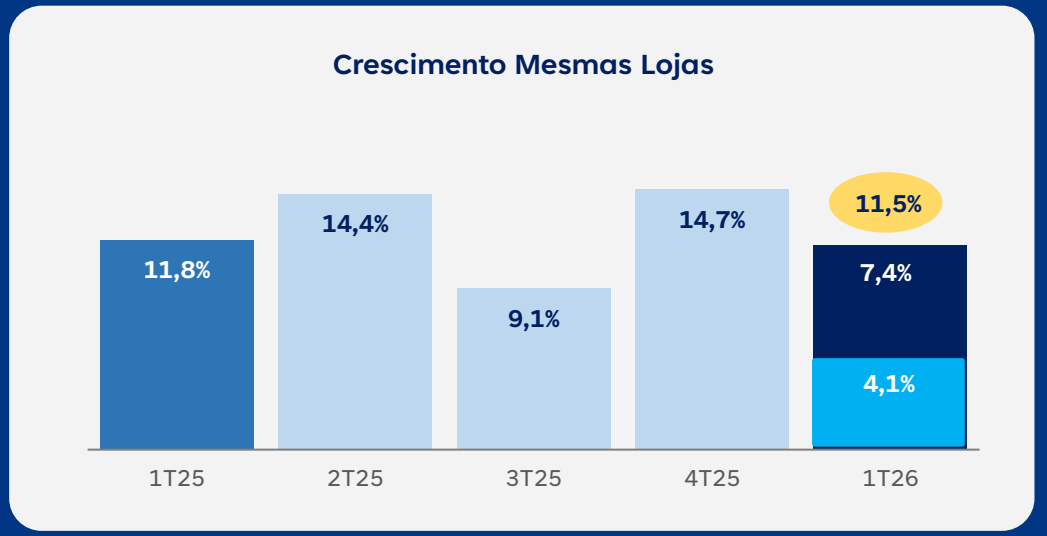
**Cliente Ativo = realizou ao menos uma compra em 12 meses; Cliente Fiel = Cliente que Frequenta/consome a cada 15 dias.*

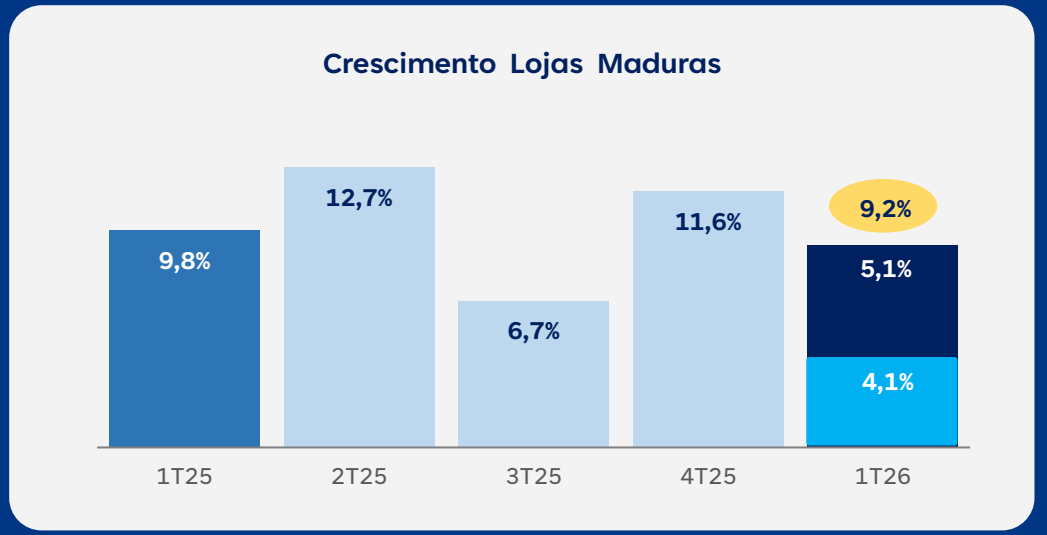
Pública

Panvel entrega crescimento de MSSS e SSS muito acima da inflação no 1T26

- ✓ Indicadores de SSS e MSSS seguiram apresentando crescimento no 1T26, atingindo 11,5% e 9,2%, respectivamente;

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

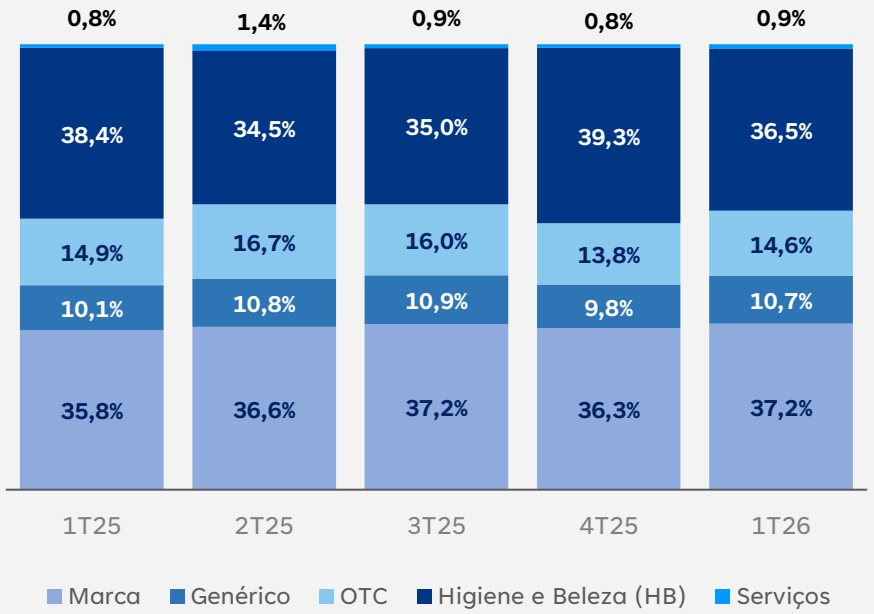


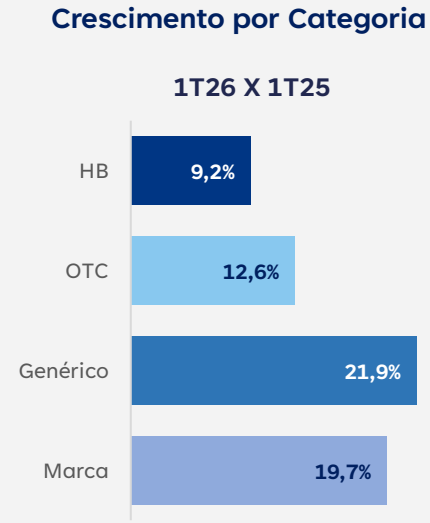


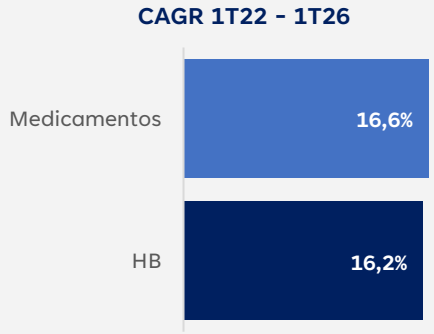
Inflação (IPCA LTM)
Crescimento real

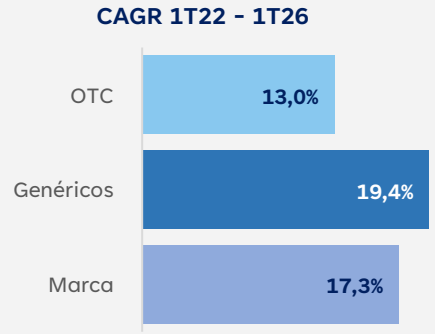
Mix de vendas

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



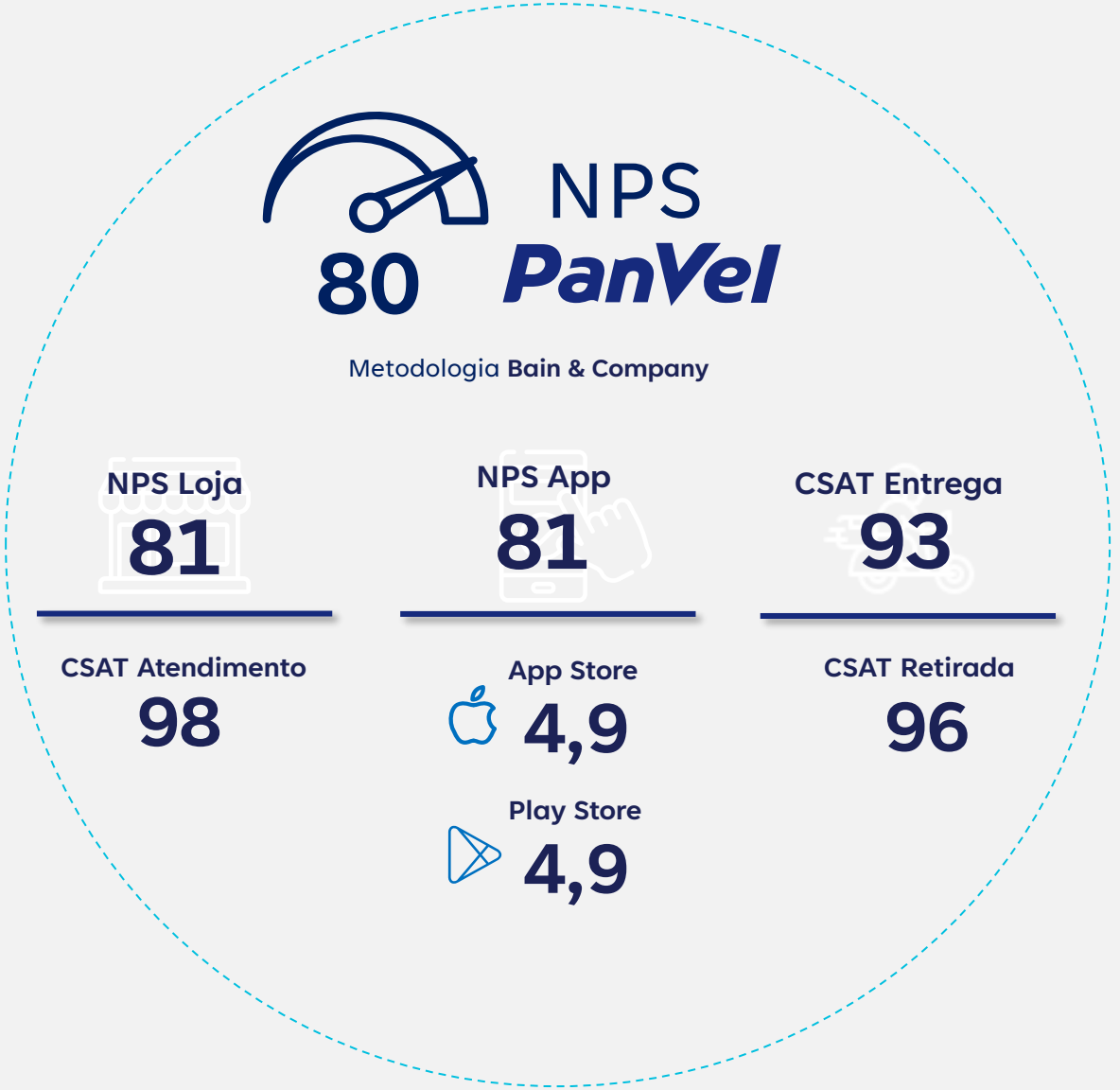






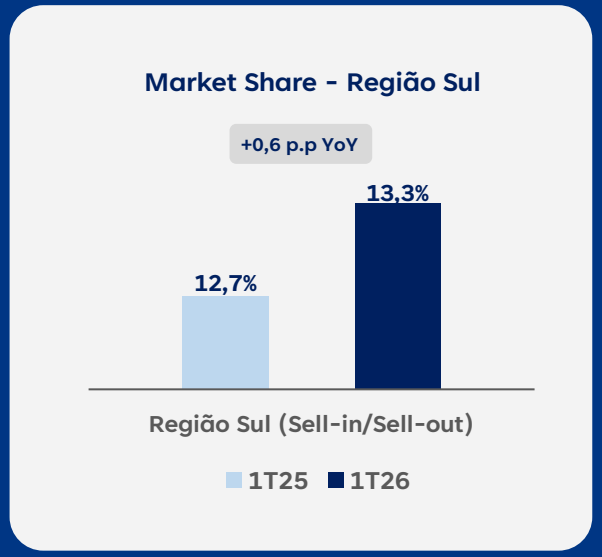
Expansão contínua e recorrente tanto em Medicamentos quanto em Higiene e Beleza

Atendimento com excelência: *uma rotina para a PanVel*

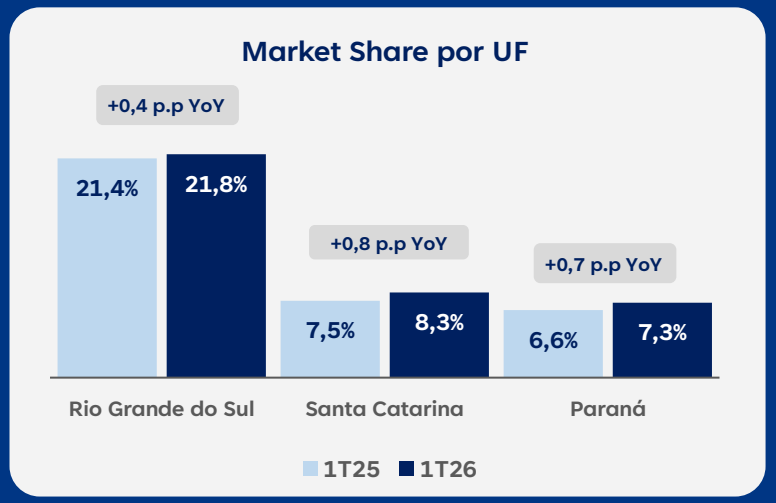


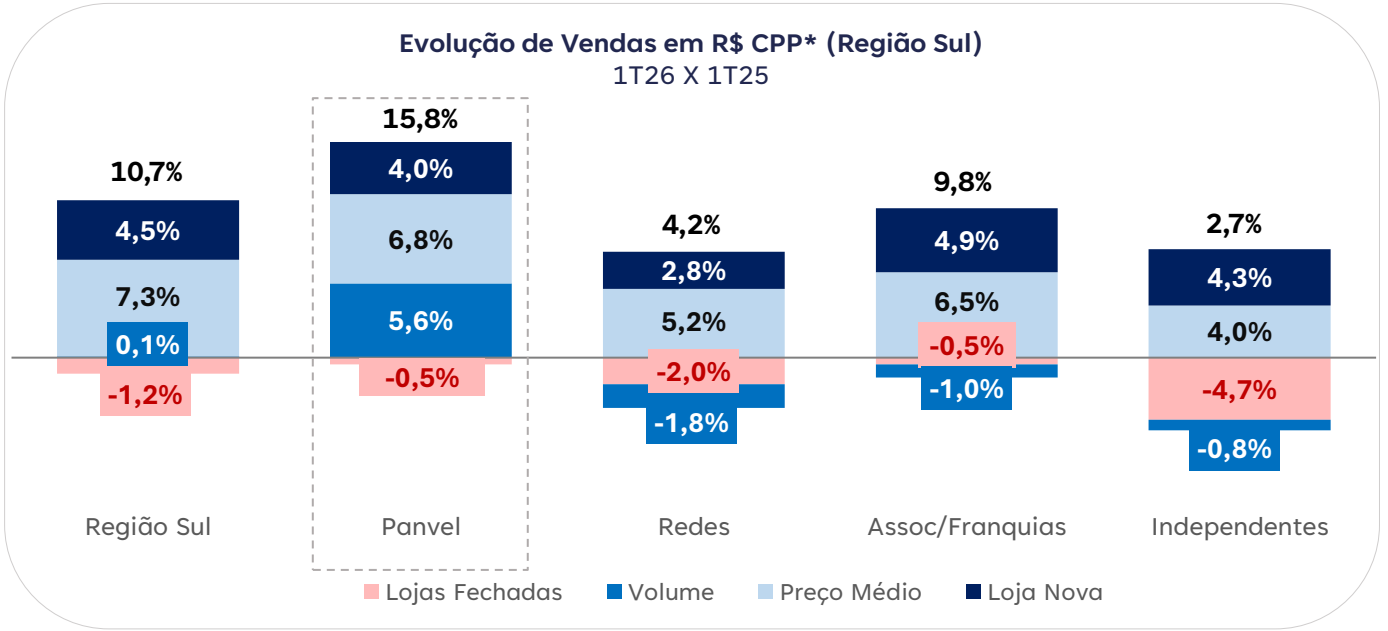
*Posição em Março/2026

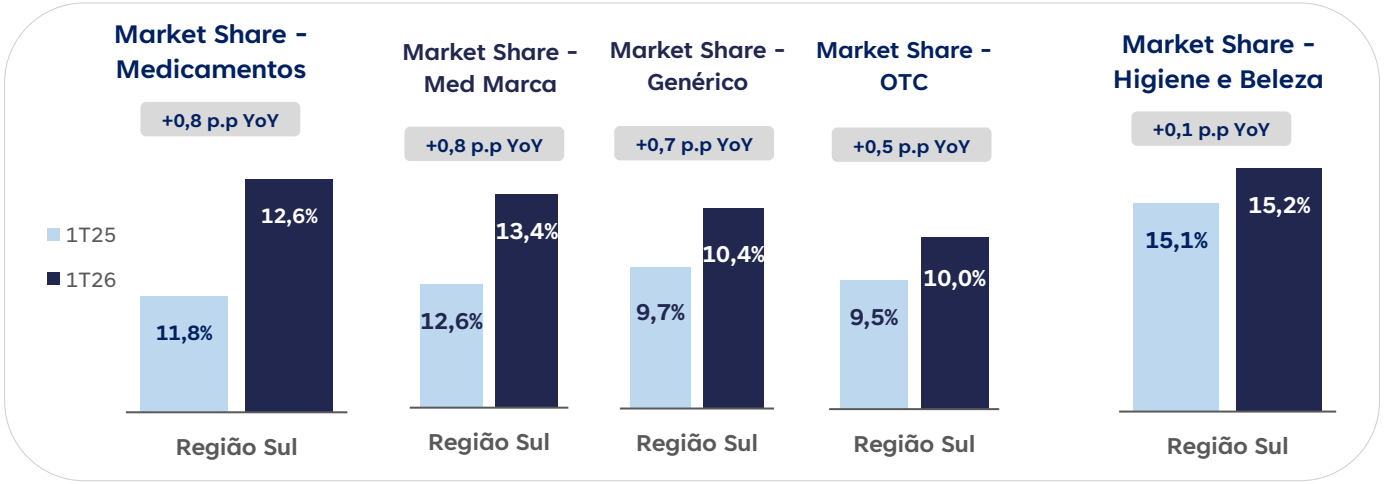
24º trimestre consecutivo de ganhos de Market Share na Região Sul



Ganho em todos os Estados na Região Sul

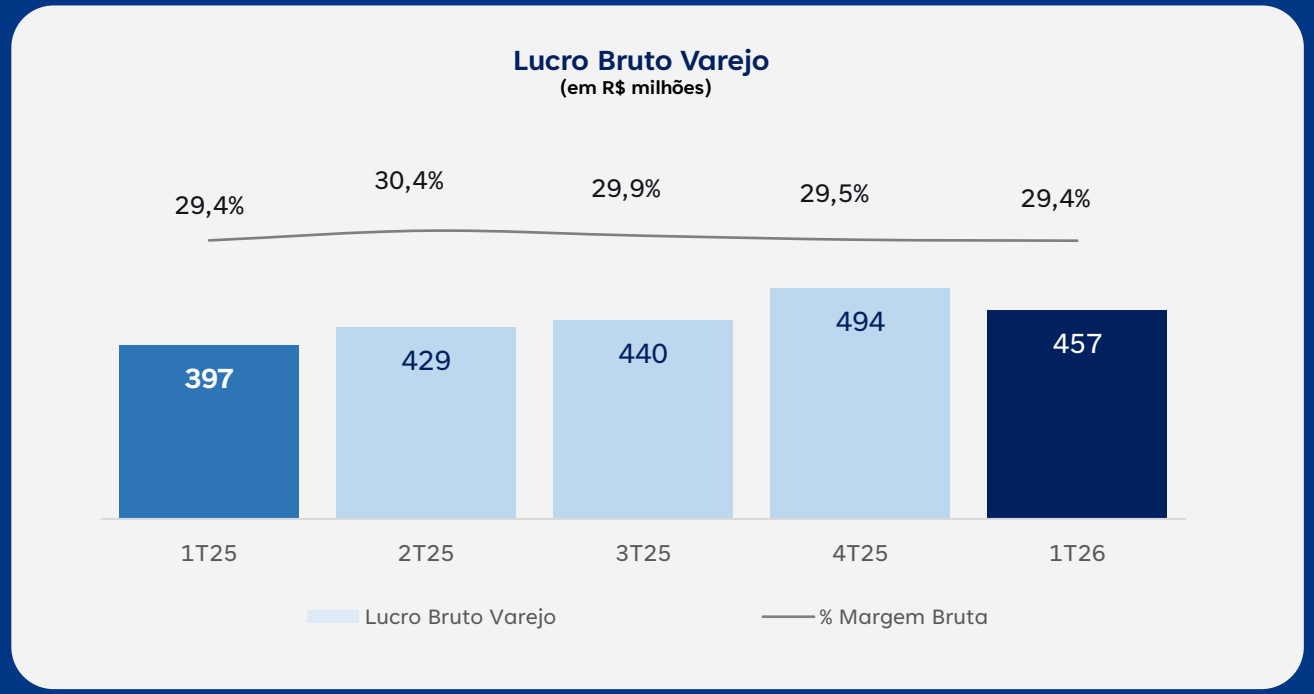






Fonte: IQVIA

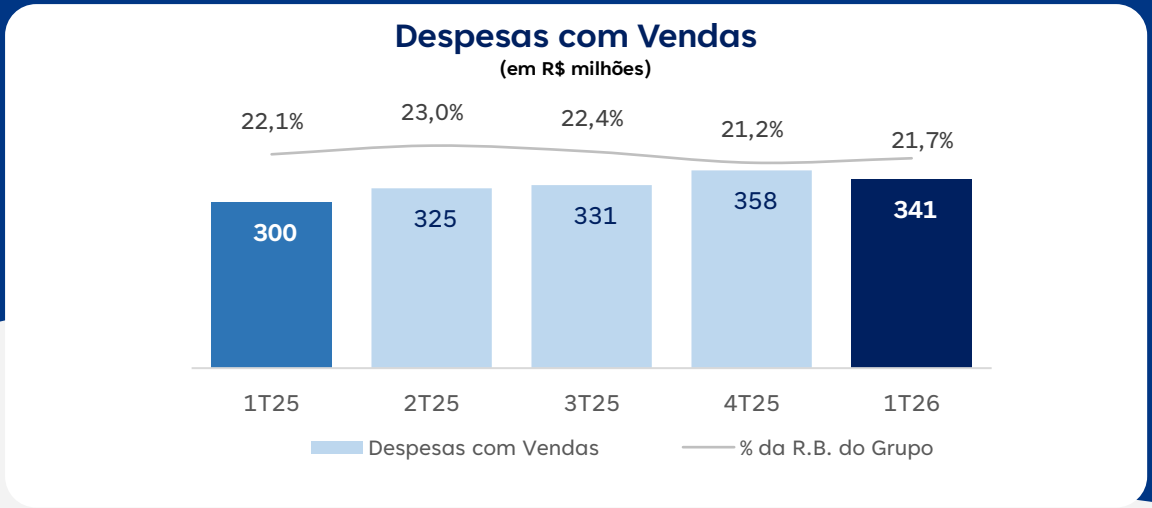
Mais um trimestre de sustentação da margem bruta em patamar saudável



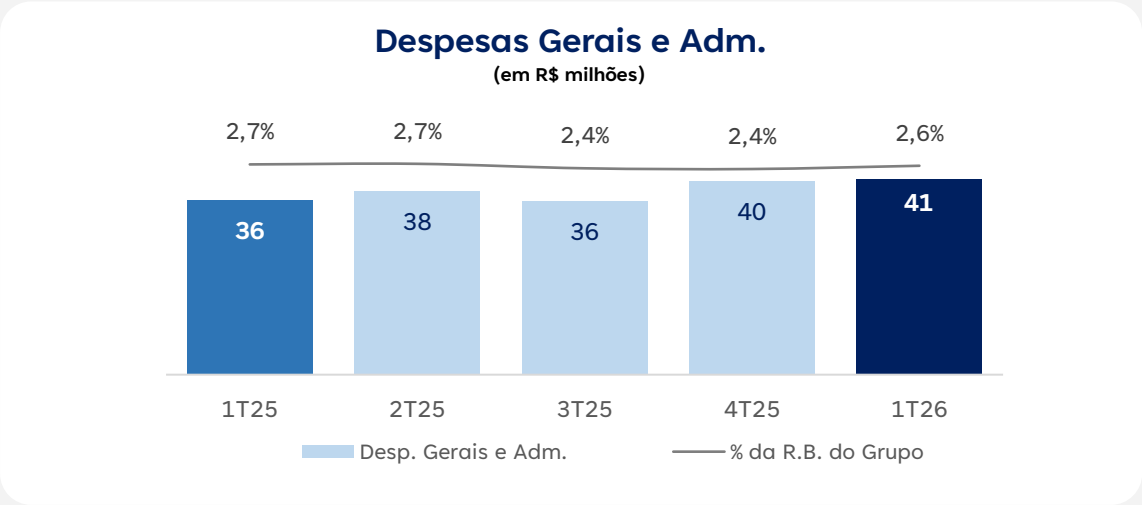
- ▼ Medicamentos de Marca
- ▼ GLP-1
- ▼ CMED
- ▼ Competição
- ▲ Valor de Marca
- ▲ Negociações com a Indústria
- ▲ Genéricos
- ▲ Marca Própria
- ▲ Retail Media
- ▲ Higiene e Beleza
- ▲ Precificação

✓ A manutenção da margem reflete a eficiência da estratégia comercial, principalmente com maior penetração de Genéricos, Produtos Panvel e evolução da operação de Retail Media.

Gestão de despesas é grande destaque, com diluição tanto em despesas com vendas como em administrativas

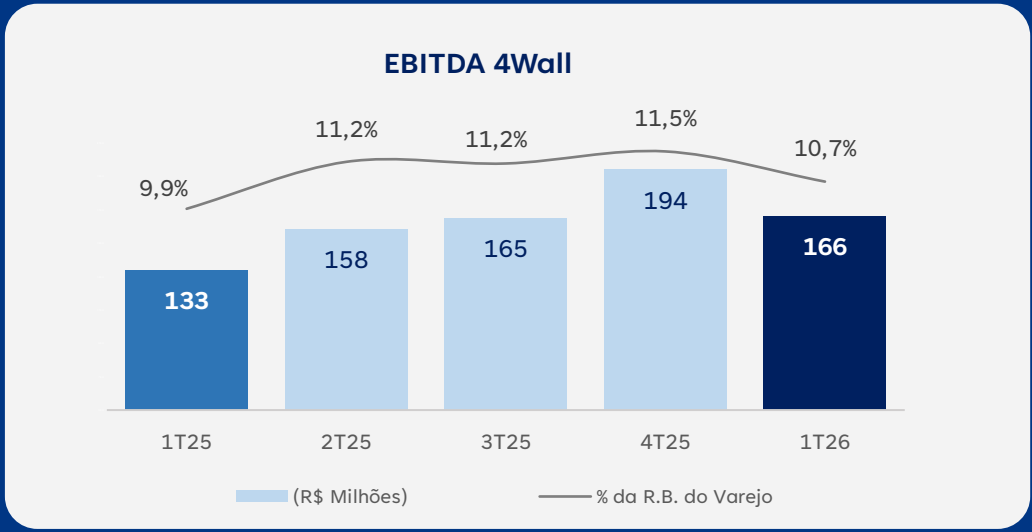


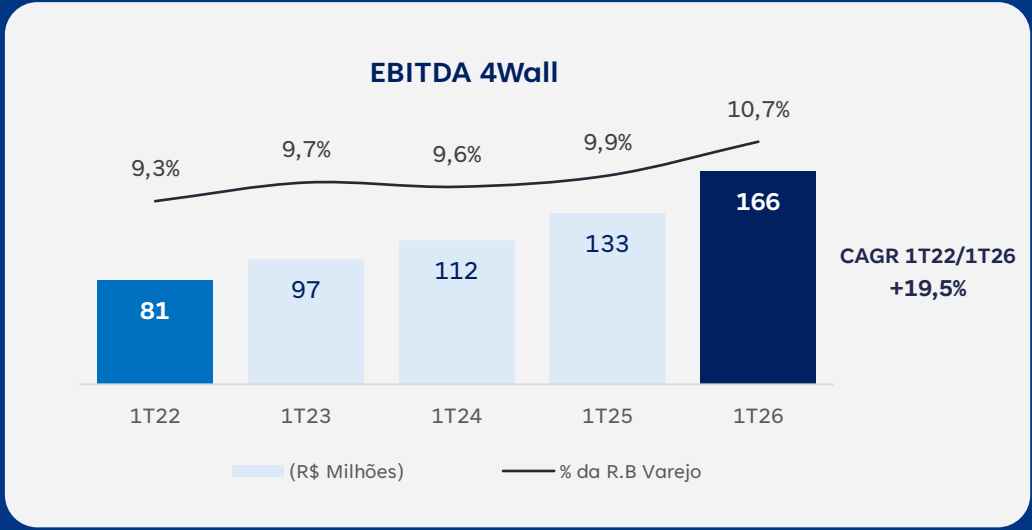
✓ Diluição de 0,4 p.p. em relação ao 1T25, fruto dos ganhos de produtividade nas lojas, com destaque para os ganhos em despesas de pessoal e de aluguel.



✓ Diluição de 0,1 p.p. em relação ao 1T25, reforçando o compromisso com a disciplina financeira e com a busca constante por maior eficiência operacional também em suas áreas administrativas.

EBITDA 4Wall cresce 24,3% em relação ao 1T25, atingindo patamar recorde para o primeiro trimestre da Panvel

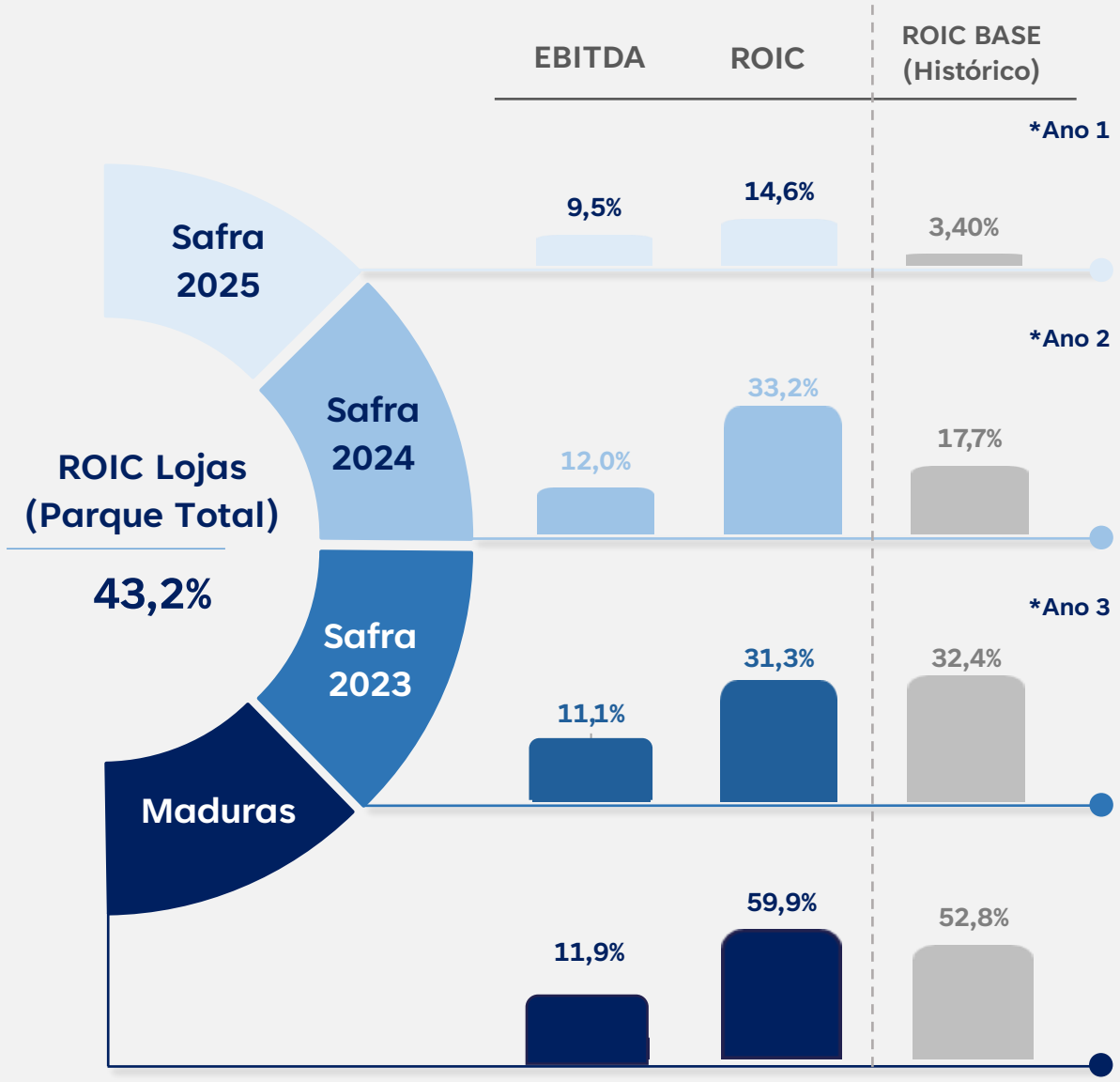




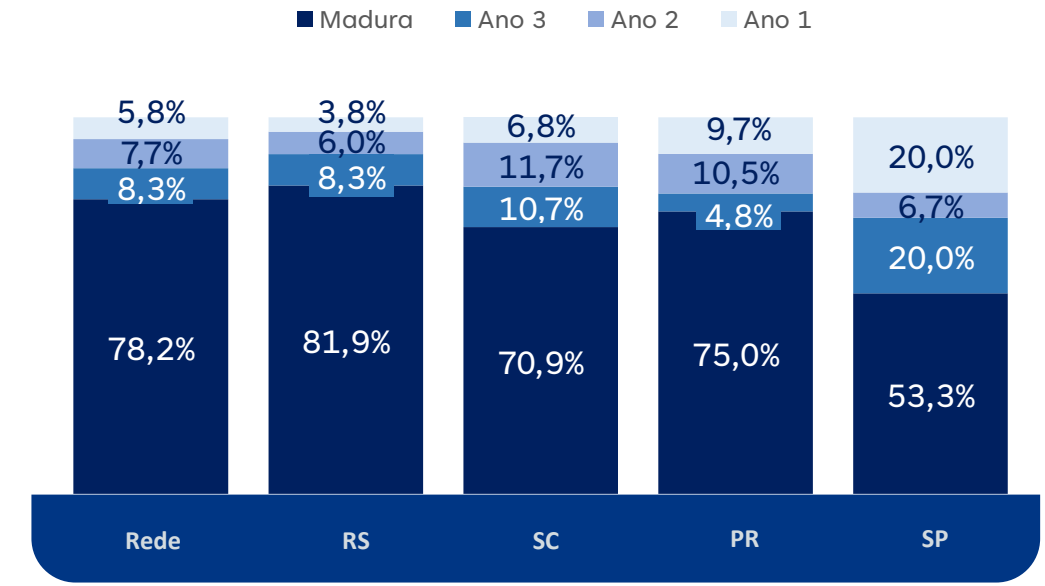
- O EBITDA 4Wall cresce 0,8 p.p. vs 1T25, graças à diluição de despesas em lojas (aumento de produtividade), tanto em lojas maduras quanto nas safras de lojas em maturação;

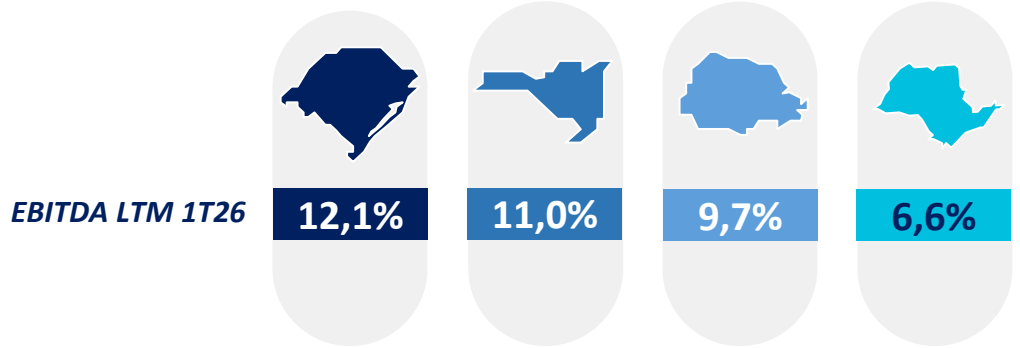
- Entre o 1T22 e o 1T26, o EBITDA 4Wall registrou uma taxa média composta de crescimento (CAGR) forte de 19,5%, acima do CAGR da Receita Bruta do Varejo (15,4%).

Expansão Estratégica – Panvel chega ao número de 661 lojas, sem abrir mão de resultado



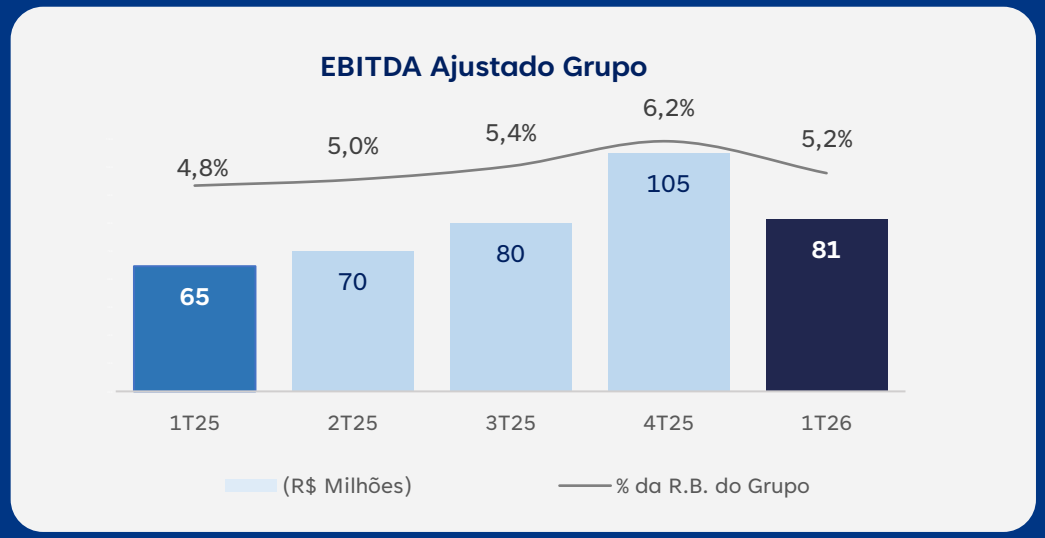
ROIC= (Venda média/loja) x (NOPAT) / (Ativo fixo/loja) + (Capital de Giro)

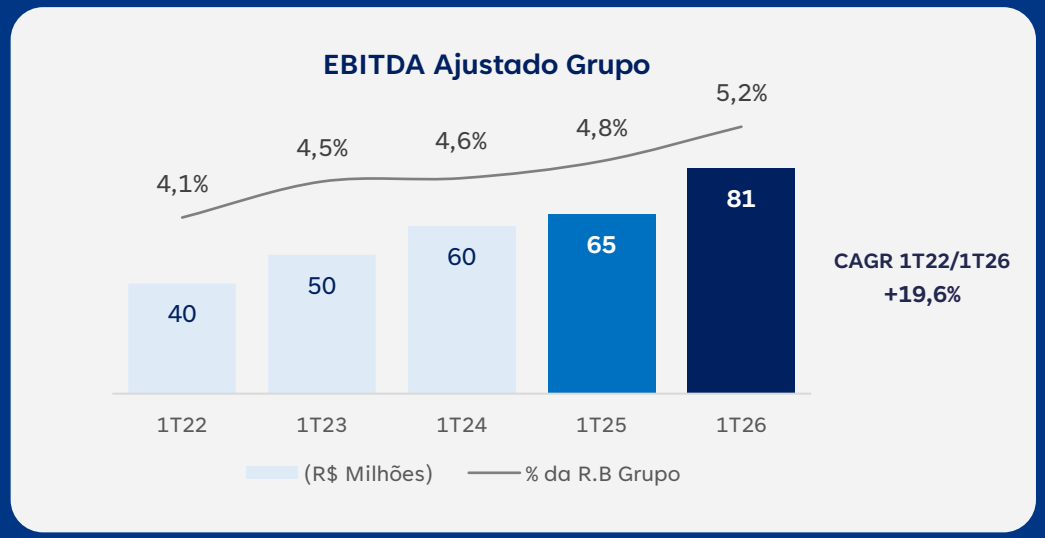




Safra 2025 – lojas com 12 meses de operação / Safra 2024 – lojas com 24 meses de operação / Safra 2023 – lojas com 36 meses de operação

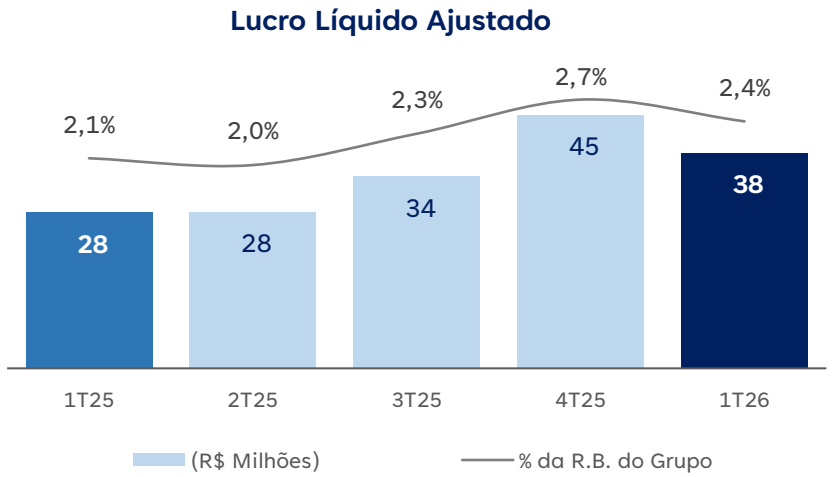
EBITDA Ajustado cresce 25,6% em relação ao 1T25, novo patamar histórico para o primeiro trimestre da Panvel





- EBITDA Ajustado crescendo 0,4 p.p. em relação ao 1T25, resultado do avanço consistente nos níveis de produtividade operacional, aliado à disciplina na gestão de despesas;
- Margem EBITDA LTM atingiu 5,5% no 1T26, avanço de 0,5 p.p. em relação ao LTM do 1T25 (5,0%);
- Entre o 1T22 e o 1T26, o EBITDA ajustado registrou um CAGR forte de 19,6%, acima do CAGR da Receita Bruta do Varejo (15,4%).

Lucro Líquido Ajustado cresce 38,1% em relação ao 1T25, com 0,3 p.p. de expansão de margem no trimestre



Reconciliação Lucro Líquido	1T25	1T26	Var. %
(R$ milhões)			
EBIT	**38,6**	**51,8**	**34,2%**
Resultado Financeiro	(7,2)	(11,1)	54,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda (LAIR)	**31,4**	**40,7**	**29,6%**
Imposto de Renda	(4,5)	(5,1)	14,3%
Lucro Líquido	**26,9**	**35,6**	**32,2%**
Baixas de Ativos	0,2	0,3	46,0%
Outros Ajustes (doações)	0,8	0,3	(67,8%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	0,0	2,4	-
Lucro Líquido Ajustado	**27,8**	**38,5**	**38,1%**
Margem Líquida Ajustada	**2,1%**	**2,4%**	**0,3 p.p.**

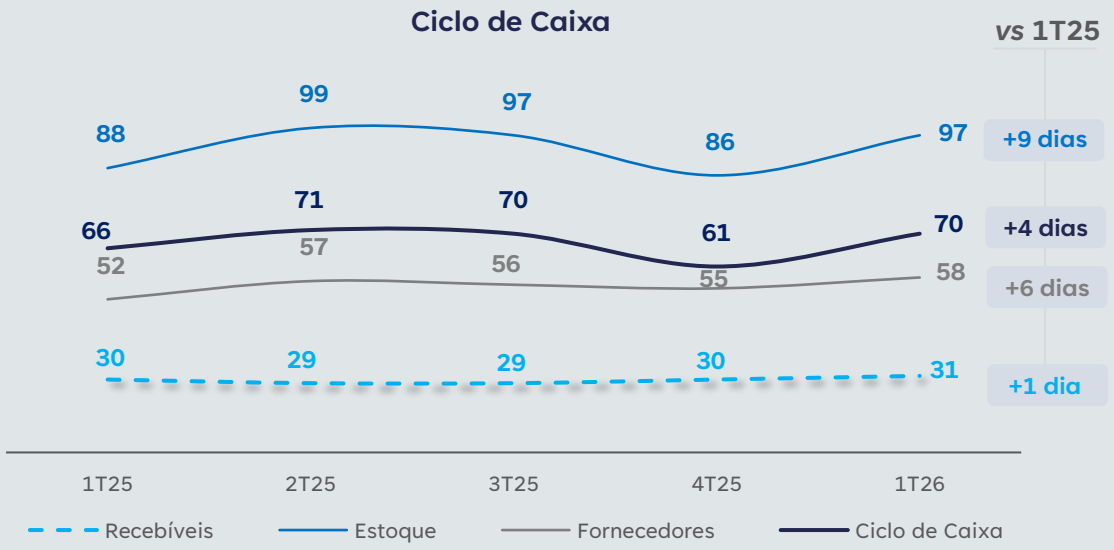
✓ Margem Líquida LTM atingiu 2,4% no 1T26, avanço de 0,2 p.p. em relação ao LTM do 1T25 (2,2%) e avanço de 0,1 p.p. sobre o fechamento de 2025 (2,3%)

▼ **Juros Altos**

▲ **Geração de resultado**

▲ **Baixa Alavancagem**

Geração de fluxo de caixa livre positiva pelo quinto trimestre consecutivo reforça a estrutura de capital e o baixo nível de alavancagem da Panvel



✓ *Ciclo de Caixa estável vs 1T25, com pressão pontual de 4 dias*

Endividamento

Dívida Líquida (em R$ milhões)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Dívida de Curto Prazo	130,2	115,4	109,0	191,8	130,4
Dívida de Longo Prazo	397,1	395,1	588,3	520,2	470,5
(-) Instrumentos Financeiros	0,6	0,5	5,5	5,4	-
Dívida Bruta	**527,9**	**511,0**	**702,9**	**717,3**	**600,9**
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	204,4	194,1	392,1	430,5	304,0
Dívida / Caixa Líquido	**323,6**	**316,9**	**310,8**	**286,8**	**296,9**
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM	**1,2x**	**1,1x**	**1,0x**	**0,9x**	**0,88x**
Custo CDI+	**(1,1%)**	**(1,3%)**	**(1,3%)**	**(1,2%)**	**(1,6%)**

✓ *Menor alavancagem dos últimos 12 meses*

Fluxo de caixa	1T25	1T26	Var %
Lucro líquido do exercício	**26.879**	**35.559**	**32,3%**
IRPJ/CSLL	4.535	5.144	13,4%
Resultado Financeiro	7.220	11.107	53,8%
EBIT	**38.634**	**51.810**	**34,1%**
Depreciações e Amortizações	22.000	24.491	11,3%
EBITDA	**60.634**	**76.301**	**25,8%**
Ciclo de Caixa	11.741	(31.008)	(364,1%)
Demais variações nos ativos e passivos	(26.352)	(9.448)	(64,1%)
Fluxo de caixa Operacional	**46.023**	**35.845**	**(22,1%)**
Investimentos	(31.615)	(23.422)	(25,9%)
Fluxo de Caixa Livre	**14.408**	**12.423**	**(13,8%)**
JSCP	(7.738)	(9.787)	26,5%
Ações em tesouraria	(1.356)	(1.637)	20,7%
Resultado Financeiro	(7.220)	(11.107)	53,8%
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	**(1.906)**	**(10.108)**	**430,3%**

✓ *Geração de fluxo de caixa operacional de R$ 35,8 milhões no 1T26*

✓ *Geração de fluxo de caixa livre de R$ 12,4 milhões no 1T26*

Pilares Estratégicos

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

Inovação & Tecnologia

Pessoas e Cultura

Pública

Primeiro trimestre de 2026 é apenas o início do novo ciclo de crescimento

Entre **R$11,5 – R$12 Bi** RECEITA

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

Entre **950 - 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

Transformação da Experiência do Cliente 2026

A evolução da experiência do cliente em 2026 está ancorada em três pilares complementares, com o objetivo de fortalecer o relacionamento, aumentar a frequência de compra e impulsionar a retenção ao longo do tempo.

Panvel Prime
Fidelização & Frequência

O Programa Prime será um dos principais motores de retenção e lifetime value. A gamificação entra como estratégia central de engajamento: missões para o cliente se manter Prime, criando uma proposta de valor contínua.

Digitalização de Clientes
Lojas como alavanca digital

As lojas estimularão o hábito de uso do App via código exclusivo que ativa benefícios digitais na compra presencial. Quanto mais clientes identificados e conectados, maior a capacidade de oferecer experiências fluidas e personalizadas.

Hiperpersonalização
Do padrão ao individual

2026 será o ano em que a Panvel mudará seu patamar de personalização: interações cada vez mais individualizadas, com ofertas, conteúdos e jornadas aderentes às necessidades de cada pessoa.

Projetos 2026

Os três pilares se traduzem em projetos concretos de relacionamento e evolução digital.

Trilha de Adesão ao Tratamento

Programa dedicado ao cliente crônico de uso contínuo, com comunicações personalizadas que apoiarão a continuidade terapêutica.

Rotina de Saúde

Novas ferramentas digitais e serviços que irão facilitar a manutenção do tratamento dos clientes crônicos.

Trilha Família

Jornada de relacionamento que acompanhará o cliente desde a gestação até os três anos da criança.

Rotina de Beleza

Novos formatos de conteúdo e tecnologias para apoiar o processo de descoberta, inspiração e decisão de compra em higiene e beleza.

Projetos 2026

Outras frentes que nos diferenciam: Tecnologia e Marcas Exclusivas

Tecnologia

Sofia

Evoluir para finalizar a venda de medicamentos com receita e PBMs., evoluir para aceitar novas formas de pagamento e evoluir a jornada para permitir uma compra 100% conversacional

Omni BackOffice

Simplificação dos processos da retaguarda das lojas (Impressão de etiquetas, devolução, troca, estorno, Consulta de pedidos, Consulta e reimpressão de Cupom fiscal)

Plataforma de Agentes de IA

Evoluir a plataforma para estar cada vez mais conectada aos sistemas e dados da empresa, democratizando cada vez mais o acesso a IA para as áreas de negócio e usando agentes para executar tarefas e análises rotineiras.

Execução Perfeita

Maior facilidade na exceção do visual merchandising. Utilizando novo modelo visual, através de um APP.

Marcas Exclusivas

Lançamentos Produtos Panvel

Expansão de submarcas, com previsão de 350 novos SKUs lançados ao longo do ano e 2 grandes collabs.

Rebranding Produtos Panvel

Rebranding de mais de 100 produtos, especialmente de produtos de maquiagem, que deixa de ser uma artigo de conveniência para um artigo de desejo.

Perspectivas **2026**

↑ Venda

- Venda de medicamentos, em especial de Marca (GLP-1) e Genéricos seguirão com forte 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

Q&A

Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp
CFO e DRI

Ismael Rohrig
Gerente de RI

Camila Medronha
Analista de RI

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.