PanVel

A rotina que faz bem

Resultados 2T26

Destaques

Resultados 2T26

Receita Bruta do Varejo

R$ **1,6 B**

+15,8% vs 2T25

MSSS / SSS

11,4% / 13,5%

Margem Bruta do Varejo

30,1%

+14,6% vs 2T25

EBITDA Ajustado

R$ **88,5 M**

5,4% Margem
+26,4% vs 2T25

Lucro Líquido Ajustado

R$ **38,9 M**

2,4% Margem
+39,1% vs 2T25

Geração de Caixa Operacional/ Caixa Livre

R$ **37,0 M** / R$ **1,9 M**

Operacional

Market Share Região Sul

13,5%

+1,0 p.p. vs 2T25

Participação de Vendas Digital

33,7%

+9,3 p.p. vs 2T25

Participação Produtos Panvel em HB

19,2%

+1,2 p.p. vs 2T25

Venda Média (Loja/Mês)

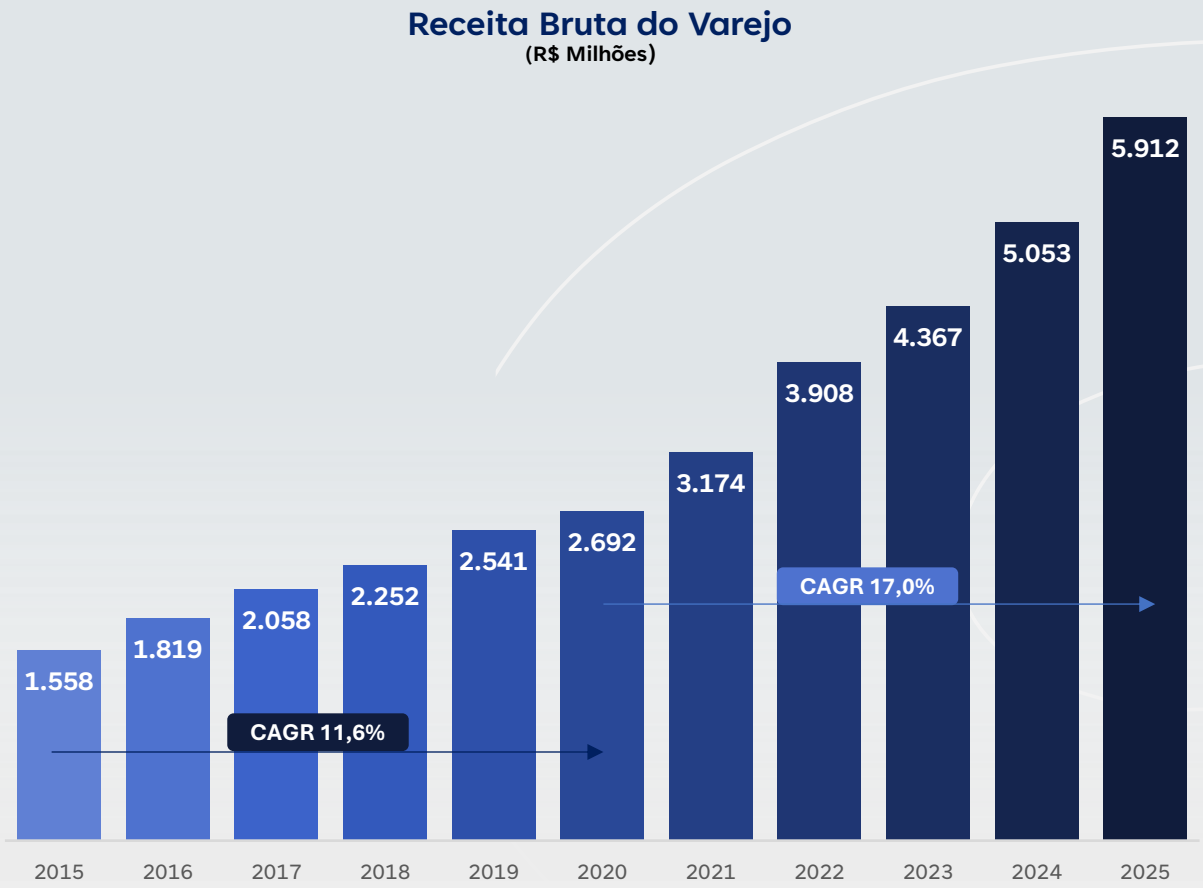
R$ **819Mil**

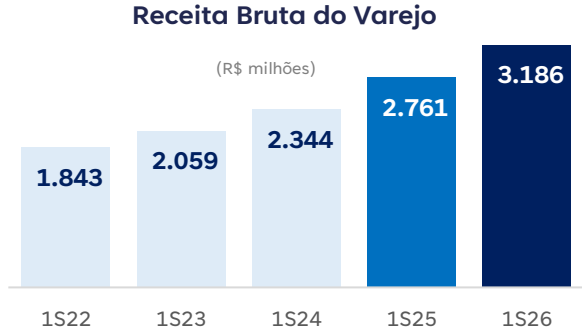
+13,1% vs 2T25

Foco Estratégico

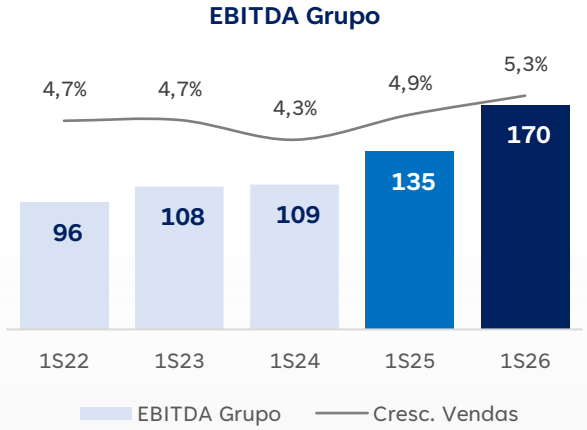
Segundo trimestre entregue do novo ciclo de crescimento 2026-2030

Crescimento histórico consistente

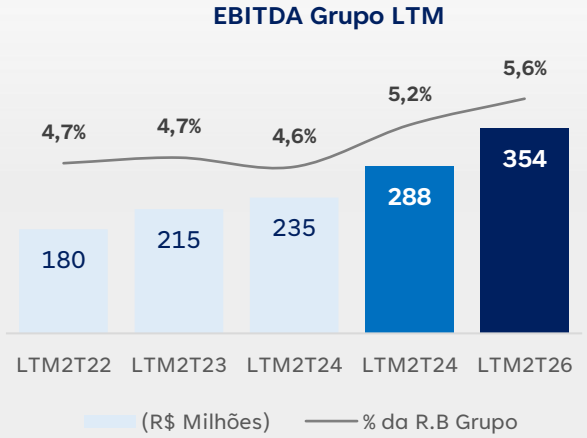




CAGR 1S22/1S26
14,7%

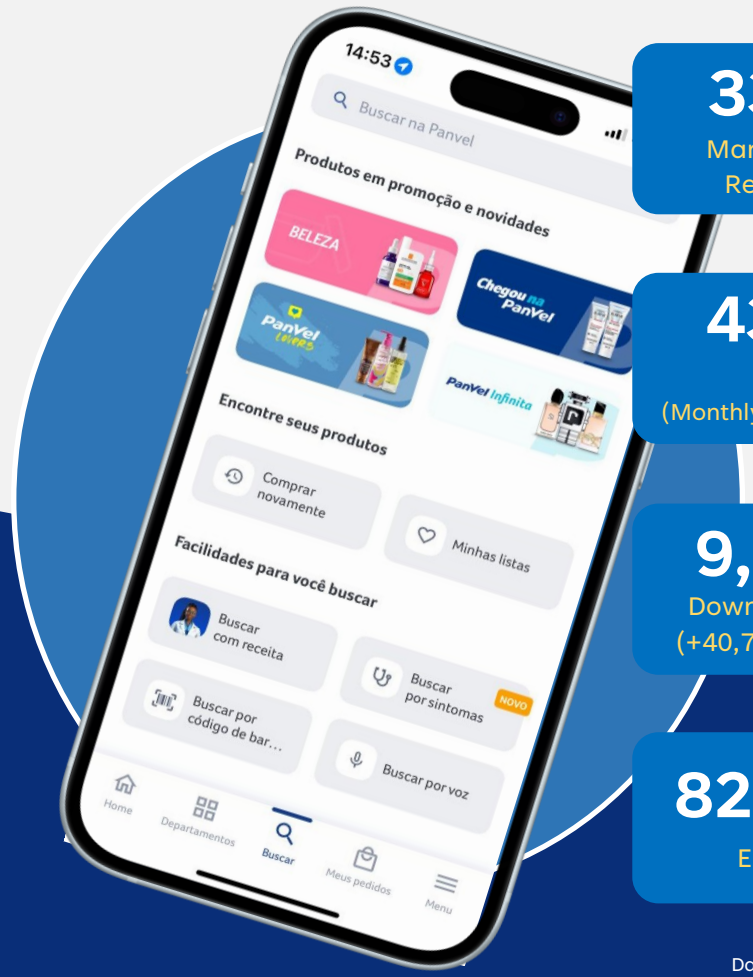


CAGR 1S22/1S26
15,4%



CAGR
LTM2T22/LTM2T26
18,5%

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



33,3%
Market Share
Região Sul

Crescimento de 5,5 p.p. vs 2T25

43,6%
MAU
(Monthly Active Users)

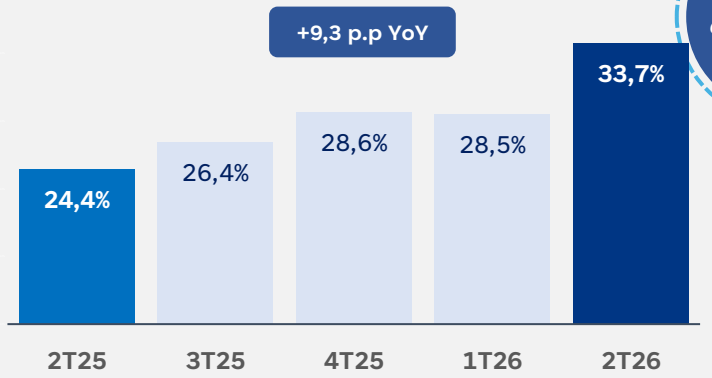
9,0 Mi
Download App
(+40,7% vs 2T25)

823 Mil
Entregas

Dados 2T26

Digital (% na R.B do Varejo)

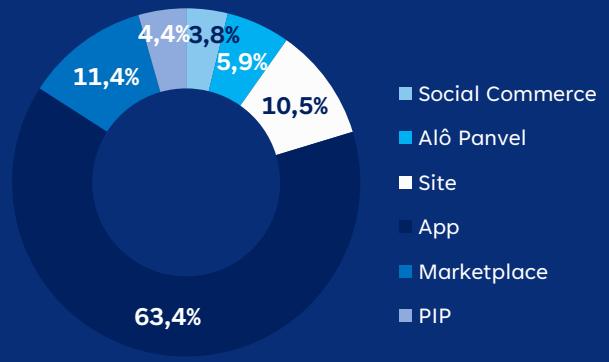
+9,3 p.p YoY



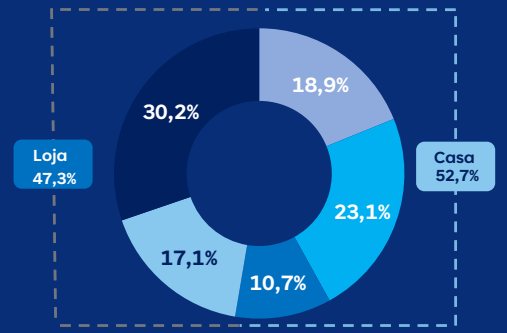
Crescimento de 59,8% vs 2T25

+155,9%
Crescimento APP

Composição da venda do digital 2T26



Mix de Entregas 2T26
(% sobre quantidade entregas)



Rápida | Marketplace | Programada | App em Loja | C&R

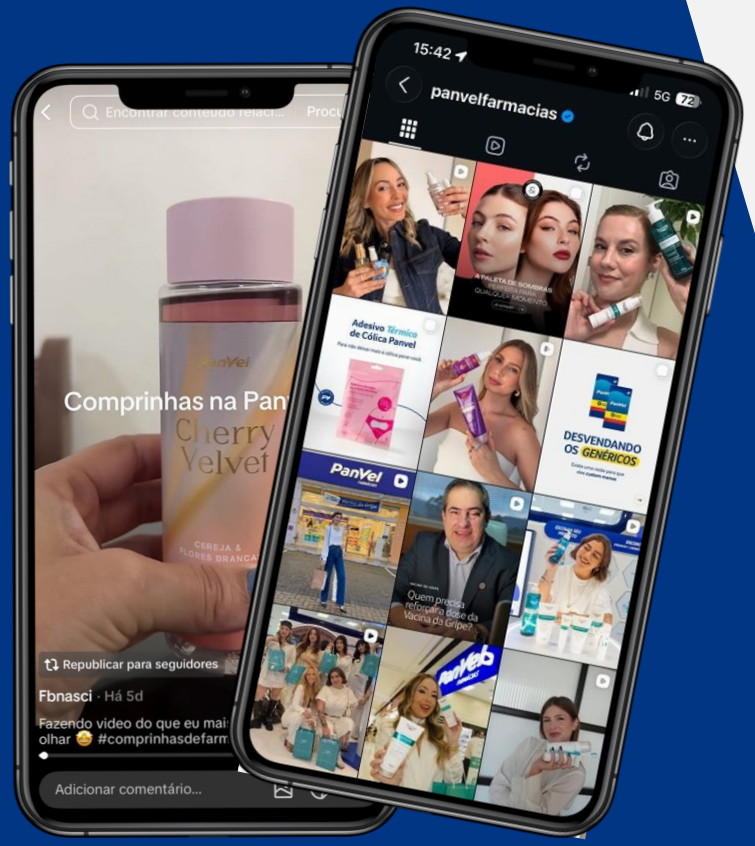
Entrega **Mais Rápida** do Brasil

Clique e Retire
664 lojas

Lojas Delivery
435

Mini CD/Darkstore
9 unidades

Panvel
nas redes sociais



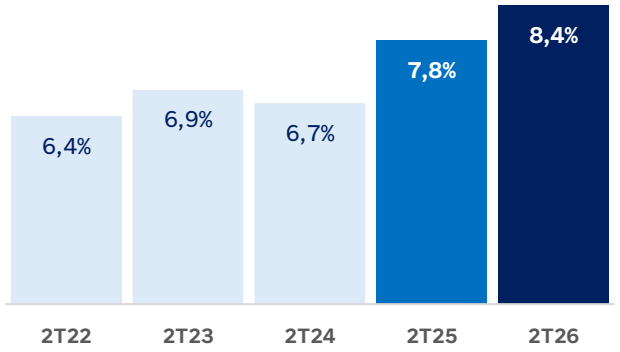
Lançamentos impulsionados pelas redes sociais

314M views | 25,2k novos seguidores | 369k interações

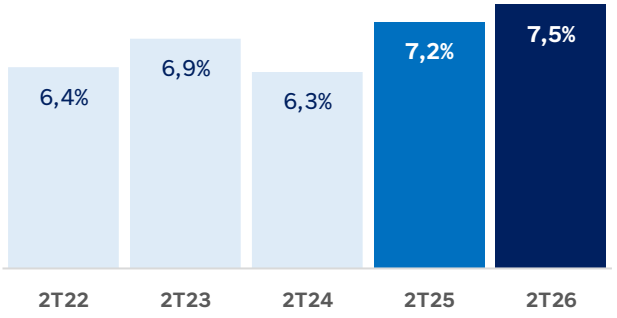
39,2M views | 39,2k novos seguidores | 92,4k interações

Marca própria ganha cada vez mais relevância e reforça rentabilidade, com crescimento de 20,7% vs 2T25

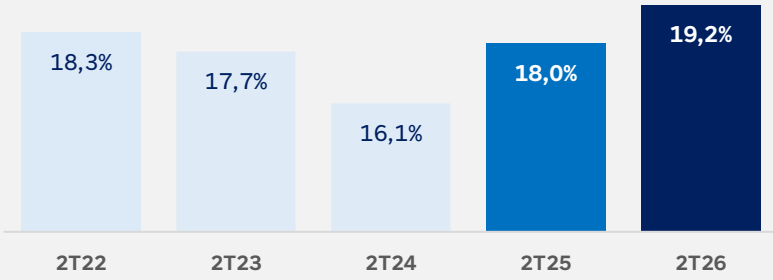
% Participação do Produtos Panvel nas Vendas Varejo Sem GLP-1



% 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

24&7

Novo conceito, nova identidade e lançamentos exclusivos marcam a evolução da marca Panvel Make Up.

- ***Panvel Make Up passa a ser Panvel 24&7***

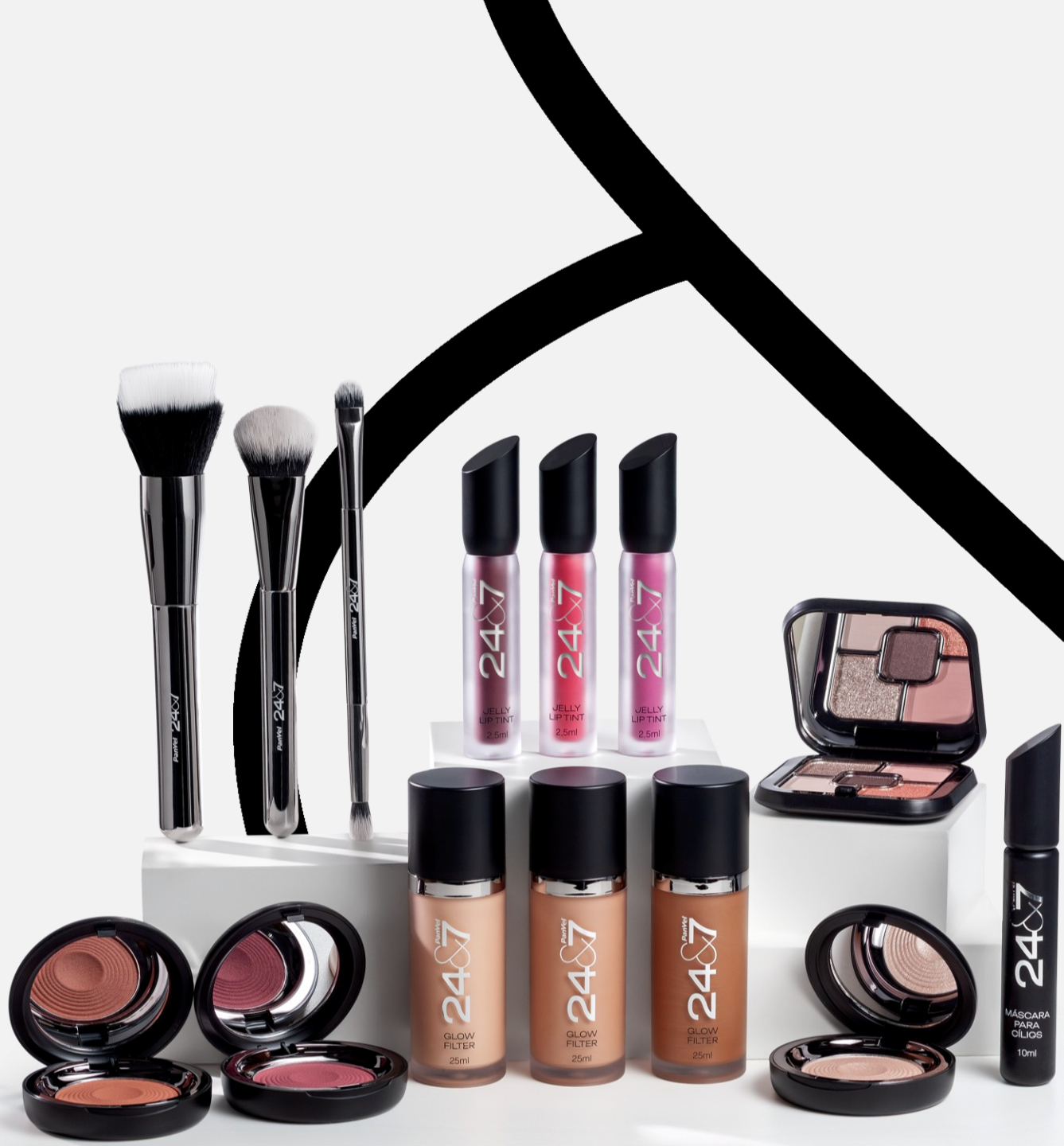
- *O movimento reforça a atuação da Panvel em beleza e consolida a força da marca própria como um diferencial competitivo relevante na* ***categoria de maquiagem.***

- *Identidade e novos lançamentos de produto que atualizam a marca, acompanhando as tendências globais e uma consumidora cada vez mais exigente.*

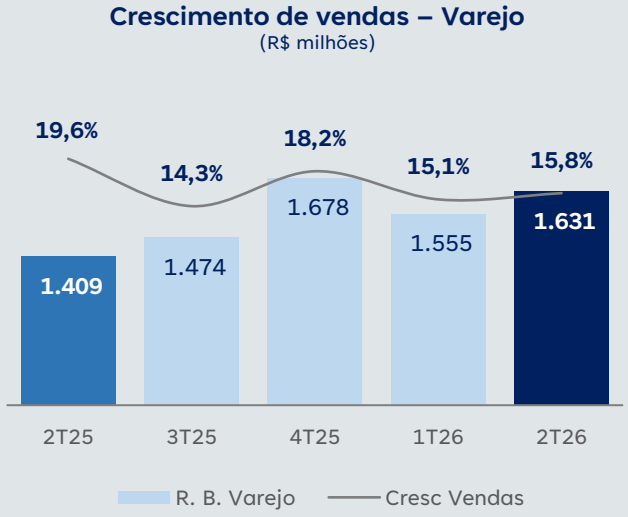
- *Proposta une desejo, praticidade e acesso em um portfólio versátil, pensado para a rotina contemporânea.*

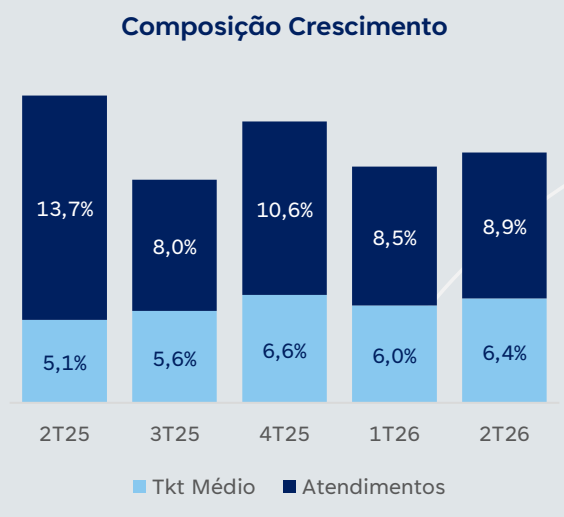
50,2%

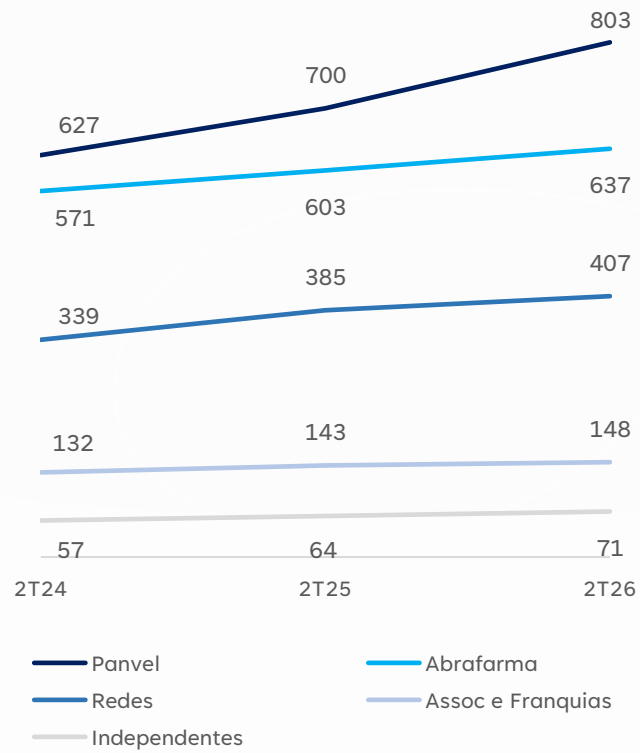
participação categoria maquiagem

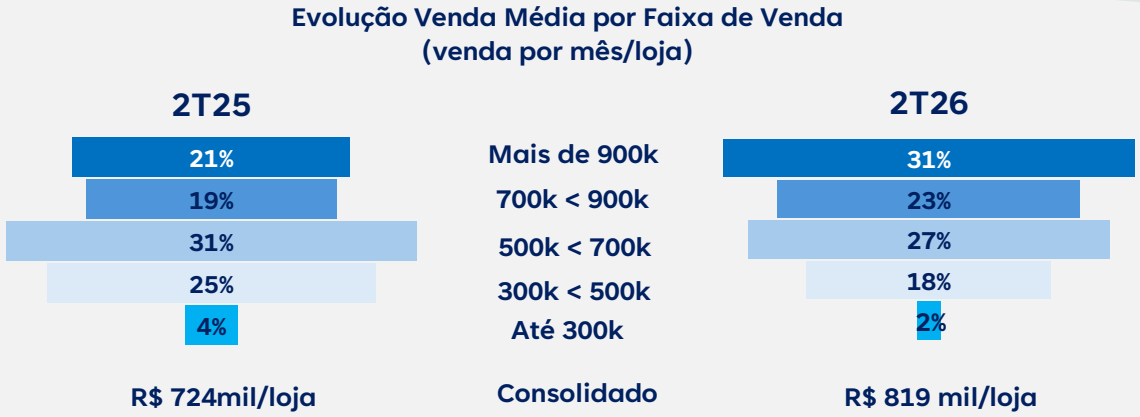


Mais um trimestre de forte crescimento de venda





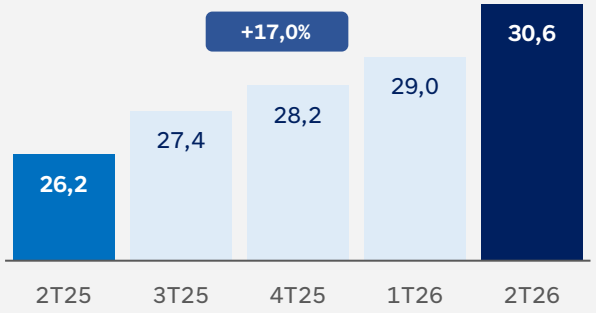




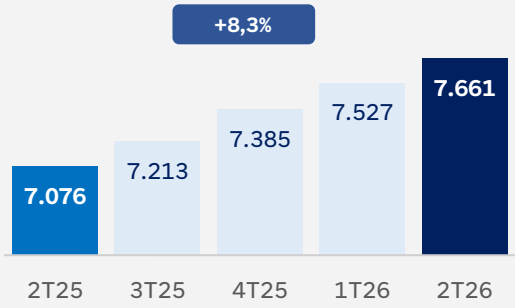
Venda média de lojas maduras atinge R$ 868 mil/loja no segundo trimestre de 2026

Fidelização inteligente

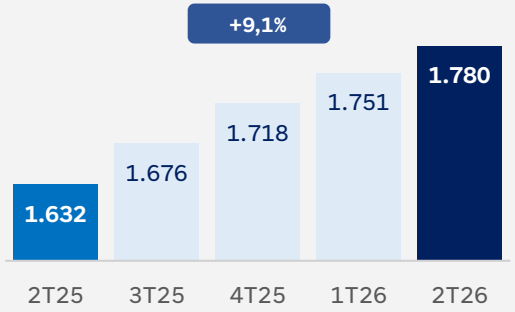
Evolução base Panvel



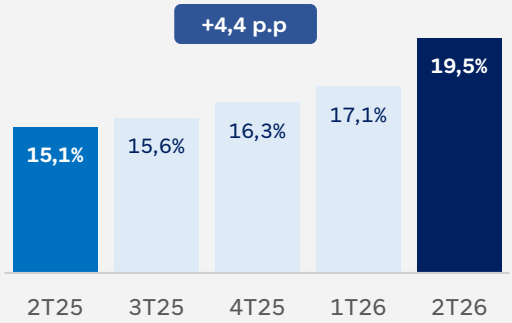
Evolução Clientes Ativos* (mil)



Evolução Cliente Fiel (mil)



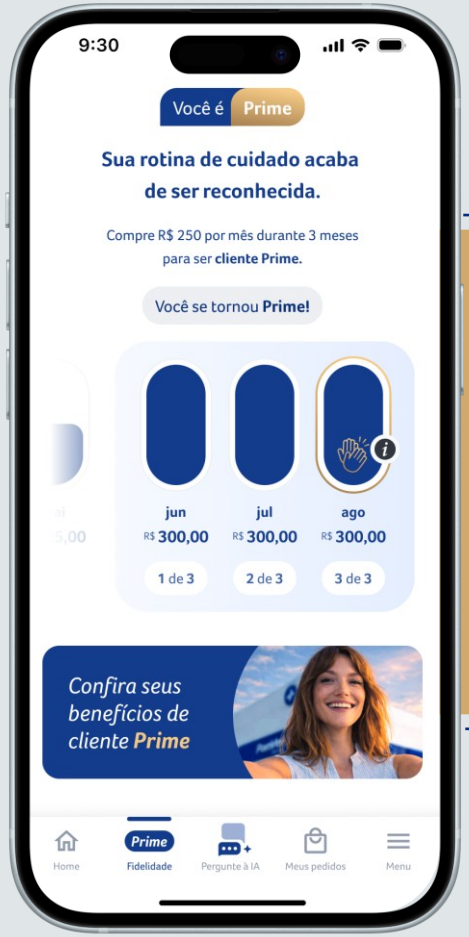
Evolução Cliente Omni



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

Panvel Prime

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



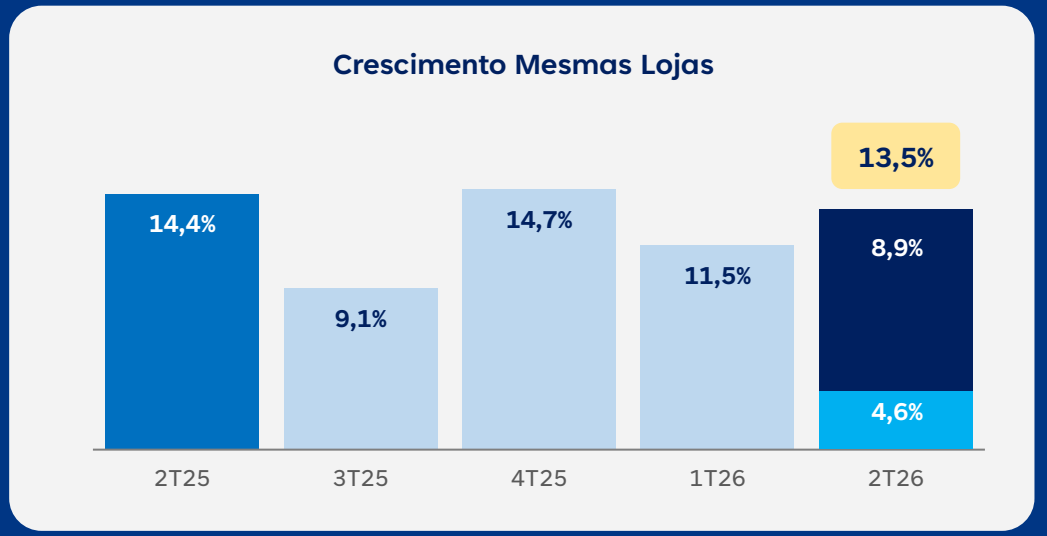
Representam ***8,5%*** *da base ativa* ***do 2T26***

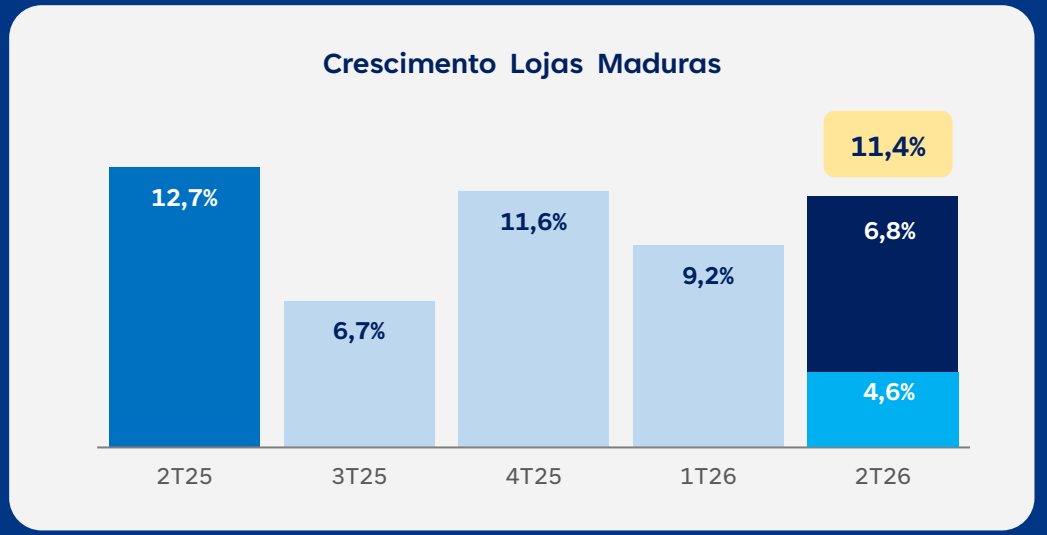
Frequência 3x maior

Panvel entrega crescimento de MSSS e SSS muito acima da inflação no 2T26

- Indicadores de SSS e MSSS seguiram apresentando crescimento no 2T26, atingindo 13,5% e 11,4%, respectivamente;

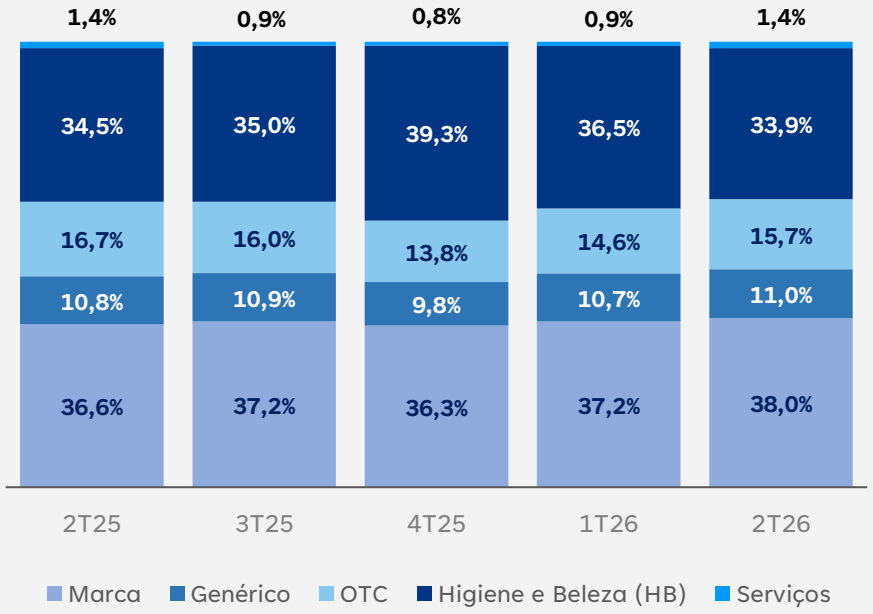
- Desempenho reflete ganho real de vendas e aumento de produtividade da base.

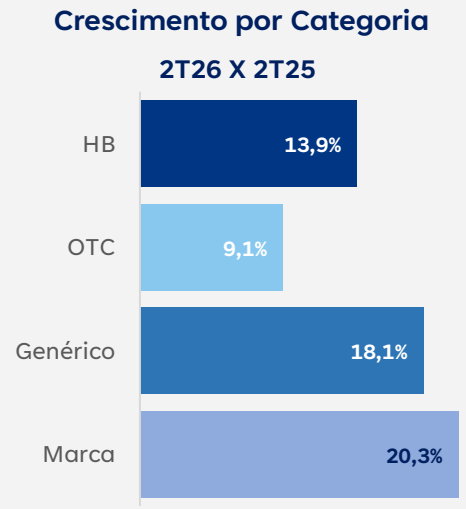


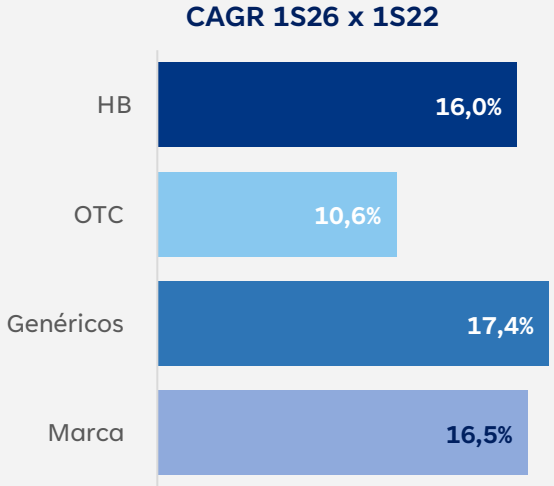


Mix de vendas

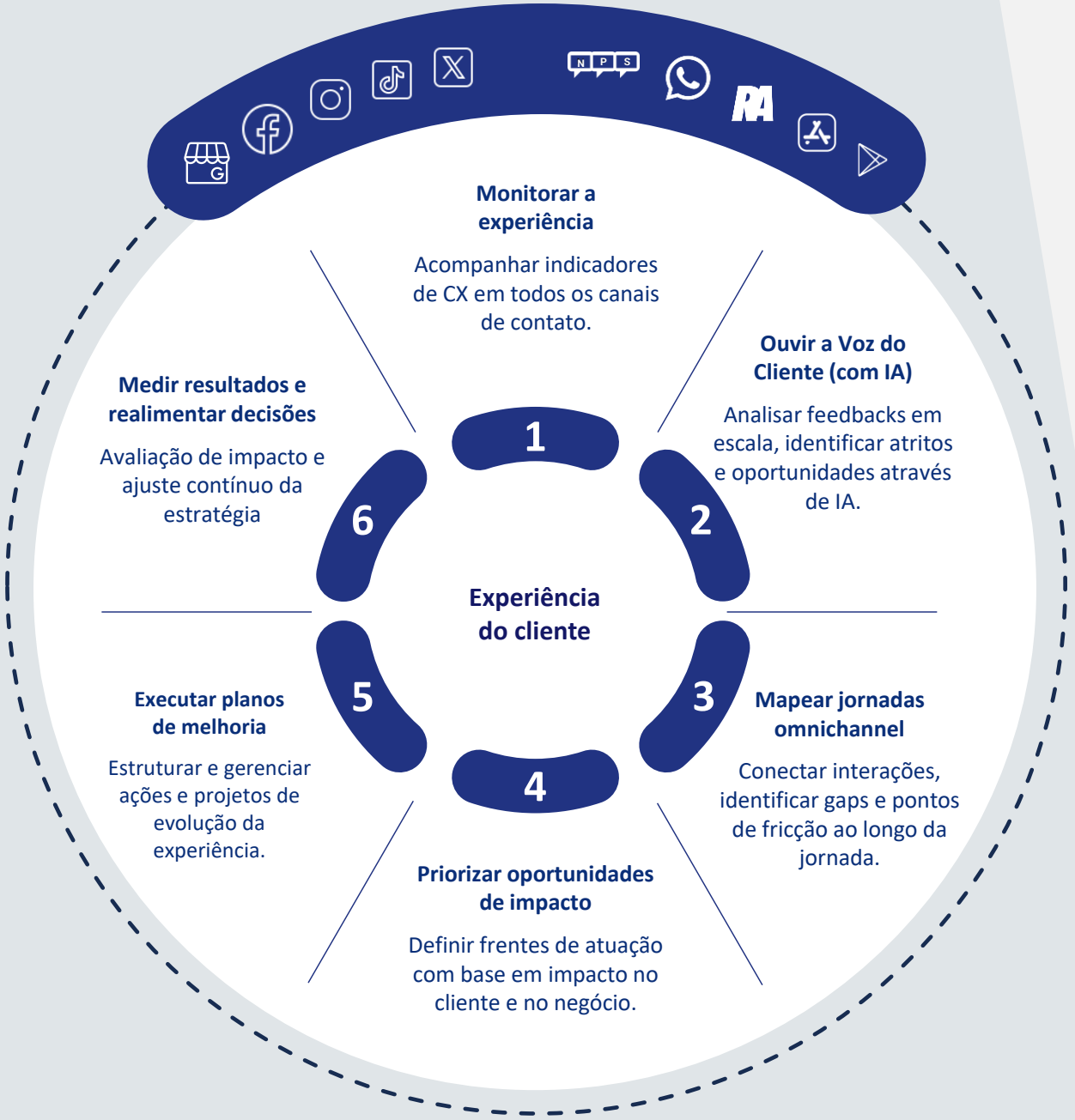
Crescimento de vendas acima do mercado, dentro de um mix de produtos **equilibrado**, que alia crescimento e rentabilidade







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



NPS **PanVel**

82

Metodologia **Bain & Company**

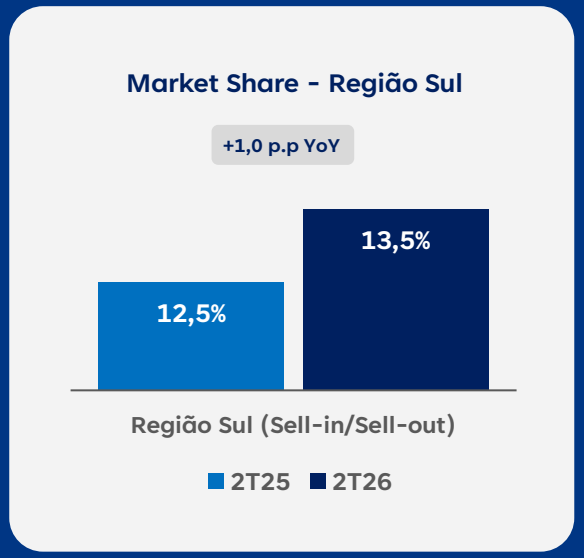
NPS Loja	NPS App	CSAT Entrega
82	84	92

CSAT Atendimento	App Store	CSAT Retirada
96	4,9	93

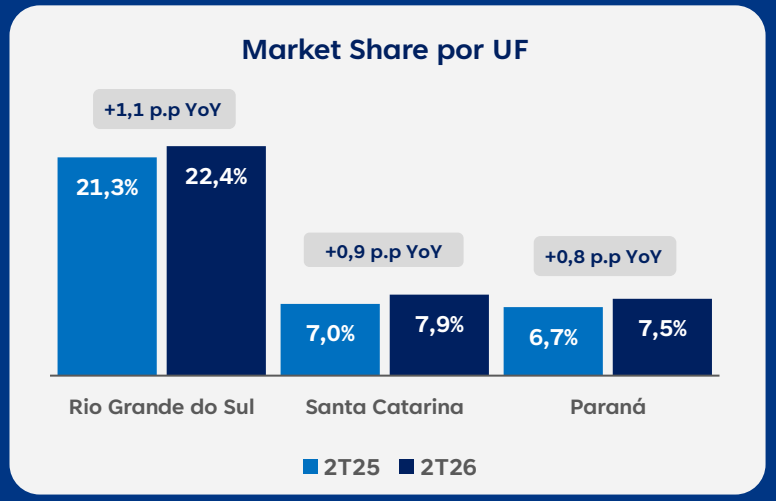
Play Store
4,9

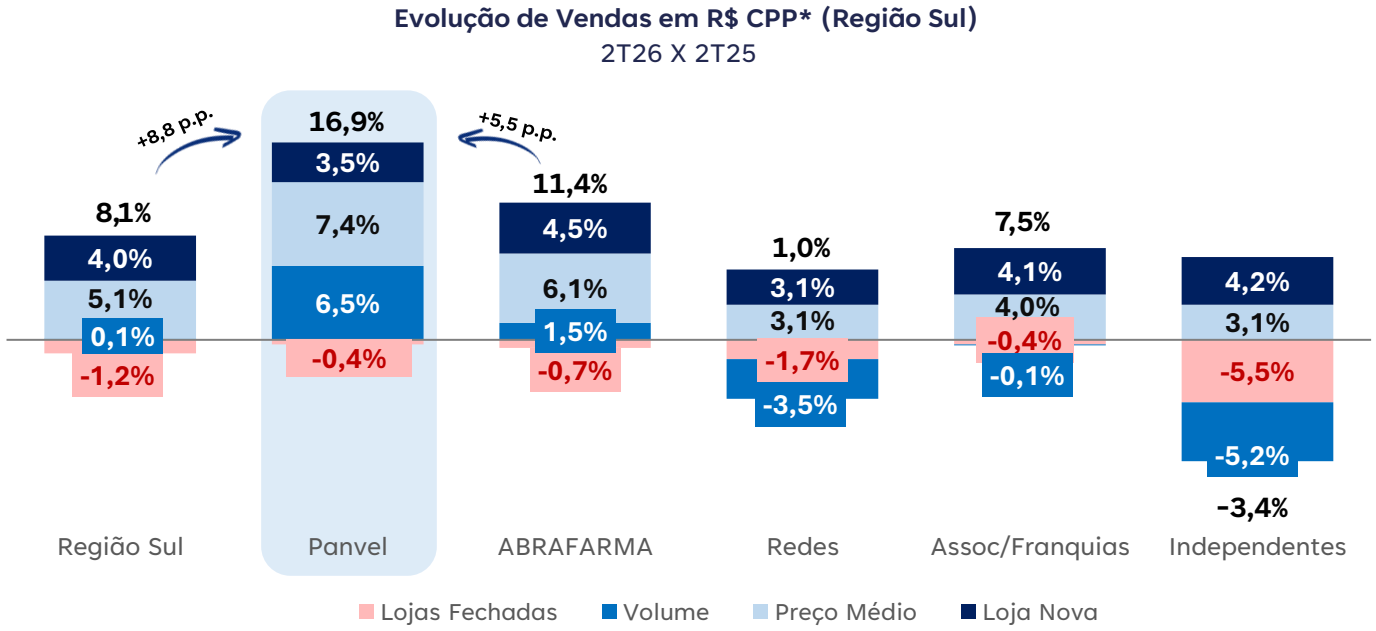
*Posição em junho/2026

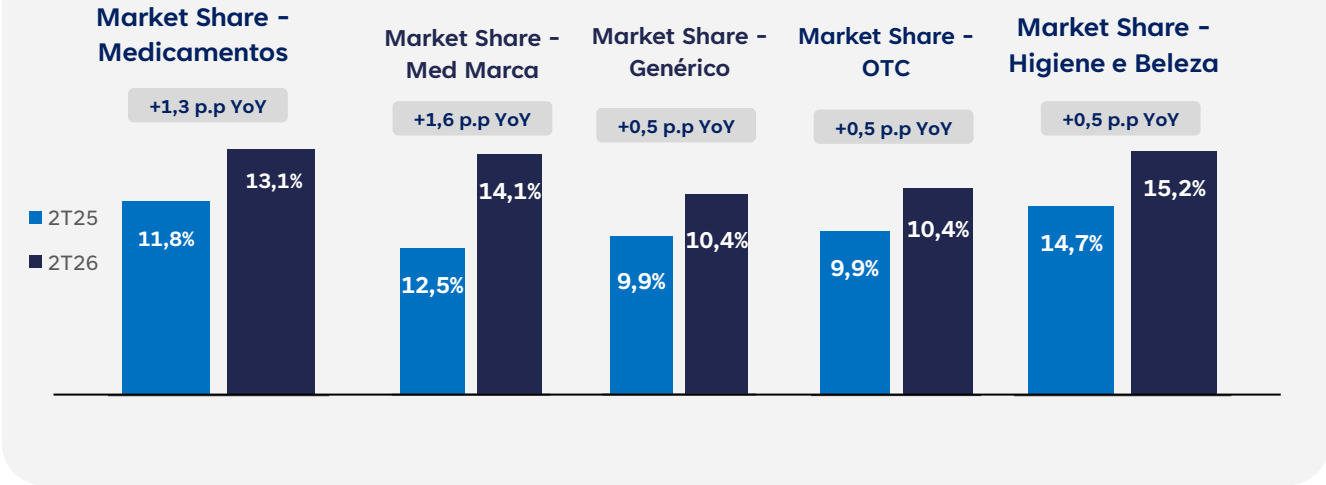
25º trimestre consecutivo de ganhos de Market Share na Região Sul



Ganho em todos os Estados na Região Sul

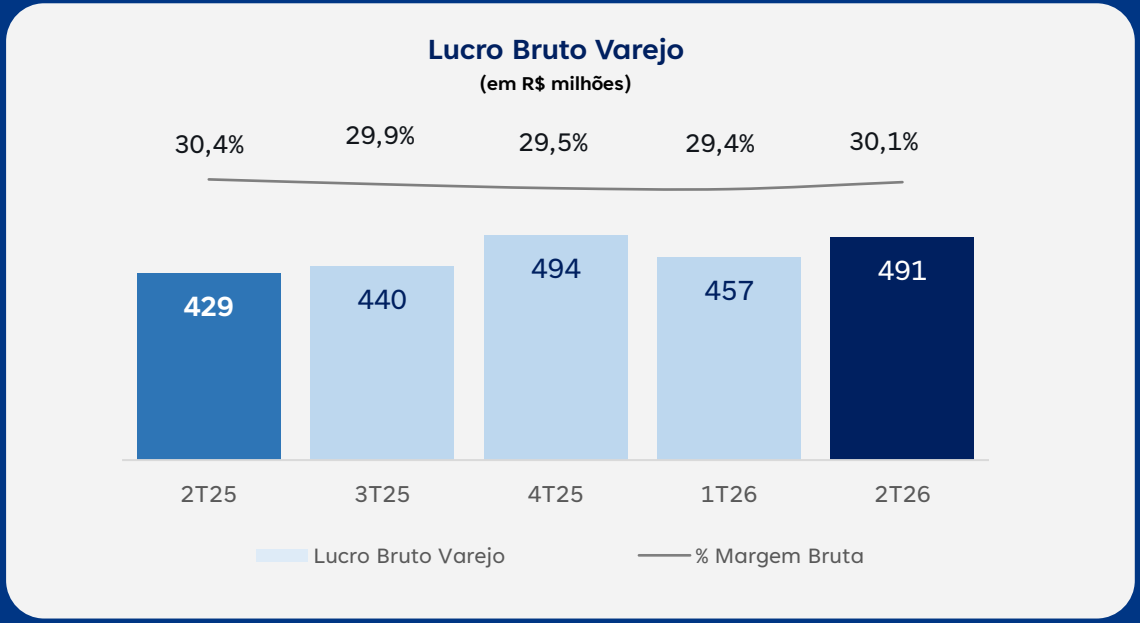






Fonte: IQVIA

Margem bruta permanece em patamar saudável



Margem Bruta do Varejo pressionada por:

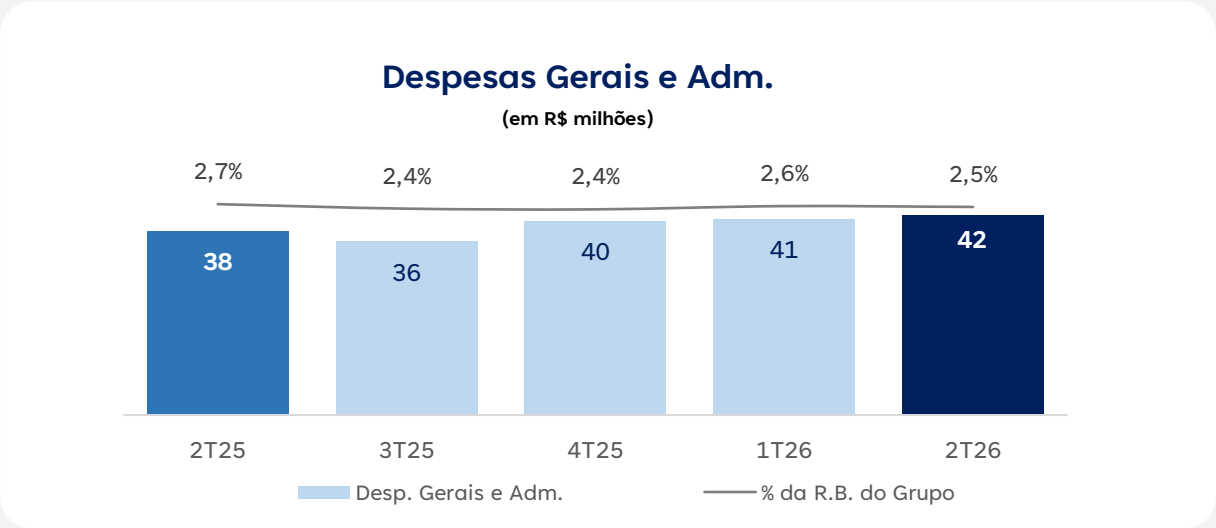
- Reajuste da CMED em patamar inferior ao do ano anterior e abaixo da inflação;
- Crescimento da participação de Medicamentos de Marca no mix, impulsionado pelo forte avanço da categoria GLP-1;
- Menor participação de OTC.

Impactos margem bruta:

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

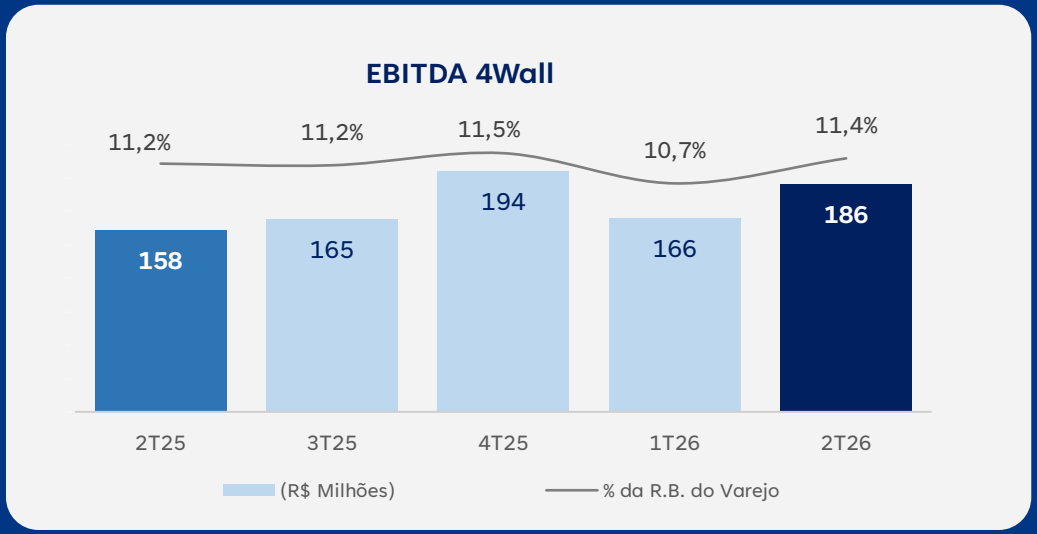
Gestão de despesas é grande destaque, com diluição tanto em despesas com vendas como em administrativas

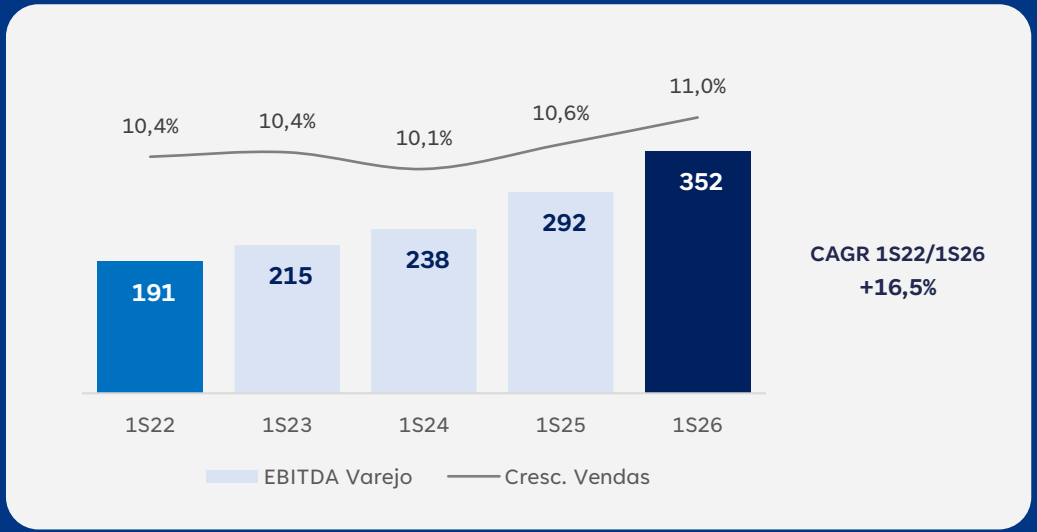
✓ Diluição de 0,7 p.p. em relação ao 2T25, impulsionada pelo aumento da produtividade física em loja e pelas negociações de aluguéis, além dos ganhos de eficiência logística.



✓ Diluição de 0,2 p.p. em relação ao 2T25, reforçando o compromisso com a disciplina financeira e com a busca constante por maior eficiência operacional também em suas áreas administrativas.

EBITDA 4Wall cresce 17,3% em relação ao 2T25

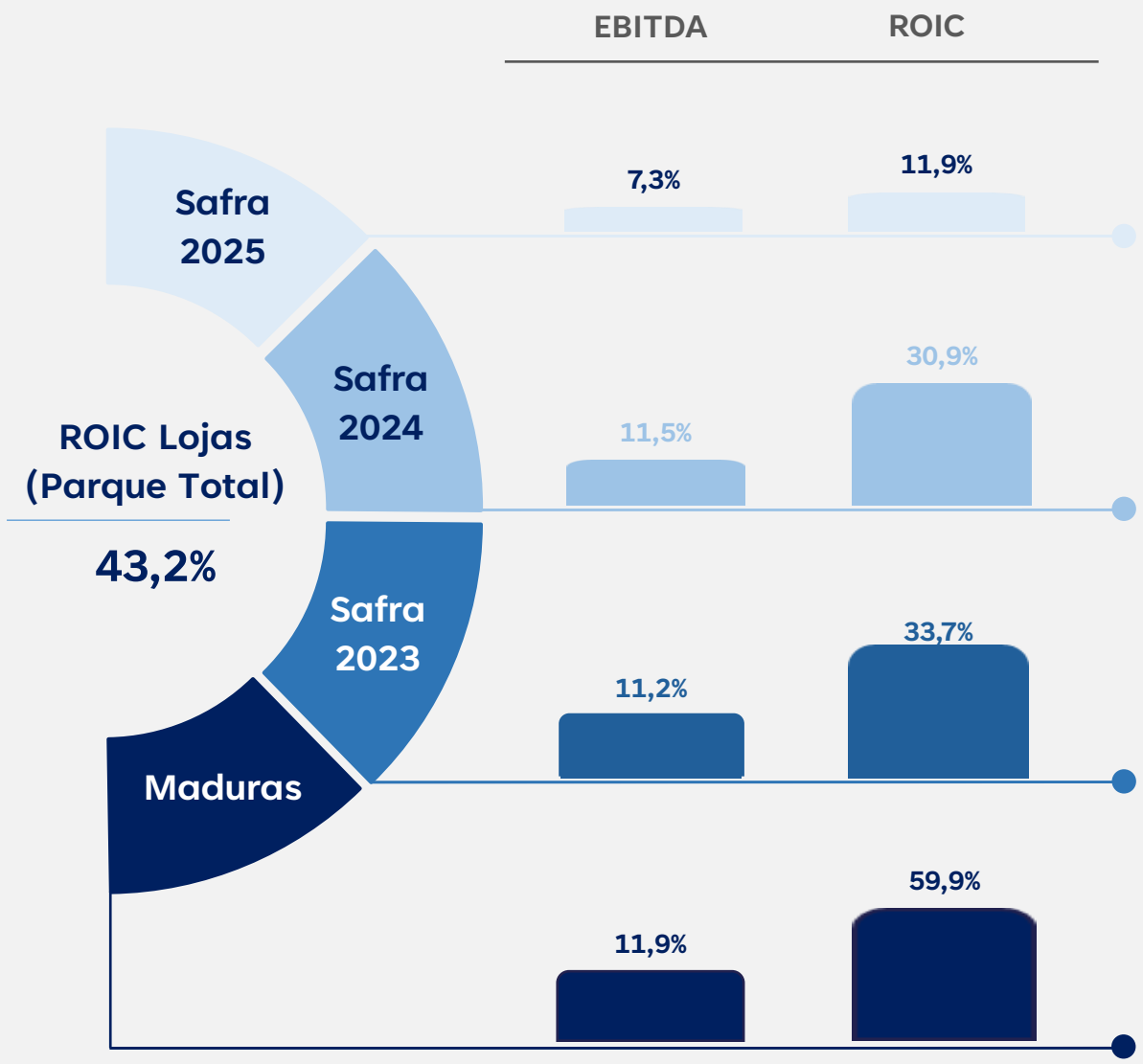




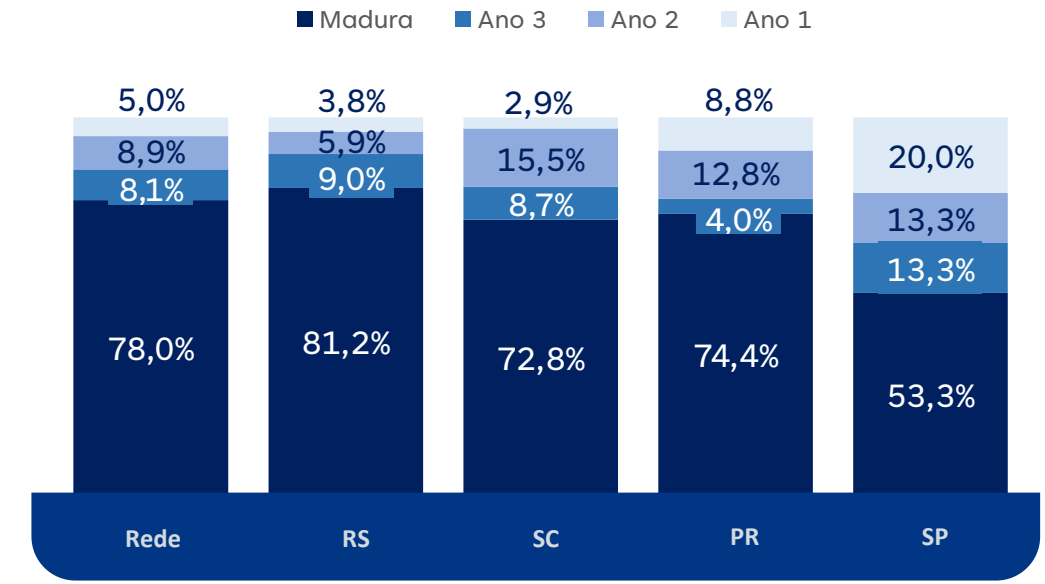
- O EBITDA 4Wall cresce 0,2 p.p. vs 2T25, graças à diluição de despesas em lojas (aumento de produtividade), tanto em lojas maduras quanto nas safras de lojas em maturação;

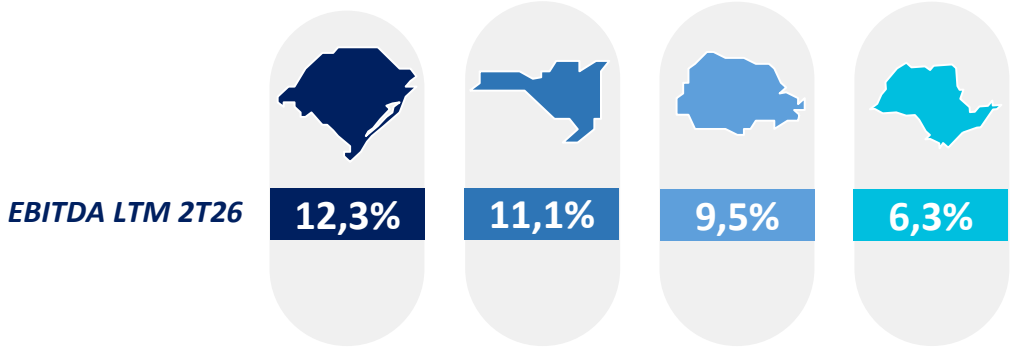
- Entre o 1S22 e o 1S26, o EBITDA 4Wall registrou uma taxa média composta de crescimento (CAGR) forte de 16,5%, acima do CAGR da Receita Bruta do Varejo (14,7%).

Expansão Estratégica – Panvel chega ao número de 664 lojas, sem abrir mão de resultado



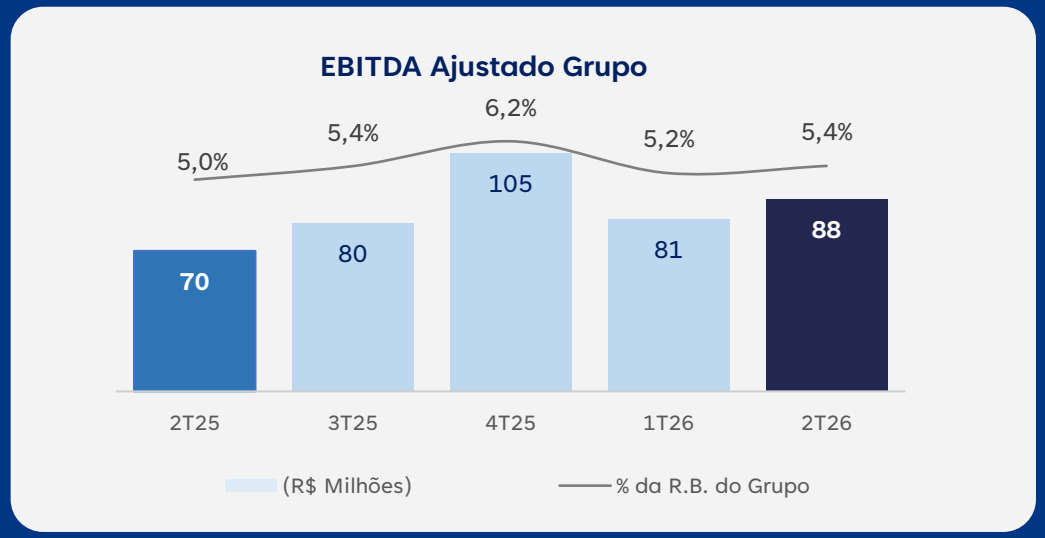
ROIC= (Venda média/loja) x (NOPAT) / (Ativo fixo/loja) + (Capital de Giro)

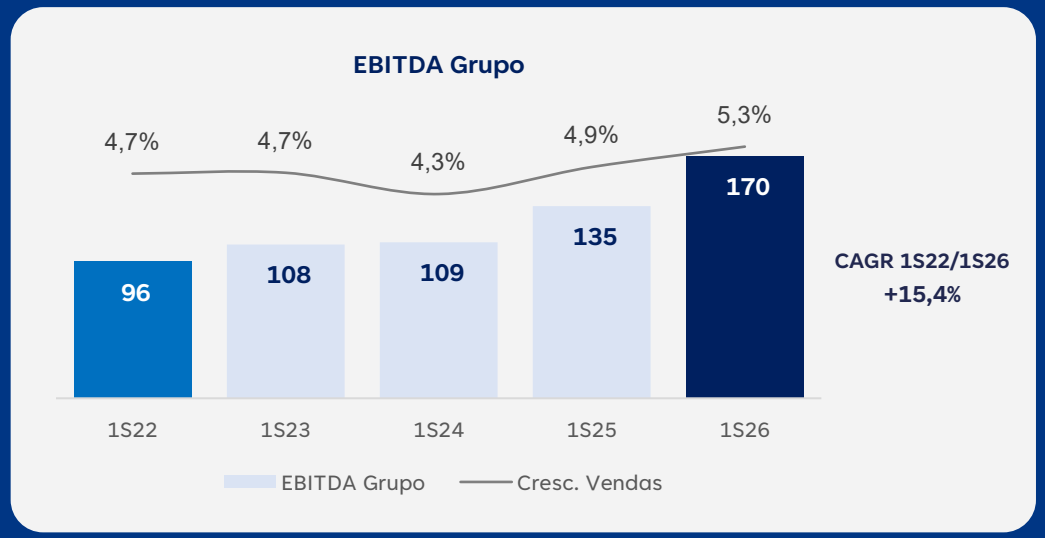




Safra 2025 – lojas com 12 meses de operação / Safra 2024 – lojas com 24 meses de operação / Safra 2023 – lojas com 36 meses de operação

EBITDA Ajustado cresce 26,4% em relação ao 2T25, atingindo novo patamar histórico para um segundo trimestre da Panvel

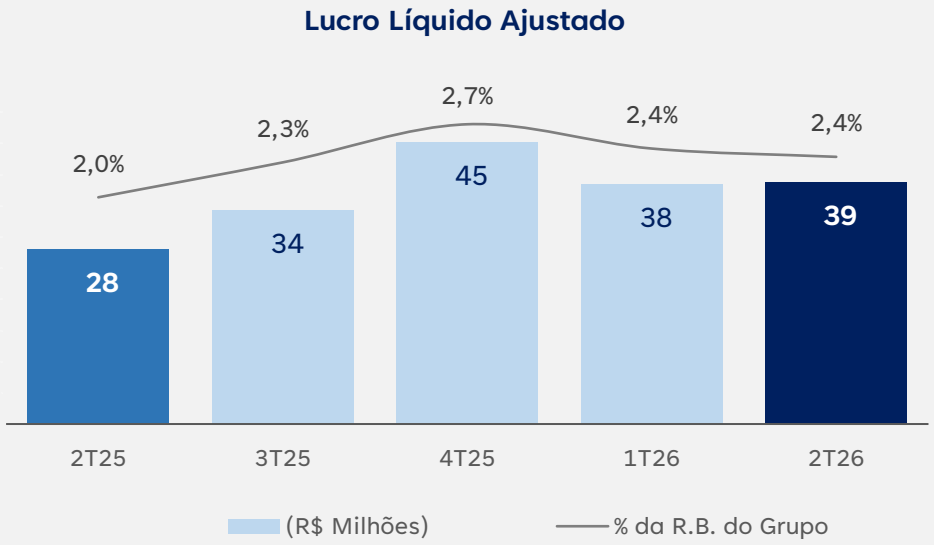




- EBITDA Ajustado crescendo 0,4 p.p. em relação ao 2T25, impulsionado pelo avanço da produtividade operacional e pela disciplina na gestão de despesas, com ganhos de eficiência e diluição de custos;

- Entre o 1S22 e o 1S26, o EBITDA ajustado apresentou um CAGR de 15,4%, superando o CAGR de 14,7% da Receita Bruta do Varejo.

Lucro Líquido Ajustado cresce 39,1% em relação ao 2T25, refletindo expansão de 0,4 p.p. na margem no trimestre



Reconciliação Lucro Líquido	2T25	2T26	Var. %
EBIT	**39,2**	**50,1**	**27,7%**
(+) Resultado Financeiro	10,2	11,1	8,5%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	**29,0**	**39,0**	**34,5%**
Lucro Líquido	**26,0**	**32,8**	**26,1%**
Baixas de Ativos	0,4	1,5	270,3%
Outros Ajustes	1,6	0,3	(83,1%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	0,0	4,3	-
Lucro Líquido Ajustado	**28,0**	**38,9**	**39,1%**
Margem Líquida Ajustada	**2,0%**	**2,4%**	**0,4 pp**

▼ **IRPJ/CSLL**

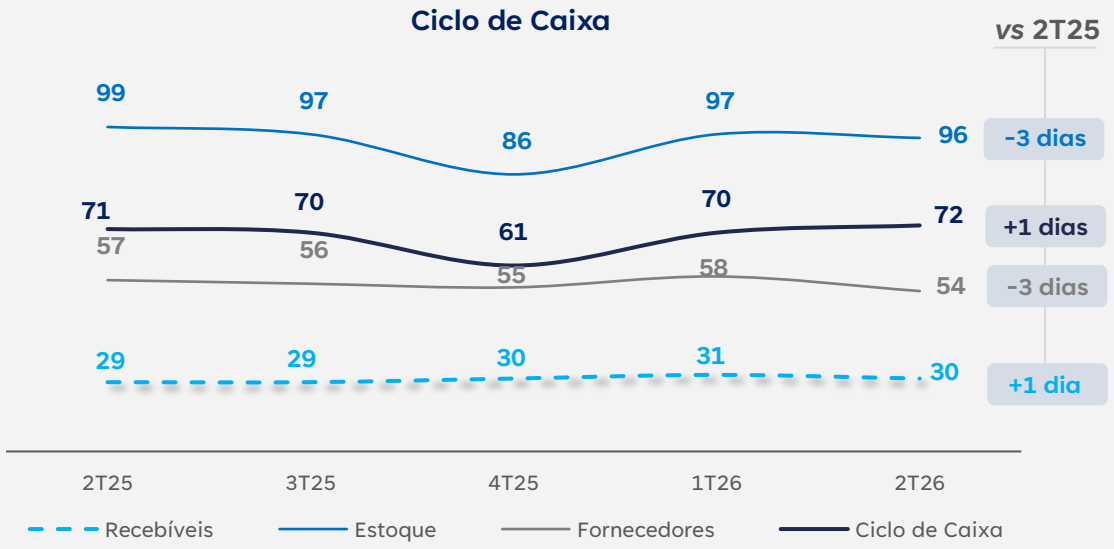
▲ **Geração de resultado**

▲ **Baixa Alavancagem**

✓ Crescimento de 27,7% do EBIT vs 2T25

✓ Crescimento de 34,5% do LAIR vs 2T25

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



✓ *Ciclo de Caixa estável vs 2T25*

Endividamento

Dívida Líquida	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Dívida de Curto Prazo	115,4	109,0	191,8	130,4	146,3
Dívida de Longo Prazo	395,1	588,3	520,2	470,5	468,1
(-) Instrumentos Financeiros	0,5	5,5	5,4	-	-
Dívida Bruta	**511,0**	**702,8**	**717,3**	**600,9**	**614,4**
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	194,1	392,1	430,5	304,0	295,2
Dívida Líquida / Caixa Líquido	**316,9**	**310,7**	**286,8**	**296,9**	**319,2**
Dívida Líquida / EBITDA LTM	**1,1x**	**1,05x**	**0,9x**	**0,9x**	**0,9x**
Custo CDI+	**(1,3%)**	**(1,3%)**	**(1,2%)**	**(1,6%)**	**(1,4%)**

✓ *Redução de alavancagem vs 2T25*

Fluxo de caixa	2T25	2T26	Var. (%)	1S25	1S26	Var. (%)
Lucro líquido do exercício	**26.022**	**32.777**	**26%**	**52.901**	**68.336**	**29%**
IRPJ/CSLL	2.995	6.228	108%	7.530	11.372	51%
Resultado Financeiro	10.165	11.064	9%	17.384	22.171	28%
EBIT	**39.182**	**50.069**	**28%**	**77.815**	**101.879**	**31%**
Depreciações e Amortizações	22.518	24.751	10%	44.518	49.243	11%
EBITDA (Resultado Operacional)	**61.700**	**74.820**	21%	**122.333**	**151.121**	24%
Ciclo de Caixa	7.475	(71.464)	-1056%	19.216	(102.472)	-633%
Demais variações nos ativos e passivos	1.675	33.644	1909%	(24.731)	27.196	-210%
Fluxo de caixa Operacional	**70.850**	**37.000**	-48%	**116.819**	**75.845**	-35%
Investimentos	(37.019)	(35.111)	-5%	(68.634)	(61.533)	-10%
Fluxo de Caixa Livre	**33.831**	**1.889**	-94%	**48.185**	**14.312**	-70%
JSCP	(18.496)	(19.012)	3%	(26.233)	(28.799)	10%
Ações em tesouraria	1.483	5.972	303%	127	4.335	3313%
Resultado Financeiro	(10.165)	(11.064)	9%	(17.384)	(22.171)	28%
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	**6.653**	**(22.216)**	-434%	**4.695**	**(32.324)**	-788%

✓ *Geração de fluxo de caixa operacional de R$ 37,0 milhões no 2T26*

✓ *Geração de fluxo de caixa livre de R$ 1,8 milhões no 2T26*

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

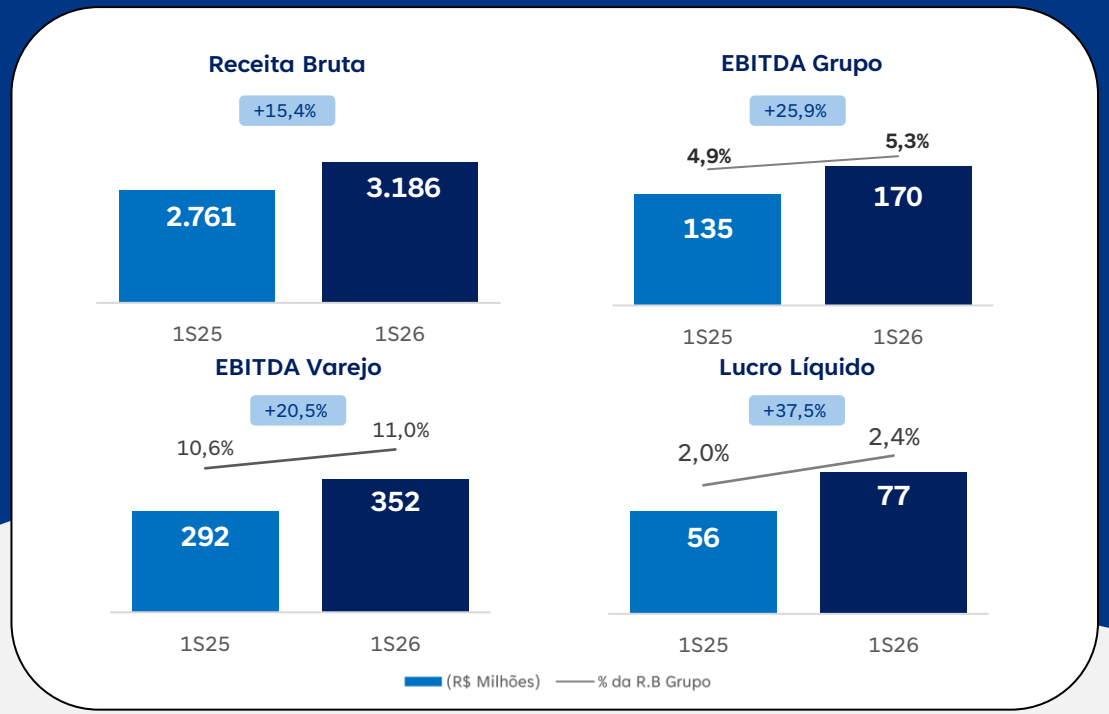
Despesas

- 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

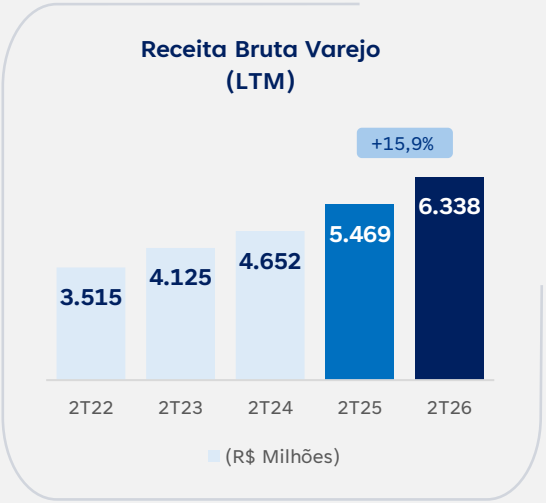
2030

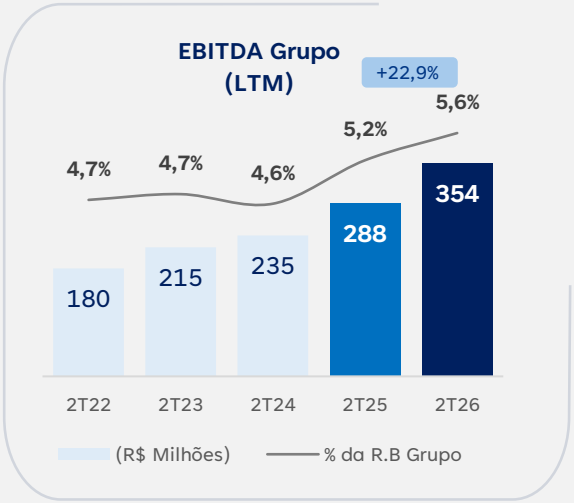


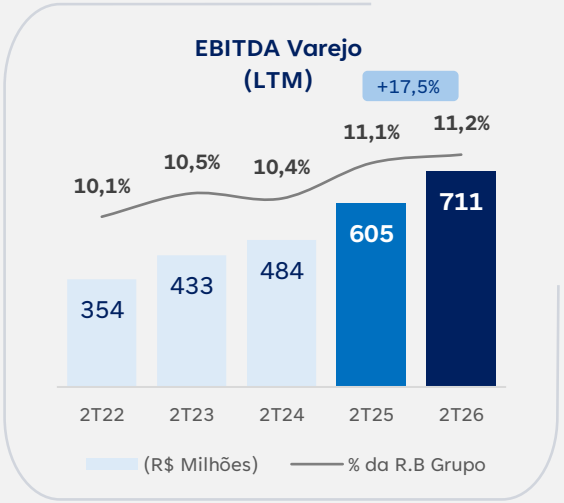
1S26 consolida trajetória de crescimento com rentabilidade

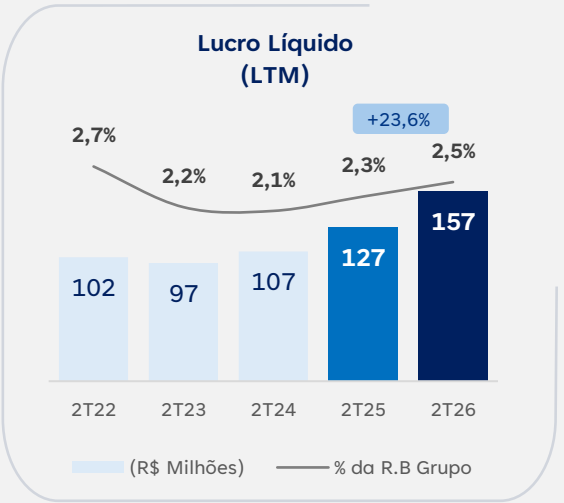
✓ O 1S é historicamente o semestre mais desafiador, ainda assim, a Panvel cresceu dois dígitos em receita, EBITDA e lucro.

✓ Com o 2S sazonalmente mais forte e a expansão acelerando, o 1S26 dá segurança para a entrega de mais um ano recorde.









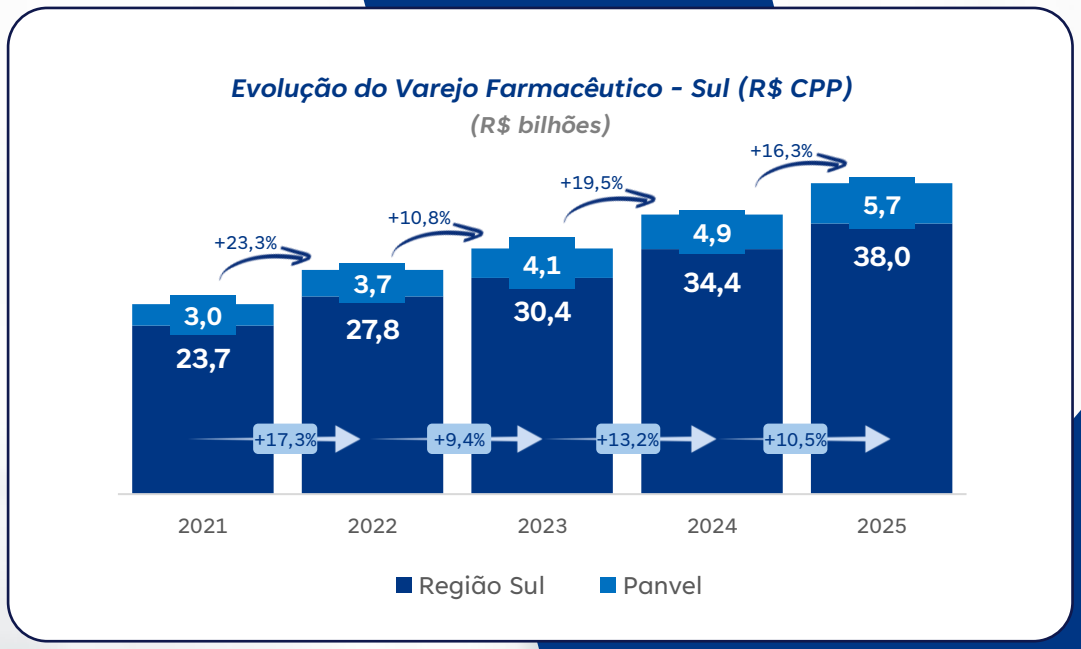
TAKEAWAYS

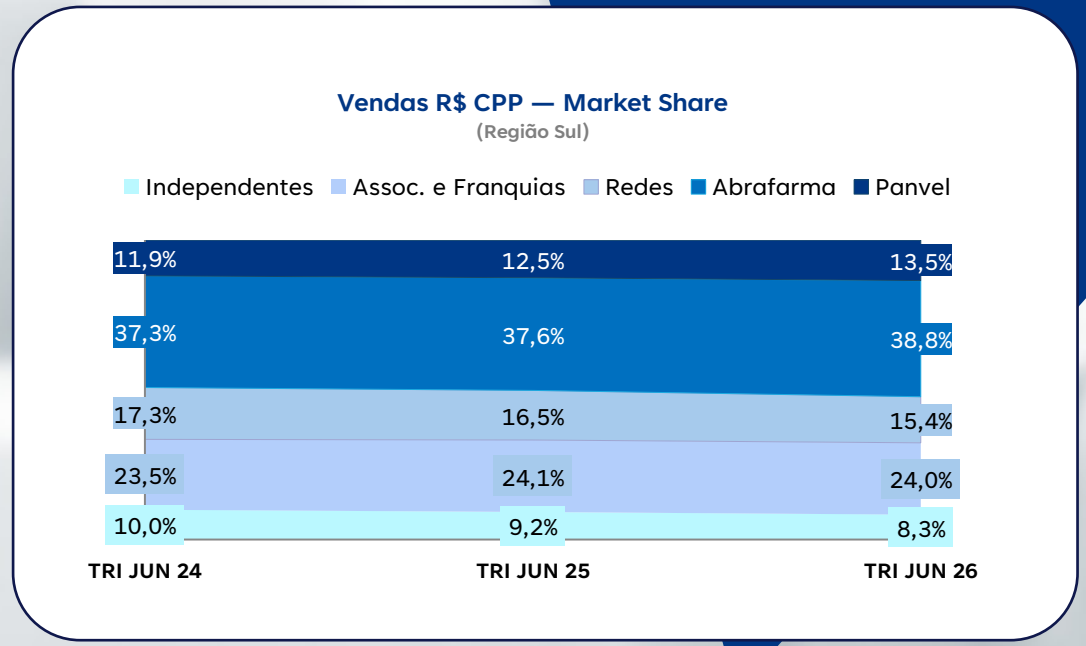
Mercado Farmacêutico na Região Sul

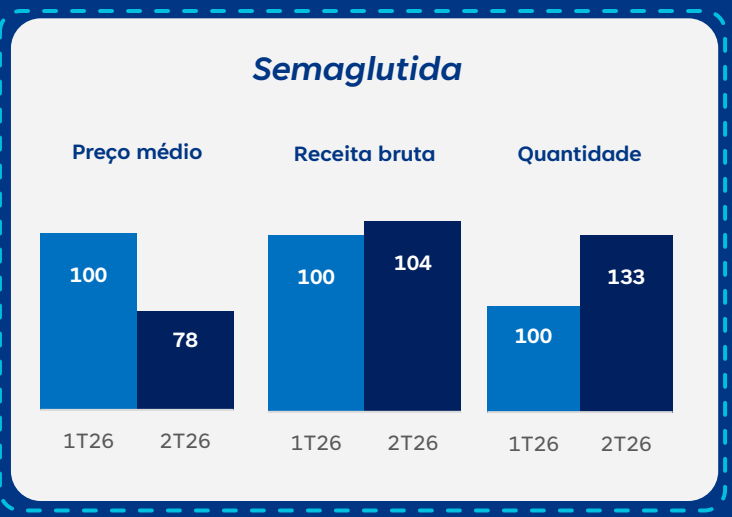
O varejo farmacêutico segue como um dos mercados mais resilientes e atrativos do Brasil, *com vetores estruturais de crescimento (envelhecimento da população, GLP-1 e fortalecimento da cultura da beleza e bem-estar).*

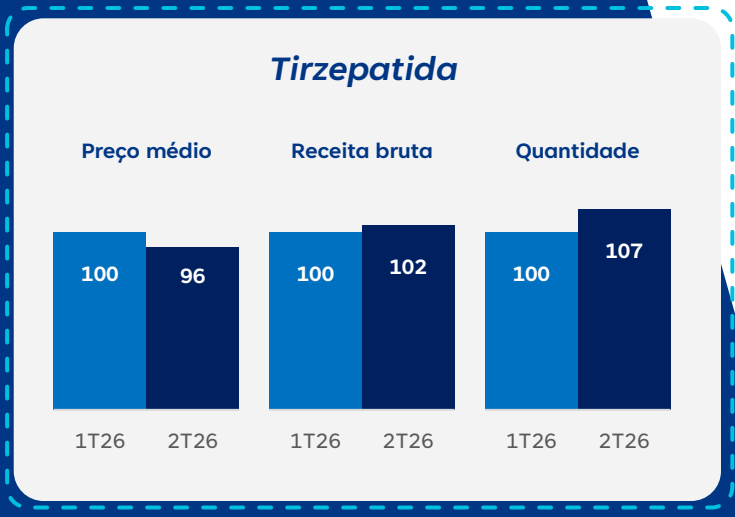
A consolidação do mercado em torno das redes mais eficientes é irreversível, *elevando a importância de escala, execução e disciplina comercial.*

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.*









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
Preço Médio: -10,1%	Preço Médio: -22,1%
Receita Bruta: + 2,5%	Receita Bruta: +3,9%
Quantidade: +13,9%	Quantidade: +33,4%

Análise em Base 100 (Base = 1T26)

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

Medicamentos disponíveis

Mounjaro | Wegovy | Ozempic | Ozivy | Poviztra | Extensior | Rybelsus | +6 SKUS

+5 medicamentos aprovados recentemente

Owozy | Orsema | Seemasun | Zempneo | Semavy

Ecossistema digital: evolução estrutural nos últimos 12 meses

AQUISIÇÃO E ATIVAÇÃO

Aquisição mais orgânica e eficiente

- 100+ entregas de SEO e GEO e 40+ evoluções de produto ampliando a presença orgânica em busca tradicional e respostas por IA
- Arquitetura do e-commerce e conteúdo elevando a descoberta de categorias estratégicas e reduzindo dependência de mídia paga
- Loja física integrada ao digital: QR Code no PDV, login social, cadastro simplificado e MFA acelerando conversão para app e CRM

DESCOBERTA E PERSONALIZAÇÃO

Personalização por IA em escala

- **IA aplicada à experiência de 7,3 milhões de clientes: Home, Categorias, Ofertas, PDPs e Store in Store**
- Vitrines personalizadas com evolução de 53% na performance, ampliando descoberta de produtos e conversão
- Busca inteligente por comportamento, reduzindo buscas sem resultado e direcionando para produtos relevantes
- Conteúdo na jornada com influenciadores, avaliações e conteúdo de clientes, ampliando exploração e engajamento

COMPRA ASSISTIDA POR IA

Compra conversacional consultiva

- Evolução dentro do e-commerce, com IA que compreende a intenção do cliente e recomenda soluções completas
- Mais relevância, conveniência e cross-selling na jornada de compra
- **Conversão 3x superior à média do canal**

JORNADA DIGITAL DE MEDICAMENTOS

Jornada mais completa da categoria

- Evolução ponta a ponta da compra de medicamentos, da descoberta até a entrega
- Busca, conteúdo técnico e navegação facilitando a escolha e elevando a confiança
- Convênios, PBM com descontos progressivos, controlados e jornadas específicas como GLP-1
- Prescrição eletrônica ponta a ponta: envio, validação, troca de receita e edição do pedido pelo cliente

GROWTH E MONETIZAÇÃO

Dados proprietários gerando receita

- Mídia de performance otimizada por modelos de audiência e dados proprietários
- **CRM com comunicações hiperpersonalizadas e crescimento de 92% da receita no 2T26**
- Panvel Ads consolidado, transformando audiência própria em receita incremental de alta margem

CONVENIÊNCIA E ENTREGA

Excelência operacional na entrega

- Cadastro inteligente de endereços por geolocalização, menos esforço e mais precisão nas entregas
- Expansão da entrega rápida e evolução contínua do nível de serviço logístico
- **Melhor experiência pós-compra, com NPS do app de 84**

12 meses de evolução estrutural em todas as capacidades críticas do ecossistema digital, ampliando conversão, recorrência e monetização e sustentando o forte crescimento do canal.

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 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.

Publica