

PanVel

A rotina que *faz bem*

RESULTADOS

2T26



R\$ **1,6 Bi**

Receita Bruta do Grupo no 2T26

R\$ **88,5 Mi**

EBITDA Ajustado no 2T26

R\$ **38,9 Mi**

Lucro Líquido Ajustado no 2T26

Eldorado do Sul, RS, 06 de agosto de 2026

A **Dimed S.A. Distribuidora de Medicamentos** (B3 S.A. - BRASIL, BOLSA, BALCÃO: PNVL3) uma das principais varejistas do País, anuncia os resultados do 2º trimestre de 2026 (2T26). As demonstrações financeiras da Companhia são elaboradas em reais (R\$), de acordo com a legislação societária brasileira e normas internacionais de relatório financeiro (IFRS). As comparações de resultado do 2T26 usam como base o 2T25, exceto quando indicado de outra forma. Para fins de comparabilidade com períodos anteriores, os números deste relatório são demonstrados de acordo com a norma IAS 17/CPC 06. Os valores financeiros mencionados são referentes a valores em reais (R\$).



Call de Resultados:

Sexta-feira, 07 de agosto - 09:30 (BRT) / 08:30 (US EDT)

[Clique Aqui](#)

Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp
Diretor Financeiro e DRI

Ismael Rohrig
Gerente de RI e Estratégia

Pedro Gazzana
Analista de RI

Larissa Godoy
Estagiária de RI

Fone.: 51 3481-9588 / E-mail: relinvest@grupopanvel.com.br / Site: <https://ri.grupopanvel.com.br/>

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

Dados Operacionais

	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	Δ	1S25	1S26	Δ
Nº de Lojas	649	651	659	661	664	15	649	664	15
Nº de funcionários	11.224	11.347	11.772	11.403	11.426	202	11.224	11.426	202
Ticket Médio (R\$)	91,94	93,92	97,82	96,39	97,80	6,4%	91,46	97,10	6,2%

Receita Bruta (R\$ Mil)

	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26		1S25	1S26	
Receita Bruta do Varejo	1.408.960	1.473.635	1.678.076	1.555.411	1.631.015	15,8%	2.760.712	3.186.426	15,4%
Receita Bruta Outros	4.767	5.852	7.033	15.402	4.279	(10,2%)	9.711	19.681	102,7%
Receita Bruta Grupo	1.413.727	1.479.487	1.685.109	1.570.813	1.635.294	15,7%	2.770.423	3.206.107	15,7%

Lucro Bruto (R\$ Mil)

	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26		1S25	1S26	
Lucro Bruto Varejo	428.559	440.430	494.381	456.691	491.252	14,6%	825.869	947.943	14,8%
Margem Bruta Varejo	30,4%	29,9%	29,5%	29,4%	30,1%	(0,3 p.p.)	29,9%	29,7%	(0,2 p.p.)
Lucro Bruto Grupo	433.505	447.035	502.883	462.688	493.925	13,9%	834.600	956.613	14,6%
Margem Bruta Grupo	30,7%	30,2%	29,8%	29,5%	30,2%	(0,5 p.p.)	30,1%	29,8%	(0,3 p.p.)

Resultados Financeiros
(R\$ Mil)

	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26		1S25	1S26	
EBITDA Ajustado	70.070	79.896	104.783	81.222	88.534	26,4%	134.722	169.756	26,1%
% da Receita Bruta	5,0%	5,4%	6,2%	5,2%	5,4%	0,4 p.p.	4,9%	5,3%	0,4 p.p.
Lucro Líquido Ajustado	27.989	34.258	45.191	38.458	38.932	39,1%	55.838	77.532	38,9%
% da Receita Bruta	2,0%	2,3%	2,7%	2,4%	2,4%	0,4 p.p.	2,0%	2,4%	0,4 p.p.
Fluxo de Caixa Livre	33.831	15.986	42.123	12.423	1.889	(94,4%)	48.185	14.312	(70,3%)
Endividamento	1,1x	1,0x	0,9x	0,9x	0,9x		1,1x	0,9x	

Dados consolidados do Grupo consideram, além das operações de Varejo, dados das demais sociedades controladas

IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

SMLLB3

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O segundo trimestre de 2026 confirmou a consistência do ciclo iniciado no começo do ano, ancorado nas alavancas estratégicas apresentadas no Panvel Day 2026 e na execução disciplinada deste plano de longo prazo rumo a 2030. Entregamos mais um trimestre de crescimento expressivo de vendas, expansão de margens e evolução dos principais indicadores operacionais e financeiros, com destaque especial para a aceleração do canal digital.

As vendas do Varejo totalizaram uma Receita Bruta de R\$ 1,63 bilhão, crescimento de 15,8% em relação ao 2T25. O crescimento de 13,5% nas vendas em mesmas lojas (SSS) e de 11,4% nas lojas maduras (MSSS), ambos acelerando frente ao 1T26 e muito acima da inflação do período (IPCA de 4,64%), foi obtido sobre uma base de comparação forte, o que reforça a consistência operacional da rede. Ao longo do trimestre, atingimos uma venda média de R\$ 819 mil por loja, crescimento de 13,1% em relação ao 2T25, e de R\$ 868 mil por loja madura.

Vendas da Panvel crescem 15,8% no 2T26, com aceleração sequencial de mesmas lojas e lojas maduras.

O canal digital foi o grande destaque do trimestre e consolidou-se como o principal vetor de crescimento da Companhia. A penetração alcançou o patamar recorde de 33,7% da Receita Bruta do Varejo, expansão de 9,3 p.p. em relação ao 2T25, com crescimento de 59,8% nas vendas digitais. O desempenho foi liderado pelo App Panvel, cujas vendas cresceram 155,9% no período e que já responde por 63,4% do faturamento digital. Essa aceleração é resultado direto da digitalização da jornada em loja iniciada em abril, que elevou os downloads do App em 40,8% e os usuários ativos em 49,7%, levando a participação de Clientes Omni a 19,5% da base ativa (+4,4 p.p. vs. 2T25). Sustentando essa expansão, encerramos o trimestre com 845 mil entregas realizadas e nível de serviço de 94,3%.

Outro destaque foi o desempenho das nossas Marcas Exclusivas, que atingiram 19,2% das vendas de Higiene e Beleza, avanço de 1,2 p.p. em relação ao 2T25, reafirmando a liderança da Companhia em marca própria no varejo farmacêutico da Região Sul. Ao analisar o desempenho sobre a venda total do varejo ex-GLP1, a participação destes produtos representaram 8,5% da venda no 2T26.

O crescimento das vendas foi novamente acompanhado por evolução consistente dos resultados. O EBITDA do Varejo (EBITDA 4Wall) atingiu 11,4% da Receita Bruta do Varejo e expansão de 0,2 p.p. vs 2T25. Mesmo em um trimestre de pressão sobre a margem bruta, a diluição das despesas com vendas (-0,7 p.p.) e administrativas (-0,2 p.p.) mais do que compensou esse efeito. Dessa forma, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 88,5 milhões, crescimento de 26,4%, com expansão de margem de 0,4 p.p., e o Lucro Líquido Ajustado somou R\$ 38,9 milhões, avanço de 39,1% na mesma base de comparação.

Digital atinge 33,7% da receita bruta do varejo, com crescimento de 59,8%. Vendas pelo App crescem 155,9% no período.

Panvel entrega mais um trimestre de desalavancagem financeira e geração de caixa.

A Companhia encerrou o trimestre com dívida líquida/EBITDA de 0,91x, ante 1,10x no 2T25, mantendo o baixo patamar de alavancagem e uma estrutura de capital equilibrada e com efeitos gerados principalmente por seu desempenho operacional. Além de ser beneficiada por um custo de dívida de CDI -1,4%. A geração de fluxo de caixa livre permaneceu positiva pelo sexto trimestre consecutivo.

Encerramos o primeiro semestre de 2026 com a convicção de que os fundamentos que sustentam o crescimento da Panvel estão mais sólidos do que nunca. No acumulado do ano, a Receita Bruta do Varejo alcançou R\$ 3,19 bilhões, crescimento de 15,4%, com EBITDA Ajustado de R\$ 169,8 milhões (+26,1%) e Lucro Líquido Ajustado de R\$ 77,5 milhões (+38,7%), ambos com expansão de 0,4 p.p. de margem. O canal digital saltou de 23,5% para 31,1% de penetração entre os semestres. Foram seis meses de execução consistente, nos quais a Companhia acelerou a digitalização de sua base de clientes, ampliou a produtividade das lojas, expandiu margens em todos os níveis da demonstração de resultados e reduziu sua alavancagem. Esse conjunto de entregas nos coloca em posição privilegiada para a continuidade do plano 2030 e sustenta nossa confiança em um ano de 2026 muito forte para a Panvel.

PORTFÓLIO DE LOJAS

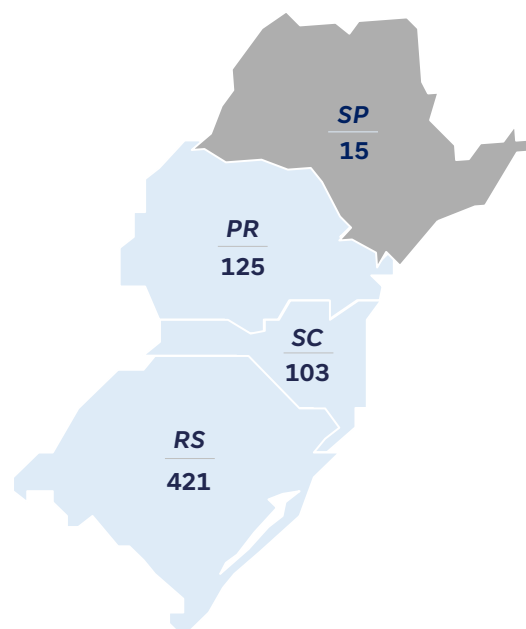
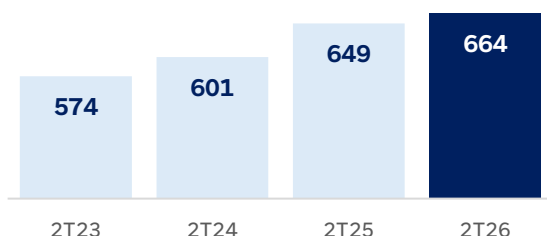
No 2T26 inauguramos 7 lojas, sendo 4 unidades no Rio Grande do Sul, 2 unidades no Paraná e 1 unidade em São Paulo, alcançando a marca de 664 lojas em operação.

No período, 4 filiais maduras, com idade média de 16 anos de operação, foram encerradas porque não atendiam mais ao perfil, nem ao potencial de venda e de rentabilidade determinados pelos padrões de operação da Companhia. O encerramento de filiais desalinhadas com a atual estratégia da Companhia é uma ferramenta de otimização do uso de ativos, liberando recursos e elevando as taxas de retorno sobre o capital investido. **A Panvel segue focada em melhorar a qualidade das novas safras de expansão.** Prova disso é que o ROIC obtido das lojas abertas nos últimos 12 meses já atingiu 11,9%, enquanto lojas abertas em 2024 chegam em um ROIC de 30,9% e as abertas em 2023 em 33,7%.

Abertura de Lojas

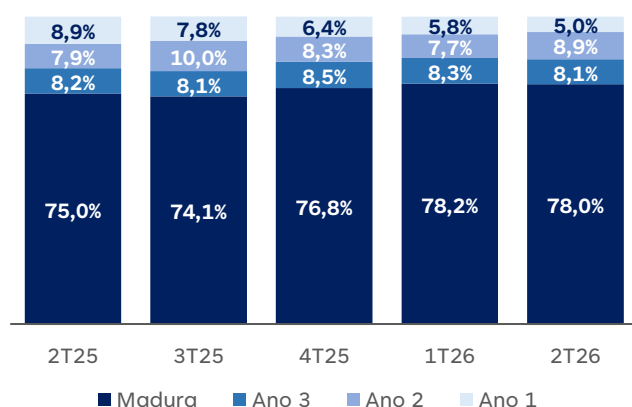


Número de lojas

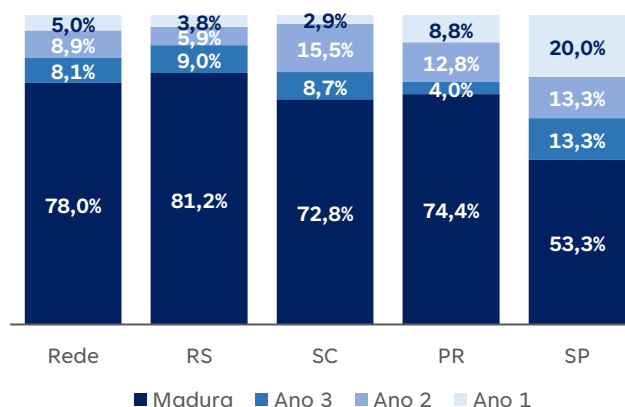


Ao final do período, a Companhia contava com 22,0% de lojas em processo de maturação e 78,0% de lojas maduras. **A distribuição das maturidades por Estado indica perfis distintos em cada região e ótimas alavancas de resultado na medida em que as safras continuarem evoluindo.**

Portfólio de lojas por Maturidade



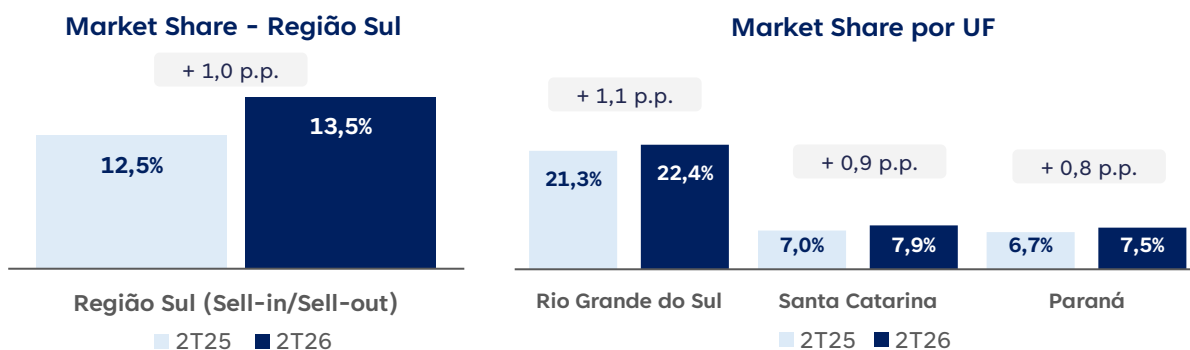
Maturidade por UF



MARKET SHARE

No 2T26, a Panvel registrou mais um trimestre de crescimento acima do mercado, **alcançando um market share de 13,5% na Região Sul, uma evolução de 1,0 p.p.** sobre o mesmo período do ano anterior, com ganhos em todos os Estados. O destaque do período foi o Rio Grande do Sul, onde ganhamos 1,1 p.p. vs 2T25 e atingimos a marca de 22,4% de participação. Em Santa Catarina e no Paraná obtivemos ganhos de 0,9 p.p. e 0,8 p.p., alcançando 7,9% e 7,5% de participação, respectivamente.

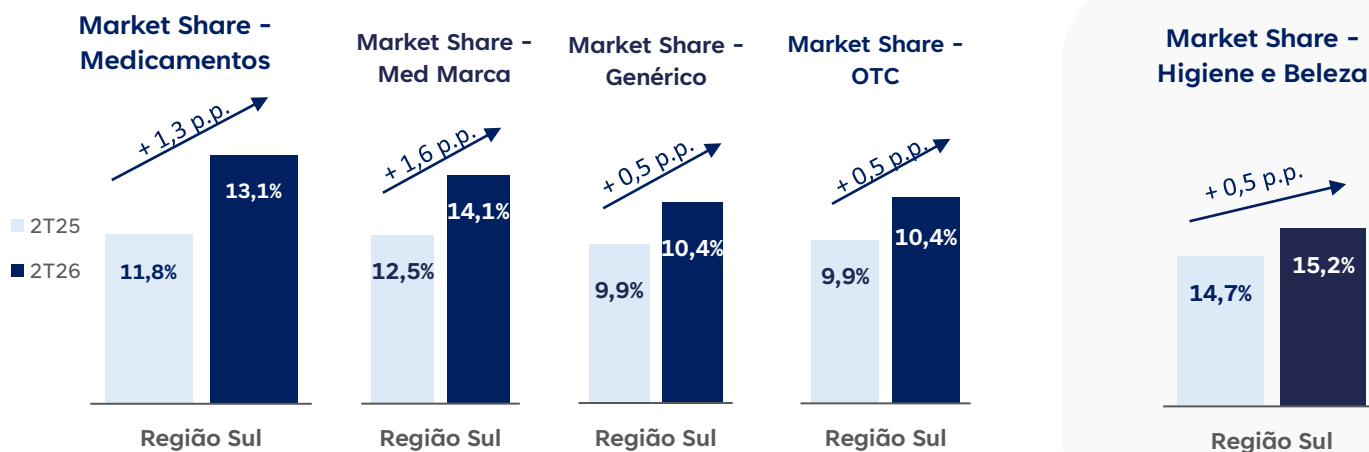
A Companhia segue enxergando muitas oportunidades para a Região Sul, em especial no interior dos Estados dessa região, oportunidades que continuarão a serem exploradas ao longo dos próximos períodos.



A Companhia também registrou ganho de market share em todas as categorias no 2T26, reforçando a consistência de sua estratégia comercial e a assertividade na gestão do mix.

Os Medicamentos atingiram market share de 13,1% na Região Sul, avanço de 1,3 p.p. em relação ao 2T25, com crescimento em todas as subcategorias. O desempenho foi liderado por Medicamentos de Marca, que avançaram 1,6 p.p. na comparação anual e atingiram 14,1% de participação. Genéricos e OTC também contribuíram, com ganhos de 0,5 p.p. cada, alcançando 10,4% de participação em ambos.

Em Higiene e Beleza, a Panvel manteve trajetória positiva, atingindo market share de 15,2% na Região Sul, um ganho de 0,5 p.p. na comparação anual. Essa categoria segue como um dos pilares estratégicos da Companhia, sustentada pelo fortalecimento do portfólio, inovação constante e pelo avanço consistente da marca própria.



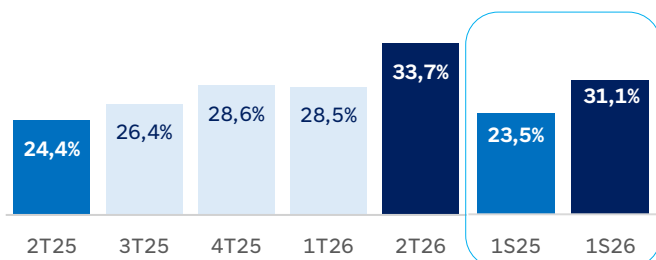
Fonte: IQVIA – Conceito sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo.
A Panvel adota a premissa de reportar o market share na base IQVIA Preço Consumidor (CPP).

E-COMMERCE E INICIATIVAS DIGITAIS

Os canais digitais da Panvel seguiram em forte trajetória de crescimento no 2T26, consolidando mais um trimestre de avanço consistente e reforçando o papel estratégico do Digital como um dos principais vetores de crescimento da Companhia.

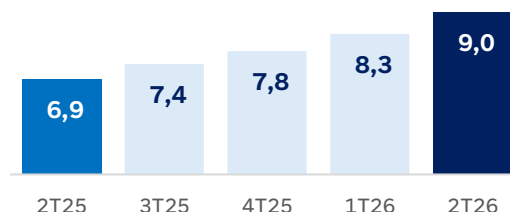
No trimestre, **as vendas do canal Digital alcançaram a participação recorde de 33,7%** da Receita Bruta do Varejo, **um crescimento de 59,8% em relação ao 2T25 e uma expansão de 9,3 p.p.** na comparação anual. Esse desempenho evidencia os avanços contínuos nos investimentos em digitalização e a capacidade da Companhia de ampliar receita por meio de uma estratégia omnicanal cada vez mais integrada à jornada do cliente.

Digital (% na R.B do Varejo)

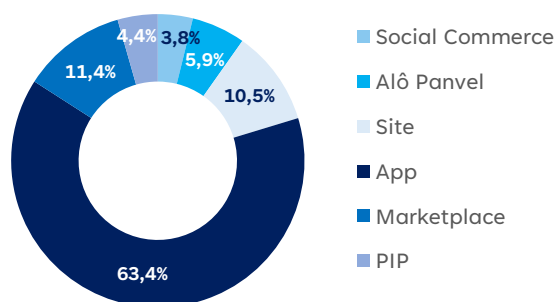


Downloads App

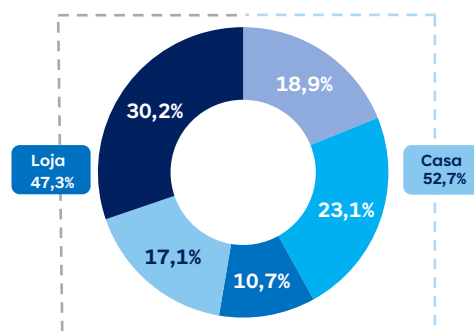
Base acumulada



Composição da venda
(por volume financeiro)



Mix de entregas 2T26
(% sobre quantidade de entregas)



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

O destaque do trimestre foi o desempenho do App Panvel, cujas vendas apresentaram crescimento de 155,9% em relação ao 2T25. Essa evolução reflete bem o efeito de dois pilares importantes: a nova jornada de digitalização em loja, iniciada em abril, que ampliou a conveniência e a relevância do canal digital no momento de compra dos clientes; e o incremento da participação na cesta dos itens GLP-1. Esses dois pilares estão se refletindo em um aumento na frequência de compra e também em um aumento da quantidade de itens por cupom.

Retail Media

A plataforma de **Retail Media Panvel Ads** manteve forte ritmo de expansão no 2T26, com crescimento de 79% na arrecadação em relação ao 2T25. Ao final do trimestre, a carteira de indústrias ativas apresentou um crescimento de 44% na comparação anual.

No pilar de infraestrutura física, o projeto de *Digital Signage* alcançou 231 lojas e 373 telas digitais instaladas, já atingindo 73% da meta anual. As telas já respondem por 20% da arrecadação total da plataforma, evidenciando a relevância da integração entre os ambientes físico e digital na estratégia de *Retail Media* da Companhia. No trimestre, a área lançou dois novos produtos voltados à personalização e segmentação de audiências em tempo real, em áreas de alta conversão no App e no site, ampliando o portfólio de soluções disponíveis para as indústrias parceiras.

Estrutura Digital 2T26

Clique e Retire: 664 Lojas Entregas 2T26: 845.053 Nível de Serviço: 94,25% Lojas Delivery: 435 Mini CDs / Dark stores: 9 unidades

Entrega Rápida em até 1h / Entrega Turbo em até 30min / Entrega Programada recebimento no turno de preferência

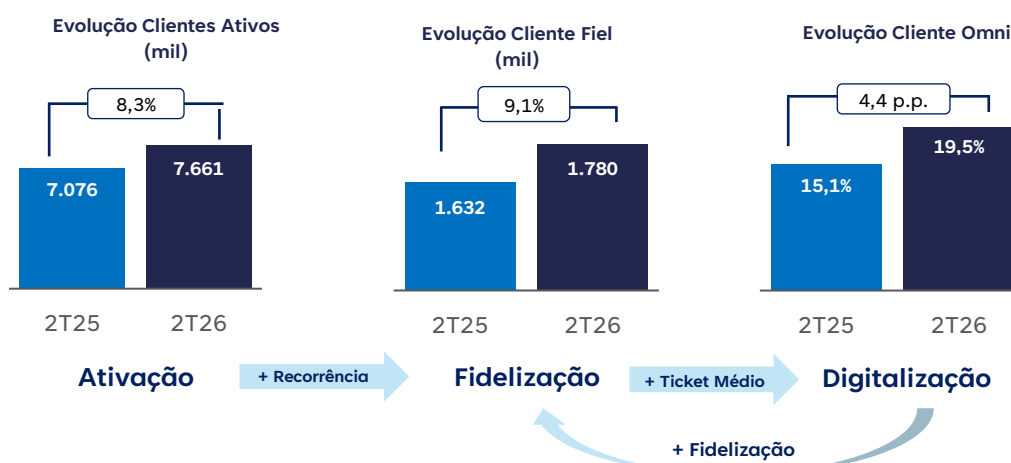
CLIENTES

No 2T26, o Programa Bem Panvel atingiu 30,6 milhões de clientes cadastrados em sua base, um aumento de mais de 4 milhões em relação ao 2T25. O número de Clientes Ativos* cresceu 8,3% em relação ao 2T25, totalizando 7,7 milhões de clientes, refletindo o sucesso da estratégia de fidelização e aumento da recorrência, com conversão de clientes novos e recuperação de clientes inativos.

Dentro dessa base, os Clientes Fiéis* atingiram 1,8 milhão, crescimento de 9,1% em relação ao 2T25. Esse avanço reforça os diferenciais competitivos da Companhia quanto ao nível de serviço, o atendimento de qualidade e a variedade do mix de produtos, além de uma experiência verdadeiramente *omnichannel* e personalizada.

O principal destaque do trimestre foi a aceleração expressiva da digitalização da base de clientes. As iniciativas de engajamento digital conduzidas ao longo do período impulsionaram os indicadores do App, cujos downloads cresceram 40,8% (vs 2T25) e os usuários ativos 49,7% em relação ao 2T25. Como reflexo, a participação de Clientes Omni, aqueles que compram tanto pelos canais físicos quanto digitais, atingiu 19,5% da base ativa, avanço de 4,4 p.p. frente aos 15,1% do 2T25.

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



Panvel Prime

Em abril de 2026, a Companhia lançou o Programa Panvel Prime, plataforma de fidelização que reconhece os clientes que concentram sua rotina de Saúde e Bem-Estar na Panvel, oferecendo benefícios e descontos exclusivos. O programa nasce como uma evolução natural da estratégia de relacionamento da Companhia, aprofundando o vínculo com os clientes de maior recorrência e criando um novo patamar de engajamento dentro da base.

No 2T26, os clientes Prime responderam por 8,5% da base ativa da Panvel e apresentaram um ticket médio 1,7x maior e uma frequência de compra 3x superior à do cliente médio. O Panvel Prime atua como mais uma alavanca para o aumento da recorrência e da produtividade das lojas ao longo dos próximos trimestres.

Voz do Cliente

A Panvel continua a oferecer para seus clientes uma jornada única de satisfação, qualidade e experiência, independentemente do canal onde a compra ocorre. Por essa razão, a Panvel é reconhecida pelos consumidores por oferecer a melhor experiência do varejo farma, conforme indicadores* abaixo:



*Posição em junho/2026

IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

SMLLB3

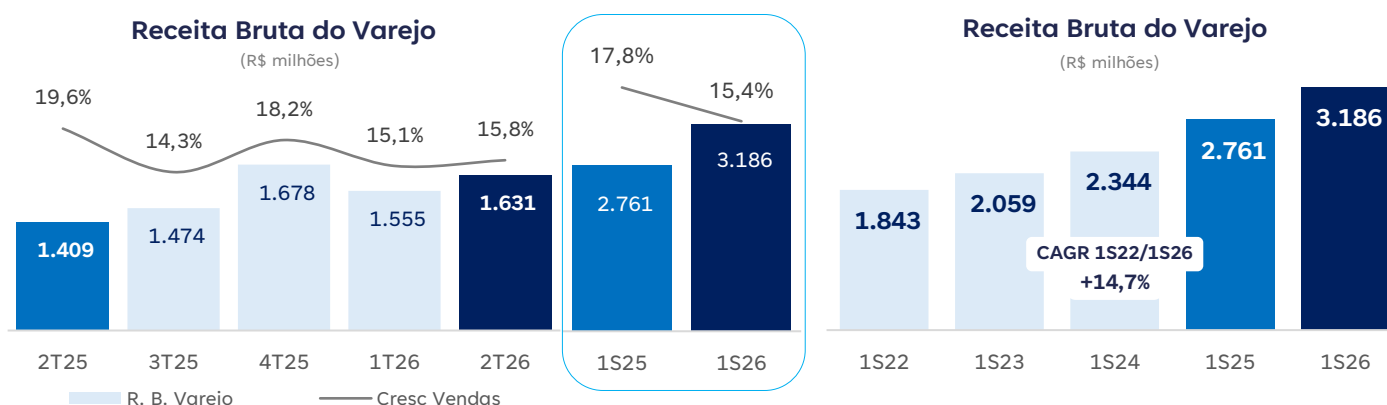
RECEITA BRUTA

A Receita Bruta Consolidada, que contempla todas as unidades de negócio da Companhia, totalizou R\$ 1.635 milhões no 2T26, representando um crescimento de 15,7% em relação ao 2T25.

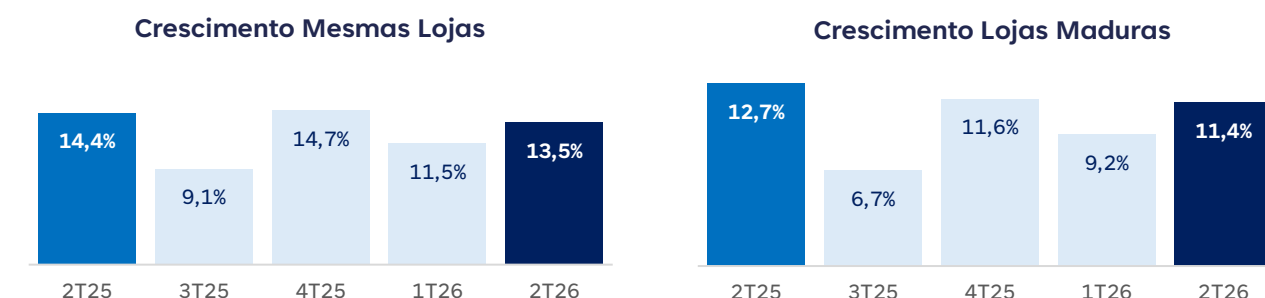
Varejo

No 2T26, a Panvel apresentou **um crescimento de vendas de 15,8% em relação ao mesmo período do ano anterior, apresentando uma Receita Bruta de R\$ 1.631 milhões**. O resultado reflete a contribuição de múltiplos vetores de crescimento: o forte avanço de medicamentos no mix, com destaque para Marca e Genéricos; a aceleração do crescimento de Higiene e Beleza em relação ao trimestre anterior, que passou de 9,2% no 1T26 para 13,9% no 2T26, e o avanço expressivo dos canais digitais que tiveram forte aceleração frente ao trimestre anterior.

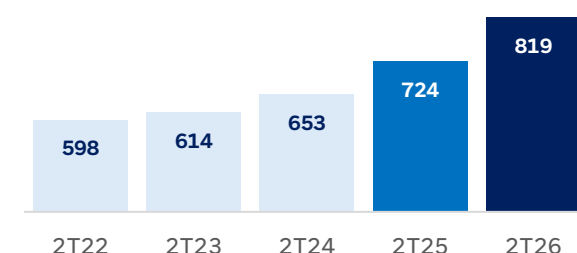
Ao analisarmos a taxa de crescimento composta **do 1S22 ao 1S26, encontraremos uma taxa média (CAGR) de 14,7% ao longo do período, número muito robusto** e que demonstra a capacidade consistente da Panvel de sustentar um forte crescimento independentemente de fatores sazonais.



A venda de **Mesmas Lojas** (Same Store Sales ou SSS) apresentou crescimento de 13,5% no 2T26 em comparação ao 2T25. No mesmo sentido, o desempenho das **Lojas Maduras** (Mature Same Store Sales ou MSSS) apresentou um crescimento de 11,4% em relação ao 2T25, **muito acima da taxa de inflação do período** (4,64% - IPCA acumulado do período). Importante destacar que ambos crescimentos aconteceram sobre uma base de comparação forte, o que reforça ainda mais o bom desempenho do período.

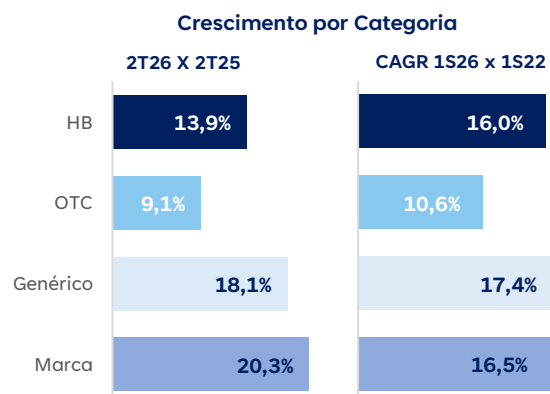
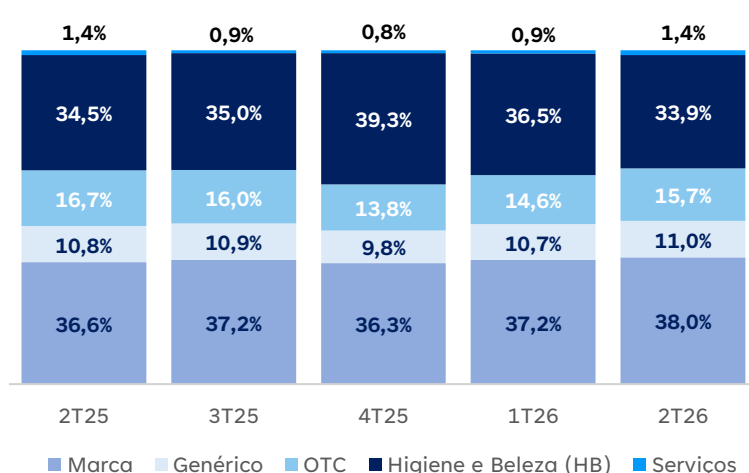


Venda média por loja (R\$ mil/mês)



Ao longo do 2T26, **atingimos uma venda média de R\$ 819 mil/loja, crescimento de 13,1% vs 2T25**, e uma venda média de **R\$868 mil/loja em lojas maduras**. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia com a eficiência operacional, refletindo o aumento de produtividade das mesmas lojas e o amadurecimento acelerado da base de novas unidades abertas nos últimos trimestres.

MIX DE VENDAS DO VAREJO



Evidenciando a consistência da estratégia comercial adotada pela Companhia, o 2T26 foi mais um trimestre em que os destaques foram os Medicamentos, categoria que apresentou crescimento de 17,0% em relação ao 2T25, sustentado pelo forte desempenho em todas as suas subcategorias.

A categoria de **Medicamentos de Marca (RX)** foi o destaque do período, com crescimento de 20,3% em relação ao 2T25 e expansão de 1,4 p.p. de participação no mix, entregando ainda crescimento sequencial de 0,8 p.p. vs. 1T26. Destaque especial para os produtos GLP-1, que evoluíram 63,6% em relação ao 2T25 e representaram 11,3% da Receita Bruta do Varejo. A Panvel segue focada em endereçar as necessidades dos clientes de uso crônico e contínuo, com crescimento também na venda de medicamentos de marca excluindo GLP-1.

A categoria de **Genéricos** apresentou crescimento de 18,1% em relação ao 2T25, expandindo 0,2 p.p. sua participação no mix. Esta categoria tem papel fundamental tanto na atração de fluxo de clientes às lojas quanto na sustentação de uma margem bruta saudável, além de representar um diferencial competitivo como alternativa de menor preço para garantir a continuidade do tratamento dos clientes.

A categoria de **OTC** apresentou crescimento de 9,1% em relação ao 2T25. O desempenho reflete uma base de comparação elevada no 2T25, quando a categoria havia registrado crescimento de 23,6%, impulsionado por grupos como Diabetes, Sistema Metabólico e Gripes e Resfriados. Ainda assim, a trajetória de expansão se mantém consistente quando avaliada em uma perspectiva de longo prazo.

A categoria de **Higiene e Beleza (HB)** apresentou forte crescimento de 13,9% em relação ao 2T25. Dentro da categoria, os Produtos Panvel seguiram como destaque, representando 19,2% das vendas de HB no trimestre.

Cabe ressaltar que, quando avaliamos o crescimento composto (CAGR) dos últimos 5 anos, o principal destaque é o crescimento **equilibrado** de todas as categorias ao longo do tempo. Esse equilíbrio é um importante diferencial competitivo da Panvel.

Panvel Clinic | 443 salas Clinic | 110 salas de vacinação

No 2T26, os serviços de saúde seguiram como vetor de diferenciação e fidelização da Panvel, representando 1,4% da Receita Bruta de Varejo e crescendo 9,9% em relação ao 2T25. A Companhia ampliou sua capacidade de atendimento no período, encerrando o trimestre com 443 salas Clinic e 110 salas de vacinação (+8 salas em doze meses), reforçando a capilaridade da oferta de serviços na rede.

A vacinação consolidou-se como principal motor do segmento, respondendo por 80,3% da receita de serviços (+3,6 p.p. vs. 2T25) e registrando crescimento de 15,1% no período. Segundo a IQVIA, a Panvel manteve a liderança em vacinação na Região Sul, com 35,3% de market share.

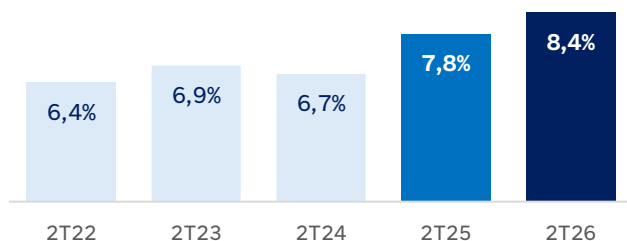


**Líder em
vacinação na
Região Sul**

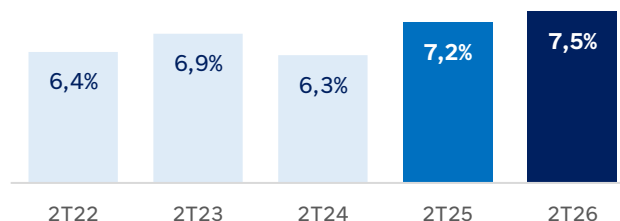
Market Share de
35,3% em vacinas

MARCAS EXCLUSIVAS

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

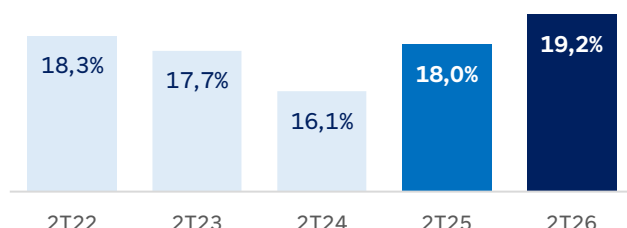


% Participação dos Produtos Panvel nas Vendas Varejo



Os Produtos Panvel mantiveram trajetória consistente de crescimento no trimestre, reforçando seu papel como importante diferencial competitivo dentro do portfólio da Companhia. No 2T26, a marca própria representou 7,5% das vendas totais do Varejo, **com avanço de 20,7% na comparação anual. Excluindo da base as vendas de produtos GLP-1, a participação de Produtos Panvel sai de 7,8% das vendas no 2T25 para 8,4% no 2T26, uma forte expansão de 0,6 p.p.**

% Participação do Produtos Panvel nas Vendas de HB



Na categoria de Higiene & Beleza, onde a estratégia de marca própria é mais concentrada, o desempenho foi ainda melhor. **A participação de Produtos Panvel atingiu 19,2% das vendas da categoria, com expansão de 1,2 p.p. em relação ao 2T25**, reforçando o posicionamento da Companhia como referência no segmento.

Durante o trimestre, **foram lançados 49 novos SKUs de marca própria.** Com isso, o portfólio atingiu 1.193 SKUs ativos ao final de junho, com destaque para o *rebranding* da linha de Maquiagem da Panvel, com lançamento de produtos exclusivos sob o selo **24&7** e um novo posicionamento das linhas de Produtos para o Corpo, Infantil, Cuidado Adulto e Maquiagem. A expansão do portfólio segue alinhada à estratégia da Companhia de capturar tendências de consumo e fortalecer sua presença em categorias de maior valor agregado.

Nas redes sociais, a presença digital da Panvel seguiu em expansão, ampliando o alcance e o engajamento com diferentes públicos. **No Instagram**, foram 314 milhões de visualizações no 2T26, com 25,2 mil novos seguidores e 369 mil interações. **No TikTok**, foram 23,3 mil novos seguidores no 2T26, 39,2 milhões de visualizações e 92,4 mil interações, resultado das ações de conteúdo voltadas a públicos mais jovens e do fortalecimento da comunicação *omnicanal*.

Esse conjunto de fatores, como a constante expansão do portfólio e o fortalecimento da presença digital, reforçam a liderança da Panvel no segmento de *Private Label* no varejo farmacêutico da Região Sul, **com um market share de 30,4% no 2T26**, e sustentam uma base sólida para a continuidade do crescimento para os próximos anos.



LUCRO BRUTO

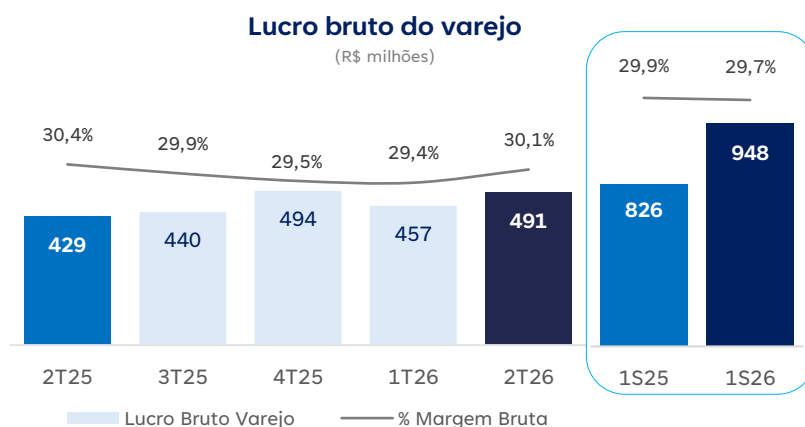
A Companhia apurou um Lucro Bruto Consolidado (incluindo operações de Varejo e de outras unidades de negócio) de R\$ 493,9 milhões no 2T26, crescimento de 13,9% em relação ao 2T25, **representando 30,2% da Receita Bruta do período**.

Lucro Bruto do Varejo

O Lucro Bruto do Varejo atingiu **R\$ 491,3 milhões no 2T26, crescimento de 14,6% em relação ao 2T25**, com margem bruta de 30,1%.

A pressão na margem bruta do Varejo reflete, principalmente, três fatores: (i) o reajuste da CMED em patamar inferior ao do ano anterior e abaixo da inflação, limitando o repasse de preços em medicamentos; (ii) o crescimento da participação de Medicamentos de Marca no mix (+1,4 p.p. vs 2T25), impulsionado pelo forte avanço da categoria GLP-1; e (iii) a menor participação de OTC (-1,0 p.p. vs 2T25).

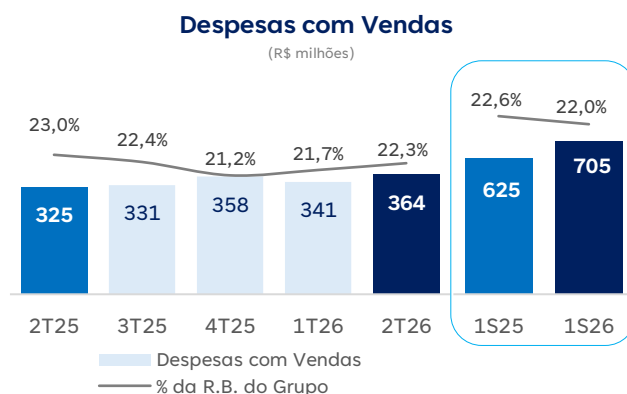
Como veremos abaixo, essas pressões foram mais do que compensadas pelos ganhos de alavancagem operacional e pela disciplina na gestão de despesas. A diluição de despesas com vendas (-0,7 p.p.) e de despesas administrativas (-0,2 p.p.) superou amplamente a pressão de mix sobre a margem bruta, convertendo o forte crescimento de vendas em expansão de margem EBITDA.



DESPESAS

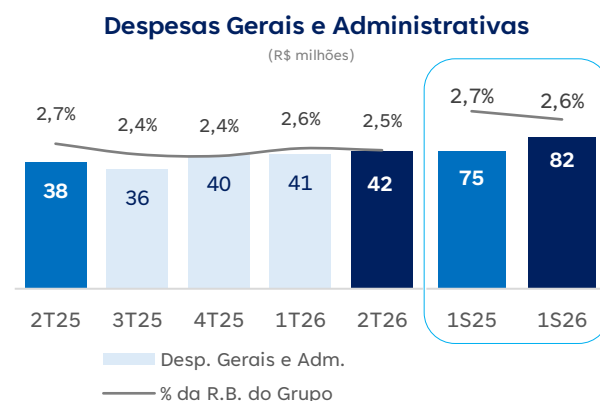
Despesas com Vendas

No 2T26, o total de **Despesas com Vendas somou R\$ 364,2 milhões, representando 22,3% da Receita Bruta do Grupo, redução de 0,7 p.p. em relação ao 2T25**. As despesas cresceram 12,0% no período, ritmo inferior ao crescimento das vendas do Varejo (15,8%), evidenciando o compromisso da Companhia em seguir diluindo progressivamente as despesas com vendas, com destaque para as despesas de pessoal e aluguel.



Despesas Gerais e Administrativas

As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 41,6 milhões no 2T26, **representando 2,5% da Receita Bruta, redução de 0,2 p.p. em relação ao 2T25**. O resultado reforça o compromisso da Companhia com a disciplina financeira e com a busca constante por maior eficiência operacional também em suas áreas administrativas.



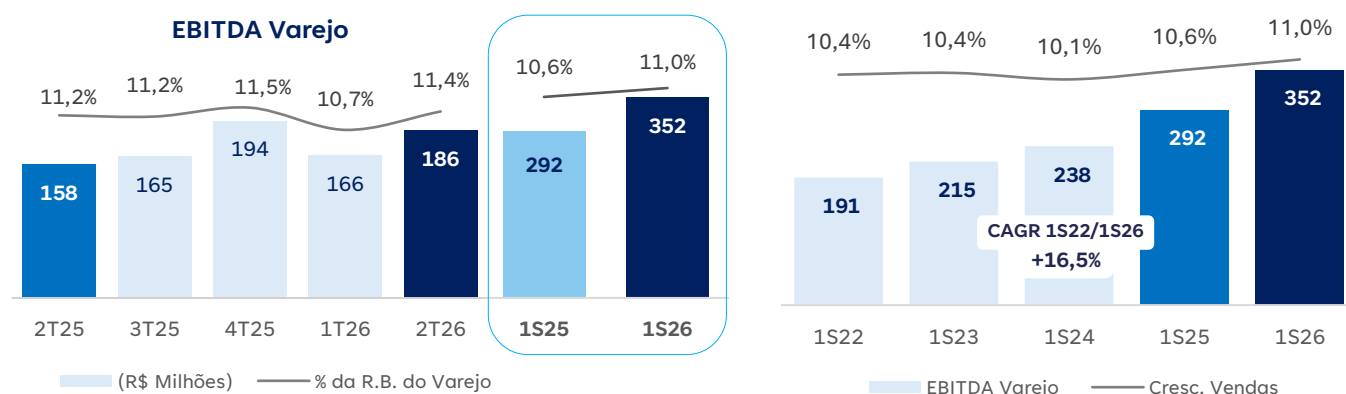
EBITDA VAREJO

Receita Bruta do Varejo (-) CMV/Impostos/Descontos/Devoluções = Margem Bruta Varejo (-) Despesas com Vendas de lojas (+) Depreciação de lojas = EBITDA do Varejo

No 2T26, o EBITDA do Varejo totalizou R\$ 185,9 milhões, crescimento de 17,3% em relação ao 2T25, com margem de 11,4% sobre a Receita Bruta do Varejo, expansão de 0,2 p.p. na comparação anual. O resultado reflete o avanço consistente das vendas, aliado à diluição de despesas e aos ganhos de produtividade da base de lojas, com destaque para a evolução da venda média por loja e para o crescimento acelerado dos canais digitais.

A expansão da margem EBITDA do Varejo, mesmo em um trimestre de pressão sobre a margem bruta, evidencia a capacidade da Companhia em converter crescimento de receita em ganhos operacionais, sustentando a evolução da rentabilidade no nível de loja e ganho de eficiência nas principais linhas de despesas continuadas (pessoas e aluguel).

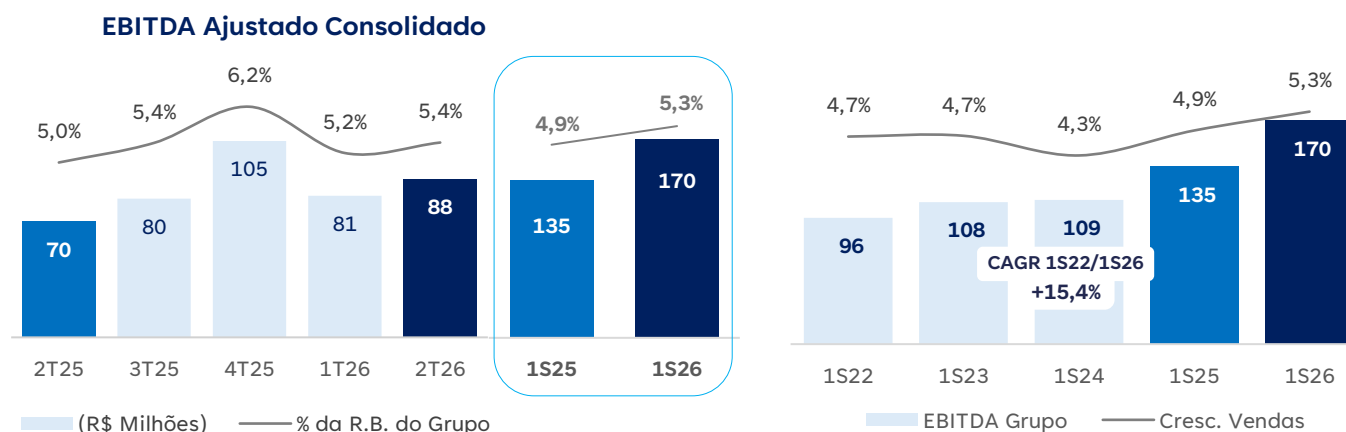
Ao analisarmos a série histórica, o **EBITDA do Varejo apresenta uma taxa média composta de crescimento (CAGR) de 16,5% entre 1S22 e 1S26**, resultado muito robusto que reflete os ganhos contínuos de produtividade em nossas lojas ao longo do tempo.



EBITDA

No 2T26, apuramos um EBITDA Ajustado de R\$ 88,5 milhões, representando um crescimento de 26,4% em relação ao 2T25, com uma margem equivalente a 5,4% da Receita Bruta, uma expansão de 0,4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. A evolução do resultado reflete, principalmente, o avanço consistente nos níveis de produtividade operacional, aliado à disciplina na gestão de despesas, que resultaram em diluição de custos.

Ao analisarmos a evolução histórica, o **EBITDA da Companhia apresentou um crescimento a uma taxa composta de 15,4% ao ano, entre 1S22 e 1S26**. Essa performance reforça a consistência na captura de ganhos de eficiência e vai consolidando o novo patamar de EBITDA da Companhia.



RECONCILIAÇÃO EBITDA AJUSTADO

Reconciliação EBITDA	2T25	2T26	Var. %	1S25	1S26	Var. %
(R\$ milhões)						
Lucro Líquido	26,0	32,8	26,1%	52,9	68,4	29,3%
(+) Imposto de Renda	3,0	6,2	107,6%	7,5	11,3	50,4%
(+) Resultado Financeiro	10,2	11,1	8,5%	17,4	22,2	27,5%
EBIT	39,2	50,1	27,7%	77,8	101,9	30,9%
(+) Depreciação e amortização	22,5	24,7	10,0%	44,5	49,2	10,7%
EBITDA	61,7	74,8	21,3%	122,3	151,1	23,5%
Participações/Distribuições	6,4	7,6	18,2%	9,4	9,6	1,8%
Baixas de Ativos	0,4	1,5	270,3%	0,6	1,8	196,8%
Outros Ajustes	1,6	0,3	(83,1%)	2,4	0,6	(76,3%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	0,0	4,3	-	0,0	6,7	-
EBITDA Ajustado	70,1	88,5	26,4%	134,7	169,8	26,1%
Margem EBITDA Ajustada	5,0%	5,4%	0,4 pp	4,9%	5,3%	0,4 pp

DEPRECIAÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IRPJ/CSLL

Depreciação e Amortização

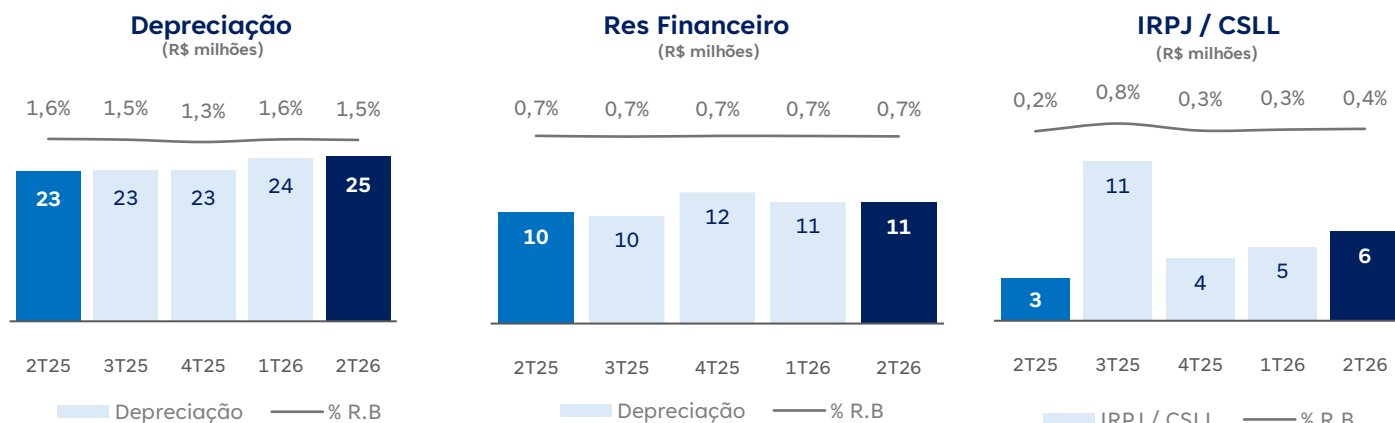
A Depreciação totalizou R\$ 24,7 milhões no 2T26, representando 1,5% da Receita Bruta, uma diluição de 0,1 p.p. na comparação anual. Este é um indicador importante de que o ritmo de investimentos está equilibrado com o crescimento da receita e do resultado.

Resultado Financeiro

O Resultado Financeiro Líquido foi negativo em R\$ 11,1 milhões no 2T26, representando 0,7% da Receita Bruta, estável na comparação anual. O efeito do patamar mais elevado da taxa Selic no período foi mitigado pela redução da alavancagem da Companhia e pelo custo de dívida bruta abaixo do CDI.

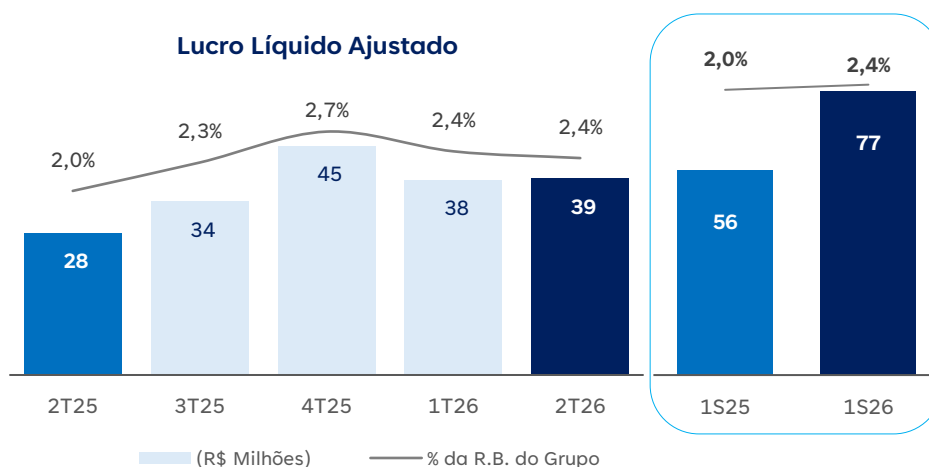
IRPJ e CSLL

O IRPJ/CSLL totalizou R\$ 6,2 milhões no 2T26, representando 0,4% da Receita Bruta, com uma pressão de 0,2 p.p. em relação ao 2T25, refletindo o forte crescimento do lucro tributável no período (34,5% vs 2T25).



LUCRO LÍQUIDO

No 2T26, o Lucro Líquido Ajustado totalizou R\$ 38,9 milhões, crescimento de 39,1% em relação ao 2T25, com margem líquida de 2,4% da Receita Bruta, expansão de 0,4 p.p. sobre o 2T25.



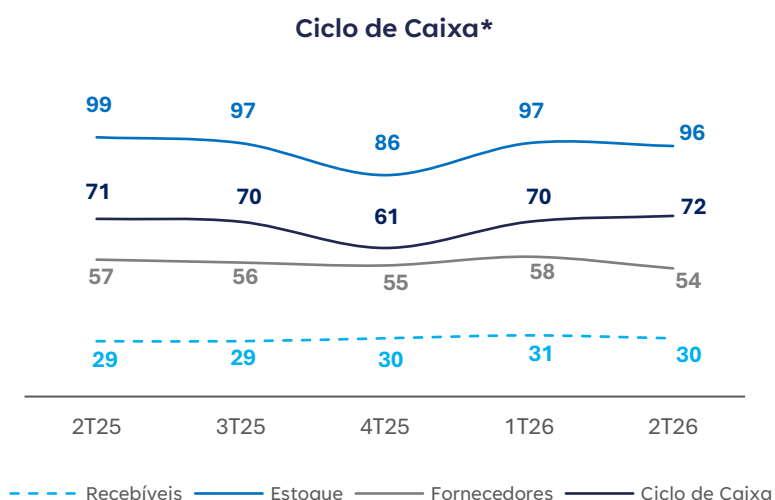
RECONCILIAÇÃO LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

Reconciliação Lucro Líquido	2T25	2T26	Var. %	1S25	1S26	Var. %
EBIT	39,2	50,1	27,7%	77,8	101,9	30,9%
(-) Resultado Financeiro	(10,2)	(11,1)	8,5%	17,4	22,2	27,5%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	29,0	39,0	34,5%	60,4	79,7	31,9%
Lucro Líquido	26,0	32,8	26,1%	52,9	68,4	29,3%
Baixas de Ativos	0,4	1,5	270,3%	0,6	1,8	196,8%
Outros Ajustes	1,6	0,3	(83,1%)	2,4	0,6	(76,3%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	0,0	4,3	-	0,0	6,7	-
Lucro Líquido Ajustado	28,0	38,9	39,1%	55,9	77,5	38,7%
Margem Líquida Ajustada	2,0%	2,4%	0,4 pp	2,0%	2,4%	0,4 pp

CICLO DE CAIXA

O Ciclo de Caixa da Companhia no 2T26 totalizou 72 dias. O resultado reflete a gestão equilibrada dos três componentes do ciclo, com destaque para a melhora no prazo médio de estoques.

O prazo médio de estoques fechou o trimestre em 96 dias, uma melhora de 3 dias em relação ao 2T25. O prazo médio de fornecedores encerrou o 2T26 em 54 dias, uma redução de 3 dias vs 2T25. O prazo de recebimento fechou o trimestre em 30 dias (+1 dia em relação ao mesmo período do ano anterior) patamar considerado saudável e estável para o indicador.



*Para o cálculo do ciclo são usados apenas dados da Controladora

FLUXO DE CAIXA

A Companhia apresentou um fluxo de caixa livre positivo de R\$ 1,9 milhão no 2T26, marcando o sexto trimestre consecutivo de geração de caixa. O desempenho reflete a consistência operacional e a disciplina na gestão do capital de giro.

Cabe ressaltar que, em um período historicamente marcado por consumo de caixa, a Companhia foi capaz de manter a geração de caixa, crescendo vendas e também mantendo um patamar elevado de investimentos.

Fluxo de caixa	2T25	2T26	Variação (%)	1S25	1S26	Variação (%)
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%)

ENDIVIDAMENTO

No 2T26, a relação dívida líquida/EBITDA da Panvel atingiu 0,91x EBITDA, mantendo o patamar de baixa alavancagem e trazendo uma melhora em relação ao 2T25 (1,1x). A Companhia encerrou o trimestre com uma estrutura de capital equilibrada e saudável, sustentada pela forte geração de caixa operacional e pela disciplina na alocação de capital.

A Companhia segue se beneficiando das linhas incentivadas captadas junto ao FINEP e ao BNDES ao longo de 2024 e 2025, que proporcionam custo de dívida significativamente abaixo do CDI (-1,4%), consolidando a Panvel como uma das empresas de menor custo de dívida do setor.

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%)

INVESTIMENTOS

Realizamos no 2T26 investimentos que totalizaram R\$ 35,0 milhões, patamar semelhante ao do 2T25. Ao longo do terceiro e do quarto trimestres, a expectativa é de aceleração dos investimentos focados em abertura e reforma de lojas.

(em R\$ milhões)	2T25	2T26	Δ	1S25	1S26	Δ
Abertura de Lojas	18,9	16,4	(13,1%)	33,5	26,5	(20,9%)
Reforma de Lojas	4,8	1,7	(64,3%)	5,4	4,9	(9,8%)
TI	8,6	7,8	(9,0%)	16,8	16,9	0,3%
Logística e Outros	4,5	9,1	101,6%	12,9	13,2	2,6%
Total	37,0	35,0	(5,3%)	68,6	61,5	(10,4%)

IFRS 16: IMPACTOS

A norma trazida pelo IFRS 16/CPC 06 (R2) estabelece novos procedimentos quanto à forma de contabilização de alguns contratos de aluguel. Para aqueles que se enquadram na nova regra são realizados registros contábeis de reconhecimento dos valores no Ativo (direitos de uso) e no Passivo (compromissos futuros) da Companhia, resultando em alteração nos registros contábeis entre as despesas de aluguel, de depreciação e de juros.

Para manter a comparabilidade histórica, os valores a seguir são apresentados pela metodologia antiga (IAS 17). Os dados e as demonstrações financeiras sob as regras do IFRS 16 estão disponíveis no site da Companhia e da CVM.

DRE	IFRS	2T26 Ajuste	IAS 17
(R\$ milhões)			
Receita Bruta	1.635.294	-	1.635.294
Lucro Bruto	493.925	-	493.925
% RB	30,2%	0,0%	30,2%
Despesas com Vendas	(310.054)	(53.791)	(363.845)
Despesas Administrativas	(41.645)	-	(41.645)
Total das Despesas	(351.699)	(53.791)	(405.490)
% RB	21,5%	(3,3%)	24,8%
EBITDA Ajustado	142.226	(53.791)	88.535
% RB	8,7%	(3,3%)	5,4%
Depreciação e amortização	(62.126)	37.381	(24.745)
Participações/Distribuições	(7.566)	-	(7.566)
Outros ajustes	(1.751)	-	(1.751)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	(4.305)	-	(4.305)
Resultado Financeiro	(31.120)	20.056	(11.064)
IRPJ/CSLL	(4.988)	(1.240)	(6.228)
Lucro Líquido	30.371	2.406	32.777
% RB	1,9%	0,1%	2,0%

Balanço Patrimonial

ATIVO	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	2T25	2T26	Var. %			2T25	2T26	Var. %
(em milhares)								
Ativo Circulante	1.914.041	2.185.277	14,2%	158	158	1.914.199	2.185.435	14,2%
Caixa e equivalentes de caixa	47.667	59.995	25,9%			47.667	59.995	25,9%
Aplicações Financeiras	146.385	235.203	60,7%			146.385	235.203	60,7%
Clientes	457.810	555.937	21,4%	158	158	457.968	556.095	21,4%
Estoque	1.088.337	1.204.480	10,7%			1.088.337	1.204.480	10,7%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	10.313	6.434	-37,6%			10.313	6.434	-37,6%
Tributos a recuperar	35.378	27.015	-23,6%			35.378	27.015	-23,6%
Outras contas a receber	127.737	90.324	-29,3%			127.737	90.324	-29,3%
Propriedades disponíveis para venda	414	414	0,0%			414	414	0,0%
Outros ativos CP	-	5.475	0,0%			-	5.475	0,0%
Ativo Não Circulante	1.412.404	1.524.612	7,9%	(662.952)	(734.890)	749.452	789.722	5,4%
Tributos diferidos	60.337	53.518	-11,3%	(24.887)	(28.160)	35.450	25.358	-28,5%
Impostos a recuperar	13.339	14.562	9,2%			13.339	14.562	9,2%
Depósitos judiciais	4.763	3.307	-30,6%			4.763	3.307	-30,6%
Outros ativos	862	1.640	90,3%			862	1.640	90,3%
Despesas antecipadas	4.579	708	-84,5%			4.579	708	-84,5%
Investimentos	8.184	9.065	10,8%			8.184	9.065	10,8%
Imobilizado	580.338	626.771	8,0%			580.338	626.771	8,0%
Intangível	101.937	108.311	6,3%			101.937	108.311	6,3%
Direito de Uso	638.065	706.730	10,8%	(638.065)	(706.730)	-	0	0,0%
Ativo Total	3.326.445	3.709.889	11,5%	(662.794)	(734.732)	2.663.651	2.975.157	11,7%

PASSIVO	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	2T25	2T26	Var. %			2T25	2T26	Var. %
(em milhares)								
Passivo Circulante	1.091.063	1.249.876	14,6%	(133.123)	(139.905)	957.940	1.109.971	15,9%
Fornecedores	600.220	644.285	7,3%			600.220	644.285	7,3%
Empréstimos e financiamentos	115.376	146.282	26,8%			115.376	146.282	26,8%
Instrumentos Financeiros	455	-	-100,0%			455	-	-100,0%
Arrendamento - IFRS 16	133.123	139.905	5,1%	(133.123)	(139.905)	-	-	0,0%
Salários e encargos sociais	98.215	108.565	10,5%			98.215	108.565	10,5%
Participações a pagar	12	-	-100,0%			12	-	-100,0%
Impostos, taxas e contribuições	37.182	83.598	124,8%			37.182	83.598	124,8%
Dividendos e juros s/capital próprio	24.170	48.270	99,7%			24.170	48.270	99,7%
Outros passivos	82.310	78.971	-4,1%			82.310	78.971	-4,1%
Passivo Não Circulante	1.001.280	1.142.994	14,2%	(577.981)	(649.491)	423.299	493.503	16,6%
Empréstimos e financiamentos	395.131	468.072	18,5%			395.131	468.072	18,5%
Arrendamento - IFRS 16	577.981	649.491	12,4%	(577.981)	(649.491)	-	-	0,0%
Dividendos e juros s/capital próprio	-	7.810	0,0%			-	7.810	0,0%
Outras Obrigações	8.330	9.108	9,3%			8.330	9.108	9,3%
Dividendos e juros s/capital próprio	11.913	-	-100,0%			11.913	-	-100,0%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	7.925	8.513	7,4%			7.925	8.513	7,4%
Patrimônio líquido	1.234.102	1.317.019	6,7%	48.309	54.664	1.282.411	1.371.683	7,0%
Capital social	1.032.011	1.279.584	24,0%			1.032.011	1.279.584	24,0%
Transações de capital com os sócios	-	-	0,0%			-	-	0,0%
Reserva de Capital	(20.165)	(19.220)	-4,7%			(20.165)	(19.220)	-4,7%
Reserva de lucros	198.507	24.053	-87,9%			198.507	24.053	-87,9%
Outros resultados abrangentes	(307)	-	-100,0%			(307)	-	-100,0%
Lucros Acumulados	24.056	32.602	35,5%	48.309	54.664	72.365	87.266	20,6%
Passivo Total e Patrimônio líquido	3.326.445	3.709.889	11,5%	(662.794)	(734.732)	2.663.651	2.975.157	11,7%

Demonstração de Resultados

DRE TRIMESTRE	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	2T25	2T26	Var. %	2T25	2T26	2T25	2T26	Var. %
(em milhares)								
Receita Bruta	1.413.727	1.635.294	15,7%			1.413.727	1.635.294	15,7%
Impostos e devoluções	(99.981)	(126.144)	26,2%			(99.981)	(126.144)	26,2%
Receita Líquida	1.313.746	1.509.150	14,9%			1.313.746	1.509.150	14,9%
Custos das mercadorias vendidas	(880.241)	(1.015.225)	15,3%			(880.241)	(1.015.225)	15,3%
Lucro Bruto	433.505	493.925	13,9%			433.505	493.925	13,9%
Despesas	(378.411)	(427.446)	13,0%	(15.913)	(16.410)	(394.324)	(443.856)	12,6%
Com Vendas	(329.734)	(376.995)	14,3%	(15.913)	(16.410)	(345.647)	(393.405)	13,8%
Gerais e Administrativas	(48.438)	(57.048)	17,8%	-	-	(48.438)	(57.048)	17,8%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(239)	6.597	-	-	-	(239)	6.597	-
Resultado Financeiro	(27.489)	(31.120)	13,2%	17.324	20.056	(10.165)	(11.064)	8,9%
Despesas Financeiras	(38.157)	(40.782)	6,9%	17.324	20.056	(20.833)	(20.726)	(0,5%)
Receitas Financeiras	10.668	9.662	(9,4%)	-	-	10.668	9.662	(9,4%)
Lucro antes do IR, CSLL e Participações	27.605	35.359	28,1%	1.412	3.646	29.017	39.005	34,4%
IR e CSLL	(2.515)	(4.988)	98,3%	(480)	(1.240)	(2.995)	(6.228)	107,9%
Lucro Líquido do exercício	25.090	30.371	21,0%	932	2.406	26.022	32.777	26,1%

DRE SEMESTRAL	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	1S25	1S26	Var. %	1S25	1S26	1S25	1S26	Var. %
(em milhares)								
Receita Bruta	2.770.423	3.206.107	15,7%			2.770.423	3.206.107	15,7%
Impostos e devoluções	(197.989)	(247.296)	24,9%			(197.989)	(247.296)	24,9%
Receita Líquida	2.572.434	2.958.811	15,0%			2.572.434	2.958.811	15,0%
Custos das mercadorias vendidas	(1.737.834)	(2.002.198)	15,2%			(1.737.834)	(2.002.198)	15,2%
Lucro Bruto	834.600	956.613	14,6%			834.600	956.613	14,6%
Despesas	(726.176)	(821.967)	13,2%	(30.608)	(32.767)	(756.784)	(854.734)	12,9%
Com Vendas	(650.317)	(727.318)	11,8%	(30.608)	(32.767)	(680.925)	(760.085)	11,6%
Gerais e Administrativas	(91.304)	(104.981)	15,0%	-	-	(91.304)	(104.981)	15,0%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	15.445	10.332	-33,1%	-	-	15.445	10.332	-33,1%
Resultado Financeiro	(51.546)	(62.111)	20,5%	34.162	39.940	(17.384)	(22.171)	27,5%
Despesas Financeiras	(81.704)	(88.204)	8,0%	34.162	39.940	(47.542)	(48.264)	1,5%
Receitas Financeiras	30.158	26.093	-13,5%	-	-	30.158	26.093	-13,5%
Lucro antes do IR, CSLL e Participações	56.878	72.535	27,5%	3.553	7.172	60.431	79.707	31,9%
IR e CSLL	(6.322)	(8.933)	41,3%	(1.208)	(2.439)	(7.530)	(11.372)	51,0%
Lucro Líquido do exercício	50.556	63.602	25,8%	2.345	4.734	52.901	68.336	29,2%

Reconciliação EBITDA Societário	2T25	2T26	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	25,1	30,4	21,0%
(+) Imposto de Renda	2,5	5,0	98,3%
(+) Resultado Financeiro	27,5	31,1	13,2%
EBIT	55,2	66,5	20,4%
(+) Depreciação e amortização	57,8	62,1	7,6%
EBITDA	112,9	128,6	14,0%
Participações/Distribuições	6,4	7,6	18,2%
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	-
EBITDA Ajustado	121,3	142,3	17,4%
Margem EBITDA Ajustada	8,58%	8,70%	0,1 pp

Demonstração do Fluxo de Caixa

	Visão semestral		
Fluxos de caixa das atividades operacionais	30/06/2026	30/06/2025	Var. %
Lucro líquido do exercício	63.602	50.556	26%
Ajustes por:			
Depreciação/amortização do ativo imobilizado e intangível	124.453	114.878	8%
Provisão para passivos contingentes	890	557	60%
Custo do imobilizado e intangível baixado	1.697	556	205%
Provisão para devedores duvidosos	1.747	(207)	-944%
Provisão para perdas de estoque	22	217	-90%
Opção de compra ou subscrição de ações	3.012	2.534	19%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	6.432	1.280	403%
Imposto de renda e contribuição social correntes	2.501	5.042	-50%
Despesa de juros de empréstimos e financiamentos	32.351	11.657	178%
Despesa de juros de arrendamento mercantil	39.940	34.162	17%
Apropriação custo de empréstimos	1.010	-	
Receita de juros de aplicações financeiros	(19.499)	(9.595)	103%
Variação cambial de aplicações financeiras	281	-	
Resultado líquido venda de imobilizado	(2.924)	-	
Recebimento por vendas de imobilizado	3.000	-	
Variações nos ativos e passivos			
Contas a receber de clientes	16.498	(12.901)	-228%
Estoques	(37.948)	62.962	-160%
Fornecedores	(82.979)	(30.603)	171%
Fornecedores risco sacado	1.957	-	
Impostos e contribuições sociais a pagar	49.139	6.677	636%
Depósitos judiciais	898	(34)	-2741%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(2.101)	(7.911)	-73%
Impostos a recuperar	(7.970)	(1.518)	425%
Demais grupos do ativo	1.064	26.415	-96%
Demais grupos do passivo	(27.874)	(33.436)	-17%
Caixa líquido das atividades operacionais	169.199	221.288	-24%
Fluxos de caixa das atividades de investimentos			
Aquisição de ativo imobilizado	(46.406)	(50.161)	-7%
Aquisição de ativo intangível	(15.127)	(18.473)	-18%
Aplicações financeiras	(162.080)	(145.201)	12%
Resgate de aplicações financeiras	332.846	141.824	135%
Caixa líquido das atividades de investimento	109.233	(72.011)	-252%
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos			
Pagamento de juros sobre o capital próprio	(28.799)	(26.233)	10%
Aquisição de ações próprias	(2.137)	(1.780)	20%
Captações de empréstimos /financiamentos	-	95.342	-100%
Pagamento de arrendamento mercantil (principal)	(66.797)	(65.529)	2%
Pagamento de juros de arrendamento mercantil	(39.940)	(34.162)	17%
Amortização de principal de financiamento	(92.740)	(120.000)	-23%
Amortização de juros de financiamento	(38.241)	(31.150)	23%
Ações outorgadas plano de <i>Matching Shares</i>	6.472	1.907	239%
Caixa líquido das atividades de financiamento	(262.182)	(181.605)	44%
Aumento (redução) líquido do saldo de caixa e equivalentes de caixa	16.250	(32.328)	-150%
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	43.745	79.995	-45%
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	59.995	47.667	26%