

**PanVel**

A rotina que faz bem

# RESULTADOS

## 2T25

R\$ **1,41 Bi**

Receita Bruta do Grupo no 2T25

R\$ **70,1 Mi**

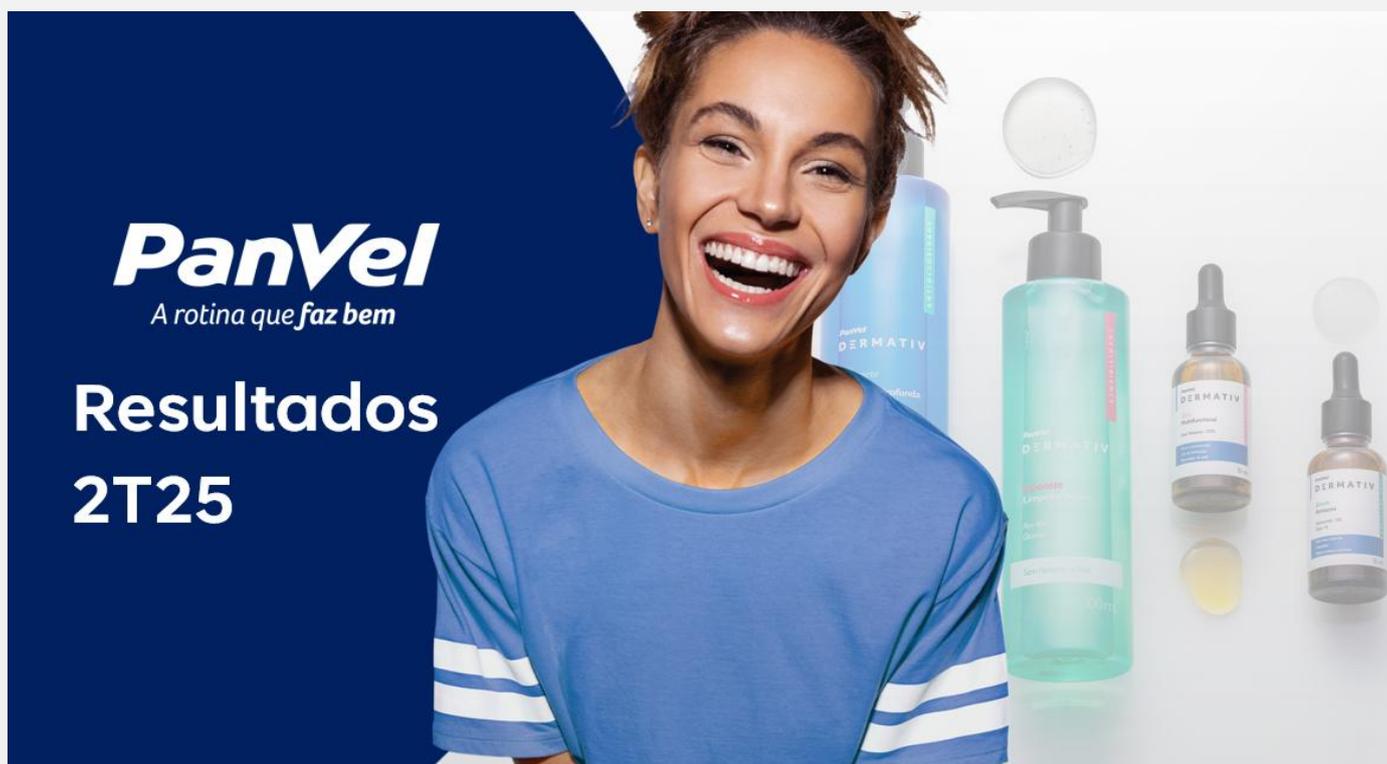
EBITDA Ajustado em 2T25

R\$ **28,0 Mi**

Lucro Líquido Ajustado em 2T25

Eldorado do Sul, RS, 14 de agosto de 2025

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 2025 (2T25). 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 2T25 usam como base o 2T24, 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, 15 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

**Camila Medronha**  
Analista de RI

**Pedro Gazzana**  
Analista de RI

**Larissa Godoy**  
Estagiária de RI

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

# Destques 2T25



Receita Bruta Varejo

**R\$ 1,41 Bi**

(+19,6% vs 2T24)

EBITDA Ajustado

**R\$ 70,1 Mi**

5,0% de Margem  
(+1,0 p.p. vs 2T24)

**7,2%**

Participação de Produto Panvel  
+35,5% vs 2T24

MSSS/SSS

**12,7% / 14,4%**

Lucro Líquido Ajustado

**R\$ 28,0 Mi**

2,0% de Margem  
(+0,4 p.p. vs 2T24)

Digital

**24,4%**

das vendas do Varejo  
+5,3 p.p. vs 2T24

Margem Bruta do Varejo

**30,4%**

(+20,8% vs 2T24)

Market Share

**+0,6 p.p.**

vs 2T24

**R\$ 33,8 Mi**

Geração de  
Fluxo de Caixa Livre

Dados Operacionais	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	1S24	1S25
Nº de Lojas	601	612	631	639	649	601	649
Nº de funcionários	9.921	10.145	11.108	10.698	11.138	9.921	11.138
Ticket Médio (R\$)	87,50	88,92	91,75	90,97	91,94	86,07	91,46
Receita Bruta (R\$ Mil)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	1S24	1S25
Receita Bruta do Varejo	1.177.913	1.289.157	1.419.458	1.351.752	1.408.960	2.344.441	2.760.712
Receita Bruta do Atacado	43.374	34.990	24.997	-	-	155.227	-
Receita Bruta Outros	2.398	3.722	3.995	4.944	4.767	45.917	9.711
Receita Bruta Grupo	1.223.685	1.327.869	1.448.450	1.356.696	1.413.727	2.546.585	2.770.423
Lucro Bruto (R\$ Mil)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	1S24	1S25
Lucro Bruto Varejo	354.717	385.988	418.840	397.310	428.559	697.894	825.869
Margem Bruta Varejo	30,1%	29,9%	29,5%	29,4%	30,4%	29,8%	29,9%
Lucro Bruto Grupo	363.411	390.041	423.803	401.095	433.505	757.421	834.600
Margem Bruta Grupo	29,7%	29,4%	29,3%	29,6%	30,7%	29,7%	30,1%
Resultados Financeiros (R\$ Mil)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	1S24	1S25
EBITDA Ajustado	49.044	71.778	81.895	64.654	70.070	109.361	134.722
% da Receita Bruta	4,0%	5,4%	5,7%	4,8%	5,0%	4,3%	4,9%
Lucro Líquido Ajustado	20.063	37.261	33.465	27.849	27.989	46.621	55.838
% da Receita Bruta	1,6%	2,8%	2,3%	2,1%	2,0%	1,8%	2,0%
Fluxo de Caixa Livre	13.159	(72.478)	(29.920)	14.408	33.779		
Endividamento	0,9x	1,1x	1,2x	1,2x	1,1x		

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

# MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Terminamos o segundo trimestre de 2025 novamente entregando um forte crescimento de vendas e de resultado. Todos os indicadores da Companhia continuaram sua trajetória de melhora, conforme será detalhado ao longo deste relatório. Mesmo diante de uma base de comparação impactada pelas enchentes no Rio Grande do Sul no segundo trimestre de 2024, os números normalizados permanecem positivos em todas as dimensões (venda, resultado, fluxo de caixa, clientes, etc.), reforçando a consistência da execução da Panvel.

A Receita Bruta do Varejo totalizou R\$ 1,41 bilhão no trimestre, representando um **crescimento de 19,6%** na comparação anual. Tivemos um **aumento de 14,4% nas vendas em mesmas lojas (SSS) e um avanço de 12,7% nas lojas maduras (MSSS)** levando a venda média por loja para R\$ 724 mil, crescimento de 10,8% frente ao 2T24. Observamos ainda uma evolução qualitativa no perfil de venda das unidades, com maior concentração de lojas com desempenho acima de R\$ 700 mil mensais e redução na participação das lojas de menor faturamento. **Inauguramos 58 lojas nos últimos 12 meses**, encerrando o período com 649 unidades em operação. Entendemos que o forte crescimento de lojas maduras aliado ao desempenho das novas safras de lojas são as principais alavancas de ganho de produtividade na Panvel.

**Vendas da Panvel crescem 19,6% no 2T25, com mesmas lojas expandindo 14,4% e lojas maduras 12,7% vs 2T24.**

Todos os elementos acima mencionados consolidaram ainda mais nossa participação de mercado. **No trimestre, atingimos uma participação de 12,5% na Região Sul**, crescimento de 0,6 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, com ganhos em todos os Estados.

No digital, a Panvel manteve sua trajetória robusta de crescimento. **As vendas pelos canais digitais avançaram 52,8%, alcançando 24,4% da Receita Bruta do Varejo, maior participação da história da Companhia.** As vendas por App cresceram 51,3%, impulsionadas pela experiência fluida, a entrega mais rápida do varejo farmacêutico brasileiro e a adoção da assistente virtual Sofia que contribuiu para elevar a eficiência no atendimento e a satisfação do cliente. A digitalização segue como pilar estratégico da Companhia, fortalecendo a fidelização.

Os serviços também ganharam relevância no trimestre, atingindo um patamar historicamente elevado, representando 1,4% da Receita Bruta do Varejo. O avanço deste pilar evidencia o papel cada vez mais relevante dos serviços como diferencial competitivo, ampliando a jornada de saúde dos nossos clientes e consolidando a Panvel como referência em saúde.

**A marca própria Panvel foi um dos grandes destaques do trimestre, com crescimento de 35,5% em vendas e ganho de 0,9 p.p. de participação**, alcançando 7,2% das vendas totais do Varejo. Com margens superiores à média do portfólio, os produtos de marca própria contribuíram significativamente para o desempenho da Companhia no período. Além disso, seguem fortalecendo o posicionamento da marca entre os públicos mais jovens, impulsionados por campanhas nas redes sociais e lançamentos alinhados às tendências de consumo.

**EBITDA Ajustado cresce 42,9% com margem de 5,0% e um crescimento 1 p.p. em relação ao 2T24.**

Todos os fatores citados anteriormente nos levaram novamente para um trimestre de ótimos resultados. O EBITDA Ajustado atingiu R\$ 70,1 milhões no 2T25, um crescimento de 42,9% em relação ao 2T24, equivalente a uma margem de 5,0% da Receita Bruta (+ 1,0 p.p. vs 1T24). Já o Lucro Líquido Ajustado do 2T25 atingiu R\$ 28,0 milhões, equivalente a uma Margem Líquida de 2,0%, crescimento de 39,5% frente ao 2T24 e uma expansão de 0,4 p.p. na Margem Líquida.

**Panvel tem geração de Fluxo de Caixa Livre de R\$ 33,8 milhões no segundo trimestre de 2025, mesmo comportamento do trimestre anterior.**

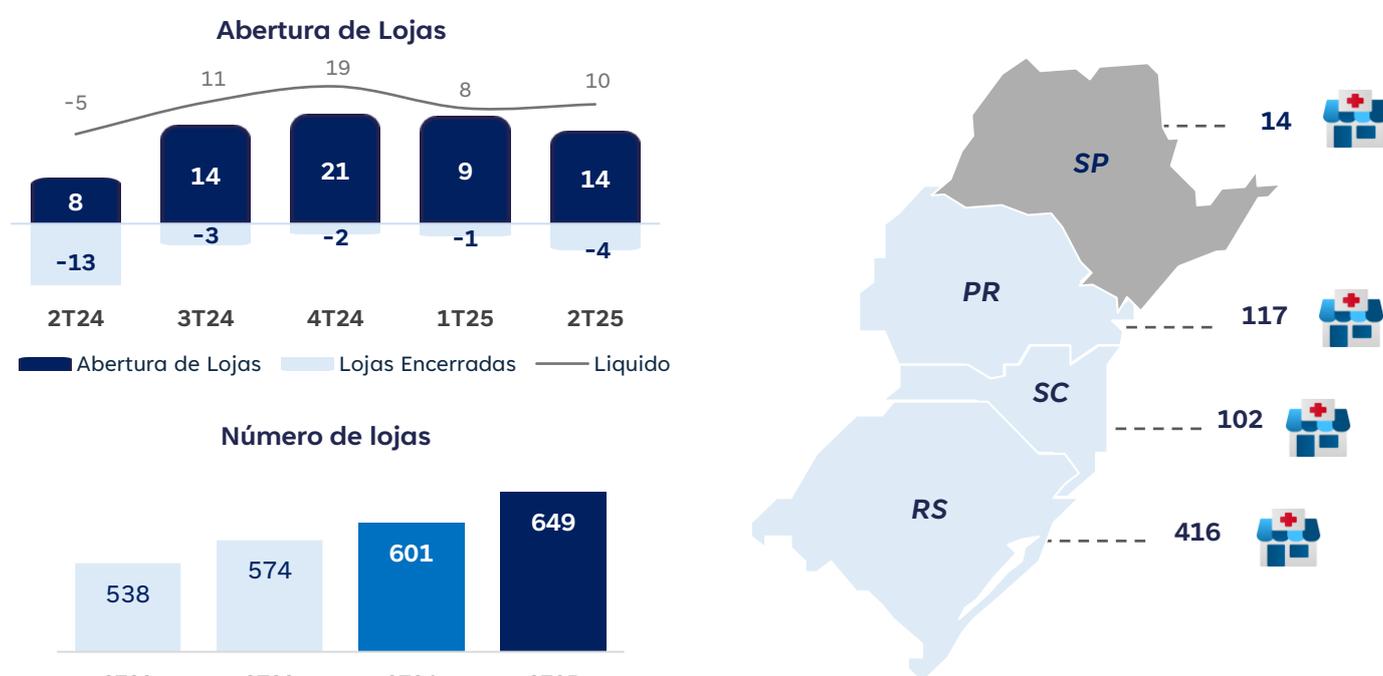
Por fim, por mais um trimestre consecutivo fomos capazes de crescer nossas vendas, nossos resultados e nossos investimentos de forma sustentável, através da geração de um fluxo de caixa livre positivo de R\$ 33,8 milhões no período. Gerar caixa em um período em que sazonalmente é comum consumir é mais um elemento que reforça a assertividade da estratégia de crescimento.

# PORTFÓLIO DE LOJAS

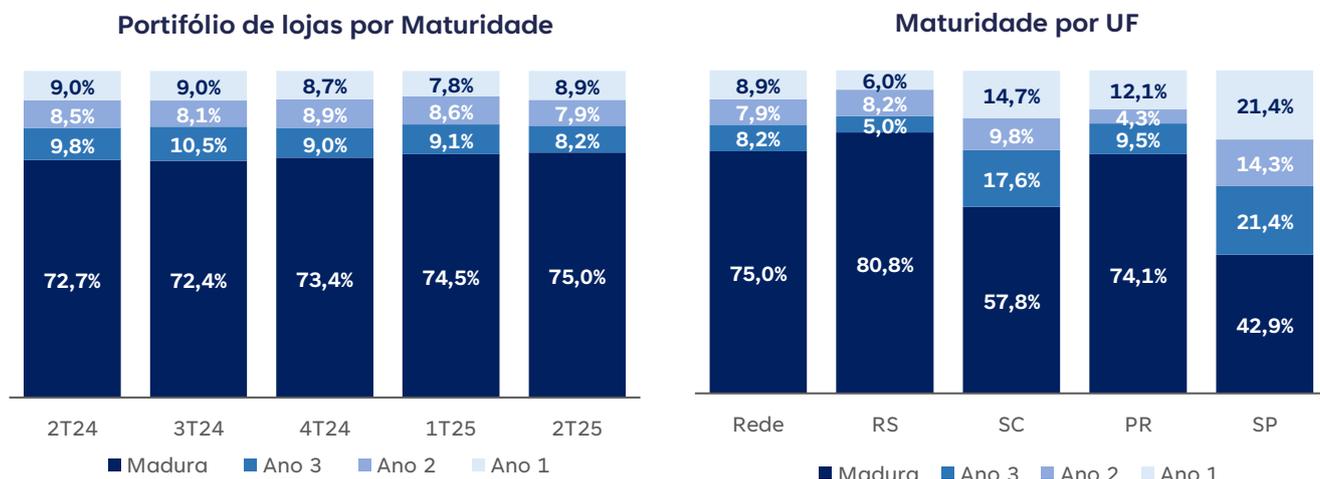
No 2T25, inauguramos 14 lojas, sendo 5 unidades em Santa Catarina, 4 unidades no Rio Grande do Sul, 3 no Paraná e mais 2 unidades em São Paulo, alcançando a marca de 649 lojas em operação. **Nos últimos 12 meses inauguramos um total de 58 lojas.**

No período, realizamos a transferência de 1 filial para um ponto com maior potencial de venda. Outras 3 filiais maduras foram encerradas porque não atendiam mais ao perfil, nem ao potencial de venda e de rentabilidade determinados pelos padrões de operação da Companhia, considerando indicadores como localização, vagas de estacionamento e metragem. O encerramento/transferência de filiais desalinhadas com a atual estratégia da Companhia é uma ferramenta para otimização do uso de nossos ativos, liberando recursos e aumentando as taxas de retorno dos nossos investimentos.

O ritmo da expansão segue em linha com a estratégia de adensamento na Região Sul, principalmente fora das capitais, somado ao incremento da capacidade de atendimento dos canais digitais.

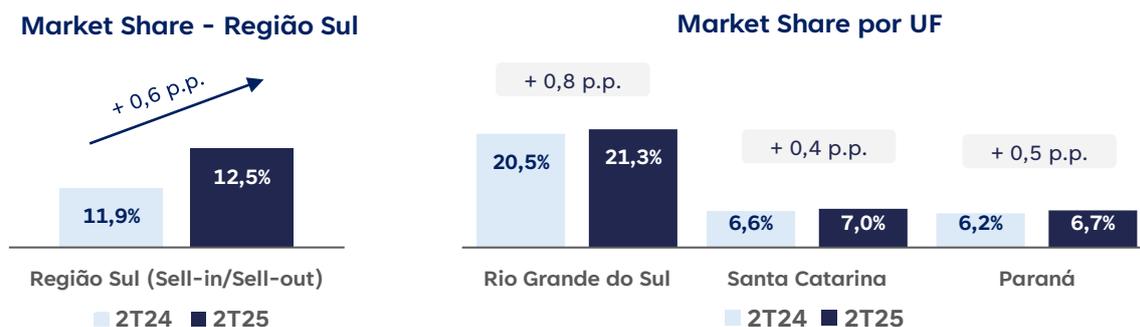


Ao final do período, a Companhia contava com 25,0% de lojas em processo de maturação e 75,0% de lojas maduras.

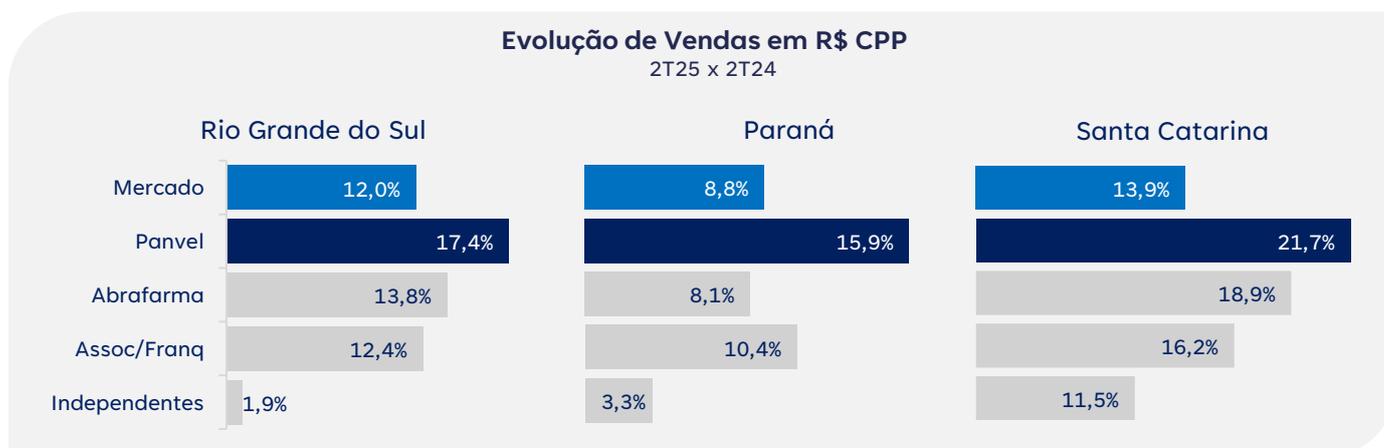


# MARKET SHARE

No 2T25, a Panvel registrou mais um crescimento acima do mercado, **alcançando um market share de 12,5% na Região Sul, uma evolução de 0,6 p.p.** sobre o mesmo período do ano anterior, com ganhos em todos os Estados. O destaque deste trimestre foi o Estado do Rio Grande do Sul onde ganhamos 0,8 p.p. vs 2T24 e atingimos a marca de 21,3% de participação. No Paraná e Santa Catarina obtivemos um ganho de 0,5 p.p. e 0,4 p.p. respectivamente.



Ainda, segundo a IQVIA, o desempenho em vendas da Panvel superou significativamente todos grupos de concorrentes da Região Sul, conforme gráfico abaixo:



Na análise por categoria de produto, o **segmento de Medicamentos atingiu um market share de 11,8%, um ganho de 0,8 p.p.** em relação ao 2T24, apresentando evolução em todos os Estados da Região Sul. Destaque para Medicamento de Marca, que apresentou ganho de 0,8 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, e para Genéricos, com um crescimento de 0,7 p.p.

**Importante destacar também o ganho de market share em Higiene e Beleza que foi de 0,3 p.p.**, atingindo a marca de 14,7% na Região Sul, refletindo o excelente desempenho da Panvel nesta categoria, impulsionada, inclusive pelo crescimento de produtos de marca própria da Panvel.

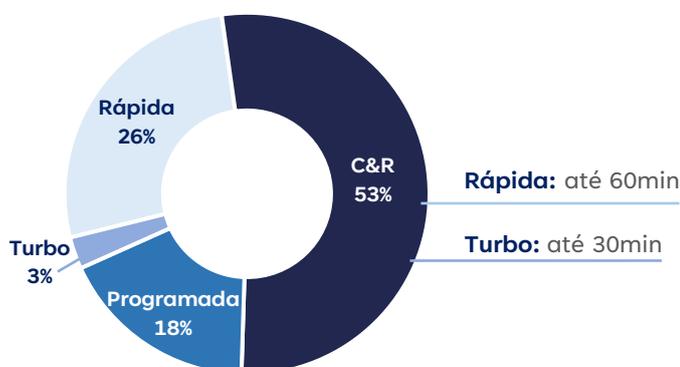
Fonte: IQVIA – \*Conceito sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo

# E-COMMERCE E INICIATIVAS DIGITAIS

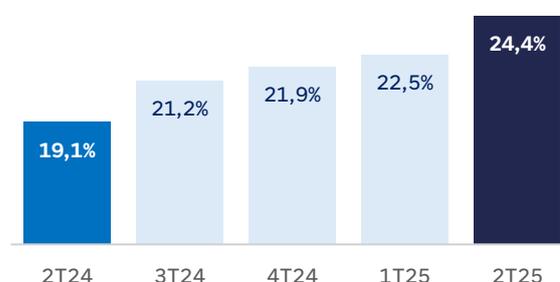
Os canais digitais da Panvel mantiveram sua trajetória consistente de crescimento também no 2T25, **alcançando a maior participação histórica sobre as vendas totais do varejo**. Esse resultado reforça a relevância estratégica do Digital na nossa operação e seu papel fundamental para a jornada de compra integrada e centrada no cliente.

No trimestre, as **vendas do canal Digital representaram 24,4%** da receita bruta de varejo, um crescimento de 52,8% em relação ao 2T24 e uma expansão de 5,3 p.p. em relação ao 2T24. Um ponto de destaque foi novamente o crescimento das **vendas através do App, que no 2T25 apresentaram um evolução de 51,3%** em relação ao 2T24. Esse forte crescimento do canal conversa com a fidelização de nossa base de clientes, como também é peça fundamental para o nosso elevado nível de **market share (e-commerce farma) no 2T25, que atingiu 27,8% na Região Sul**.

Mix de entregas 2T25



Digital (% na R.B do Varejo)



Entre as principais novidades do trimestre, destacamos o **início da operação do atendimento via WhatsApp com a assistente virtual Sofia**, nossa inteligência artificial generativa desenvolvida internamente. A Sofia foi ampliada para oferecer uma jornada automatizada e personalizada aos clientes, capaz de responder sobre status de pedidos, consultar estoques e preços por loja, reagendar ou cancelar entregas e recomendar produtos com base nas preferências individuais. Com menos de dois meses de operação, o canal já demonstrou resultados expressivos, com 60% dos atendimentos do SAC migrando do telefone para o WhatsApp, taxa de retenção de 66% e índice de satisfação (CSAT) de 80% entre os clientes que avaliaram a experiência com 4 ou 5 estrelas.

Outra frente que apresentou avanços relevantes foi a **plataforma Panvel Ads**, que vem se consolidando como alavanca de geração de valor. No 2T25, houve uma expansão de 52% no número de indústrias atendidas em campanhas e também avanços na implantação da infraestrutura física, com a instalação de telas em mais 45 lojas. Estes avanços resultaram em um crescimento de 63,4% na receita entre o 1T25 e o 2T25.

**A receita do Panvel Ads cresce 63,4% no 2T25 vs 1T25, gerando mais valor para a Companhia.**

## Estrutura Digital 2T25

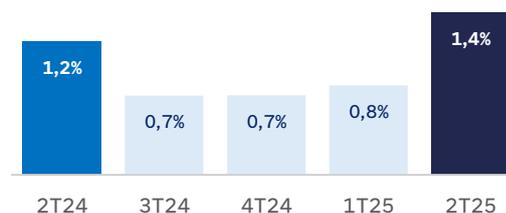
Clique e Retire: 649 Lojas  
 Entregas 2T25: 694.314  
 Nível de Serviço: 96,3%  
 Lojas Delivery: 258  
 Mini CD/Darkstore: 9 unidades

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

# ECOSSISTEMA DE SAÚDE

No 2T25, o pilar de Serviços alcançou participação de 1,4% na Receita Bruta do Varejo, representando um avanço de 0,2 p.p. em relação ao 2T24. Este desempenho foi impulsionado pelo forte crescimento da vacinação, que se mantém como o grande destaque da operação. **As vacinas representaram 76,6% da receita de serviços no trimestre, um crescimento de 62,0%** em relação ao mesmo período do ano anterior.

Serviços  
(Participação na RB do Varejo)



A Companhia também obteve ganhos relevantes de participação de mercado, com **market share de 43,4% em vacinação na Região Sul**, segundo levantamento do IQVIA, e um crescimento excepcional de 2,6 p.p. no **market share de serviços na Região Sul** em comparação ao 2T24, atingindo 23,0% no trimestre atual.

**Panvel Clinic**  
433 salas  
(+53 salas vs 2T24)

**Salas de Vacinação**  
102 salas  
(+7 salas vs 2T24)

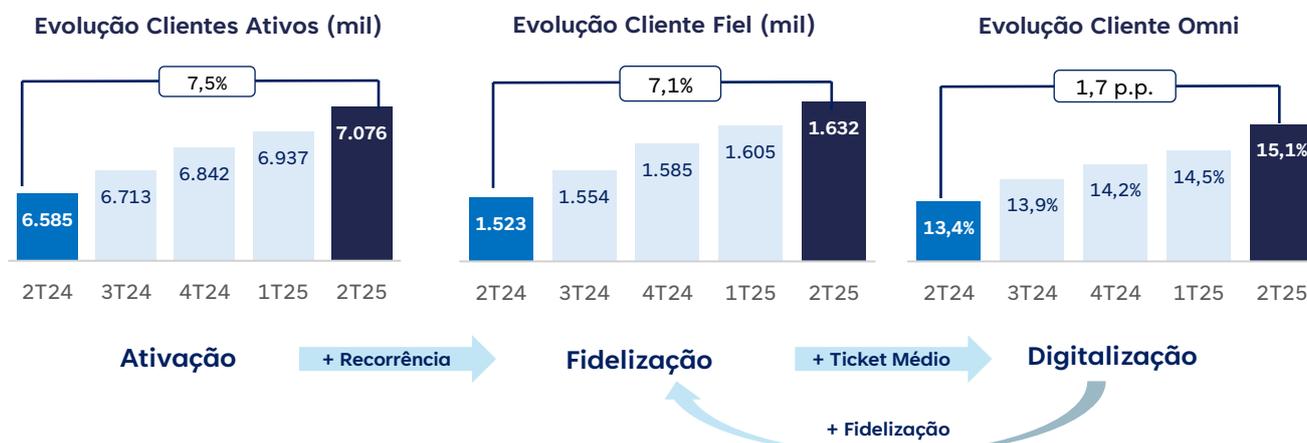
**Serviços Prestados**  
+ de 211 mil  
(2T25)

## CLIENTES

No 2T25, o Programa Bem Panvel manteve sua estratégia voltada à captação de novos clientes, atingindo um total de 26,2 milhões de clientes cadastrados, **um aumento de aproximadamente 450 mil pessoas em 3 meses**. Encerramos o trimestre com 7,1 milhões de Clientes Ativos\*, crescimento de 7,5% comparado do 2T24, refletindo a estratégia de fidelização e aumento da recorrência, também convertendo clientes novos e recuperando inativos.

Dentro dessa base, os Clientes Fiéis\* atingiram o total de 1,6 milhão, crescimento de 7,1% em relação ao 2T24. 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.

Uma das principais ferramentas para o processo de fidelização, com consequente aumento da frequência e ticket médio, é a digitalização de nossos clientes. Nesse quesito, acompanhamos de perto e **crescemos mais uma vez a participação de clientes Omni**, aqueles que compram pelos canais físicos e digitais, em nossa base de clientes ativos, alcançando 15,1% desta base, crescimento de 1,7 p.p. em relação ao ano anterior.



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

# QUALIDADE DE ATENDIMENTO

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:



O NPS da Panvel permaneceu elevado no 2T25, atingindo 79 pontos, segundo a metodologia da *Bain Company*, com destaque para o NPS do App, que atingiu 81 pontos. Evidenciando esse alto nível de satisfação, a Panvel continua se destacando no varejo farma brasileiro, sendo a melhor rede no Reclame Aqui e em outras plataformas.

# RECEITA BRUTA CONSOLIDADA

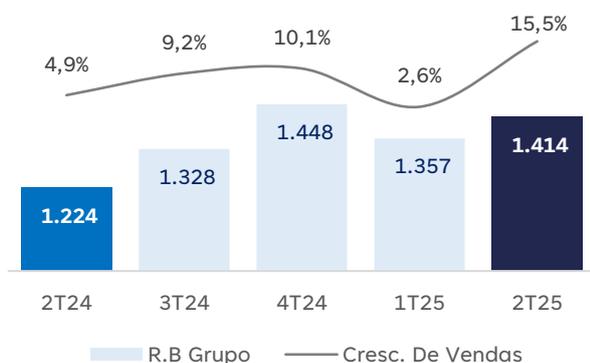
A Receita Bruta consolidada (que contempla todas as unidades de negócio da Companhia) totalizou R\$ 1.414 milhões no 2T25, representando um crescimento de 15,5% em relação ao 2T24.

Ao analisar a Receita Bruta do Grupo neste trimestre, é importante lembrar dois fatores que afetaram a base de comparação, em sentidos contrários:

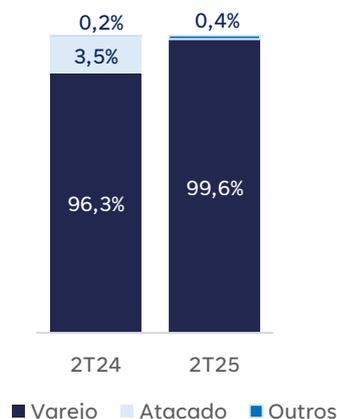
- a) uma parcela do crescimento do Varejo no trimestre reflete uma base de comparação mais fraca no 2T24, período impactado pelas enchentes no Estado do Rio Grande do Sul;
- b) o 2T24 também marcou o início do processo de encerramento da operação de Atacado, cuja representatividade na receita veio reduzindo gradativamente até o encerramento total em dezembro de 2024. No segundo trimestre do ano passado, o Atacado ainda somava R\$ 43,4 milhões de receita bruta, representando 3,5% da receita total do Grupo, percentual que seguiu reduzindo até o final do ano.

Dessa forma, é correto afirmar que a partir do segundo semestre de 2025 teremos uma base de comparação de receita mais normalizada.

**Receita Bruta Consolidada**

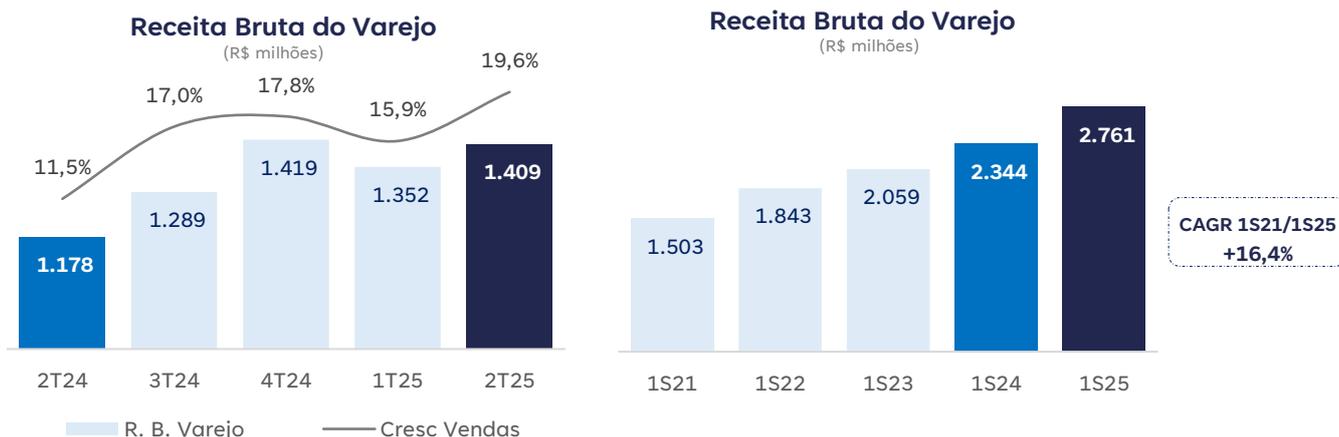


**Composição da Receita**

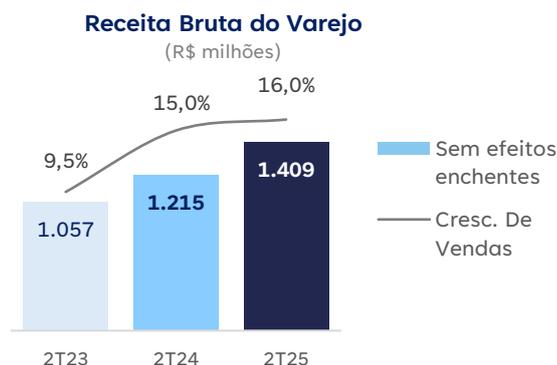


# VAREJO

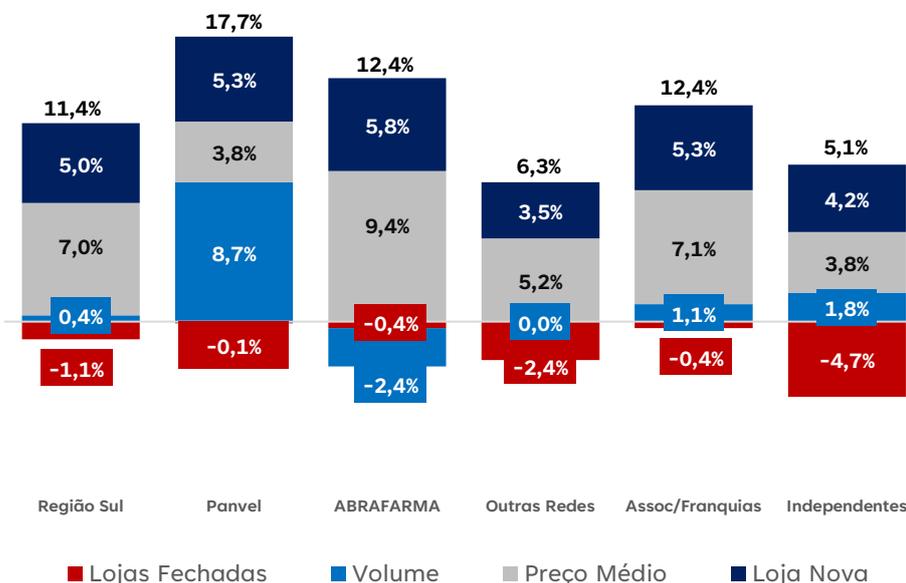
No 2T25, a Panvel registrou um crescimento de vendas de 19,6% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo uma Receita Bruta de R\$ 1.409 milhões. No acumulado do primeiro semestre de 2025, a Receita Bruta do Varejo totalizou R\$ 2.761 milhões, com um crescimento de 17,8% frente ao 1S24. Considerando o primeiro semestre dos últimos 5 anos, a Companhia apresentou uma taxa média de crescimento anual composta (CAGR) de 16,4%, número muito robusto e que reforça a consistência das operações da Panvel.



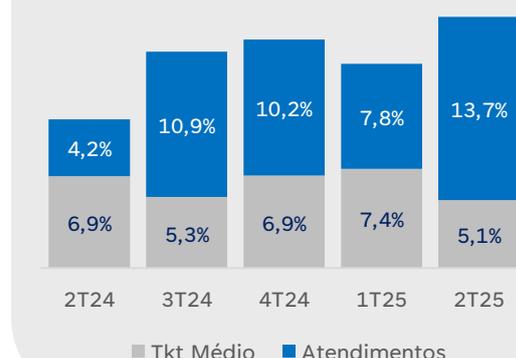
Uma parte do crescimento expressivo observado no trimestre é explicada por uma base de comparação atípica no 2T24. Como citado anteriormente, este período foi marcado pelas enchentes no Rio Grande do Sul, evento que comprometeu o desempenho das vendas. Com base nas estimativas internas, publicadas nos materiais do 2T24, a perda de faturamento naquele trimestre foi de aproximadamente R\$ 37 milhões. Ao ajustar a base de comparação por esse impacto, o crescimento da Receita Bruta do Varejo no 2T25 seria de pelo menos 16,0% em relação ao ano anterior, mantendo um desempenho operacional sólido, acima do mercado, e que acelera em relação ao desempenho do primeiro trimestre.



## Evolução de Vendas em R\$ CPP (Região Sul)\* 2T25 X 2T24



## Composição Crescimento



\*Fonte: IQVIA

IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

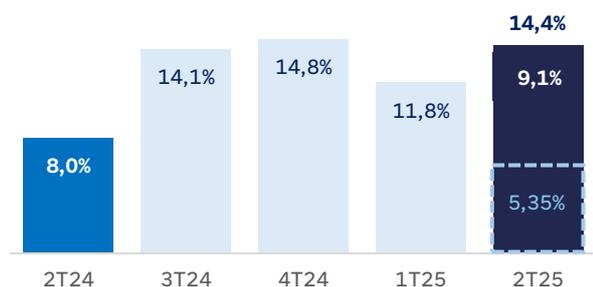
IGCTB3

SMLLB3

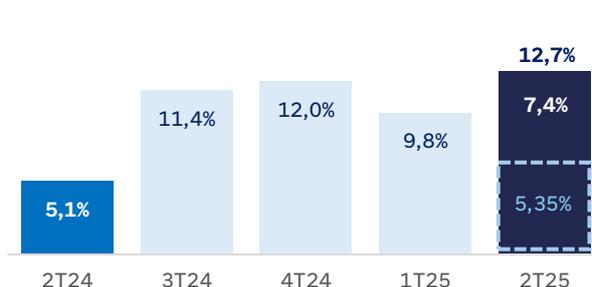
A performance da Panvel no 2T25 também reflete uma estratégia de expansão bem executada, com crescimento acima da média do mercado na região Sul. De acordo com dados da IQVIA, as vendas da Panvel apresentaram um crescimento de 17,7%, superando tanto o desempenho do mercado regional (+11,4%) quanto o da Abrafarma (+12,4%) no mesmo período. Esse avanço foi impulsionado, principalmente, pelo maior volume de vendas, que cresceu 8,7% no período, superando de forma expressiva o desempenho do mercado.

A consistência desse resultado é reforçada por dados internos, que mostram que o número de atendimentos (cupons emitidos) cresceu 13,7% em comparação com o 2T24 e o ticket médio apresentou alta de 5,1% no mesmo período. É um cenário de crescimento saudável, baseado mais no fluxo de clientes do que no aumento de preços dos produtos vendidos.

### Crescimento Mesmas Lojas



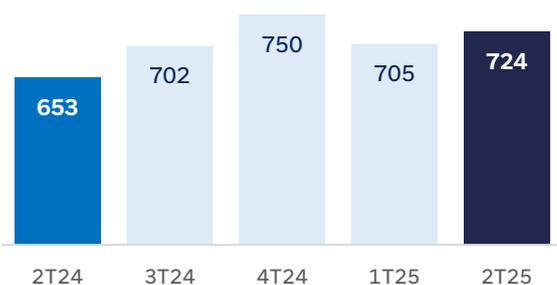
### Crescimento Lojas Maduras



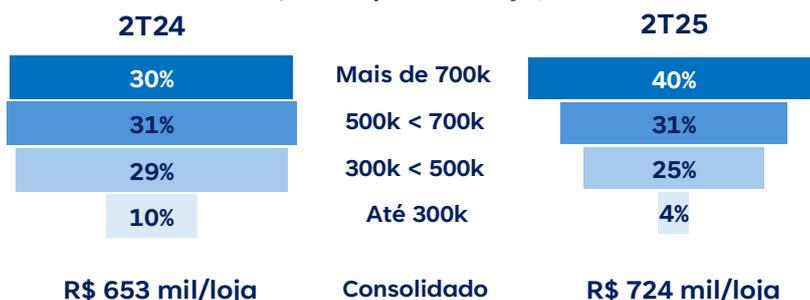
A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 14,4% no 2T25 na comparação anual. No mesmo sentido, o desempenho das Lojas Maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) apresentou um forte crescimento de 12,7% em relação ao 2T24. Ambos os crescimentos seguem muito acima da inflação do período, que em junho de 2025 alcançou 5,35% (LTM).

### Venda média por loja

(R\$ Mil loja/mês)

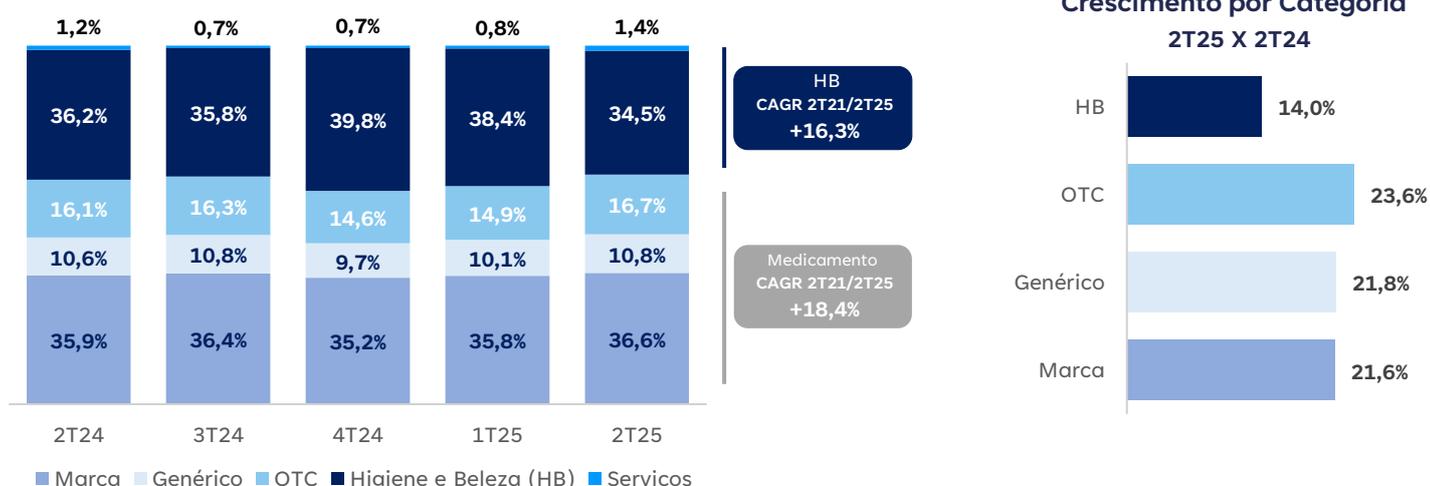


### Evolução Venda Média por Faixa de Venda (venda por mês/loja)



Todos os fatores citados anteriormente nos levaram a uma venda média de R\$ 724 mil/loja (crescimento de 10,8% vs 2T24), enquanto a **venda média de lojas maduras chegou a R\$ 785 mil/loja**. É possível ver uma evolução significativa no perfil de venda das lojas, com o percentual de lojas com vendas mensais superiores a R\$ 700 mil avançando sua participação de 30% no 2T24 para 40% no período atual, enquanto que a faixa mais baixa de vendas (abaixo de R\$ 300 mil) teve uma redução de participação de 10% para 4% na comparação anual.

# MIX DE VENDAS DO VAREJO



Evidenciando a estratégia comercial adotada pela Companhia, tivemos mais um trimestre em que os destaques de crescimento foram os medicamentos, categoria que apresentou um crescimento de 22,2% quando comparamos 2T25 com 2T24.

Importante observar que ao analisarmos os crescimentos compostos (CAGR) de medicamentos e de não medicamentos (HB) ao longo do tempo (de 2021 até 2025), a Panvel entrega desempenhos consistentes em ambos os grupos, com taxas de 18,4% e de 16,3% respectivamente.

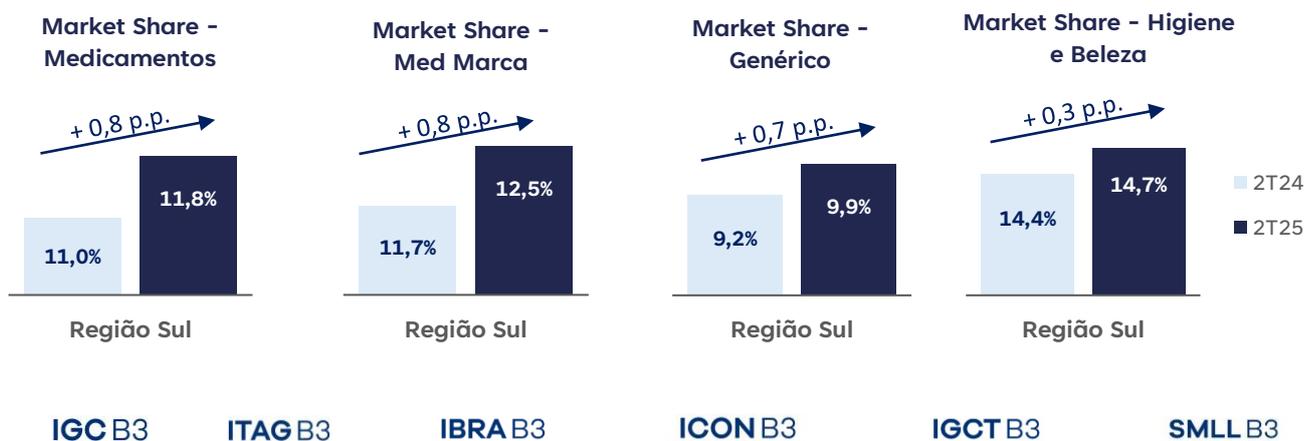
A categoria de **Medicamentos de Marca (RX)** foi um dos destaques do período e apresentou um crescimento de 21,6% em relação ao 2T24, expandindo sua participação no mix em 0,7 p.p., movimento que está em linha com a estratégia da Companhia em endereçar cada vez mais as necessidades dos clientes de uso crônico e contínuo.

A categoria de **OTC** apresentou o maior crescimento de receita do período, evoluindo 23,6% e expandindo 0,6 p.p. em relação ao 2T24, impulsionada principalmente pelos grupos de *Diabetes e Sistema Metabólico (+40,4%)*, *Gripes de Resfriados (+33,9%)*, e *Vitaminas e Suplementos (+31,4%)*.

A categoria de **Genéricos** apresentou um crescimento de 21,8% em relação ao 2T24, expandindo 0,2 p.p. sua participação no mix em relação ao 2T24. Esta categoria tem um papel fundamental ao trazer mais clientes para as lojas, além de ser uma alavanca chave para a manutenção de uma margem bruta saudável.

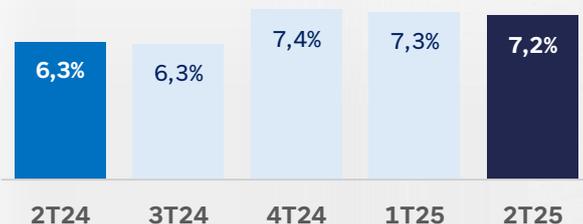
A categoria de **Higiene e Beleza (HB)** apresentou um bom crescimento de 14,0% em relação ao 2T24 e uma retração de 0,2 p.p. de *share* no Mix. Vale destacar que esta categoria segue mantendo uma participação robusta e saudável nas vendas totais e seu desempenho permanece acima da média do mercado, representando mais um diferencial da Panvel.

A estratégia comercial e os bons resultados alcançados neste trimestre também refletiram diretamente no fortalecimento da posição competitiva da Panvel no mercado. Como citado anteriormente, observamos uma expansão consistente do *market share* tanto em medicamentos quanto em HB (vide gráficos abaixo).

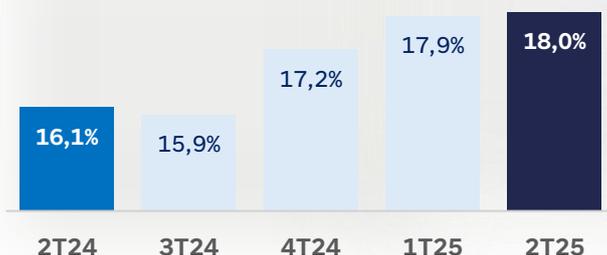


# PRODUTOS PANVEL E MARCAS EXCLUSIVAS

% Participação do PP nas Vendas Varejo



% Participação do PP nas Vendas HB

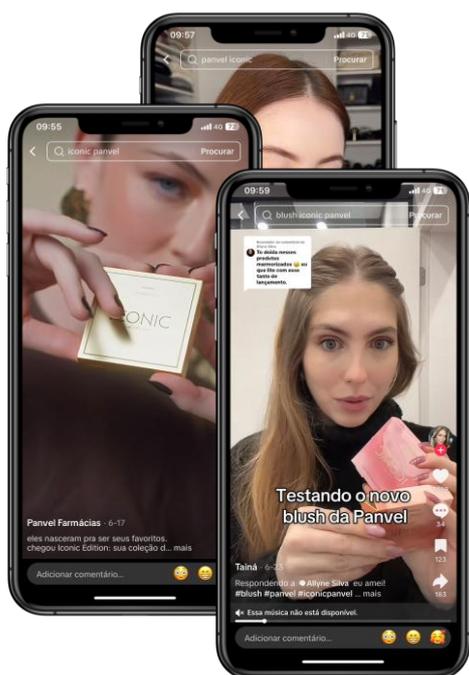


Os Produtos Panvel seguem em trajetória de crescimento contínuo e ganham cada vez mais relevância dentro do portfólio da Companhia, com produtos de maior rentabilidade e que atraem cada vez mais o público mais jovem para dentro das lojas. No 2T25, os produtos de marca própria representaram 7,2% das vendas totais do Varejo, um aumento de 0,9 p.p., e um crescimento de 35,5% em vendas em relação ao 2T24. Na categoria de Higiene e Beleza, a representatividade atingiu 18,0%, avanço de 1,9 p.p. na comparação anual, reforçando o posicionamento da Panvel como benchmark no setor.

No 2T25, foram lançados 63 novos SKUs de marca própria, totalizando 110 lançamentos no acumulado do primeiro semestre. Com isso, o portfólio da Panvel alcançou 1.115 SKUs ativos ao final de junho, reforçando a estratégia da Companhia de diversificação contínua e alinhamento às tendências de consumo. Os grupos que lideraram as vendas no trimestre foram: infantil, maquiagem, cuidado adulto e tratamento facial.

Os lançamentos vêm sendo cada vez mais impulsionados pelas redes sociais, que têm ampliado a visibilidade dos produtos e fortalecido o vínculo com a marca. No trimestre, o perfil da Panvel no Instagram alcançou 1,1 milhão de contas (+138% vs 2T24) e registrou 153,6 mil interações, enquanto no TikTok o alcance chegou a 10,2 milhões de contas (+329% vs 2T24), com 96,2 mil interações.

Esse conjunto de fatores, 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 35,0% no período**, e sustentam uma base sólida para a continuidade do crescimento ao longo de 2025.



# LUCRO BRUTO

A Companhia apurou um Lucro Bruto Consolidado (incluindo operações de varejo e outras unidades de negócio) de R\$ 433,5 milhões no 2T25, equivalente a 30,7% da Receita Bruta do período. O desempenho representa uma expansão de 1,0 p.p. na margem bruta em relação ao 2T24, reflexo da melhora de performance do Varejo (vide abaixo) e da redução da venda do Atacado no total da Companhia (efeito mix de negócios).

## Lucro Bruto do Varejo

O Lucro Bruto do Varejo totalizou R\$ 428,6 milhões no segundo trimestre de 2025, representando 30,4% da Receita Bruta do segmento, um avanço de 0,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. A expansão da margem refletiu a combinação de fatores operacionais e comerciais que compensaram pressões relevantes sobre a rentabilidade.

O bom desempenho no 2T25 reflete várias ações, como um grande esforço da Companhia nas negociações com a indústria, uma boa estratégia de precificação de produtos, uma maior penetração de produtos OTC no mix de vendas e o crescimento expressivo da marca própria Panvel, que possui margens superiores à média do portfólio. O resultado dessas medidas foram mais que suficientes para compensar as pressões do período, como um menor reajuste de preços de medicamentos (3,8% em 2025 vs 4,5% em 2024) e um aumento expressivo nas vendas de medicamentos de marca.

# DESPESAS

## Despesas com Vendas

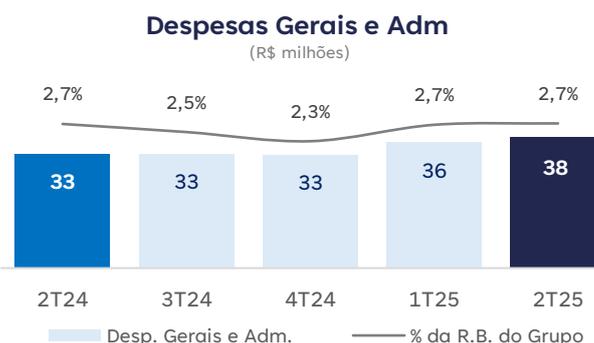
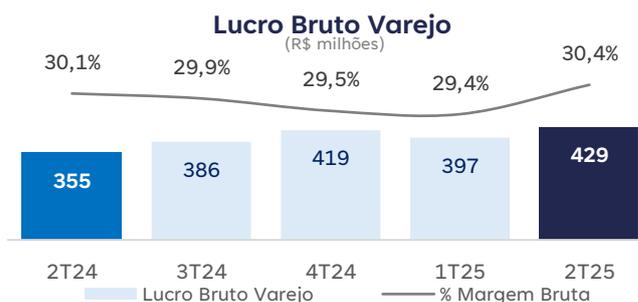
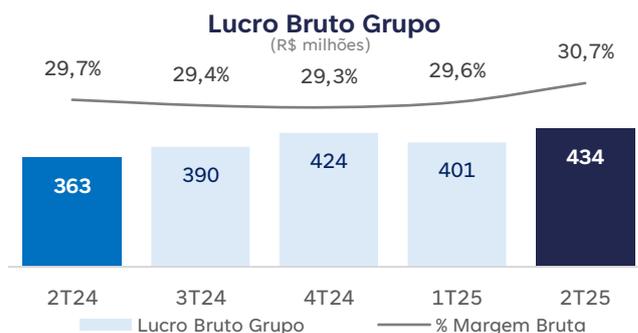
As Despesas com Vendas totalizaram R\$ 325,1 milhões no 2T25, representando 23,0% da Receita Bruta, se mantendo em linha em relação ao 2T24.

Cabe destacar que, excluindo os efeitos da venda do Atacado no segundo trimestre do ano passado, haveria uma diluição do percentual de despesas na comparação anual, visto que as despesas com vendas cresceram 15,5% no período enquanto as vendas do Varejo cresceram 19,6%. Este resultado reforça a tendencia de diluição nos próximos períodos a partir da normalização da base de comparação.

## Despesas Gerais e Administrativas

As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 38,3 milhões no 2T25, representando 2,7% da Receita Bruta, se mantendo em linha em relação ao 2T24.

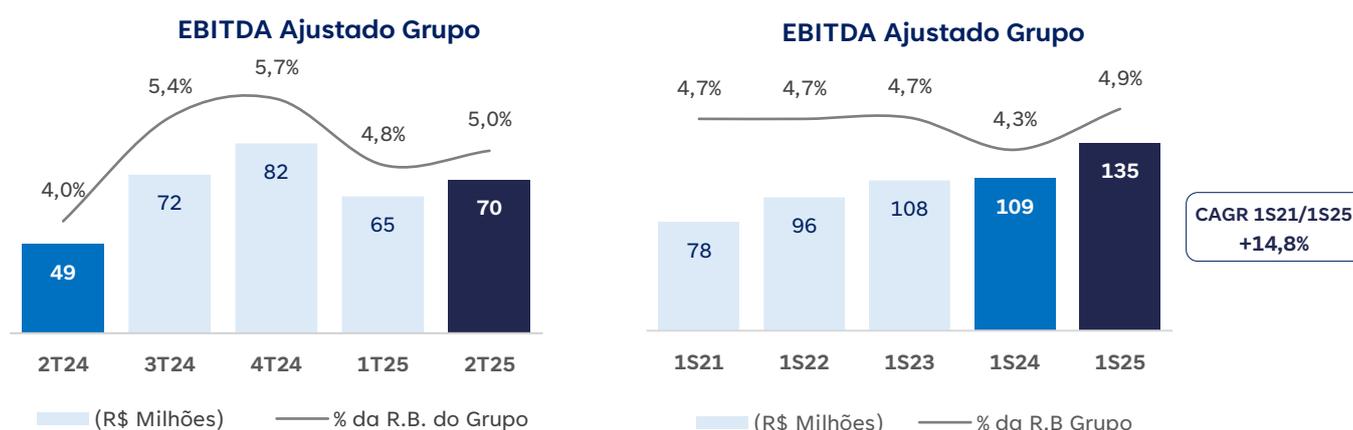
Excluindo os efeitos da venda do Atacado citados anteriormente, também haveria uma redução no percentual de despesas na comparação anual, visto que as despesas administrativas cresceram 16,1% vs 2T24, enquanto as vendas do Varejo cresceram 19,6% no período.



# EBITDA

No 2T25, apuramos um EBITDA ajustado de R\$ 70,1 milhões, um crescimento de 42,9% em relação ao 2T24, com uma margem equivalente a 5,0% da Receita Bruta, representando uma expansão de 1,0 p.p. frente ao mesmo período do ano anterior.

Esse forte crescimento se dá sobre uma base de comparação do 2T24 que já está ajustada dos efeitos diretos das enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul, como baixas de ativos, doações, gastos extraordinários com manutenção, segurança, limpeza, entre outros (vide quadro abaixo), o que reforça o sucesso operacional da nossa estratégia.



Entre o 1S21 e o 1S25, o EBITDA Ajustado registrou uma taxa média composta de crescimento (CAGR) robusta de 14,8% ao longo do período.

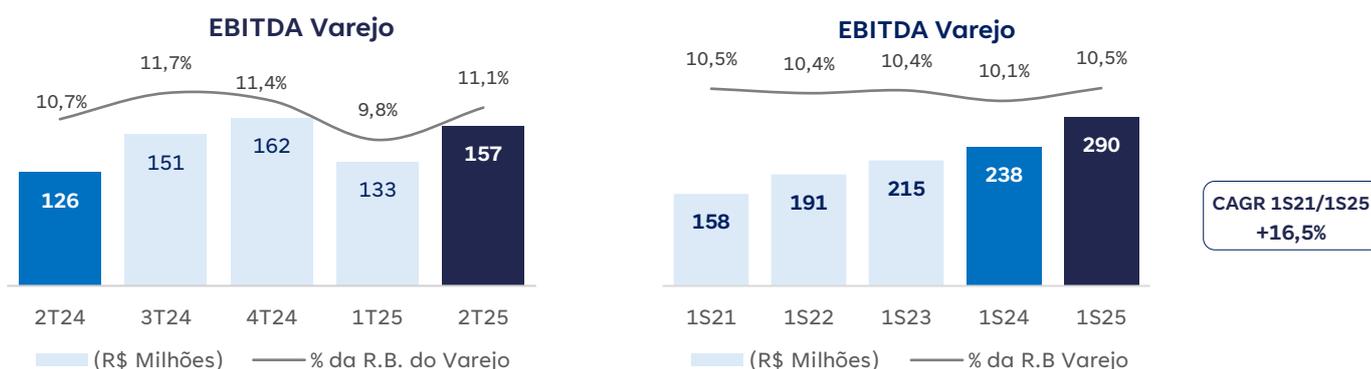
## RECONCILIAÇÃO EBITDA AJUSTADO

Reconciliação EBITDA	2T24	2T25	Var. %
(R\$ milhões)			
<b>Lucro Líquido</b>	<b>4,3</b>	<b>26,0</b>	<b>510,4%</b>
(+) Imposto de Renda	(0,3)	3,0	(968,9)%
(+) Resultado Financeiro	4,4	10,2	129,0%
<b>EBIT</b>	<b>8,4</b>	<b>39,2</b>	<b>368,8%</b>
(+) Depreciação e amortização	19,4	22,5	16,1%
<b>EBITDA</b>	<b>27,7</b>	<b>61,7</b>	<b>122,8%</b>
Participações/Distribuições	5,5	6,4	16,2%
Baixas de Ativos	0,3	0,4	29,3%
Outros Ajustes	0,3	1,6	426,5%
Efeitos Enchente	15,2	0,0	(100,0)%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>49,0</b>	<b>70,1</b>	<b>42,9%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	<b>4,0%</b>	<b>5,0%</b>	<b>1,0 p.p.</b>

## EBITDA VAREJO

No 2T25, o EBITDA do varejo totalizou R\$ 156,8 milhões, representando um crescimento de 24,8% em relação ao 2T24. A margem EBITDA atingiu 11,1% da Receita Bruta, uma expansão de 0,4 p.p. na comparação anual. Esse desempenho foi impulsionado pelo crescimento da venda média por loja, somada à expansão da Margem Bruta do Varejo e à diluição das despesas operacionais. Esses elementos refletem ganhos de produtividade relevantes na base de lojas maduras e em maturação, com a contínua disciplina na gestão de custos.

Ao longo dos anos, as lojas vem mantendo um ritmo consistente de crescimento de resultado, conforme evidenciado pelo crescimento compostos médio (CAGR) de 16,5% entre o primeiro semestre de 2021 até o primeiro semestre de 2025.

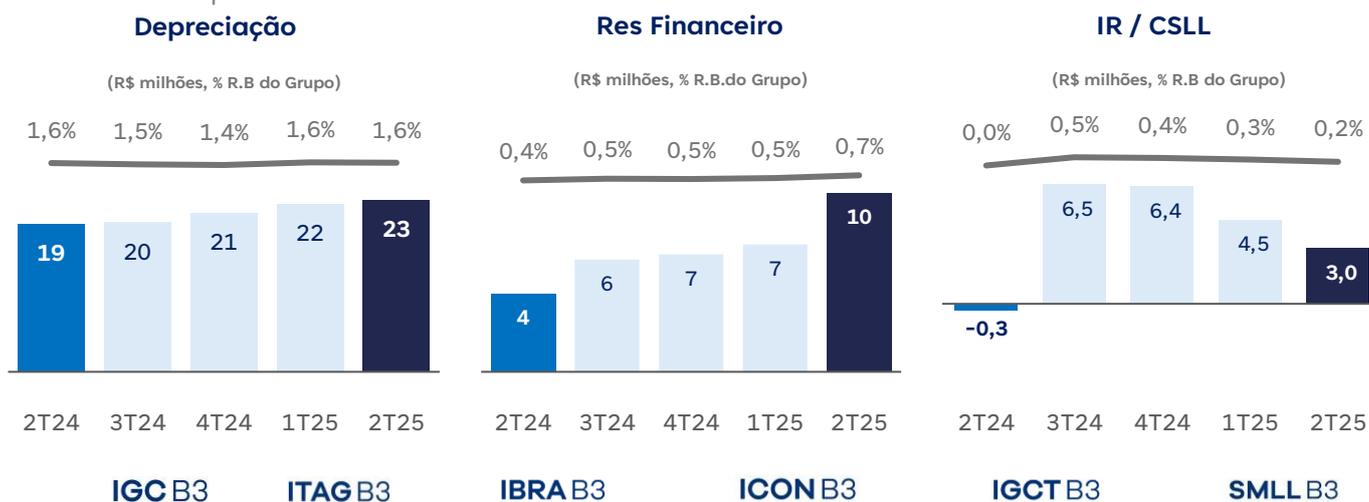


## DEPRECIÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CSLL

A Depreciação se manteve estável em relação ao ano anterior, no patamar de 1,6% da Receita Bruta do trimestre. É um indicador importante de que o ritmo de investimentos está equilibrado com o crescimento da receita e do resultado.

As Despesas Financeiras Líquidas cresceram 0,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, representando 0,7% da Receita Bruta do Grupo. Há dois fatores que explicam esse crescimento: por um lado, a taxa de juros atual é mais alta do que no ano passado; por outro lado, é importante lembrar que no 2T24 a Companhia atuou fortemente na renegociação de prazos com fornecedores, resultando em uma dívida líquida atipicamente mais baixa no período comparativo.

O IR/CSLL, na comparação trimestral, trouxe um impacto negativo de 0,2 p.p. no período. Esse crescimento é esperado, dado que o lucro auferido pela Companhia no segundo trimestre do ano passado representou uma base menor de imposto.



IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

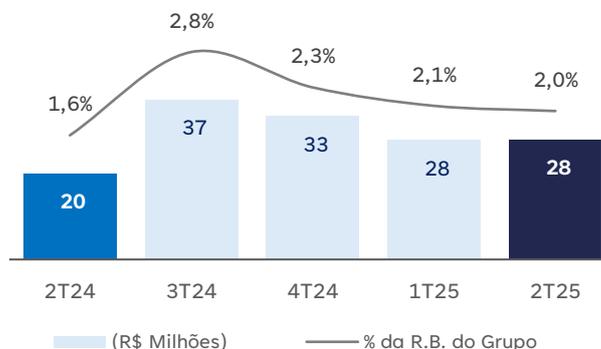
SMLLB3

# LUCRO LÍQUIDO

O Lucro Líquido Ajustado no 2T25 foi de R\$ 28,0 milhões, equivalente a uma margem líquida de 2,0%, um crescimento expressivo de 39,5% em relação ao mesmo período do ano passado, resultando em uma expansão de 0,4 p.p. na margem líquida vs o 2T24.

Cabe lembrar que, assim como no caso do EBITDA, esse forte crescimento se dá sobre uma base de comparação do 2T24 que já está ajustada dos efeitos diretos das enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul, como baixas de ativos, doações, gastos extraordinários com manutenção, segurança, limpeza, entre outros (vide quadro abaixo), o que reforça o bom desempenho no período.

Lucro Líquido Ajustado



Reconciliação Lucro Líquido (R\$ milhões)	2T24	2T25	Var. %
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda (LAIR)</b>	<b>3,9</b>	<b>29,0</b>	<b>640,6%</b>
Imposto de Renda	(0,3)	3,0	(968,9%)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>4,3</b>	<b>26,0</b>	<b>510,4%</b>
Baixas de Ativos	0,3	0,4	29,3%
Outros Ajustes	0,3	1,6	426,5%
Efeito Enchente	15,2	-	(100,0%)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>20,1</b>	<b>28,0</b>	<b>39,5%</b>
<b>Margem Líquida Ajustada</b>	<b>1,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>0,4 p.p.</b>

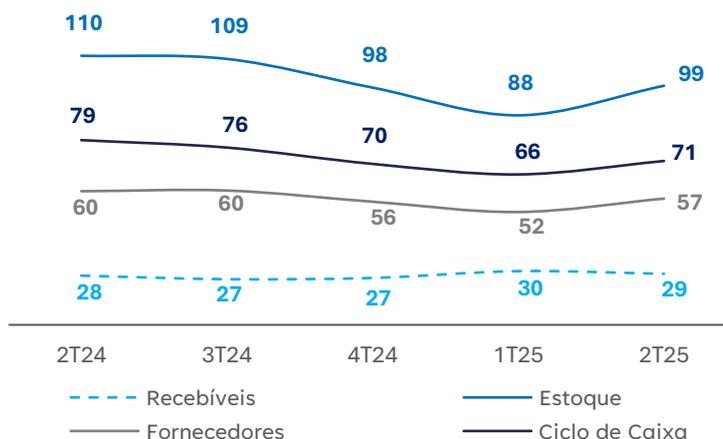
# CICLO DE CAIXA

O Ciclo de Caixa da Companhia no 2T25 totalizou 71 dias, uma melhora de 8 dias na comparação com o mesmo período do ano anterior.

O prazo médio de estoques fechou o trimestre no patamar de 99 dias, em linha com a nossa expectativa. Com isso, conseguimos uma redução de 11 dias em relação ao 2T24.

O prazo médio de fornecedores terminou o 2T25 em 57 dias, com uma pressão de 3 dias em relação ao mesmo período de 2024, porém apresentando um ganho de 5 dias na comparação sequencial.

Ciclo de Caixa



Por fim, o prazo de recebimento se mantém estável em relação aos períodos anteriores, com o aumento de 1 dia em relação ao 2T24 e a redução de 1 dia na visão sequencial.

## FLUXO DE CAIXA

A Companhia gerou um fluxo de caixa livre positivo de R\$ 33,8 milhões no 2T25. Graças ao bom trabalho em nosso ciclo financeiro e ao crescimento do nosso resultado, geramos caixa ao mesmo tempo em que aceleramos vendas e investimentos. Importante destacar que sazonalmente o primeiro semestre em nosso setor é marcado por consumo de caixa e que conseguimos quebrar esta tendência apresentando um crescimento equilibrado em todas as principais alavancas do fluxo.

Fluxo de caixa	2T24	2T25	Var %	1S24	1S25	Var %
Lucro líquido do exercício	4.263	26.022	510,4%	39.506	52.901	33,9%
IRPJ/CSLL	(345)	2.995	(968,1%)	(3.984)	7.530	(289,0%)
Resultado Financeiro	4.439	10.165	129,0%	12.343	17.384	40,8%
<b>EBIT</b>	<b>8.357</b>	<b>39.182</b>	<b>368,9%</b>	<b>47.865</b>	<b>77.815</b>	<b>62,6%</b>
Depreciações e Amortizações	19.355	22.518	16,3%	38.436	44.518	15,8%
<b>EBITDA</b>	<b>27.712</b>	<b>61.700</b>	<b>122,6%</b>	<b>86.301</b>	<b>122.333</b>	<b>41,8%</b>
<b>Ciclo de Caixa</b>	<b>(13.355)</b>	<b>7.475</b>	<b>(156,0%)</b>	<b>(104.517)</b>	<b>19.216</b>	<b>(118,4%)</b>
Demais variações nos ativos e passivos	32.541	1.675	(94,9%)	38.790	(24.731)	(163,8%)
<b>Fluxo de caixa Operacional</b>	<b>46.897</b>	<b>70.850</b>	<b>51,1%</b>	<b>21.373</b>	<b>116.819</b>	<b>446,6%</b>
Investimentos	(29.299)	(37.019)	26,3%	(53.901)	(68.634)	27,3%
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>17.598</b>	<b>33.831</b>	<b>92,2%</b>	<b>(33.328)</b>	<b>48.185</b>	<b>(244,6%)</b>
JSCP	(15.317)	(18.496)	20,8%	(25.961)	(26.233)	1,0%
Ações em tesouraria	1.884	1.483	(21,3%)	1.844	127	(93,3)
Resultado Financeiro	(4.439)	(10.165)	129,0%	(12.343)	(17.384)	40,8%
<b>Caixa líquido usado nas atividades de financiamento</b>	<b>(274)</b>	<b>6.653</b>	<b>-</b>	<b>(69.748)</b>	<b>4.695</b>	<b>(106,7%)</b>

## ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (em R\$ milhões)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25
Dívida de Curto Prazo	227,4	171,0	162,9	130,2	115,4
Dívida de Longo Prazo	250,0	316,4	391,7	397,1	395,1
(-) Instrumentos Financeiros	(9,5)	(6,4)	(19,7)	0,6	0,5
<b>Dívida Bruta</b>	<b>467,9</b>	<b>481,0</b>	<b>535,0</b>	<b>527,9</b>	<b>511,0</b>
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	270,6	200,9	213,4	204,4	194,1
<b>Dívida / Caixa Líquido</b>	<b>197,3</b>	<b>280,1</b>	<b>321,6</b>	<b>323,6</b>	<b>316,9</b>
<b>Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM</b>	<b>0,9x</b>	<b>1,1x</b>	<b>1,2x</b>	<b>1,2x</b>	<b>1,1x</b>
<b>Custo CDI+</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>(0,5%)</b>	<b>(1,1%)</b>	<b>(1,3%)</b>

No 2T25, a relação dívida líquida/EBITDA da Panvel reduziu para um patamar de 1,1x EBITDA. Seguimos melhorando nossa estrutura de capital, já bastante equilibrada e saudável, com geração de caixa robusta e forte disciplina financeira.

Cabe destacar que, ao longo de 2024, a Companhia obteve acesso a linhas incentivadas como FINEP e BNDES Emergencial (capital de giro e reconstrução). Estes financiamentos melhoram tanto o WACC da Companhia, com custos significativamente menores que o CDI, quanto o prazo médio de pagamento. Desta forma, saímos de uma dívida com custo médio de CDI + 1,30% no 2T24 para uma dívida com custo médio de CDI -1,35% no 2T25.

Dívida Bruta



# INVESTIMENTOS

Realizamos no 2T25 investimentos que somaram R\$ 37,0 milhões, um crescimento de 26,3% em relação ao 2T24.

(em R\$ milhões)	2T24	2T25	△	1S24	1S25	△
Abertura de Lojas	12,7	18,9	49,3%	25,3	33,5	32,4%
Reforma de Lojas	2,6	4,8	86,6%	4,4	5,4	23,7%
TI	9,1	8,6	(5,2%)	16,8	16,8	0,1%
Logística e Outros	4,9	4,6	(6,5%)	7,5	12,9	73,4%
<b>Total</b>	<b>29,3</b>	<b>37,0</b>	<b>26,3%</b>	<b>53,9</b>	<b>68,6</b>	<b>27,3%</b>

# 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	2T25		
	IFRS	Ajuste	IAS 17
(em milhares)			
Receita Bruta	1.413.727	-	1.413.727
<b>Lucro Bruto</b>	<b>433.505</b>	-	<b>433.505</b>
% R.B	30,7%	-	30,7%
Despesas com Vendas	(273.930)	(51.144)	(325.074)
Despesas Administrativas	(38.362)	-	(38.362)
<b>Total Despesas</b>	<b>(312.292)</b>	<b>(51.144)</b>	<b>(363.435)</b>
% R.B	22,1%	(3,6%)	25,7%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>121.213</b>	<b>(51.144)</b>	<b>70.070</b>
% R.B	8,6%	(3,6%)	5,0%
Depreciação e amortização	(57.759)	35.231	(22.528)
Participações/Distribuições	(6.393)	-	(6.393)
Outros Ajustes	(1.967)	-	(1.967)
Resultado Financeiro	(27.489)	17.324	(10.165)
IRPJ/CSLL	(2.515)	(480)	(2.995)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>25.090</b>	<b>932</b>	<b>26.022</b>
% R.B	1,8%	0,1%	1,9%

## Balanço Patrimonial

ATIVO	IFRS 16			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	2T24	2T25	Var. %			2T24	2T25	Var. %
<b>(em milhares)</b>								
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.887.477</b>	<b>1.914.041</b>	<b>1,4%</b>	<b>-995</b>	<b>158</b>	<b>1.886.482</b>	<b>1.914.199</b>	<b>1,5%</b>
Caixa e equivalentes de caixa	16.700	47.667	185,4%			16.700	47.667	185,4%
Aplicações Financeiras	253.891	146.385	-42,3%			253.891	146.385	-42,3%
Clientes	385.827	457.810	18,7%	-995	158	384.832	457.968	19,0%
Estoque	1.050.674	1.088.337	3,6%			1.050.674	1.088.337	3,6%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	10.742	10.313	-4,0%			10.742	10.313	-4,0%
Tributos a recuperar	26.430	35.378	33,9%			26.430	35.378	33,9%
Outras contas a receber	133.296	127.737	-4,2%			133.296	127.737	-4,2%
Instrumentos Financeiros	9.503	-	-100,0%			9.503	-	-100,0%
Propriedades disponíveis para venda	414	414	0,0%			414	414	0,0%
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>1.259.200</b>	<b>1.412.404</b>	<b>12,2%</b>	<b>-595.123</b>	<b>-662.952</b>	<b>664.077</b>	<b>749.452</b>	<b>12,9%</b>
Tributos diferidos	60.793	60.337	-0,8%	-22.323	-24.887	38.470	35.450	-7,8%
Impostos a recuperar	12.855	13.339	3,8%			12.855	13.339	3,8%
Depósitos judiciais	2.411	4.763	97,6%			2.411	4.763	97,6%
Créditos com partes relacionadas	-	-	0,0%			-	-	0,0%
Outros ativos	8.601	862	-90,0%			8.601	862	-90,0%
Despesas antecipadas	3.956	4.579	15,7%			3.956	4.579	15,7%
Investimentos	-	8.184	0,0%			-	8.184	0,0%
Imobilizado	1.081.261	1.218.403	12,7%	-572.800	-638.065	508.461	580.338	14,1%
Intangível	89.323	101.937	14,1%			89.323	101.937	14,1%
<b>Ativo Total</b>	<b>3.146.677</b>	<b>3.326.445</b>	<b>5,7%</b>	<b>-596.118</b>	<b>-662.794</b>	<b>2.550.558</b>	<b>2.663.651</b>	<b>4,4%</b>

PASSIVO	IFRS 16			Impactos IFRS 16		Norma Antiga (IAS 17)		
	1T24	1T25	Var. %			1T24	1T25	Var. %
<b>(em milhares)</b>								
<b>Passivo Circulante</b>	<b>1.193.271</b>	<b>1.091.063</b>	<b>-8,6%</b>	<b>-122.864</b>	<b>-133.123</b>	<b>1.070.407</b>	<b>957.940</b>	<b>-10,5%</b>
Fornecedores	559.433	600.220	7,3%			559.433	600.220	7,3%
Empréstimos e financiamentos	227.430	115.376	-49,3%			227.430	115.376	-49,3%
Instrumentos Financeiros	-	455	0,0%			-	455	0,0%
Arrendamento - IFRS 16	122.864	133.123	8,3%	-122.864	-133.123	-	0	0,0%
Salários e encargos sociais	118.189	98.215	-16,9%			118.189	98.215	-16,9%
Participações a pagar	-	12	0,0%			-	12	0,0%
Impostos, taxas e contribuições	44.827	37.182	-17,1%			44.827	37.182	-17,1%
Dividendos e juros s/capital próprio	21.747	24.170	11,1%			21.747	24.170	11,1%
Outros passivos	98.781	82.310	-16,7%			98.781	82.310	-16,7%
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>781.826</b>	<b>1.001.280</b>	<b>28,1%</b>	<b>-516.587</b>	<b>-577.981</b>	<b>265.239</b>	<b>423.299</b>	<b>59,6%</b>
Empréstimos e financiamentos	250.000	395.131	58,1%			250.000	395.131	58,1%
Arrendamento - IFRS 16	516.587	577.981	11,9%	-516.587	-577.981	-	0	0,0%
Dividendos e juros s/capital próprio	-	-	0,0%			-	-	0,0%
Outras Obrigações	7.459	8.330	11,7%			7.459	8.330	11,7%
Dividendos e juros s/ capital próprio	-	11.913	0,0%			-	11.913	0,0%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	7.780	7.925	1,9%			7.780	7.925	1,9%
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>1.171.580</b>	<b>1.234.102</b>	<b>5,3%</b>	<b>43.333</b>	<b>48.309</b>	<b>1.214.913</b>	<b>1.282.411</b>	<b>5,6%</b>
Capital social	970.116	1.032.011	6,4%			970.116	1.032.011	6,4%
Transações de capital com os sócios	(14.448)	-	-100,0%			-14.448	-	-100,0%
Reserva de Capital	(19.806)	(20.165)	1,8%			-19.806	-20.165	1,8%
Reserva de lucros	219.337	198.507	-9,5%			219.337	198.507	-9,5%
Outros resultados abrangentes	16.381	(307)	-101,9%			16.381	-307	-101,9%
Lucros Acumulados	-	24.056	0,0%	43.333	48.309	43.333	72.365	67,0%
<b>Passivo Total e Patrimônio líquido</b>	<b>3.146.677</b>	<b>3.326.445</b>	<b>5,7%</b>	<b>-596.118</b>	<b>-662.794</b>	<b>2.550.559</b>	<b>2.663.651</b>	<b>4,4%</b>

## Demonstração de Resultados

DRE TRIMESTRE	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	2T24	2T25	Var. %	2T24	2T25	2T24	2T25	Var. %
(em milhares)								
<b>Receita Bruta</b>	1.223.685	1.413.727	15,5%			1.223.685	1.413.727	15,5%
Impostos e devoluções	-90.164	-99.981	10,9%			-90.164	-99.981	10,9%
<b>Receita Líquida</b>	1.133.521	1.313.746	15,9%			1.133.521	1.313.746	15,9%
Custos das mercadorias vendidas	-770.110	-880.241	14,3%			-770.110	-880.241	14,3%
<b>Lucro Bruto</b>	363.411	433.505	19,3%			363.411	433.505	19,3%
<b>Despesas</b>	-340.403	-378.411	11,2%	-14.651	-15.913	-355.054	-394.324	11,1%
Com Vendas	-294.046	-329.734	12,1%	-14.651	-15.913	-308.697	-345.647	12,0%
Gerais e Administrativas	-44.203	-48.438	9,6%			-44.203	-48.438	9,6%
Outras receitas operacionais	-2.154	-239	-88,9%			-2.154	-239	-88,9%
<b>Resultado Financeiro</b>	-17.776	-27.489	54,6%	13.337	17.324	-4.439	-10.165	129,0%
Despesas Financeiras	-36.616	-38.157	4,2%	13.337	17.324	-23.279	-20.833	-10,5%
Receitas Financeiras	18.840	10.668	-43,4%			18.840	10.668	-43,4%
<b>Lucro antes do IR, CSLL e Participações</b>	5.232	27.605	427,6%	-1.314	1.412	3.918	29.017	640,6%
IR e CSLL	-102	-2.515	2.365,7%	447	-480	345	-2.995	-968,9%
<b>Lucro Líquido do exercício</b>	5.130	25.090	389,1%	-867	932	4.263	26.022	510,4%

DRE SEMESTRE	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	1S24	1S25	Var. %	1S24	1S25	1S24	1S25	Var. %
(em milhares)								
<b>Receita Bruta</b>	2.546.585	2.770.423	8,8%			2.546.585	2.770.423	8,8%
Impostos e devoluções	-186.961	-197.989	5,9%			-186.961	-197.989	5,9%
<b>Receita Líquida</b>	2.359.624	2.572.434	9,0%			2.359.624	2.572.434	9,0%
Custos das mercadorias vendidas	-1.602.202	-1.737.834	8,5%			-1.602.202	-1.737.834	8,5%
<b>Lucro Bruto</b>	757.422	834.600	10,2%			757.422	834.600	10,2%
<b>Despesas</b>	-684.122	-726.176	6,1%	-25.435	-30.608	-709.557	-756.784	6,7%
Com Vendas	-600.552	-650.317	8,3%	-25.435	-30.608	-625.987	-680.925	8,8%
Gerais e Administrativas	-82.185	-91.304	11,1%			-82.185	-91.304	11,1%
Outras receitas operacionais	-1.385	15.445	-1.215,2%			-1.385	15.445	-1.215,2%
<b>Resultado Financeiro</b>	-39.029	-51.546	32,1%	26.686	34.162	-12.343	-17.384	40,8%
Despesas Financeiras	-66.803	-81.704	22,3%	26.686	34.162	-40.117	-47.542	18,5%
Receitas Financeiras	27.774	30.158	8,6%			27.774	30.158	8,6%
<b>Lucro antes do IR, CSLL e Participações</b>	34.271	56.878	66,0%	1.251	3.553	35.522	60.431	70,1%
IR e CSLL	4.409	-6.322	-243,4%	-425	-1.208	3.984	-7.530	-289,0%
<b>Lucro Líquido do exercício</b>	38.680	50.556	30,7%	826	2.345	39.506	52.901	33,9%

## Demonstração do Fluxo de Caixa

Fluxo de caixa das atividades operacionais	1S24	1S25	Var %
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>38.680</b>	<b>50.556</b>	<b>30,7%</b>
<b>Ajustes por:</b>			
Depreciação/amortização do ativo imobilizado e intangível	103.216	114.878	11,3%
Provisão para passivos contingentes	1.149	557	-51,5%
Custo do imobilizado e intangível baixado	5.136	556	-89,2%
Provisão para devedores duvidosos	1.090	-207	-119,0%
Provisão para perdas de estoque	-544	217	-139,9%
Opção de compra ou subscrição de ações	2.875	2.534	-11,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-7.908	1.280	-116,2%
Imposto de renda e contribuição social correntes	3.499	5.042	44,1%
Despesa de juros	61.371	45.819	-25,3%
Receita de juros de aplicações financeiros	-14.521	-9.595	-33,9%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-
<b>Total de Ajustes</b>	<b>155.363</b>	<b>161.081</b>	<b>3,7%</b>
<b>Variações nos ativos e passivos</b>			
Contas a receber de clientes	65.096	-12.901	-119,8%
Estoques	-50.725	62.962	-224,1%
Fornecedores	-120.330	-30.603	-74,6%
Impostos e contribuições sociais a pagar	65.563	6.677	-89,8%
Depósitos judiciais	-347	-34	-90,2%
Imposto de renda e contribuição social pagos	-7.367	-1.518	-79,4%
Impostos a recuperar	-2.289	-7.911	245,6%
Demais grupos do ativo	-40.326	26.415	-165,5%
Demais grupos do passivo	13.442	-33.436	-348,7%
<b>Caixa líquido gerado (usado) nas atividades operacionais</b>	<b>116.760</b>	<b>221.288</b>	<b>89,5%</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimento</b>			
Aquisição de ativo imobilizado	-37.119	-50.161	35,1%
Aquisição de ativo intangível	-16.782	-18.473	10,1%
Aplicações financeiras	-21.934	-3.377	-84,6%
<b>Caixa líquido usado nas atividades de investimento</b>	<b>-75.835</b>	<b>-72.011</b>	<b>-5,0%</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>			
Pagamento de dividendos e juros sobre o capital próprio	-25.961	-26.233	1,0%
Aquisição de ações próprias		-1.780	
Captações de empréstimos /financiamentos (principal)	140.000	95.342	-31,9%
Pagamento de arrendamentos mercantis	-88.311	-99.691	12,9%
Amortização de principal de financiamento	-56.492	-120.000	112,4%
Amortização de juros de financiamento	-23.298	-31.150	33,7%
Ações outorgadas plano de Matching Shares	1.884	1.907	1,2%
<b>Caixa líquido gerado (usado) nas atividades de financiamento</b>	<b>-52.178</b>	<b>-181.605</b>	<b>248,0%</b>
<b>Aumento (redução) líquido do saldo de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>-11.253</b>	<b>-32.328</b>	<b>187,3%</b>
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	<b>27.953</b>	<b>79.995</b>	<b>186,2%</b>
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	<b>16.700</b>	<b>47.667</b>	<b>185,4%</b>