

RESULTADOS

1T26



R\$ **1,6 Bi**

Receita Bruta do Grupo no 1T26

R\$ **81,2 Mi**

EBITDA Ajustado no 1T26

R\$ **38,5 Mi**

Lucro Líquido Ajustado no 1T26

Eldorado do Sul, RS, 06 de maio 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 1º trimestre de 2026 (1T26). 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 1T26 usam como base o 1T25, 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\$).



PanVel
A rotina que faz bem

Resultados
1T26

Call de Resultados:

Quinta-feira, 07 de Maio - 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

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 / Site: <https://ri.grupopanvel.com.br/>

Resultado

Receita Bruta do Varejo

R\$ **1,56 B**
+15,1% vs 1T25

MSSS / SSS

9,2% / 11,5%

Margem Bruta do Varejo

29,4%
+14,9% vs 1T25

EBITDA Ajustado

R\$ **81,2 M**
5,2% Margem
+25,6% vs 1T25

Lucro Líquido Ajustado

R\$ **38,5 M**
2,4% Margem
+38,1% vs 1T25

Geração de Caixa Operacional/ Caixa Livre

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

Destaques

Operacional

Market Share Região Sul

13,3%
+0,6 p.p. vs 1T25

Participação de Vendas Digital

28,5%
+6,0 p.p. vs 1T25

Participação Produtos Panvel em HB

19,1%
+1,2 p.p. vs 1T25

Venda Média (Loja/Mês)

R\$ **784Mil**
+11,2% vs 1T25

Foco Estratégico

Primeiro trimestre entregue do **novo ciclo de crescimento 2026-2030**

Dados Operacionais	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Nº de Lojas	639	649	651	659	661
Nº de funcionários	11.354	11.161	11.258	11.793	11.492
Ticket Médio (R\$)	90,97	91,94	93,92	97,82	96,39
Receita Bruta (R\$ Mil)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Receita Bruta do Varejo	1.351.752	1.408.960	1.473.635	1.678.076	1.555.411
Receita Bruta Outros	4.944	4.767	5.852	7.033	15.402
Receita Bruta Grupo	1.356.696	1.413.727	1.479.487	1.685.109	1.570.813
Lucro Bruto (R\$ Mil)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Lucro Bruto Varejo	397.310	428.559	440.430	494.381	456.691
Margem Bruta Varejo	29,4%	30,4%	29,9%	29,5%	29,4%
Lucro Bruto Grupo	401.095	433.505	447.035	502.883	462.688
Margem Bruta Grupo	29,6%	30,7%	30,2%	29,8%	29,5%
Resultados Financeiros (R\$ Mil)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
EBITDA Ajustado	64.654	70.070	79.896	104.783	81.222
% da Receita Bruta	4,8%	5,0%	5,4%	6,2%	5,2%
Lucro Líquido Ajustado	27.849	27.989	34.258	45.191	38.458
% da Receita Bruta	2,1%	2,0%	2,3%	2,7%	2,4%
Fluxo de Caixa Livre	14.408	33.779	15.986	42.123	12.423
Endividamento	1,22x	1,10x	1,05x	0,90x	0,88x

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

IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

SMLLB3

Pública

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O primeiro trimestre de 2026 marcou o início de um novo ciclo para a Panvel, ancorado nas alavancas estratégicas apresentadas no Panvel Day 2026 e com foco na execução consistente do plano de longo prazo rumo a 2030. Iniciamos o ano com um desempenho robusto e totalmente alinhado às expectativas da Companhia, com crescimento expressivo de vendas, expansão de margens e evolução consistente dos principais indicadores operacionais e financeiros.

As vendas do Varejo apresentaram novamente um crescimento expressivo, totalizando uma Receita Bruta de R\$ 1,56 bilhão, um aumento de 15,1% em relação ao mesmo período do ano passado. O crescimento de 11,5% nas vendas em mesmas lojas (SSS) e de 9,2% nas lojas maduras (MSSS), ambos muito acima da inflação do período (IPCA de 4,14%), reforçam a consistência operacional e a eficácia das iniciativas voltadas à produtividade. Ao longo do trimestre, atingimos uma venda média de R\$ 784 mil por loja, crescimento de 11,2% em relação ao 1T25.

Todos os elementos acima mencionados consolidaram ainda mais nossa participação no mercado. No trimestre, atingimos uma participação de 13,3% na Região Sul, crescimento de 0,6 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, com ganhos em todos os Estados.

O canal digital seguiu como um dos principais vetores de crescimento da Companhia. A penetração de 28,5% na receita bruta do Varejo representa um novo patamar para um primeiro trimestre, refletindo a maturidade do nosso ecossistema *omnichannel* e a eficiência da nossa estrutura logística. O crescimento de 95,5% nas vendas pelo App evidencia a aceleração da digitalização da nossa base de clientes e o sucesso da estratégia de tornar o canal cada vez mais relevante e conveniente na rotina de saúde, beleza e bem-estar dos nossos clientes.

Outro destaque do período foi o desempenho dos Produtos Panvel, nossa marca própria, que segue ganhando relevância dentro da categoria de Higiene e Beleza. No trimestre, a participação atingiu 19,1% das vendas da categoria, com avanço de 1,2 p.p. em relação ao 1T25, evidenciando o fortalecimento contínuo da marca e seu papel como importante alavanca de rentabilidade e fidelização de clientes.

O crescimento das vendas foi acompanhado por uma evolução consistente dos resultados. O EBITDA do Varejo (EBITDA *4Wall*) atingiu 10,7% da receita bruta, com expansão de 0,8 p.p. em relação ao 1T25, refletindo principalmente os ganhos de produtividade das lojas ao longo do período. Esse desempenho, aliado à disciplina na gestão de despesas, sustentou a evolução do resultado consolidado. O EBITDA Ajustado atingiu R\$ 81,2 milhões no trimestre, com crescimento de 25,6% em relação ao 1T25 e expansão de margem de 0,4 p.p. O Lucro Líquido Ajustado totalizou R\$ 38,5 milhões, crescimento de 38,1% na mesma base de comparação.

A Companhia encerrou o trimestre com dívida líquida/EBITDA de 0,88x, menor patamar dos últimos trimestres, reforçando a trajetória de desalavancagem e a solidez da estrutura de capital. A geração de fluxo de caixa livre foi positiva pelo quinto trimestre consecutivo, atingindo R\$ 12,4 milhões no trimestre, historicamente o período mais desafiador do ano em termos de geração de caixa.

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

Encerramos o 1T26 com a convicção de que os fundamentos que sustentam o crescimento da Panvel estão mais sólidos do que nunca. A combinação de uma base de clientes crescente e mais digitalizada, de lojas cada vez mais produtivas, de um canal digital em aceleração e de uma estrutura financeira equilibrada nos coloca em posição privilegiada para a continuidade da execução do plano 2030.

Vendas da Panvel crescem 15,1% no 1T26, com destaque para crescimento de mesmas lojas e lojas maduras e expansão de venda média.

Digital atinge 28,5% da receita bruta do varejo no 1T26, com crescimento de 45,7% vs 1T25. Vendas pelo App crescem 95,5%.

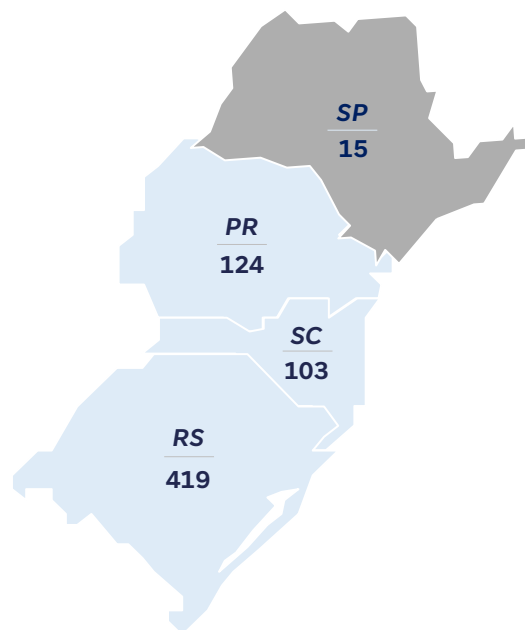
PORTFÓLIO DE LOJAS

No 1T26 inauguramos 5 lojas, sendo 4 unidades no Rio Grande do Sul e uma 1 unidade no Paraná, alcançando a marca de 661 lojas em operação.

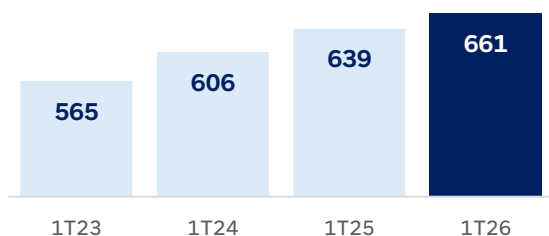
No período, realizamos a transferência de 3 filiais para pontos com maior potencial de venda. A relocação de unidades é uma ferramenta estratégica de otimização do uso de ativos, permitindo liberar recursos, melhorar a experiência do cliente e elevar as taxas de retorno sobre o capital investido.

A Panvel segue focada e executando uma qualidade cada vez melhor das nossas safras de expansão. Prova disso é que o ROIC obtido das lojas abertas nos últimos 12 meses já atingiu 14,6%, enquanto lojas abertas em 2024 chegam em um ROIC de 33,2% e as abertas em 2023 em 31,3%.

Abertura de Lojas

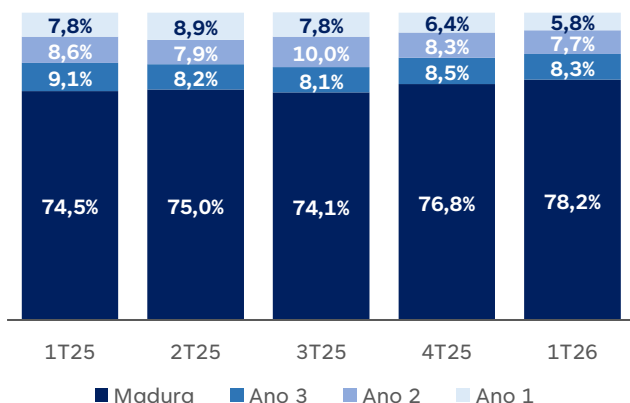


Número de lojas

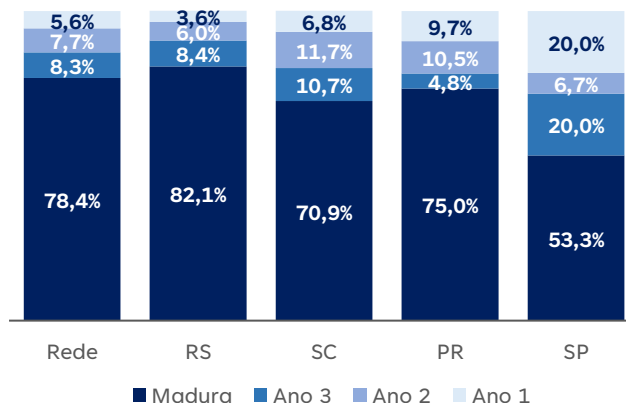


Ao final do período, a Companhia contava com 21,8% de lojas em processo de maturação e 78,2% de lojas maduras. **A distribuição das maturidades por Estado indica perfis distintos em cada região e ótimas alavancas de resultado na medida em que as safras continuarem evoluindo.**

Portfólio de lojas por Maturidade



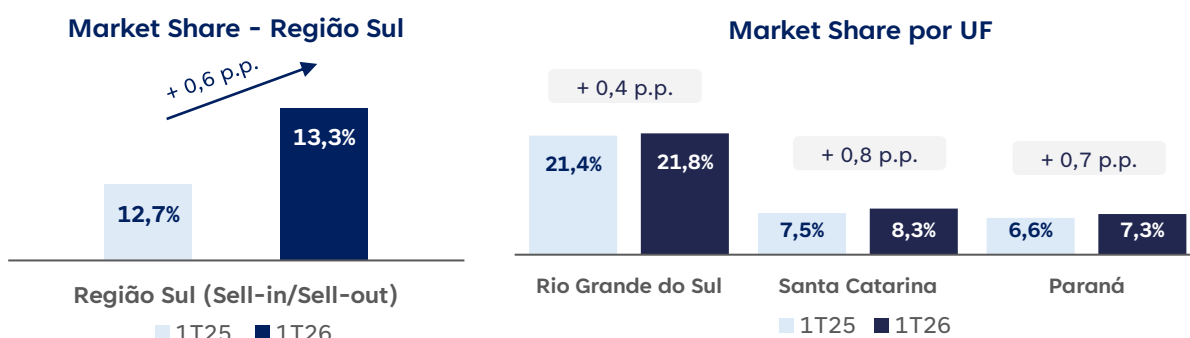
Maturidade por UF



MARKET SHARE

No 1T26, a Panvel registrou mais uma vez um crescimento acima do mercado, **alcançando um market share recorde de 13,3% 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 fica para o Estado de Santa Catarina onde ganhamos 0,8 p.p. vs 1T25 e atingimos a marca de 8,3% de participação. No Paraná e no Rio Grande do Sul obtivemos ganhos de 0,7 p.p. e de 0,4 p.p., respectivamente.

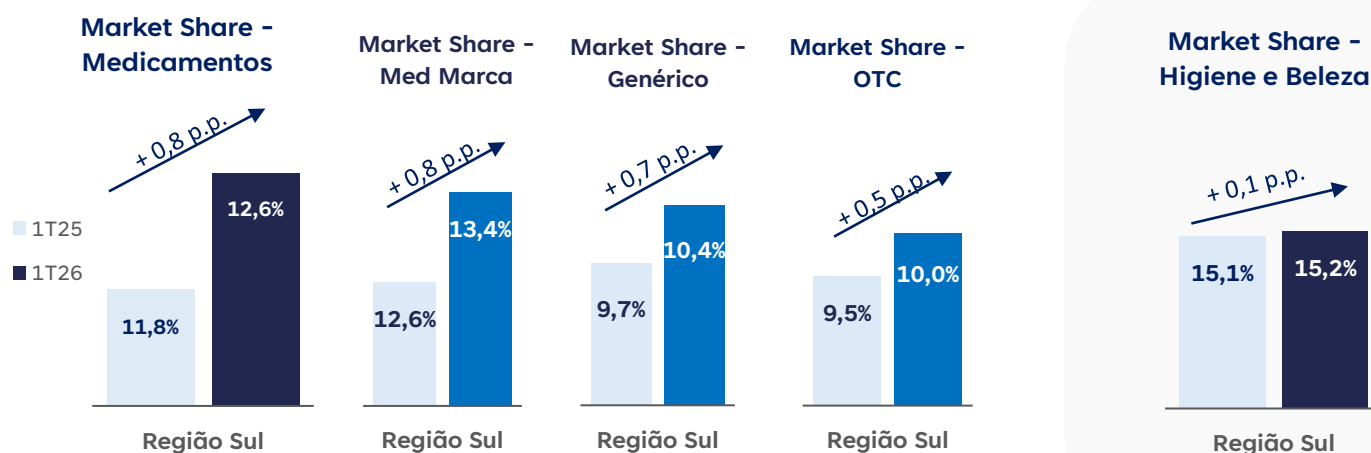
A Companhia segue enxergando muitas oportunidades para a Região Sul, em especial no interior dos Estados dessa região, oportunidades que continuarão a serem exploradas ao longo dos próximos períodos.



A Companhia também registrou ganho de *market share* em todas as categorias no 1T26, reforçando a consistência de sua estratégia comercial e a assertividade na gestão do mix.

Os Medicamentos atingiram market share de 12,6% na Região Sul, avanço de 0,8 p.p. em relação ao 1T25, com crescimento em todas as categorias. Esse desempenho foi impulsionado pelo forte crescimento de Genéricos, que avançou 0,7 p.p. no ano, e também pelos avanços em OTC, com crescimento 0,5 p.p. no período. Os Medicamentos de Marca também foram destaque e cresceram 0,8 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Em Higiene e Beleza, a Panvel manteve trajetória positiva, atingindo market share de 15,2% na Região Sul, um ganho de 0,1 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.



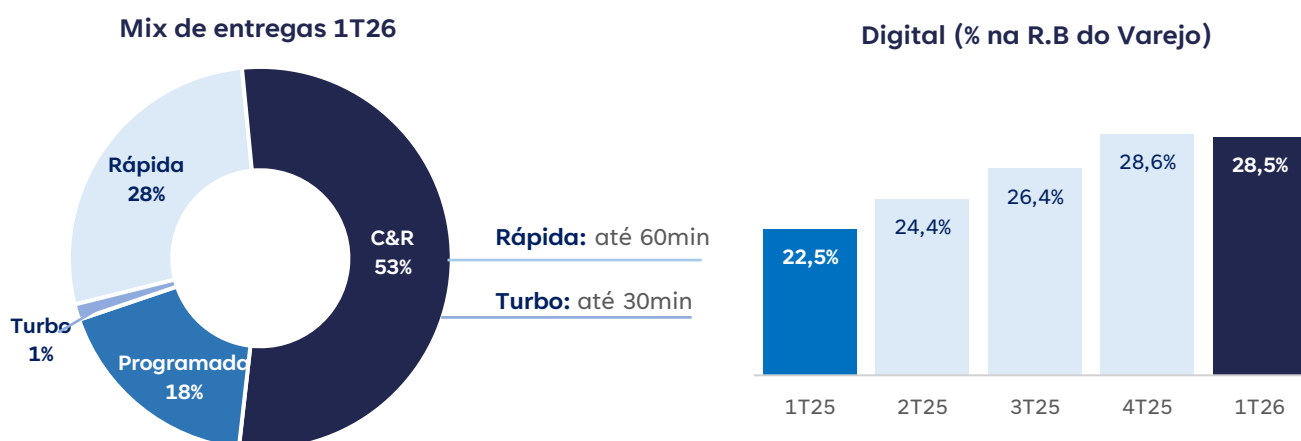
Fonte: IQVIA – Conceito sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo. A Panvel adota a premissa de reportar o market share na base IQVIA Preço Consumidor (CPP).

E-COMMERCE E INICIATIVAS DIGITAIS

Os canais digitais da Panvel seguiram em trajetória de crescimento no 1T26, reforçando o papel estratégico do Digital na nossa operação e contribuindo para uma jornada cada vez mais integrada e centrada no cliente.

No trimestre, as vendas do canal Digital representaram 28,5% da Receita Bruta do Varejo, um crescimento de 45,7% em relação ao 1T25, mantendo a consistência da evolução observada ao longo dos últimos períodos. Esse desempenho reflete a maturidade do nosso ecossistema digital e a eficiência da estrutura de entrega rápida, um dos pilares do nosso modelo de negócio.

Na Panvel, oferecemos uma experiência fluida e verdadeiramente *omnichannel* em todos os nossos canais não presenciais, fortalecendo nosso compromisso com a inovação e a excelência na experiência do cliente.



Outro ponto de destaque foi o crescimento das **vendas através do App, que no 1T26 apresentaram uma evolução de 95,5%** em relação ao 1T25. Esse forte crescimento do canal conversa com as estratégias de fidelização de nossa base de clientes, como também é peça fundamental para o elevado nível de **market share (e-commerce farma) no 1T26, que atingiu 29,4% na Região Sul, um crescimento de 1,1 p.p. frente 1T25**.

Em 2026, a evolução da experiência nos canais digitais da Panvel estará ancorada em 3 pilares que refletem a intenção da empresa de tornar a jornada ainda mais relevante e conveniente, nos colocando como facilitadores da rotina de cuidados com a saúde, beleza e bem-estar dos clientes e de sua família. Neste sentido, teremos uma frente de evolução na experiência de **Rotina de Saúde**, com novas ferramentas e serviços que irão facilitar ainda mais a manutenção do tratamento dos clientes crônicos; aprofundamento da **Rotina de Beleza**, com novos formatos de conteúdo e tecnologias para apoiar no processo de descoberta, inspiração e decisão; e um novo patamar de **personalização das jornadas**, oferecendo uma experiência com recomendações e ferramentas aderentes as necessidades de cada cliente.

A plataforma de **Retail Media Panvel Ads** seguiu em forte expansão no 1T26, com crescimento de 84% no faturamento em relação ao 1T25, consolidando-se como uma alavanca relevante de geração de receita incremental e de valor para as indústrias parceiras. A Panvel encerrou o trimestre com 189 lojas equipadas com telas de **Digital Signage**, conectando o ecossistema digital com os pontos de venda físicos. Para 2026, a Companhia tem como meta expandir o número de telas em 126% em relação a 2025, reforçando o posicionamento da **Panvel Ads** entre as principais plataformas de **retail media** do varejo farmacêutico brasileiro.

Estrutura Digital 1T26

Clique e Retire: 661 Lojas
 Entregas 1T26: 739.461
 Nível de Serviço: 94,8%
 Lojas Delivery: 427
 Mini CDs / Dark stores: 9 unidades

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

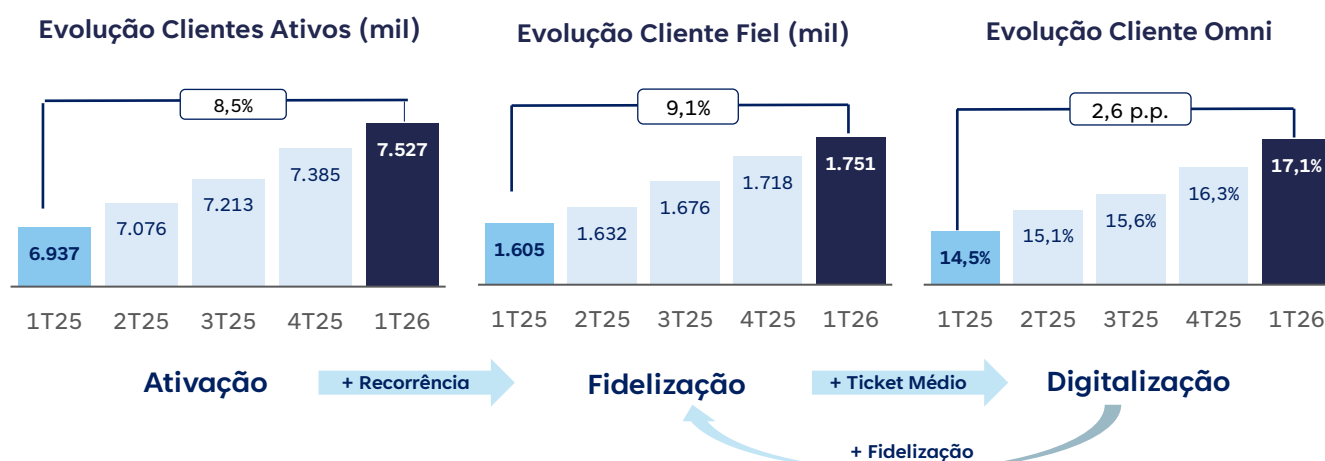
CLIENTES

O primeiro trimestre de 2026 seguiu a tendência de um avanço consistente na base de clientes, refletindo a assertividade da estratégia de ativação, fidelização e digitalização. Atingimos 29,0 milhões clientes cadastrados em nossa base, um crescimento de mais de 3 milhões no ano. **O número de Clientes Ativos* cresceu 8,5% em relação ao 1T25**, totalizando 7,5 milhões de clientes, refletindo o sucesso da estratégia de fidelização e aumento da recorrência, também convertendo clientes novos e recuperando clientes inativos.

Dentro dessa base, **os Clientes Fiéis* atingiram o total de 1,7 milhão, crescimento de 9,1% em relação ao 1T25**. 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.

Um dos destaques do trimestre foi a aceleração da digitalização da base, medida pela evolução dos Clientes Omni, aqueles que compram tanto pelos canais físicos quanto digitais. Esse perfil de cliente atingiu 17,1% da base ativa no 1T26, crescimento de 2,6 p.p. em relação ao 1T25. O avanço é relevante pois os clientes Omni apresentam frequência e ticket médio substancialmente superiores aos demais, tornando-se um dos principais vetores de crescimento de produtividade por loja e de geração de valor de longo prazo para a Panvel.

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



Em 2026, a Companhia segue avançando com iniciativas estratégicas voltadas ao fortalecimento do relacionamento com clientes e à ampliação do engajamento ao longo de toda a jornada de saúde. Entre as prioridades do ano, destacam-se a estruturação da **Trilha de Adesão ao Tratamento**, programa dedicado ao cliente crônico de uso contínuo, com comunicações personalizadas que apoiarão a continuidade terapêutica e ampliarão a recorrência; e a **Trilha Família**, jornada de relacionamento que acompanhará o cliente desde a gestação até os três anos da criança, endereçando um momento de alta frequência de consumo em saúde e cuidado. Paralelamente, seguiremos evoluindo o **Programa Prime**, nosso modelo de fidelização, com expansão de benefícios e aprofundamento do engajamento para aumento de frequência

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 março/2026*

IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

SMLLB3

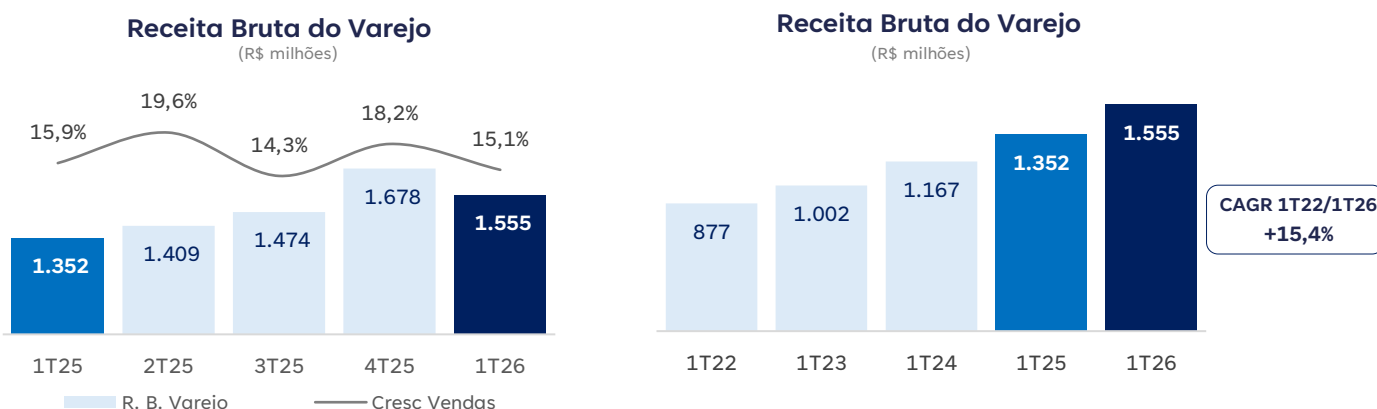
RECEITA BRUTA

A Receita Bruta Consolidada, que contempla todas as unidades de negócio da Companhia, totalizou R\$ 1.571 milhões no 1T26, representando um crescimento de 15,8% em relação ao 1T25.

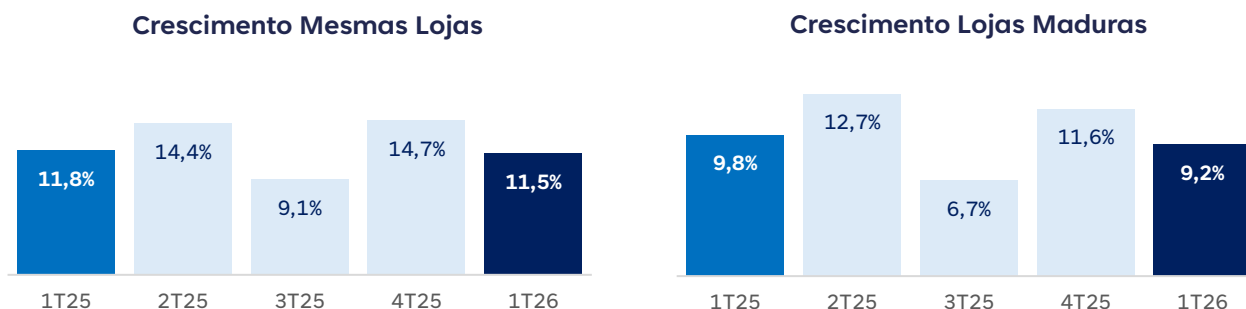
Varejo

No 1T26, a Panvel apresentou um crescimento de vendas de 15,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, apresentando uma Receita Bruta de R\$ 1.555 milhões.

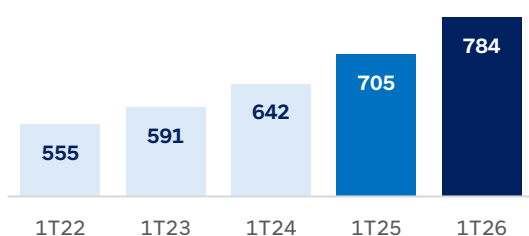
Ao analisarmos a taxa de crescimento composta do 1T22 ao 1T26, encontraremos uma taxa média (CAGR) de 15,4% ao longo do período, número muito robusto. A Panvel tem demonstrado uma capacidade consistente de sustentar um forte crescimento independente de fatores pontuais. A regularidade dessa trajetória, trimestre após trimestre é o indicador mais fiel da solidez do modelo de negócios e da assertividade da estratégia comercial executada ao longo dos anos.



A venda de **Mesmas Lojas** (Same Store Sales ou SSS) apresentou crescimento de 11,5% no 1T26 em comparação ao 1T25. No mesmo sentido, o desempenho das **Lojas Maduras** (Mature Same Store Sales ou MSSS) apresentou um crescimento de 9,2% em relação ao 1T25, muito acima da taxa de inflação do período (4,14% - IPCA acumulado do período).

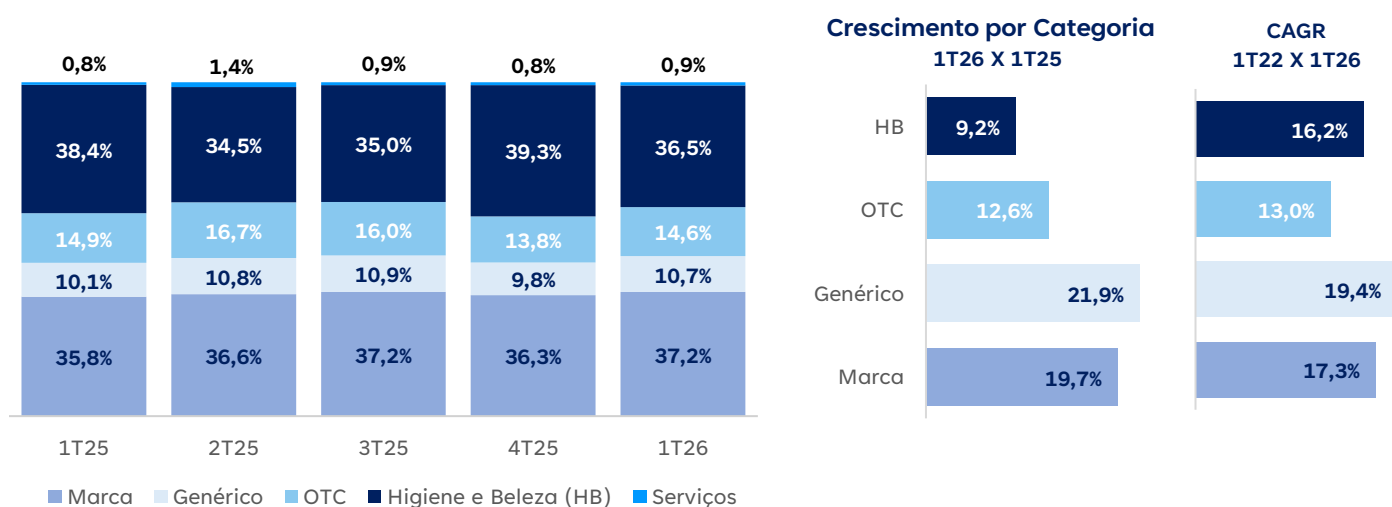


Venda média por loja (mil/mês)



Ao longo do 1T26 atingimos uma venda média de R\$ 784 mil/loja, crescimento de 11,2% vs 1T25, e uma venda média de R\$829 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 1T26 foi mais um trimestre em que os destaques de crescimento foram os Medicamentos. **A categoria apresentou crescimento expressivo, de 18,3% em relação ao 1T25, impulsionada pelo forte desempenho tanto de Medicamentos de Marca quanto de Genéricos**, reforçando a estratégia da Panvel de ampliar sua base de clientes de uso crônico e contínuo.

A categoria de **Medicamentos de Marca (RX)** registrou crescimento de **19,7% em relação ao 1T25**, expandindo sua participação no mix em 1,4 p.p., movimento alinhado à estratégia da Companhia de endereçar crescentemente as necessidades dos clientes de uso crônico e contínuo, além do forte crescimento dos produtos GLP-1.

A categoria de **Genéricos** apresentou o maior crescimento de receita do período, avançando **21,9% em relação ao 1T25** e expandindo sua participação 0,6 p.p. no mix. Esta categoria tem papel fundamental tanto na atração de fluxo de clientes às lojas quanto na sustentação de uma margem bruta saudável, sendo também uma alavanca-chave de ganho de *market share*.

A categoria de **OTC** apresentou crescimento de **12,6% em relação ao 1T25**, com leve recuo de 0,3 p.p. de participação no mix, reflexo do crescimento mais acelerado das demais categorias de medicamentos no período. O resultado reforça uma trajetória consistente de expansão nos últimos trimestres, acompanhada de ganhos de *market share* na Região Sul.

A categoria de **Higiene e Beleza (HB)** apresentou crescimento de **9,2% em relação ao 1T25**, com retração de 1,9 p.p. de *share* no mix. É importante destacar, que essa redução de participação no mix não reflete perda de competitividade, visto que a Panvel ganhou *market share* em Higiene e Beleza na Região Sul no trimestre, reforçando a assertividade da estratégia comercial adotada. Outro ponto importante, é que, dentro da categoria, **Produtos Panvel se destacaram com crescimento de 16,6% em relação ao 1T25, crescimento muito acima da média da categoria no trimestre.**

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

Panvel Clinic

No 1T26, os serviços representaram 0,9% da Receita Bruta de Varejo, um crescimento de 37,0% em relação ao 1T25. Segundo dados da IQVIA, a Panvel ampliou sua participação no mercado de serviços na Região Sul, alcançando 21,6% no trimestre (+0,8 p.p. vs. 1T25), impulsionado principalmente pelo desempenho da vacinação. **As vacinas responderam por 86,8% da receita do segmento, registrando crescimento de 45,8% no período.**

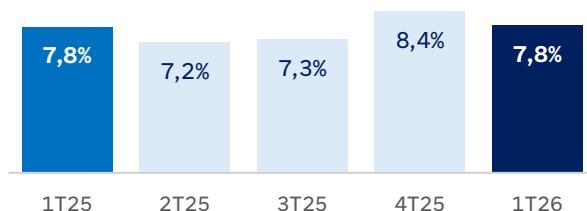


**Líder em
vacinação na
Região Sul**

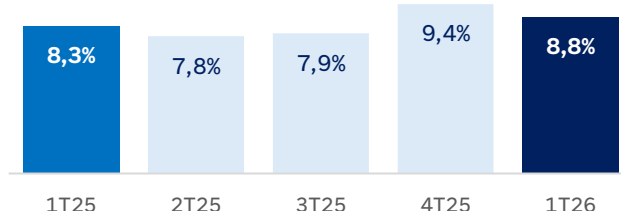
Market Share de
40,3% em vacinas

MARCAS EXCLUSIVAS

% Participação do Produtos Panvel nas Vendas Varejo

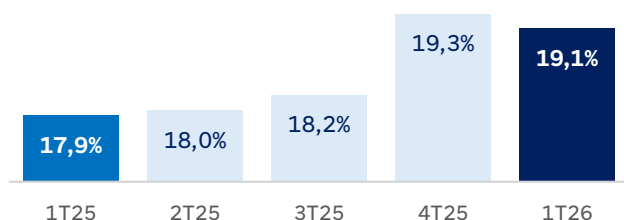


% Participação do Produtos Panvel nas Vendas Varejo Sem GLP-1



Os Produtos Panvel mantiveram trajetória consistente de crescimento no trimestre, reforçando seu papel como importante diferencial competitivo dentro do portfólio da Companhia. No 1T26, a marca própria representou 7,8% das vendas totais do Varejo, com avanço de 16,2% na comparação anual. A evolução da participação no consolidado foi parcialmente diluída pelo maior crescimento da categoria de Medicamentos no período, puxado pelo GLP-1. **Excluindo da base as vendas de produtos GLP-1, a participação de Produtos Panvel sai de 8,3% das vendas no 1T25 para 8,8% no 1T26, uma forte expansão de 0,5 p.p..**

% Participação do Produtos Panvel nas Vendas HB



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

Durante o trimestre, **foram lançados 84 novos SKUs de marca própria.** Com isso, o portfólio atingiu 1.268 SKUs ativos ao final de março, com destaque para as 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 325 milhões de visualizações no 1T26, com 19,9 mil novos seguidores e 332 mil interações. **No TikTok,** foram 28 mil novos seguidores no 1T26, 32,4 milhões de visualizações e 100,8 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 30,3% no 1T26,** e sustentam uma base sólida para a continuidade do crescimento para os próximos anos.



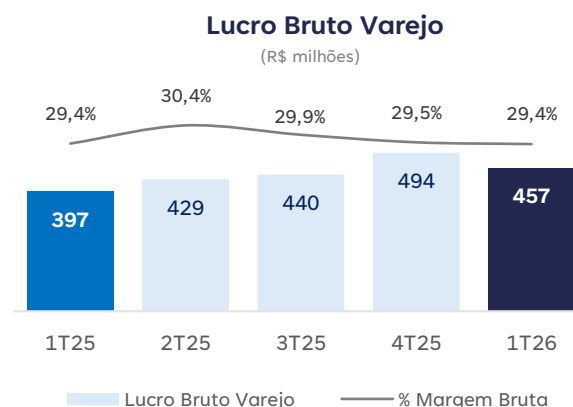
LUCRO BRUTO

A Companhia apurou um Lucro Bruto Consolidado (incluindo operações de Varejo e de outras unidades de negócio) de R\$ 462,7 milhões no 1T26, crescimento de 15,4% em relação ao 1T25, **representando 29,5% da Receita Bruta do período**, uma queda de 0,1p.p. vs 1T25.

Lucro Bruto do Varejo

O Lucro Bruto do Varejo atingiu R\$ 456,7 milhões no 1T26, **crescimento de 14,9% em relação ao 1T25, com margem bruta de 29,4%, estável na comparação anual.**

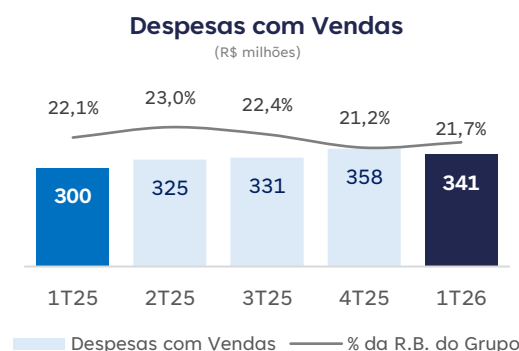
A manutenção da margem bruta do Varejo em patamar saudável, mesmo diante do forte crescimento de produtos GLP-1, demonstra a eficiência da estratégia comercial da Companhia. Esse equilíbrio foi sustentado pela maior penetração de Genéricos e de Produtos Panvel, pelo avanço consistente da operação de *retail media* e pela disciplina na gestão de precificação e nas negociações com fornecedores.



DESPESAS

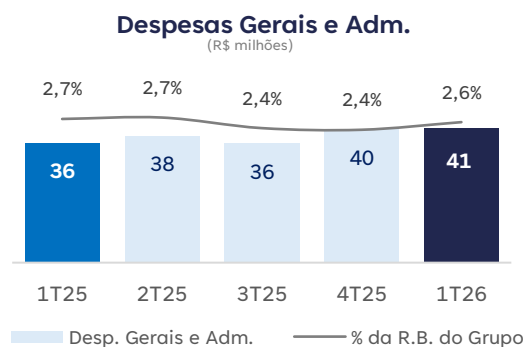
Despesas com Vendas

No 1T26, o total de Despesas com Vendas somou R\$ 340,7 milhões, representando 21,7% da Receita Bruta, **redução de 0,4 p.p. em relação ao 1T25**. Esse movimento está em linha com o compromisso da Companhia em diluir progressivamente as despesas com vendas, fruto dos ganhos de produtividade nas lojas e na logística. Destaque para os ganhos em despesas de pessoal e de aluguel.



Despesas Gerais e Administrativas

As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 40,8 milhões no 1T26, representando 2,6% da Receita Bruta, **redução de 0,1 p.p. em relação ao 1T25**. 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.

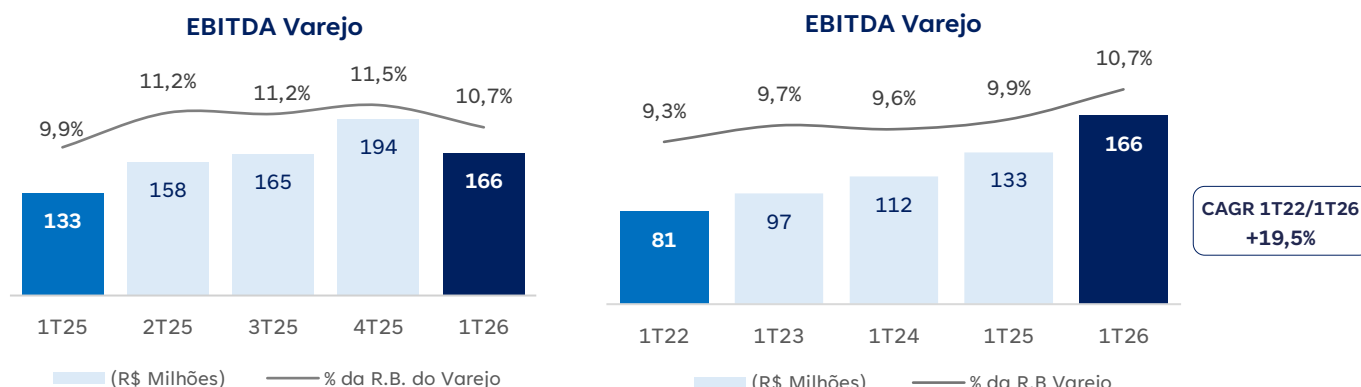


EBITDA VAREJO

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

No 1T26, o EBITDA do Varejo totalizou R\$ 165,9 milhões, crescimento de 24,3% em relação ao 1T25, com margem de 10,7% sobre a Receita Bruta, expansão de 0,8 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 ao longo do ano.

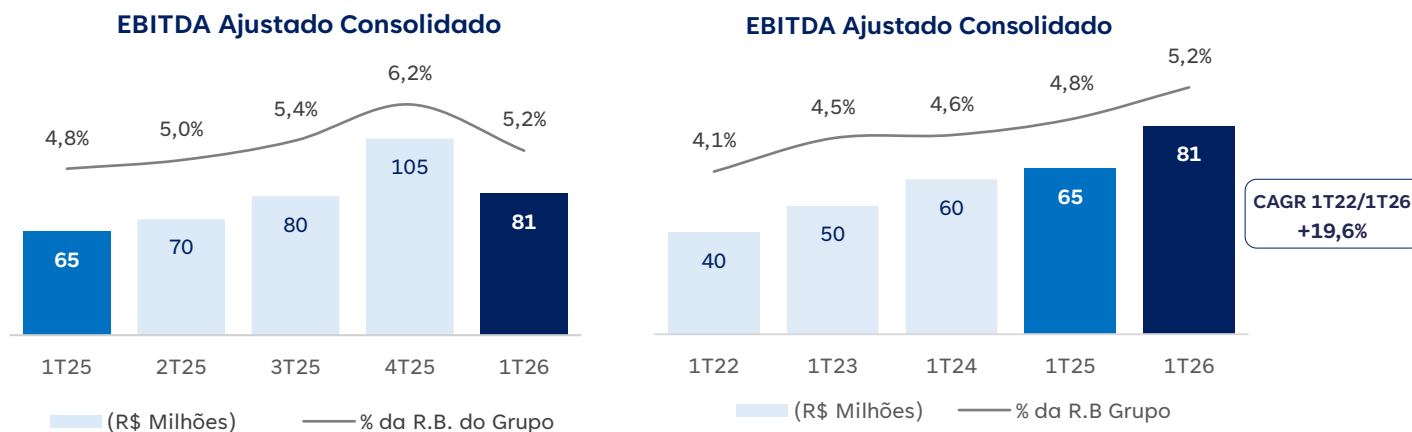
Ao analisarmos a série histórica, o EBITDA do Varejo apresenta uma taxa média composta de crescimento (CAGR) de 19,5% entre 1T22 e 1T26, resultado muito robusto que reflete os ganhos contínuos de produtividade em nossas lojas. Esse desempenho evidencia a capacidade da Companhia em sustentar ganhos estruturais de eficiência operacional, consolidando um novo patamar de rentabilidade para o negócio e reforçando a consistência da estratégia focada em produtividade e gestão de despesas.



EBITDA

No 1T26, apuramos um EBITDA ajustado de R\$ 81,2 milhões, representando um crescimento de 25,6% em relação ao 1T25, com uma margem equivalente a 5,2% 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 resultou em diluição de custos. Esse movimento também se reflete na visão dos últimos 12 meses (LTM): a margem EBITDA LTM atingiu 5,5% no 1T26, avanço de 0,5 p.p. em relação ao LTM do 1T25 (5,0%) e avanço de 0,1 p.p. em relação ao fechamento de 2025 (5,4%)

Ao analisarmos a evolução histórica, o EBITDA da Companhia apresentou um crescimento a uma taxa composta de 19,6% ao ano, entre 1T22 e 1T26, ritmo superior ao crescimento das vendas do Varejo no mesmo período. Essa performance reforça a consistência na captura de ganhos de eficiência e na disciplina de gestão de despesas, sustentando a evolução da rentabilidade e consolidando o novo patamar de EBITDA da Companhia.



IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

SMLLB3

RECONCILIAÇÃO EBITDA AJUSTADO

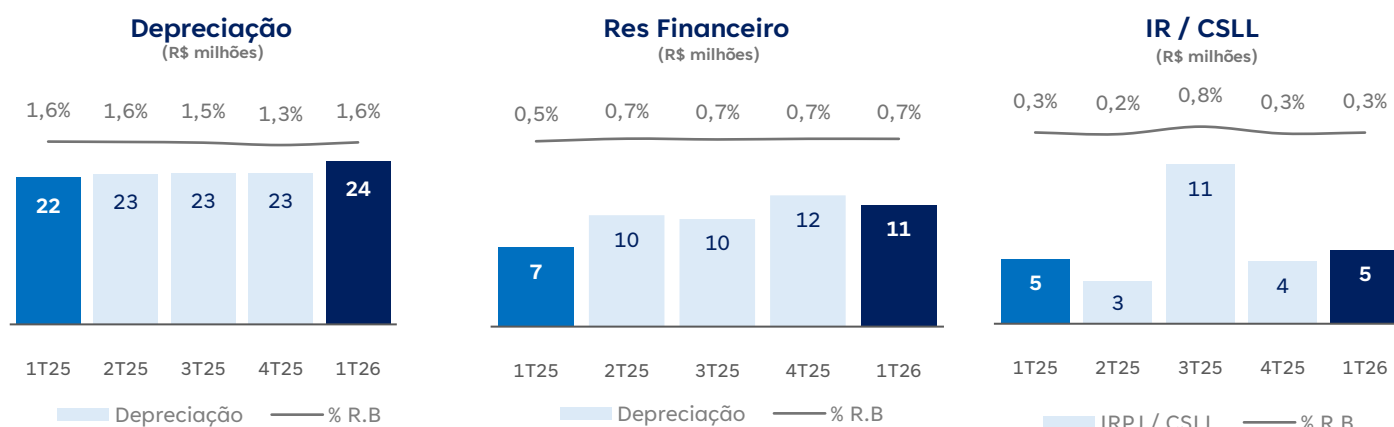
Reconciliação EBITDA	1T25	1T26	Δ Tri %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	26,9	35,6	32,3%
(+) Imposto de Renda	4,5	5,1	13,4%
(+) Resultado Financeiro	7,2	11,1	53,8%
EBIT	38,6	51,8	34,1%
(+) Depreciação e amortização	22,0	24,5	11,3%
EBITDA	60,6	76,3	25,8%
Participações/Distribuições	3,0	2,0	(32,6%)
Baixas de Ativos	0,2	0,3	74,9%
Outros Ajustes	0,8	0,3	(67,8%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	-	2,4	-
EBITDA Ajustado	64,6	81,2	25,6%
Margem EBITDA Ajustada	4,8%	5,2%	0,4 p.p.

DEPRECIÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CSLL

A Depreciação representou 1,6% da Receita Bruta, em linha com o 1T25. Este 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 0,2 p.p. na comparação anual, representando 0,7% da Receita Bruta do Grupo. O principal fator que explica esse impacto foi o crescimento da taxa de juros SELIC em relação ao primeiro trimestre do ano passado.

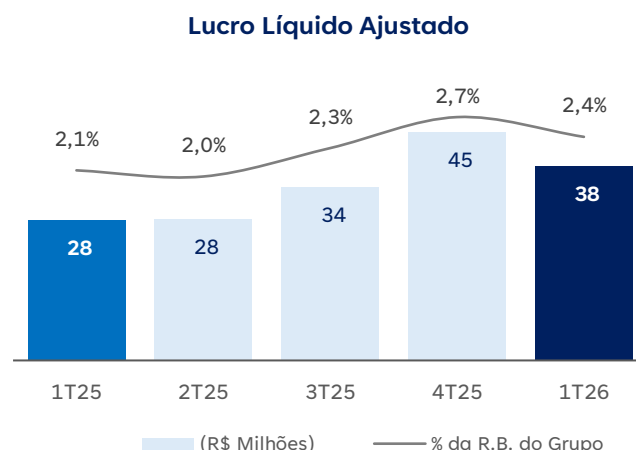
O IR/CSLL representou 0,3% da Receita Bruta, se mantendo estável em relação ao 1T25.



LUCRO LÍQUIDO

No 1T26, o Lucro Líquido Ajustado totalizou R\$ 38,5 milhões, crescimento de 38,1% em relação ao 1T25, com margem líquida de 2,4% da Receita Bruta, expansão de 0,3 p.p. sobre 1T25. O resultado reflete o forte desempenho operacional do período, que mais do que compensou o efeito negativo das despesas financeiras, causado pelo aumento do patamar da taxa de juros no Brasil.

Assim como observado no EBITDA, a expansão da margem líquida também se confirma na visão dos últimos 12 meses (LTM): a margem líquida LTM atingiu 2,4% no 1T26, avanço de 0,2 p.p. em relação ao LTM do 1T25 (2,2%) e avanço de 0,1 p.p. sobre o fechamento de 2025 (2,3%).



RECONCILIAÇÃO LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

Reconciliação Lucro Líquido	1T25	1T26	Var. %
(R\$ milhões)			
EBIT	38,6	51,8	34,1%
Resultado Financeiro	(7,2)	(11,1)	53,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda (LAIR)	31,4	40,7	29,6%
Imposto de Renda	(4,5)	(5,1)	13,4%
Lucro Líquido	26,9	35,6	32,3%
Baixas de Ativos	0,2	0,3	74,9%
Outros Ajustes (doações)	0,8	0,3	(67,8%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	0,0	2,4	-
Lucro Líquido Ajustado	27,8	38,5	38,1%
Margem Líquida Ajustada	2,1%	2,4%	0,3 p.p.

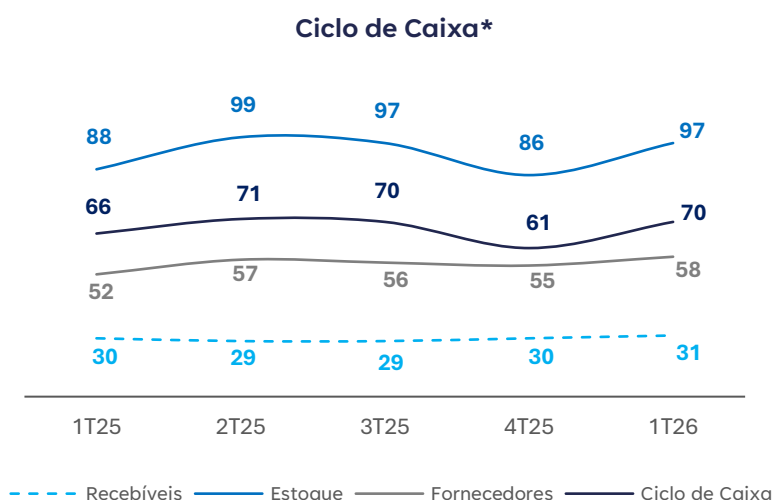
CICLO DE CAIXA

O Ciclo de Caixa da Companhia no 1T26 totalizou 70 dias, uma pequena pressão de 4 dias na comparação com o mesmo período do ano anterior.

O prazo médio de estoques fechou o trimestre no patamar de 97 dias, um aumento de 9 dias em relação ao 1T25, em linha com a expectativa da Companhia.

O prazo médio de fornecedores terminou o 1T26 em 58 dias, uma melhora de 6 dias em relação ao 1T25.

Por fim, o prazo de recebimento fechou o 1T26 em 31 dias, um aumento de 1 dia em relação ao mesmo período do ano passado.



*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\$ 12,4 milhões no 1T26, marcando o quinto 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, mesmo crescendo vendas e mantendo um patamar elevado de investimentos.

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

ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (em R\$ milhões)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Dívida de Curto Prazo	130,2	115,4	109,0	191,8	130,4
Dívida de Longo Prazo	397,1	395,1	588,3	520,2	470,5
(-) Instrumentos Financeiros	0,6	0,5	5,5	5,4	-
Dívida Bruta	527,9	511,0	702,9	717,3	600,9
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	204,4	194,1	392,1	430,5	304,0
Dívida / Caixa Líquido	323,6	316,9	310,8	286,8	296,9
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM	1,22x	1,10x	1,05x	0,90x	0,88x
Custo CDI+	(1,1%)	(1,3%)	(1,3%)	(1,2%)	(1,6%)

No 1T26, a relação dívida líquida/EBITDA da Panvel reduziu para 0,88x EBITDA, continuando a trajetória de desalavancagem iniciada em 2025 e atingindo o menor patamar dos últimos trimestres. Esse movimento reflete a combinação de forte geração de caixa operacional com disciplina na alocação de capital, reforçando a solidez da estrutura financeira da Companhia.

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. No 1T26, o custo médio da dívida atingiu CDI - 1,6%, consolidando a Panvel como a empresa de menor custo de dívida do setor e reforçando a qualidade da gestão financeira da Companhia.

INVESTIMENTOS

Realizamos no 1T26 investimentos que totalizaram R\$ 26,4 milhões, uma redução de 16,4% em relação ao 1T25. A redução no volume de investimentos na Logística no 1T26 está em linha com a expectativa da Companhia, que pretende continuar capturando bons retornos sobre o capital já alocado nos exercícios passados.

(em R\$ milhões)	1T25	1T26	△
Abertura de Lojas	14,6	11,5	(21,0%)
Reforma de Lojas	0,6	3,2	465,5%
TI	8,1	9,0	11,0%
Logística e Outros	8,4	2,7	(67,3%)
Total	31,6	26,4	(16,4%)

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	1T26 Ajuste	IAS 17
(em milhares)			
Receita Bruta	1.570.813	-	1.570.813
Lucro Bruto	462.688	-	462.688
% R.B	29,5%	-	29,5%
Despesas com Vendas	(287.037)	(53.657)	(340.695)
Despesas Administrativas	(40.772)	-	(40.772)
Total Despesas	(327.809)	(53.657)	(381.466)
% R.B	20,9%	(3,4%)	24,3%
EBITDA Ajustado	134.879	(53.657)	81.222
% R.B	8,6%	-3,4%	5,2%
Depreciação e amortização	(61.791)	37.300	(24.491)
Participações/Distribuições	(2.021)	-	(2.021)
Outros Ajustes	(2.900)	-	(2.900)
Resultado Financeiro	(30.991)	19.884	(11.107)
IRPJ/CSLL	(3.945)	(1.199)	(5.144)
Lucro Líquido	33.231	2.328	35.559
% R.B	2,1%	0,2%	2,3%

Balanço Patrimonial

ATIVO	IFRS 16			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	1T25	1T26	Var. %			1T25	1T26	Var. %
(em milhares)								
Ativo Circulante	1.788.283	2.145.465	20,0%	373	158	1.788.656	2.145.623	20,0%
Caixa e equivalentes de caixa	88.226	17.277	-80,4%			88.226	17.277	-80,4%
Aplicações Financeiras	116.124	286.726	146,9%			116.124	286.726	146,9%
Clientes	451.617	542.282	20,1%	373	158	451.990	542.440	20,0%
Estoque	958.242	1.183.765	23,5%			958.242	1.183.765	23,5%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	14.686	3.810	-74,1%			14.686	3.810	-74,1%
Tributos a recuperar	45.403	22.802	-49,8%			45.403	22.802	-49,8%
Outras contas a receber	113.571	88.389	-22,2%			113.571	88.389	-22,2%
Propriedades disponíveis para venda	414	414	0,0%			414	414	0,0%
Ativo Não Circulante	1.386.714	1.518.049	9,5%	(648.309)	(732.602)	738.405	785.447	6,4%
Tributos diferidos	62.804	57.157	-9,0%	(24.407)	(26.920)	38.397	30.237	-21,3%
Impostos a recuperar	13.026	14.117	8,4%			13.026	14.117	8,4%
Depósitos judiciais	4.754	3.618	-23,9%			4.754	3.618	-23,9%
Outros ativos	208	864	315,4%			208	864	315,4%
Despesas antecipadas	4.950	1.004	-79,7%			4.950	1.004	-79,7%
Investimentos	8.611	9.140	6,1%			8.611	9.140	6,1%
Imobilizado	569.964	618.402	8,5%			569.964	618.402	8,5%
Intangível	98.495	108.066	9,7%			98.495	108.066	9,7%
Direito de Uso	623.902	705.681	13,1%	(623.902)	(705.681)	-	-	-
Ativo Total	3.174.997	3.663.514	15,4%	(647.936)	(732.444)	2.527.061	2.931.070	16,0%
PASSIVO								
(em milhares)								
Passivo Circulante	940.753	1.184.327	25,9%	(131.190)	(137.998)	809.563	1.046.329	29,2%
Fornecedores	456.778	680.522	49,0%			456.778	680.522	49,0%
Empréstimos e financiamentos	130.233	130.402	0,1%			130.233	130.402	0,1%
Instrumentos Financeiros	595	-	-			595	-	-
Arrendamento - IFRS 16	131.190	137.998	5,2%	(131.190)	(137.998)	-	-	-
Salários e encargos sociais	85.590	90.533	5,8%			85.590	90.533	5,8%
Participações a pagar	13.004	18.254	40,4%			13.004	18.254	40,4%
Impostos, taxas e contribuições	41.874	49.023	17,1%			41.874	49.023	17,1%
Dividendos e juros s/capital próprio	6.216	14.161	127,8%			6.216	14.161	127,8%
Outros passivos	75.273	63.434	-15,7%			75.273	63.434	-15,7%
Passivo Não Circulante	988.419	1.178.914	19,3%	(564.123)	(646.704)	424.296	532.210	25,4%
Empréstimos e financiamentos	397.074	470.541	18,5%			397.074	470.541	18,5%
Arrendamento - IFRS 16	564.123	646.704	14,6%	(564.123)	(646.704)	-	-	-
Outras Obrigações	7.694	8.735	13,5%			7.694	8.735	13,5%
Dividendos e juros s/ capital próprio	11.511	45.311	293,6%			11.511	45.311	293,6%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	8.017	7.623	-4,9%			8.017	7.623	-4,9%
Patrimônio líquido	1.245.825	1.300.273	4,4%	47.378	52.257	1.293.203	1.352.530	4,6%
Capital social	981.773	1.212.695	23,5%			981.773	1.212.695	23,5%
Reserva de Capital	(22.217)	(23.595)	6,2%			(22.217)	(23.595)	6,2%
Reserva de lucros	273.683	90.942	-66,8%			273.683	90.942	-66,8%
Outros resultados abrangentes	120	-	-			120	-	-
Lucros Acumulados	12.466	20.231	62,3%	47.378	52.257	59.844	72.488	21,1%
Passivo Total e Patrimônio líquido	3.174.997	3.663.514	15,4%	(647.936)	(732.444)	2.527.061	2.931.070	16,0%

Demonstração de Resultados

DRE TRIMESTRE	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	1T25	1T26	Var. %	1T25	1T26	1T25	1T26	Var. %
(em milhares)								
Receita Bruta	1.356.696	1.570.813	15,8%			1.356.696	1.570.813	15,8%
Impostos e devoluções	(98.008)	(121.152)	23,6%			(98.008)	(121.152)	23,6%
Receita Líquida	1.258.688	1.449.661	15,2%			1.258.688	1.449.661	15,2%
Custos das mercadorias vendidas	(857.593)	(986.973)	15,1%			(857.593)	(986.973)	15,1%
Lucro Bruto	401.095	462.688	15,4%			401.095	462.688	15,4%
Despesas	(347.765)	(394.521)	13,4%	(14.696)	(16.357)	(362.461)	(410.878)	13,4%
Com Vendas	(320.583)	(350.323)	9,3%	(14.696)	(16.357)	(335.279)	(366.680)	9,4%
Gerais e Administrativas	(42.866)	(47.933)	11,8%	-	-	(42.866)	(47.933)	11,8%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	15.684	3.735	-76,2%	-	-	15.684	3.735	-76,2%
Resultado Financeiro	(24.057)	(30.991)	28,8%	16.837	19.884	(7.220)	(11.107)	53,8%
Despesas Financeiras	(43.547)	(47.422)	8,9%	-	-	(26.710)	(27.538)	3,1%
Receitas Financeiras	19.490	16.431	-15,7%	16.837	19.884	19.490	16.431	-15,7%
Lucro antes do IR, CSLL e Participações	29.273	37.176	27,0%	2.142	3.527	31.415	40.703	29,6%
IR e CSLL	(3.807)	(3.945)	3,6%	(728)	(1.199)	(4.535)	(5.144)	13,4%
Lucro Líquido do exercício	25.466	33.231	30,5%	1.413	2.328	26.879	35.559	32,3%

Reconciliação EBITDA	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	1T25	1T26	Var. %	1T25	1T26	1T25	1T26	Var. %
(R\$ milhões)								
Lucro Líquido	25,5	33,2	30,5%	1,4	2,3	26,9	35,6	32,3%
(+) Imposto de Renda	3,8	3,9	3,6%	0,7	1,2	4,5	5,1	13,4%
(+) Resultado Financeiro	24,1	31,0	28,8%	(16,8)	(19,9)	7,2	11,1	53,8%
EBIT	53,4	68,1	27,4%	(14,7)	(16,4)	38,6	51,8	34,1%
(+) Depreciação e amortização	56,5	61,8	9,3%	(34,5)	(37,3)	22,0	24,5	11,3%
EBITDA	109,9	129,9	18,2%	(49,2)	(53,7)	60,6	76,3	25,8%
Participações/Distribuições	3,0	2,0	(32,6%)	-	-	3,0	2,0	(32,6%)
Baixas de Ativos	0,2	0,3	74,9%	-	-	0,2	0,3	74,9%
Outros Ajustes	0,8	0,3	(67,8%)	-	-	0,8	0,3	(67,8%)
Provisão Consultoria de Planejamento Estratégico	-	2,4	-	-	-	0,0	2,4	-
EBITDA Ajustado	113,8	134,9	18,5%	(49,2)	(53,7)	64,6	81,2	25,6%
Margem EBITDA Ajustada	8,4%	8,6%	0,2 pp			4,8%	5,2%	0,4 pp

Demonstração do Fluxo de Caixa

Fluxo de caixa das atividades operacionais	1T25	1T26	Var %
Lucro líquido do exercício	25.466	33.231	30,5%
Ajustes por:			
Depreciação/amortização do ativo imobilizado e intangível	56.833	62.054	9,2%
Provisão para passivos contingentes	649	-	-
Custo do imobilizado e intangível baixado	167	216	29,3%
Provisão para devedores duvidosos	(111)	835	-852,3%
Provisão para perdas de estoque	227	77	-66,0%
Opção de compra ou subscrição de ações	1.861	2.021	8,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(1.187)	2.793	-335,3%
Imposto de renda e contribuição social correntes	4.993	1.152	-76,9%
Despesa de juros de empréstimos e financiamentos	(4.390)	14.559	-431,6%
Despesa de juros de arrendamento mercantil	16.837	19.886	18,1%
Amortização de custos de transação	-	506	-
Receita de juros de aplicações financeiras	(4.669)	(11.125)	138,3%
Variação cambial de aplicações financeiras	-	756	-
Resultado líquido venda de imobilizado	-	(2.924)	-
Total de Ajustes	71.210	90.806	27,5%
Variações nos ativos e passivos			
Contas a receber de clientes	(6.804)	31.065	-556,6%
Estoques	193.047	(17.288)	-109,0%
Fornecedores	(174.045)	(45.128)	-74,1%
Fornecedores risco sacado	-	343	-
Impostos e contribuições sociais a pagar	(2.825)	(4.323)	53,0%
Depósitos judiciais	(25)	587	-
Imposto de renda e contribuição social pagos	(6.342)	(1.246)	-80,4%
Impostos a recuperar	(15.555)	661	-104,2%
Demais grupos do ativo	40.436	8.879	-78,0%
Demais grupos do passivo	(24.941)	(20.297)	-18,6%
Caixa líquido gerado (usado) nas atividades operacionais	99.622	77.290	-22,4%
Fluxo de caixa das atividades de investimento			
Aquisição de ativo imobilizado	(23.133)	(19.202)	-17,0%
Aquisição de ativo intangível	(8.482)	(7.220)	-14,9%
Aplicações financeiras	(52.324)	(68.873)	31,6%
Resgate de aplicações financeiras	74.282	179.267	141,3%
Outros Investimentos	-	-	-
Recebimento por vendas de imobilizado	-	3.000	-
Caixa líquido usado nas atividades de investimento	(9.657)	86.972	-1000,6%
Fluxo de caixa das atividades de financiamento			
Pagamento de dividendos e juros sobre o capital próprio	(7.737)	(9.787)	26,5%
Aquisição de ações próprias	(1.356)	(1.637)	20,7%
Captações de empréstimos /financiamentos (principal)	95.342	-	-100,0%
Pagamento de arrendamentos mercantis	(49.681)	(53.210)	7,1%
Amortização de principal de financiamento	(90.000)	(90.000)	0,0%
Amortização de juros de financiamento	(28.302)	(36.096)	27,5%
Caixa líquido gerado (usado) nas atividades de financiamento	(81.734)	(190.730)	133,4%
Aumento (redução) líquido do saldo de caixa e equivalentes de caixa	8.231	(26.468)	(421,6%)
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	79.995	43.745	-45,3%
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	88.226	17.277	-80,4%