

Relatório de Sustentabilidade 2025



Sumário

Introdução

Boas-vindas.....03

Mensagem do Presidente06

Destaques 202508

Quem Somos

O Grupo Panvel.....10

Nossos negócios.....11

Presença.....12

Mapa de geração de valor13

Valor futuro 2025-203014

Prêmios e reconhecimentos15

Cuidar do Negócio

Estrutura societária17

Governança corporativa.....18

Desempenho financeiro.....23

Estratégias de atuação25

Ética e combate à corrupção45

Gestão de riscos47

Gestão da cadeia de fornecimento50

Inovação e tecnologia52

Segurança da informação e
privacidade de dados60

Cuidar das Pessoas

Nosso time.....63

Engajamento e desenvolvimento de
comunidades.....77

Cuidar do Planeta

Combate às mudanças climáticas.....85

Gestão do uso de energia89

Gestão de resíduos91

Anexos

Índice GRI94

Índice SASB.....101

Mapa de ODS.....103

Créditos104



01

Introdução

Boas-vindas.....	03
Mensagem do Presidente.....	06
Destaques 2025	08



Boas-vindas

Compartilhamos com nossos *stakeholders* e com a sociedade como nossa atuação, inspirada pelo cuidado, gera valor para clientes, colaboradores, comunidades, meio ambiente e parceiros de negócios. As informações reportadas abarcam o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025. **GRI 2-3**

A elaboração do conteúdo segue diretrizes internacionais de reporte, como os GRI Standards, da Global Reporting Initiative (GRI), e os indicadores setoriais de Varejo Farmacêutico da Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Apresentamos também a geração de valor considerando os capitais do Relato Integrado, em um **movimento de evolução dos nossos reportes, fortalecendo a narrativa de criação de valor e ampliando o alinhamento às novas normas regulatórias de sustentabilidade**. A definição dos indicadores e da narrativa foi estruturada a partir da identificação dos temas materiais para o negócio, e as informações reportadas abrangem todas as unidades do Grupo Panvel.

O Relatório de Sustentabilidade 2025 foi avaliado e aprovado pelo Comitê de Auditoria e pelo Comitê ESG, garantindo precisão e transparência na apresentação das iniciativas, dos desafios e dos progressos relacionados à abordagem ESG. **GRI 2-14**

Boa leitura!

Diretrizes e frameworks



Temas materiais

Direcionam os tópicos abordados no Relatório, levando em conta nossos impactos ESG. Os temas materiais são apresentados na página 5.



ODS

Na abertura dos capítulos, destacamos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) relacionados aos conteúdos apresentados, reforçando nosso compromisso com a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). Na página 103, publicamos o Mapa de ODS, com as páginas em que são abordados os ODS prioritários para o negócio.



SASB

Utilizamos os indicadores da Sustainability Accounting Standards Board (SASB) desenvolvidos para o setor de *Drug Retailers*. No início de cada capítulo, identificamos com a sigla SASB- os indicadores respondidos. Na página 101, publicamos um Índice de Conteúdo SASB, que indica a página em que são reportados.



GRI

Utilizamos como base os GRI Standards. No início de cada capítulo, identificamos, com a sigla GRI-, os conteúdos respondidos. Na página 94, publicamos um Sumário de Conteúdo GRI, que indica as páginas em que são reportados.

Materialidade

O processo de definição dos temas materiais, realizado em 2024, envolveu uma pesquisa de *benchmark* setorial e de mercado para identificar os principais tópicos abordados por empresas do setor, além de diálogos com gerentes e diretores para definir os temas mais relevantes para a Companhia. **GRI 3-1**

- Pesquisa de *benchmark* setorial e de mercado, com análise dos principais tópicos abordados por empresas de referência;
- Avaliação de índices de sustentabilidade, como o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3), S&P Global e MSCI ESG Ratings, para identificar tendências relevantes e padrões de mercado; **GRI 3-1**

Além disso, realizamos uma consulta com *stakeholders* prioritários, elencados a partir de seu impacto, influência e relacionamento com a Companhia. Os pesos atribuídos a cada grupo foram definidos conforme sua relevância estratégica, seguindo um estudo detalhado de impacto e influência. **GRI 3-1**

A partir dos resultados da consulta, do *benchmark* e do diálogo com as lideranças, construímos nossa Matriz de Materialidade, que elencou nove temas materiais e três temas estratégicos:

Temas materiais GRI 3-2



1. Ética e combate à corrupção



2. Segurança da informação e privacidade dos dados



3. Gestão de riscos



4. Inovação de produtos e serviços



5. Resultados e performance econômica



6. Gestão da cadeia de fornecedores



7. Gestão de resíduos



8. Gestão do uso de energia



9. Capacitação e educação

Temas estratégicos



10. Combate às mudanças climáticas



11. Diversidade, igualdade e não discriminação



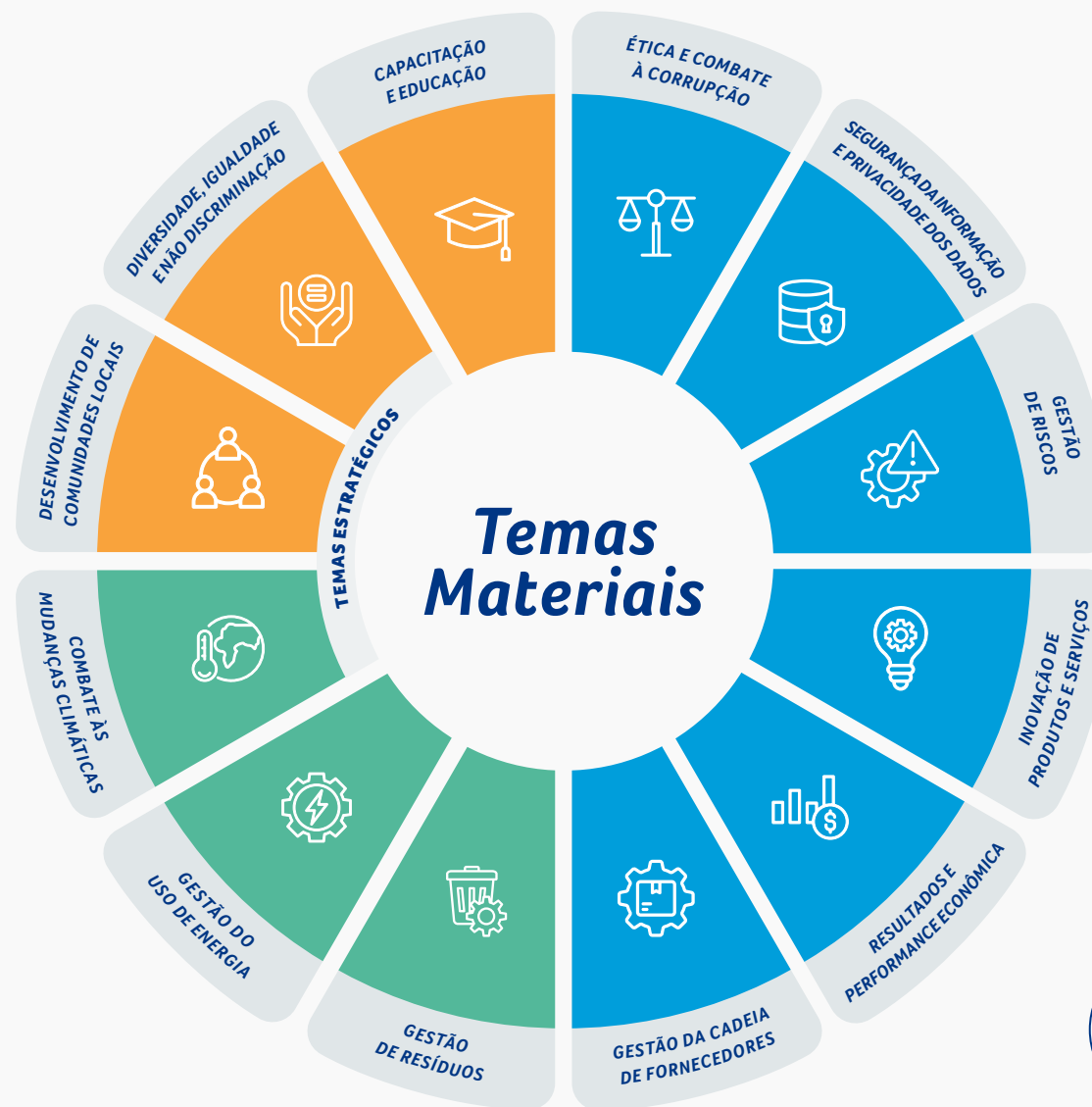
12. Engajamento e desenvolvimento das comunidades locais

Ética e combate à corrupção

Impacto direto e indireto ao negócio

A **ética e o combate à corrupção** são pilares essenciais para a sustentabilidade e a continuidade do nosso negócio. O tema abrange **políticas, procedimentos e práticas voltadas à promoção da integridade, transparência e responsabilidade nas relações institucionais**. Envolve ações preventivas e protocolos para o tratamento adequado de casos de descumprimento, garantindo a apuração com seriedade e conformidade legal. Inclui também a comunicação clara, contínua e acessível sobre o tema, assegurando que **colaboradores e fornecedores compreendam e sigam os princípios éticos** que orientam a atuação da Companhia.

Saiba mais sobre nossa gestão da ética e combate à corrupção na página 45.



Passe o mouse nos ícones para mais informações

- Governança e negócio
- Meio ambiente
- Social

Mensagem do Presidente

GRI 2-22

O ano de 2025 marcou o encerramento de um ciclo importante para a Panvel. Há cinco anos, assumimos o compromisso de acelerar o crescimento do negócio, ampliar nossa relevância junto aos clientes e fortalecer nossa capacidade de gerar valor de forma sustentável. Hoje, ao olhar para os resultados alcançados, temos a convicção de que cumprimos essa promessa.

Ao longo da nossa história, aprendemos que o crescimento sustentável é resultado de escolhas consistentes, da disciplina na execução e da capacidade de equilibrar visão de longo prazo com a agilidade necessária para responder às transformações do mercado.

Entre 2020 e 2025, dobramos o tamanho do nosso negócio, ampliamos nossa presença, fortalecemos nossas marcas e aceleramos nossa transformação digital. Crescemos porque mantivemos uma estratégia clara, ancorada em nosso principal diferencial: a combinação única entre saúde e beleza. Transformamos cada atendimento em uma oportunidade de contribuir para a rotina de milhões de clientes.

Nossa marca própria continuou desempenhando um papel fundamental nessa trajetória. Consolidamos um portfólio que combina qualidade, inovação e acessibilidade, fortalecendo a confiança dos consumidores e ampliando nossa capacidade de gerar diferenciação e valor de longo prazo.

Também evoluímos nossa estratégia comercial, fortalecendo categorias estratégicas, expandindo nossos serviços de saúde e consolidando nossa posição em higiene e beleza. Com o apoio da inteligência de dados e de uma compreensão cada vez mais profunda do comportamento dos clientes, avançamos na construção de experiências mais relevantes, personalizadas e conectadas às necessidades de cada jornada.

Ao mesmo tempo, demonstramos que o futuro do varejo não está na escolha entre o físico e o digital, mas na integração entre ambos. Seguimos fortalecendo nossas lojas como espaços de acolhimento, orientação e relacionamento humano, enquanto ampliamos significativamente nossa presença digital, oferecendo conveniência, personalização e uma experiência fluida em todos os pontos de contato. Hoje, acompanhamos nossos clientes onde quer que eles estejam, conectando canais, dados e serviços em uma única jornada.

Em um cenário de constantes transformações sociais, tecnológicas e demográficas, acreditamos que o futuro será construído por organizações capazes de combinar excelência operacional, inovação, proximidade com o cliente e geração de impacto positivo para a sociedade.

Nesse contexto, a tecnologia e a inovação tornaram-se pilares centrais da nossa estratégia. Em 2025, ampliamos significativamente a aplicação de inteligência artificial em diferentes áreas do negócio, utilizando dados e tecnologia para aprimorar a experiência dos clientes, apoiar decisões comerciais, otimizar estoques, personalizar jornadas e aumentar a produtividade das equipes. Mais do que uma ferramenta de eficiência, entendemos a inteligência artificial como um instrumento para potencializar o talento humano e ampliar nossa capacidade de cuidar.

Esse avanço só é possível porque contamos com pessoas preparadas para liderar a transformação. Com mais de 12 mil colaboradores, seguimos investindo no desenvolvimento de lideranças, na capacitação contínua e no fortalecimento de uma cultura que valoriza o protagonismo, a inovação e a aprendizagem constante. Temos a convicção de que os melhores resultados surgem quando combinamos tecnologia, processos e pessoas engajadas por um propósito comum.

Olhando para frente, iniciamos um novo ciclo de cinco anos. Nossa visão para 2030 é clara: dobrar, mais uma vez, o tamanho do nosso negócio. Isso significa dobrar o faturamento da Panvel, aumentar a produtividade das nossas lojas, evoluir ainda mais a experiência dos clientes nos canais físico e digital, ampliar nossa participação de mercado e gerar resultados cada vez mais consistentes.

Tudo isso de forma sustentável, fortalecendo nossa posição como referência em saúde e beleza e ampliando nossa relevância para clientes, colaboradores, parceiros, fornecedores e investidores.

Queremos ser uma companhia cada vez mais orientada por dados, impulsionada por tecnologia e reconhecida pela excelência das experiências que entrega. Seguiremos expandindo nosso ecossistema físico e digital, acelerando a inovação, desenvolvendo nossas pessoas e fortalecendo nossa capacidade de gerar valor compartilhado para toda a sociedade.

Temos consciência de que o crescimento só faz sentido quando acontece de forma responsável. Por isso, seguimos comprometidos com uma gestão ética, com a geração de oportunidades para as pessoas, com a inovação sustentável e com a construção de um negócio capaz de criar valor duradouro para as próximas gerações.

Agradeço aos nossos colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros, investidores e comunidades por fazerem parte dessa jornada. O que construímos até aqui nos dá confiança para olhar para o futuro. E é com essa confiança que iniciamos um novo ciclo, determinados a continuar evoluindo, inovando e cuidando da vida das pessoas todos os dias.

Julio Mottin Neto

Presidente Executivo



Destaques 2025



R\$3,2 milhões

arrecadados pelo
Troco Amigo



33

novas salas
Clinic

356.984 mil

serviços farmacêuticos
prestados

80%



das operações abastecidas por
energia limpa

31 toneladas



de medicamentos descartados
pelo Programa Destino Certo



R\$160 milhões
em investimentos



42



novas lojas inauguradas
durante o ano

13,9%



de marketshare na região sul,
um incremento de 0,7 p.p.
em relação ao ano anterior

R\$1,5 bilhões



em vendas em canais digitais

758.585



entregas delivery realizadas
durante o ano

02

Quem Somos

O Grupo Panvel.....	10
Nossos negócios.....	11
Presença.....	12
Mapa de geração de valor	13

Valor futuro 2025-2030	14
Prêmios e reconhecimentos	15

ODS RELACIONADOS



O Grupo Panvel

O Grupo Panvel é um ecossistema integrado de saúde, bem-estar e cuidado, em constante evolução, conectado às pessoas por meio de soluções, serviços e experiências que colocam o cuidado no centro da estratégia do negócio.

Há quase seis décadas, transformamos propósito em prática cotidiana. É assim que, por meio de um cuidado próximo, contínuo e genuíno, seguimos ocupando um lugar de relevância entre as maiores redes de farmácias do país.

Nossa operação se estrutura em 659 lojas, um laboratório dedicado ao desenvolvimento de produtos de alta qualidade, incluindo nossa marca própria, e dois centros de distribuição, responsáveis por assegurar o abastecimento diário e sustentar a eficiência logística em toda a rede. **GRI 2-1 | 2-6**

Nossos números

28,2 milhões



» Clientes
em nossa base, dos quais 7,4 milhões são clientes ativos¹ e 1,7 milhões são clientes fiéis²

R\$ 5,94 bilhões



» em Receita Bruta do Grupo,
um acréscimo de 11,5% em comparação a 2024

11.774



» Colaboradores

R\$ 5,91 bilhões



» em Receita Bruta do Varejo,
um crescimento de 17% em comparação a 2024

659



» Lojas

R\$ 319,4 milhões



» EBITDA ajustado

¹Cliente ativo: realizou ao menos uma compra nos últimos 12 meses. ²Cliente fiel: realiza compras periódicas a cada 15 dias.

Nossos negócios

1. Fornecedores

Responsáveis pelo fornecimento de produtos acabados e insumos, incluindo mercadorias das indústrias parceiras nos centros de distribuição e de insumos destinados à produção no Lifar.

2. Centros de Distribuição

Realiza o recebimento, armazenamento, separação, fracionamento e expedição de produtos, integrando operações físicas e digitais. Suas atividades incluem o transporte para lojas, mini-CDs e clientes digitais.

3. Matriz

Responsável pela gestão dos principais processos da Companhia, garantindo suporte a todas as etapas da cadeia de valor. Abarca áreas estratégicas, operacionais, financeiras e de governança, tecnologia, infraestrutura e relacionamento com investidores.

4. Rede de Farmácias Panvel

Opera de forma integrada desde a logística de abastecimento e gestão de estoques até o atendimento farmacêutico, a oferta de serviços de saúde e a venda em lojas físicas e canais digitais.

5. Clientes

Representam o ponto final da cadeia de valor, realizando a compra de produtos e serviços em lojas físicas, aplicativos, site e marketplaces. Esse relacionamento inclui logística de entrega e reversa de medicamentos e embalagens, participação em programas de fidelidade, além da construção de reputação e feedback nos canais digitais.

6. Laboratório Lifar

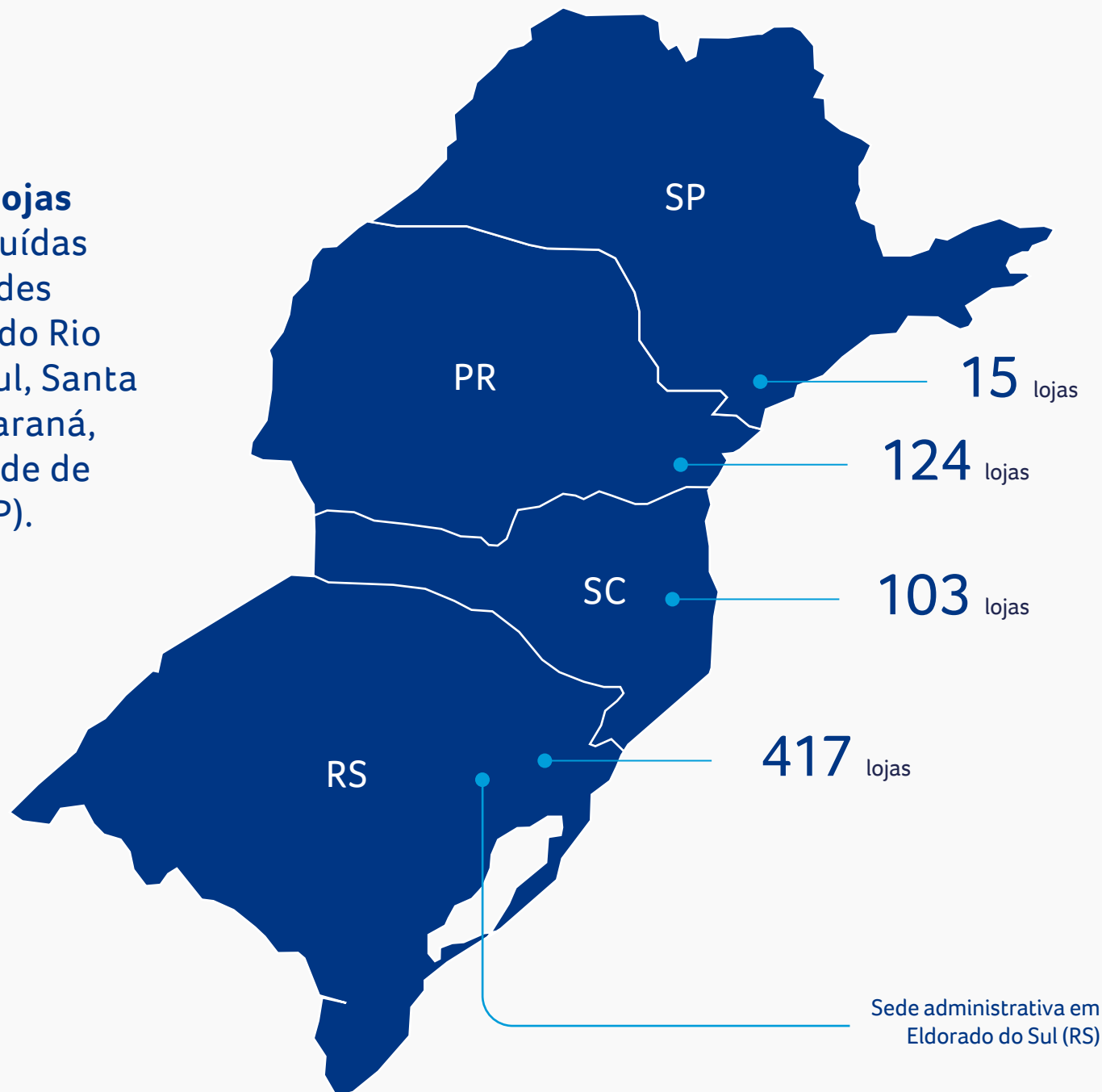
Atua na aquisição de matérias-primas e embalagens, formulação, envase, rotulagem e controle de qualidade de produtos, integrando tecnologia, automação e sistemas de gestão ao longo de sua operação industrial, além de atuação logística, com distribuição de produtos para nossas lojas e demais clientes.



Presença

- Nossas **659 lojas** estão distribuídas em 162 cidades nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, além da cidade de São Paulo (SP).

GRI 2-6 | SASB HC-DR-000.A



9

Darkstores/
Mini CD



2

Centros de
Distribuição



1

Call Center



42

Lojas abertas
em 2025



444

Lojas Clinic



431

Lojas delivery



106

Salas de vacinação

Mapa de geração de valor

Recursos (inputs)



Capital Financeiro

Recursos provenientes da operação, de investidores e de financiamentos, que **sustentam a continuidade e a evolução do negócio**.



Capital Manufaturado

659 lojas
2 centros de distribuição
9 Darkstores
1 Call Center
Laboratório próprio



Capital Intelectual

Desenvolvimento de produtos por meio de **laboratório próprio**
Estruturação de **marca própria**
Uso de **Inteligência Artificial** aplicada ao negócio.



Capital Humano

Mais de **11 mil colaboradores** em contínuo desenvolvimento, que sustentam a operação e o relacionamento com clientes.



Capital Social e de Relacionamento

Relação de **proximidade com clientes**, construída ao longo de mais de cinco décadas.
Relacionamento com **2.921 fornecedores**
Programas de **apoio às comunidades**



Capital Natural

Consumo de **36.977 MWh de energia** nas lojas e centros de operação
Consumo de combustível para alimentar a **logística e as entregas** de medicamentos.



PanVel

Visão

Ser a melhor em produtos e serviços de saúde e bem-estar

Modelo de negócios

Rede de farmácias
Laboratório próprio
Ecossistema da saúde
Eficiência logística
Produtos de Marca própria
Plataforma omnichannel
Estratégia Todos Bem
Grupo Panvel+ ESG



Valor gerado (outputs e outcomes)

Capital Financeiro

Receita bruta de **R\$ 5,9 bilhões**
Lucro líquido ajustado de **R\$ 135,3 milhões**
Geração de caixa livre de **R\$ 106,3 milhões**



Capital Manufaturado

42 novas lojas
431 lojas habilitadas para atender aos canais digitais
444 lojas com Panvel Clinic
106 salas de vacinação
44 mil m² de capacidade de armazenamento
Eficiência logística com **maior controle de estoques e suporte** a produtos sensíveis



Capital Intelectual

Avanço da plataforma omnichannel, que integra lojas físicas, e-commerce e aplicativo próprio
Ganhos de eficiência e assertividade com uso de **Inteligência Artificial**
100% das lojas integradas à funcionalidade da SOFIA, nossa Inteligência Artificial
29 startups conectadas por meio do programa Panvellabs



Capital Humano

Fortalecimento da **cultura de inovação** com uso de IA na gestão de pessoas
Programas de estágio em Farmácia, em Tecnologia da Informação e em Dados e Inteligência Artificial
Programa de **Trainee Corporativo**
Trilhas de aprendizagem disponibilizadas na Cuidar Bem
36 horas de treinamento por colaborador ao longo de 2025
Programa Geração 50+, que resultou na admissão de **823 colaboradores 50+**
67% de mulheres em cargos de liderança



Capital Social e de Relacionamento

Expansão e maior engajamento da base de clientes, com aumento de retenção, recorrência e ticket médio
28,1 milhões de clientes no Programa Bem Panvel
NPS de 80 pontos
Apoio a iniciativas de **desenvolvimento das comunidades**
R\$ 455.354,25 em doações, beneficiando instituições que atendem pessoas em situação de vulnerabilidade
Alocação de **R\$ 1,63 milhão** em projetos incentivados



Capital Natural

Uso de energia limpa em **80% das lojas**
Mais de **25 mil entregas sustentáveis** – redução de emissão de 42 toneladas de CO₂
Emissão direta de **1.248,51 tCO₂**
Destinação de 3.738,35 toneladas de resíduos
Programa Destino Certo, para a **logística reversa de medicamentos**



Valor futuro 2025-2030



O que alcançamos em 2025

 R\$ **5,91**
bilhões

» em receita do Varejo(+11,5% vs. 2024)

 **659**
lojas

 **13,9%**

» de marketshare na região Sul

 R\$ **748**mil

» em média de vendas por loja (+57,8% vs. 2020)

 **25,7 %**

» das vendas via canal digital

 **759**mil

» entregas no quarto trimestre

 NPS **82**

» CSAT de loja: 93%| App Store e Play Store: 4,9 estrelas

 **7,4**
milhões

» de clientes ativos

 **1,7**
milhão

» de clientes fiéis

 **80%**

» das lojas abastecidas com energia limpa

 programa
Destino Certo

» ativo em 100% das lojas

PanVel



Nossas ambições até 2030

 R\$ **11,5** a
R\$ **12** bilhões

» em receita

 **6,7%**
a **7,0%**

» de margem EBITDA

 Até
1.000 lojas

» em operação

 **Tendência
de aumento**

» na média de vendas por loja

 **Expansão**

» nas regiões Sul e Sudeste

 **Fidelização
de clientes**

» como vetor de recorrência e rentabilidade

 **Avanço da
digitalização**

» e da experiência omnichannel

 **Crescimento estrutural do setor de saúde,
impulsionado pelo envelhecimento da
população brasileira**

» (projeção de 21,9% com 60+ até 2030)

 **Expansão consistente
do mercado de beleza**

» com o Brasil como 3º maior do mundo

 **Avanço de novas categorias
terapêuticas, com destaque
para GLP-1**

» como vetor de crescimento

Prêmios e reconhecimentos



100 empresas mais inovadoras no uso de TI no Brasil

Pela terceira vez garantimos participação no ranking promovido pelo IT Mídia, um dos maiores ecossistemas de tecnologia do país. Neste ano, ficamos na **35ª colocação geral** entre os 362 *cases* apresentados, e ainda conquistamos o **3º lugar no segmento de Varejo**. O grande destaque foi nosso *case* de inteligência artificial com a Sofia, que superou iniciativas de gigantes nacionais e internacionais.



Private Label Connection

Nos destacamos no Private Label Connection, o mais importante evento de marcas próprias do Brasil em três categorias: **Melhor Design de Embalagem (3º lugar)** com o MultiStick Panvel Make Up; **Melhor Case de Inovação (3º lugar)** com o Sérum Peptídeos Pró Colágeno Panvel Dermatív; e **Marca Própria Revelação (3º lugar)** com a linha Panvel Nutrabem.



Prêmio Líderes do Brasil

Fomos reconhecidos como marca **parceira do desenvolvimento do Rio Grande do Sul**, no Prêmio Líderes do Brasil/RS, reafirmando o nosso papel como uma das empresas que mais contribuem para impulsionar a competitividade regional.



Ranking 500 Maiores do Sul

Figuramos no ranking 500 Maiores do Sul, elaborado pelo Grupo Amanhã, que destaca as empresas mais competitivas e relevantes da região Sul do país. Conquistamos a **63ª posição no ranking geral**, **25ª posição** entre as 100 Maiores do Rio Grande do Sul (RS), **23ª posição** em Receita Líquida no RS e **34ª posição** em Patrimônio Líquido no RS.



Top of Mind RS

Na 35ª edição do Top of Mind RS 2025, a mais importante pesquisa de lembrança de marca entre a população gaúcha, realizada a partir de um estudo conduzido pelo Grupo Amanhã, conquistamos a **6ª posição como Grande Empresa** e fomos novamente **reconhecidos na categoria Love Brands**.



Marcas de Quem Decide

Mais uma vez, fomos reconhecidos como a **farmácia mais lembrada e preferida do Rio Grande do Sul** no Marcas de Quem Decide, uma das principais pesquisas de avaliação do estado, promovida pelo Jornal do Comércio. Na 27ª edição do prêmio, conquistamos **47,3%** de lembrança e **47,6%** de preferência na percepção de consumidores gaúchos.



Neogrid Awards

Fomos **finalistas na categoria Eficiência e Supply** do Neogrid Awards, premiação que reconhece empresas que se destacam pela excelência no uso de soluções e boas práticas de integração e automação na cadeia de consumo. O nosso *case* 'Gestão de Pedidos Inteligente – Eficiência e Precisão com Rateio de Pedidos' ficou entre os finalistas da categoria, concorrendo com iniciativas de outros grandes varejistas do mercado.



Reclame Aqui

Subimos do 5º para o **4º lugar no ranking** e alcançamos 3 vezes mais votos do que no ano anterior, totalizando mais de **12 mil votações**, um resultado que nasce da confiança que as pessoas depositam na Panvel.



Selo Ouro do GHG Protocol

Conquistamos o Selo Ouro do GHG Protocol, o mais alto nível de reconhecimento do programa. Essa certificação indica que não apenas elaboramos um inventário completo de nossas emissões de gases de efeito estufa, como também tivemos todos os dados verificados por auditoria externa independente.

03

Cuidar do Negócio

Estrutura societária	17	Gestão de riscos	47
Governança corporativa	18	Gestão da cadeia de fornecimento	50
Desempenho financeiro	23	Inovação e tecnologia	52
Estratégias de atuação	25	Segurança da informação e privacidade de dados	60
Ética e combate à corrupção	45		

ODS RELACIONADOS



TEMAS MATERIAIS



Ética e
combate à
corrupção



Gestão
de riscos



Gestão da
cadeia de
fornecedores



Inovação
de produtos
e serviços



Segurança da
informação e
privacidade
de dados



Resultados e
performance
econômica



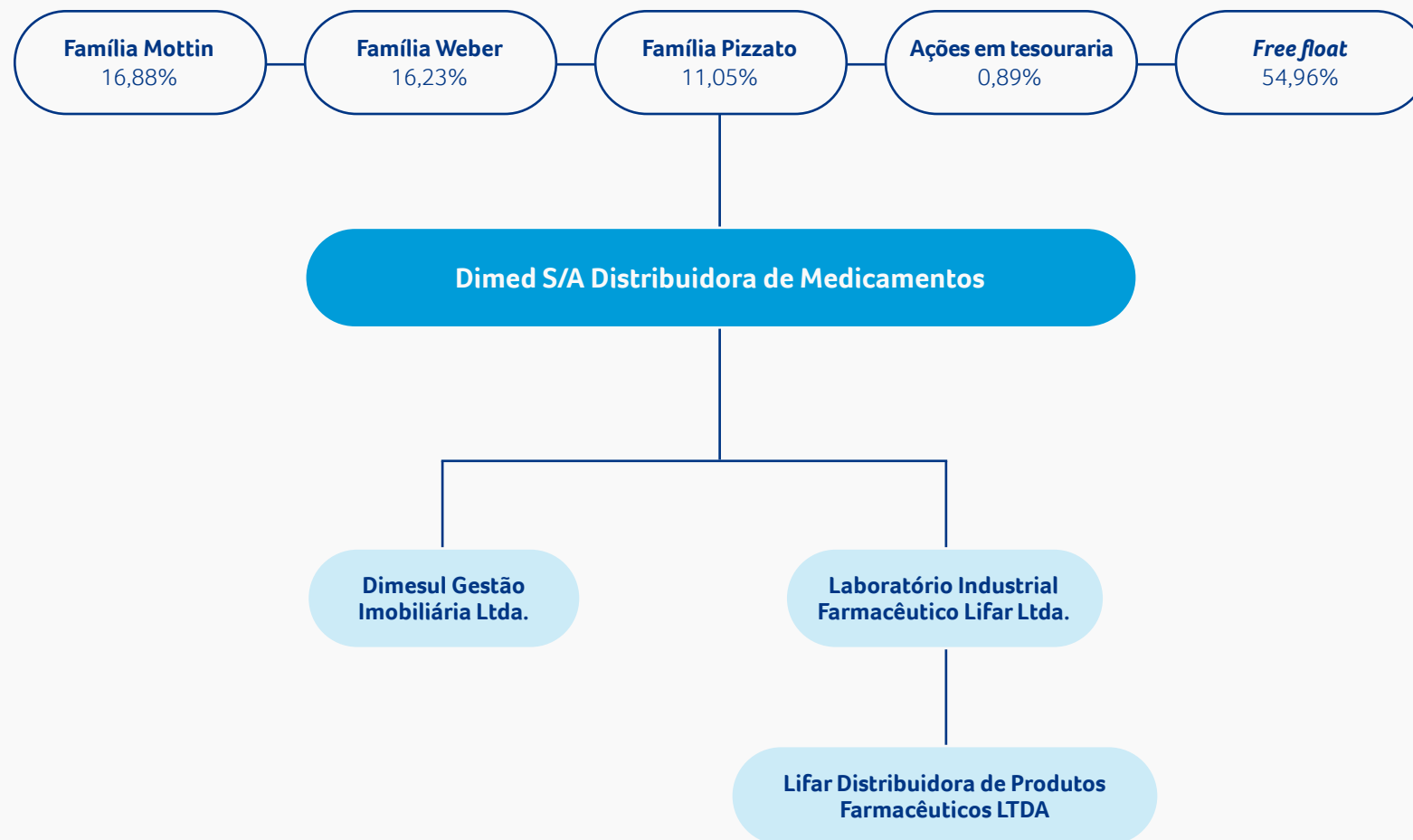
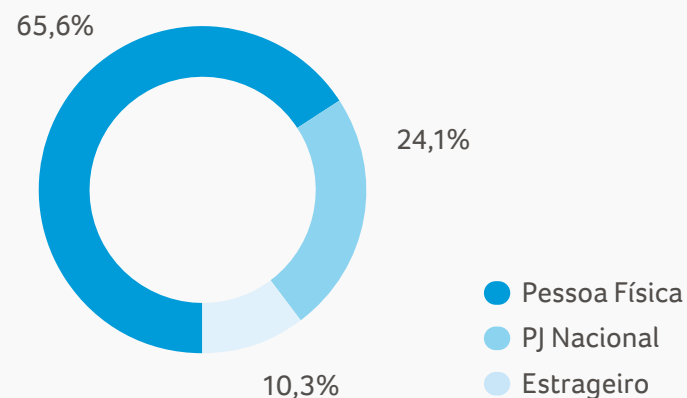
Estrutura societária

O controle do Grupo Panvel é atualmente exercido pelas três famílias fundadoras (Mottin, Weber e Pizzato)¹. Todos são signatários do Acordo de Acionistas, firmado em 15 de julho de 2020 e editado em 18 de dezembro de 2020, que vincula 44% das ações da Companhia. **GRI 2-2**

Nos últimos três exercícios sociais e no período corrente, não houve alterações na forma de condução dos negócios da Companhia.

¹Em fevereiro de 2026, o Kinea Private Equity IV Master Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia ("Kinea") vendeu integralmente sua participação na Companhia, equivalente a aproximadamente 5,37% das ações ordinárias. Com isso, deixou de fazer parte do acordo de acionistas.

PERFIL DA BASE ACIONÁRIA





Governança corporativa

Nosso modelo de Governança Corporativa está alinhado às diretrizes do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) e é orientado pelos princípios de transparência, equidade e responsabilidade na gestão.

Seguimos práticas consolidadas de mercado e atendemos integralmente aos requisitos do Novo Mercado da B3, segmento que reúne companhias comprometidas com elevados padrões de governança.

Contamos, ainda, com um Código de Ética e Conduta que direciona o comportamento de todos os colaboradores, incluindo a alta administração, assegurando integridade, clareza e responsabilidade nas decisões.

A estrutura de governança é sustentada por um Conselho de Administração com ampla experiência e por uma Diretoria Estatutária formada por um diretor-presidente e dois diretores responsáveis pelas frentes operacional e financeira, incluindo as relações com investidores.

A atuação da liderança é pautada pela busca contínua de aprimoramento das práticas de governança, fortalecendo a confiança e a perenidade do negócio. Esse posicionamento se reflete na forma transparente e ética com que nos relacionamos com investidores, colaboradores, parceiros, clientes e a sociedade.

Nosso Conselho de Administração é composto por seis¹ membros, dos quais dois são independentes, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para mandatos de dois anos, com possibilidade de reeleição. Seguindo as melhores práticas de governança, o cargo de presidente do Conselho não pode ser acumulado com o de diretor-presidente da Companhia. **GRI 2-9 | 2-11**

¹ Em fevereiro de 2026, o Sr. Cristiano Gioia Lauretti renunciou ao cargo de membro do Conselho de Administração do Grupo Panvel. Em 30 de abril de 2026, a Assembleia Geral Ordinária aprovou a eleição do Sr. Marcelo Doll Martinelli para ocupar a vaga decorrente da renúncia. Com isso, o Conselho de Administração manteve sua composição de seis membros, sendo dois independentes, em linha com as regras do Novo Mercado da B3 e com o Estatuto Social da Companhia. Permanecem, assim, atendidos os requisitos de composição e independência aplicáveis.

Conselho de Administração

Conduzimos o processo de eleição dos conselheiros de forma transparente, permitindo que os acionistas avaliem os currículos dos candidatos antes da escolha, durante a Assembleia Geral Ordinária.

Além disso, em conformidade com as exigências do Novo Mercado, garantimos que pelo menos dois conselheiros sejam independentes. **GRI 2-10**

Entre as principais responsabilidades do Conselho, estão a definição das diretrizes gerais do negócio, a fiscalização da gestão dos diretores, a análise dos livros e registros da Companhia e a eleição da Diretoria, entre outras funções estratégicas. **GRI 2-9 | 2-12 | 2-13**

DIVERSIDADE NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO GRI 405-1

Por gênero	
Homens	5
Mulheres	1
Por faixa etária	
Abaixo de 30 anos	0
Entre 30 e 50 anos	0
Acima de 50 anos	6

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO



Julio Ricardo Andrighetto Mottin
Presidente do Conselho de Administração



Roberto Luiz Weber
Conselheiro



Denis Pizzato
Conselheiro



Marcelo Doll Martinelli
Conselheiro



Claudio Roberto Ely
Conselheiro Independente



Clarice Martins Costa
Conselheira Independente

Diretoria Estatutária

A Diretoria Estatutária é composta por três membros, sendo um presidente-executivo e dois diretores-executivos, com mandatos de um ano e possibilidade de reeleição. **GRI 2-9**

Nossa Diretoria é responsável por executar as diretrizes e aconselhar sobre as estratégias definidas pelo Conselho de Administração, além de garantir o cumprimento da Política de Gestão de Riscos. Também desempenha um papel estratégico na definição das diretrizes gerais e na supervisão e implementação de iniciativas ESG em toda a Companhia. **GRI 2-12 | 2-13**

DIVERSIDADE NA DIRETORIA GRI 405-1

Por gênero	
Homens	7
Mulheres	2
Por faixa etária	
Abaixo de 30 anos	0
Entre 30 e 50 anos	3
Acima de 50 anos	6

DIRETORES ESTATUTÁRIOS



Julio Ricardo Mottin Neto
Presidente-Executivo



Roberto Coimbra Santos
Diretor-Executivo de Operações



Antônio Carlos Torchetto Napp
Diretor-Executivo Financeiro e de Relação com Investidores

DIRETORES



Márcia Wagner
Diretora Executiva Comercial



Edson Reus
Diretor de Logística



Alexandre Arnold
Diretor de Tecnologia, Inovação, Dados e IA



Anderson Salvadori
Diretor de Operações



Lívia Moraes
Diretora de Gente e Cultura



Raphael Monteiro
Diretor de Digital e Clientes

Comitês



Comitê de Auditoria Interna e Compliance

É responsável por garantir a **regularidade dos procedimentos internos** geridos pelas áreas de Auditoria Interna, *Compliance* e Prevenção de Perdas. Além disso, acompanha a elaboração das Demonstrações Financeiras. O Comitê realiza reuniões mensais.



Comite de Tecnologia e Inovação

Responsável por abordar todos os **temas relacionados à tecnologia e inovação do negócio**, incluindo operação, *backoffice*, *e-commerce*, conexão com *startups* e iniciativas de *venture capital*. O Comitê reúne-se bimestralmente.



Comitê de Gestão de Pessoas

Focado na **análise das práticas de remuneração da Companhia**, além de programas de retenção de talentos, desenvolvimento de colaboradores, educação corporativa e outros temas relacionados à gestão de pessoas. O Comitê tem reuniões bimestrais.



Comitê de Ética

Dedica-se à **análise, avaliação e discussão de questões relacionadas aos valores éticos e de conduta** do Grupo Panvel, promovendo medidas de diagnóstico, prevenção e equidade nas decisões da empresa. O Comitê reúne-se bimestralmente



Comitê de Segurança da Informação

Responsável por **gerenciar, discutir e deliberar sobre assuntos ligados à Segurança da Informação**, monitorando mudanças em processos ou estruturas que possam impactar os requisitos de segurança ou estejam fora da Política de Segurança da Informação. O Comitê realiza reuniões extraordinárias sempre que necessário.



Comitê ESG

O Comitê ESG é um órgão **não estatutário, de caráter permanente e composição multidisciplinar**. Foi estruturado em 2025 e iniciará suas atividades em 2026. O órgão se reportará diretamente ao Conselho de Administração, atuando como instância de apoio à alta liderança na proposição de metas e ações estratégicas alinhadas à Política de Sustentabilidade e às práticas de governança corporativa.

É composto por um membro independente do Conselho, um Diretor Estatutário e representantes das áreas de Auditoria e Prevenção de Perdas, Relação com Investidores, Controladoria, Operações e Sustentabilidade, assegurando **visão integrada dos temas ambientais, sociais e econômicos**. Entre suas atribuições estão o acompanhamento de **metas** públicas e indicadores estratégicos, a análise de riscos e oportunidades relacionados à sustentabilidade e às mudanças climáticas, a aprovação de diretrizes socioambientais e o fortalecimento da cultura organizacional orientada à geração de valor no longo prazo.

Remuneração da Alta Liderança

Nossa **Política de Remuneração** é aprovada pelo Conselho de Administração, que segue boas práticas de mercado e define critérios éticos e técnicos para valorizar e organizar as diferentes áreas do Grupo. Além disso, o Conselho garante **equilíbrio e competitividade nos salários**, levando em conta as responsabilidades de cada cargo e as condições do mercado, sempre com transparência e controle administrativo para atender às necessidades do negócio. **GRI 2-19**

Para manter nossa remuneração justa e competitiva, acompanhamos pesquisas de mercado periodicamente, avaliando se os critérios e condições relativos à remuneração oferecida são satisfatórios. Também analisamos a movimentação salarial e fazemos reajustes anuais com base no acordo coletivo firmado entre os sindicatos e a Companhia, além de índices oficiais de inflação. **GRI 2-20**

O Conselho de Administração também é responsável por definir o reajuste da remuneração fixa, sempre respeitando os limites estabelecidos pela Assembleia Geral Ordinária. Já **a remuneração variável segue o modelo de participação nos resultados**, diretamente ligada ao atingimento das metas previstas no orçamento e no planejamento estratégico. **GRI 2-20**

No caso dos membros do Conselho de Administração, a remuneração é composta por uma parte fixa e uma variável. A fixa inclui o salário-base mensal, que reconhece o trabalho dos conselheiros de acordo com as práticas de mercado e

sua atuação no desenvolvimento e acompanhamento das estratégias da Companhia. Já a parte variável depende do atingimento de metas previamente estabelecidas. O Presidente do Conselho recebe uma remuneração diferenciada, compatível com suas maiores responsabilidades no cargo. **GRI 2-19**

Os diretores estatutários e não estatutários também recebem uma remuneração fixa e variável. A parte fixa é definida em contrato e reflete as práticas do mercado, considerando desempenho, experiência e conhecimento de cada diretor. Já a parte variável inclui a participação nos resultados da Companhia, recompensando o cumprimento das metas do planejamento estratégico e do orçamento. **GRI 2-19**

O Conselho de Administração é o único responsável por definir a remuneração individual dos administradores, estabelecendo a proporção entre os componentes fixos e variáveis. Quando necessário e a critério do Conselho, a Companhia pode contratar consultorias especializadas para garantir que a estrutura de remuneração seja competitiva e alinhada às melhores práticas de mercado. **GRI 2-20**

Além disso, adotamos um **Plano de Matching Shares**, que tem como objetivo atrair e reter talentos, alinhar os interesses dos executivos aos dos acionistas e **incentivar a criação de valor sustentável e de longo prazo** para o negócio. **GRI 2-19**

Desempenho financeiro

Capital Financeiro

Em 2025, registramos receita bruta do varejo de R\$ 5,9 bilhões, com crescimento anual composto de 17% no período mais recente (2020–2025), acima dos 11,6% observados entre 2015 e 2020. O EBITDA ajustado totalizou R\$ 319,4 milhões e o lucro líquido ajustado, R\$ 135,3 milhões, além de geração de caixa livre de R\$ 106,3 milhões.

Esses resultados evidenciam uma trajetória marcada pelo crescimento com disciplina financeira, eficiência operacional e foco em retorno, que sustenta a ambição de, até 2030, alcançar um patamar de receita entre R\$ 11,5 bilhões e R\$ 12,0 bilhões, com margens EBITDA entre 6,7% e 7,0%.

Nossa performance é sustentada por duas frentes estruturantes da operação — **saúde, higiene e beleza** — que orientam a estratégia comercial e a composição do portfólio (saiba mais sobre nossa participação de mercado em higiene e beleza na página 31 e em medicamentos na página 34).

Esse desempenho reflete ainda a evolução de produtividade das lojas. Em 2025, a venda média por loja atingiu R\$ 748 mil, um crescimento de 12,1% em relação a 2024. No mesmo período, a participação de lojas maduras alcançou 76,8% da base, com incremento de

3,4 p.p.. Esse movimento se reflete na rentabilidade das operações, com evolução do EBITDA 4 Wall — indicador que captura o resultado direto das lojas —, que passou de R\$ 550,7 milhões em 2024 para R\$ 650,6 milhões em 2025 (+18,1%), resultado da produtividade das lojas maduras e a maturação da base de novas lojas.

Na prática, esse resultado se traduz em impactos positivos como **geração de valor econômico, empregos, pagamento de tributos e movimentação da cadeia de fornecedores**. O desempenho também viabiliza investimentos em expansão de lojas, aprimoramento dos canais digitais, investimentos em tecnologia e logística, fortalecendo o acesso da população a produtos e serviços de saúde, higiene e bem-estar. **GRI 3-3**

Mesmo em um contexto de crescimento, as despesas com vendas em relação à receita bruta do varejo representaram 22,1%, mantendo-se estáveis em comparação com 2024.

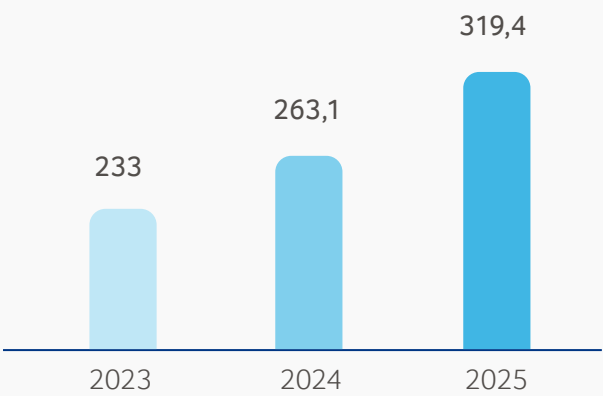
A redução desse indicador decorre de uma disciplina financeira e operacional aplicada de forma consistente ao longo do período, com práticas de planejamento, acompanhamento orçamentário e controle de capital de giro que estruturam a gestão do negócio e sustentam a capacidade de adaptação a diferentes condições de mercado. **GRI 3-3**





Como parte dessa estrutura de gestão e controle, a Companhia reconhece sua exposição a riscos econômicos, financeiros, regulatórios, climáticos e reputacionais, especialmente na operação de varejo, que concentra a maior parcela da receita do Grupo. Essa exposição é continuamente monitorada no âmbito dos processos de gestão e governança, de forma integrada às práticas de planejamento e controle (saiba mais sobre nossa gestão de riscos na página 47). **GRI 3-3**

EVOLUÇÃO EBITDA AJUSTADO (R\$ MILHÕES)



VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO GRI 201-1

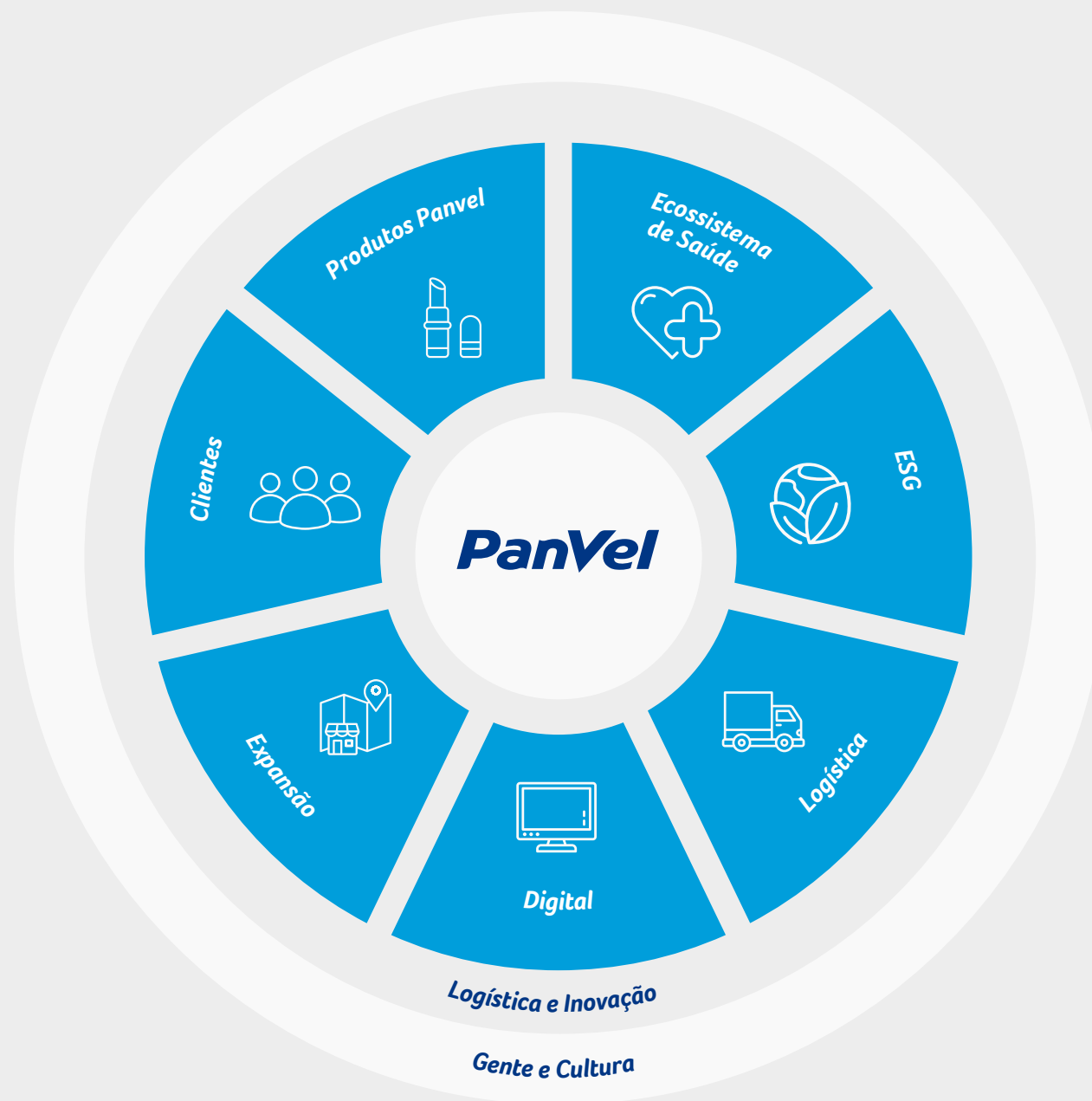
Valor econômico direto gerado (R\$ milhões)	2023	2024	2025
Receita Bruta	4.803.912	5.322.904	5.935.019
Valor econômico distribuído (R\$ milhões)			
Pessoal e encargos	(549.476)	(597.372)	(677.530)
Remuneração de Capitais de Terceiros	(145.093)	(183.595)	(220.997)
Remuneração de Capitais Próprios	(92.905)	(105.509)	(124.605)
Impostos, taxas e contribuições	(470.718)	(552.752)	(697.356)
Total	(1.258.192)	(1.439.228)	(1.710.488)
Valor econômico retido (R\$ milhões)			
“Valor econômico gerado” menos “valor econômico distribuído”	3.545.720	3.883.676	4.214.531
Valor econômico distribuído (%)			
Pessoal e encargos	44%	42%	39%
Remuneração de Capitais de Terceiros	12%	13%	13%
Remuneração de Capitais Próprios	7%	7%	7%
Impostos, taxas e contribuições	37%	38%	41%

Estratégias de atuação



Nossa atuação é orientada por um conjunto integrado de sete pilares estratégicos, que direcionam decisões, investimentos e prioridades do negócio.

Esses pilares refletem nossa visão de longo prazo e estruturam iniciativas que combinam inovação, tecnologia e o desenvolvimento contínuo das pessoas e da cultura organizacional.



Expansão

Capital Manufaturado

Nossa estratégia de expansão é orientada pelo fortalecimento e pela qualificação da presença regional, com foco no aumento da capilaridade dos serviços e da densidade da operação em mercados estratégicos.

Mantemos o foco de crescimento na Região Sul, especialmente em Santa Catarina e no Paraná, onde buscamos consolidar nosso posicionamento competitivo, fortalecer a marca e ampliar ganhos de *marketshare*, ao mesmo tempo em que avançamos de forma gradual e estratégica no Sudeste, priorizando o aumento da densidade — com mais lojas nas regiões onde já atuamos — antes de expandir para novos mercados.

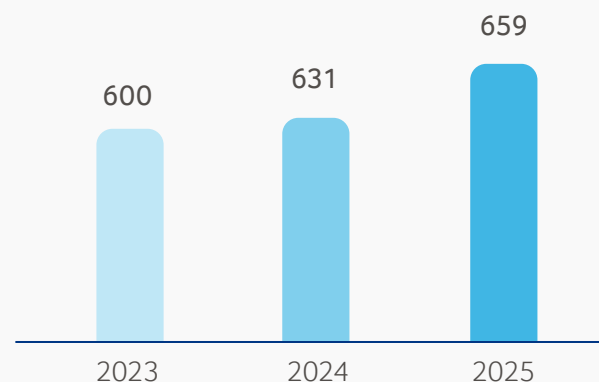
Em 2025, inauguramos 42 novas lojas e encerramos outras 14. No mesmo período, alcançamos 13,9% de *marketshare* na Região Sul. Ao final do ano, do total de lojas em operação, 76,8% já se encontravam em estágio de maturidade, enquanto 23,2% estavam em processo de maturação.

Os resultados obtidos são sustentados por um modelo de negócio baseado em execução disciplinada, decisões de longo prazo e proximidade efetiva com o cliente. A expansão é conduzida com foco na manutenção do padrão operacional, assegurando que cada nova loja replique a mesma experiência já consolidada — ampliando a presença da Companhia sem perder

a qualidade do atendimento, da operação e da experiência do cliente. É a consistência desse modelo que sustenta a ambição de longo prazo da Companhia de alcançar a marca de 1.000 lojas até 2030, com metas de crescimento sustentável e foco na rentabilidade.

Esse mesmo padrão de atuação, baseado na integração entre crescimento físico e experiência do cliente, também sustenta a evolução da jornada *omnichannel*. A loja física permanece como o principal ponto de contato com o cliente — é onde a marca se apresenta, o relacionamento se inicia e a experiência se torna tangível. A partir dessa base, o digital amplia e potencializa essa relação, transformando confiança em conveniência, recorrência e geração de valor, além de reforçar a proposta de experiência da Companhia (saiba mais como geramos valor a partir de nossa estratégia de digitalização na página 27).

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS



Digital

Capital Intellectual

A atuação nos canais digitais é uma alavanca de crescimento e de ampliação do alcance do negócio, além de suportar a adaptação às novas dinâmicas de consumo.

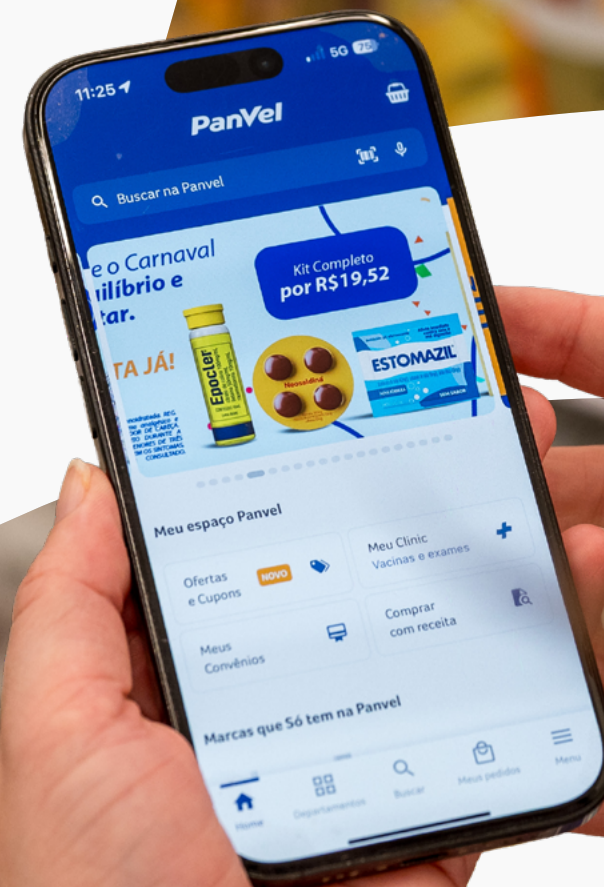
O investimento contínuo em tecnologia, plataformas e experiência do usuário fortalece a integração entre os ambientes físico e digital e viabiliza uma experiência de compra mais ágil e conectada, em que o cliente não escolhe entre canais, mas entre diferentes formas de interação com a Panvel.

Em 2025, superamos **R\$ 1,5 bilhão em vendas digitais**, com **crescimento de 46,8%** em relação ao ano anterior, com **penetração recorde de 25,7%** das vendas do varejo.

Esse desempenho foi impulsionado principalmente pela evolução contínua do App Panvel, que se consolidou como um dos principais motores de crescimento e como elemento central da experiência digital, permitindo a integração entre os canais de forma simples e fluida, reforçando a integração entre conveniência digital e presença física.

Como parte da estratégia digital, investimos na capacitação das equipes no uso de tecnologias, fortalecendo a atuação integrada entre lojas físicas e *e-commerce*. Esse movimento sustenta uma abordagem estruturada nos canais digitais, apoiada em quatro pilares:

- » melhoria no relacionamento com os clientes;
- » aprimoramento da experiência de compra;
- » estímulo ao fluxo nas lojas físicas; e
- » digitalização dos processos no ambiente de loja.



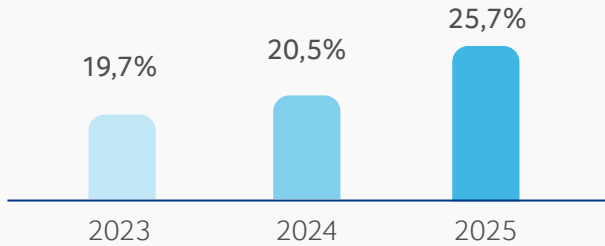


A partir dessa lógica, a loja física materializa a estratégia e transforma a proposta de valor em experiência e recorrência, enquanto o digital amplia alcance, personalização e conveniência, impulsionando vendas e ampliando a fidelização dos clientes a partir dessa experiência. Nesse contexto, iniciativas como o projeto Gerentes Digitais, presente em 399 lojas, reforçam a conexão com os clientes por meio das redes sociais, aproximando o ambiente digital da operação das lojas.

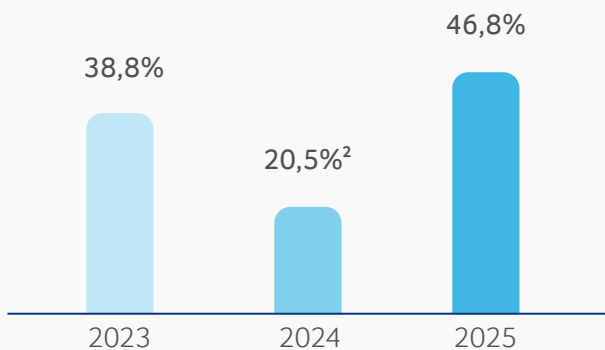
Em 2025, priorizamos qualidade e aderência editorial dos conteúdos, que passaram a compor as comunicações das páginas oficiais da marca, substituindo a lógica anterior centrada em volume. O resultado foi uma evolução expressiva de alcance, de 28,5 milhões para 68,9 milhões de pessoas, um crescimento de 142%. Além disso, o projeto registrou 90,4 milhões de impressões, 20,6 milhões de visualizações, 21,2 milhões de engajamentos, 19.383 anúncios veiculados e 68.125 posts publicados.

Seguimos avançando para experiência digital na direção de maior personalização: para o ciclo 2026–2030, buscaremos estruturar jornadas mais personalizadas, com soluções baseadas em inteligência artificial, ampliando ainda mais a integração entre conveniência e relacionamento com o cliente.

VENDAS DO VAREJO REALIZADAS POR CANAIS DIGITAIS¹



EVOLUÇÃO RECEITA CANAIS DIGITAIS



¹Percentual na Receita Bruta do Varejo.
²Performance impactada pelas enchentes no Rio Grande do Sul, em maio de 2024.

Logística

Capital Manufaturado

A **eficiência logística sustenta a disponibilidade de produtos e a qualidade do serviço prestado** aos clientes. A otimização de processos, aliada ao uso de tecnologia, contribui para maior confiabilidade, agilidade nas entregas e ganhos de eficiência operacional.

Dispomos de uma **estrutura integrada de distribuição**, composta por dois Centros de Distribuição estrategicamente localizados em Eldorado do Sul (RS) e São José dos Pinhais (PR), que, juntos, somam mais de 44 mil m² de capacidade de armazenamento e são dedicados ao abastecimento das lojas. Operamos ainda nove minicentros de distribuição (*dark stores*), que funcionam como *hubs* de entrega e apoio de estoque para as demais unidades, ampliando a capilaridade e a eficiência da operação.

Essa estrutura é complementada por uma rede de 431 lojas habilitadas para atender aos canais digitais, garantindo cobertura de entregas em 100% nas 162 cidades onde a Companhia está fisicamente presente.

Em 2025, avançamos na evolução do modelo logístico com a implementação de uma **solução de otimização baseada em geolocalização**, voltada à melhoria da experiência de entrega domiciliar. A iniciativa amplia a disponibilidade de estoque no ponto mais próximo

do cliente, reduz deslocamentos desnecessários e contribui diretamente para a redução dos prazos de entrega e das emissões associadas à operação logística. Atualmente, a solução está ativa em 240 lojas, distribuídas em 30 cidades, alcançando um tempo médio de entrega de 36 minutos.

Esse avanço operacional é sustentado por uma **solução integrada de planejamento de compras e estoques**, que conecta previsão de demanda, decisões comerciais e execução logística em um único fluxo inteligente. A partir da leitura do comportamento de consumo, o modelo permite antecipação da demanda, alocação mais precisa de produtos por loja, redistribuição automática de itens entre unidades e controle de excessos, reduzindo distorções no abastecimento.

Como resultado, observam-se **ganhos consistentes de eficiência ao longo da cadeia**: maior disponibilidade de produtos nas lojas, redução de rupturas, menor capital imobilizado em estoque e otimização dos processos operacionais. Em paralelo, a aplicação de inteligência artificial na gestão de estoques tem permitido alcançar níveis de cobertura próximos a 15 dias, fortalecendo o equilíbrio entre disponibilidade e giro de produtos.

Dentro desse contexto, a logística também evolui em profundidade de categorias sensíveis, com destaque para a ampliação de áreas dedicadas a produtos termolábeis — itens que exigem controle rigoroso de temperatura durante armazenamento e transporte. Essa estrutura ganhou escala para suportar uma capacidade até três vezes maior nessas categorias, especialmente relevante para o atendimento de produtos que exigem alto rigor de conservação e distribuição.

Essa evolução operacional é resultado de um modelo logístico mais integrado, no qual planejamento, gestão de estoques e execução física são conectados. De um lado, lojas com capacidade de *delivery* e *dark stores* garantem maior profundidade de estoque e nível de serviço superior ao modelo tradicional de entrega da concorrência. De outro, lojas geolocalizadas ampliam a capilaridade da operação, alcançando regiões onde modelos puramente digitais ou centralizados não conseguem atuar com a mesma eficiência.

Além da entrega, a experiência do cliente é ampliada por meio de soluções de conveniência suportadas por inteligência artificial, que vêm transformando o pós-venda em um componente ativo de valor. Esse modelo já permite reduzir em até 80% o tempo de espera dos

clientes e alcançar cerca de 70% de resolução na primeira interação, elevando a eficiência operacional e a qualidade do atendimento (saiba mais sobre como utilizamos a IA para melhorar nossos processos e a experiência dos clientes na página 54).

Operação sustentável

No Centro de Distribuição em Eldorado do Sul (RS), as notas fiscais são emitidas exclusivamente em formato digital (NF-e), eliminando o uso de papel e contribuindo para a preservação de recursos naturais, além da redução da geração de resíduos. Essa medida também contribui para o aprimoramento da segurança, da rastreabilidade e da eficiência dos processos, além de reduzir custos associados.

Como parte da agenda de eficiência operacional e redução de impactos ambientais ao longo da cadeia logística, mantivemos nossa parceria com a Grilo, uma startup especializada em entregas com veículos 100% elétricos.

O sistema de última milha da Grilo é voltado para deslocamentos curtos e utiliza triciclos de cabine fechada totalmente elétricos, garantindo eficiência operacional com menor impacto ambiental.

Iniciativas em destaque

Emissão de nota fiscal digital



44 milhões

de notas digitais emitidas, redução estimada de 202,5 toneladas de papel.

Entregas Sustentáveis



+26 mil

entregas realizadas em veículos 100% elétricos, por meio de entregas de última milha da Grilo, evitando a emissão de 41 toneladas de CO₂, equivalente ao plantio de 404 árvores.

Produtos Panvel

Capital Manufaturado

Higiene e beleza constituem uma frente estruturante da operação da Companhia, evidenciada por um *marketshare* de 15,4% em 2025. Nesse sentido, os produtos de marca própria desempenham papel central na estratégia do negócio, fortalecendo a fidelização de clientes e contribuindo para melhores resultados financeiros, além de aproximarem a Panvel dos consumidores. A relevância dessa frente está associada a uma trajetória consistente, marcada pela diferenciação, engajamento e construção de marca ao longo do tempo.

Esse posicionamento se refletiu nos resultados ao longo do ano, com os produtos de marca própria alcançando 7,7% das vendas totais do Varejo, um crescimento de 32% em relação ao ano anterior. Em termos financeiros, a receita da marca própria atingiu R\$ 449 milhões no período. Esse desempenho é marcado pela evolução contínua do mix, ampliação do portfólio de marcas e parcerias estratégicas com a indústria.

Em 2025, a linha Panvel Saúde alcançou 49,5% de participação em sua categoria, enquanto a linha Panvel MakeUp atingiu 50,2% no segmento de maquiagem. A marca também mantém liderança em cuidados adultos, com 64% de participação, além de 9% no segmento de vitaminas e suplementos. Como resultado desse crescimento e da consolidação da marca,

os produtos da Panvel alcançaram uma participação significativa no mercado de Private Label da Região Sul, com um *marketshare* de 39,6%.

Impulsionados por esse resultado, avançamos na ampliação e no aprimoramento do mix, com o lançamento de 310 novos itens e um portfólio com mais de 1.200 produtos distribuídos entre as linhas de higiene, beleza e cuidados infantis. Cerca de 30% dos produtos da marca Panvel são produzidos no Laboratório Lifar, estrutura industrial própria que contribui para o controle de qualidade e a integração da cadeia produtiva (saiba mais sobre nosso modelo de negócios na página 13).

Ao mesmo tempo, trabalhamos no reposicionamento da marca, com foco em atender diferentes necessidades de autocuidado e acompanhar as novas demandas dos consumidores.

Nas filiais, os produtos de marca própria também têm papel relevante na experiência do cliente, ao transformar a loja em um ambiente de experimentação e conveniência, com apoio de consultoras especializadas. Esse movimento fortalece especialmente a frente de Higiene e beleza, contribuindo para aumentar o tempo de permanência, o engajamento e a fidelização dos clientes, além de apoiar a geração de valor no longo prazo.



Segurança, transparência e qualidade dos produtos e serviços

A segurança, a transparência e a qualidade dos produtos são pilares centrais de nossas operações. O compromisso com a saúde e o bem-estar das pessoas nos leva a adotar práticas rigorosas, alinhadas às normas regulatórias e aos padrões internacionais mais exigentes. Desde o desenvolvimento até a comercialização, asseguramos que todos os produtos atendam a critérios elevados de eficácia e segurança, contribuindo de forma positiva para a qualidade de vida dos consumidores.

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

No desenvolvimento de cada produto ou em alterações de fórmula, analisamos de forma criteriosa as matérias-primas utilizadas, assegurando que suas quantidades estejam dentro dos limites permitidos pelas legislações pertinentes. **GRI 416-1**

Também são avaliadas as indicações de uso mais adequadas e o público-alvo, além da realização de testes de segurança. Nesse sentido, todos os produtos desenvolvidos e comercializados seguem parâmetros rigorosos de rotulagem, qualidade e segurança estabelecidos por órgãos reguladores como Anvisa, Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e Inmetro. **GRI 416-1 | 417-1**





MONITORAMENTO DA QUALIDADE

Para garantir a qualidade de nossos produtos, investimos continuamente em pesquisa e desenvolvimento, acompanhando de perto avanços científicos e regulatórios. Realizamos auditorias periódicas em nossos processos produtivos e em toda a cadeia de fornecedores, além de implementar controles de qualidade em todas as etapas da fabricação.

Programas de treinamento contínuo capacitam nossos colaboradores em práticas alinhadas às normas de segurança e qualidade, reforçando a consistência dos processos.

Contamos ainda com um sistema de monitoramento pós-mercado, que permite identificar e responder rapidamente a eventuais ocorrências relacionadas à segurança ou qualidade dos produtos. Em situações críticas, adotamos procedimentos ágeis, como *recalls* ou ajustes de formulação, sempre priorizando a saúde e a segurança dos usuários. Paralelamente, buscamos inovar em formulações e embalagens mais funcionais, visando reduzir impactos ambientais e ampliar benefícios aos consumidores.

Para avaliar a eficácia dessas ações, utilizamos uma abordagem integrada que inclui auditorias internas e externas, avaliações de impacto, sistemas de medição e indicadores de desempenho. Monitoramos semanalmente o índice de qualidade dos produtos, o percentual de conformidade em auditorias e o tempo médio de resposta a reclamações.



Nossos esforços têm gerado resultados consistentes. Nas auditorias mais recentes, os produtos atenderam a **100% dos requisitos regulatórios e internos, e o índice de satisfação dos clientes atingiu 88%.**

Além disso, reduzimos em 24 horas o tempo médio de resposta às reclamações em comparação ao ano anterior.



Ecosistema de saúde

Capital Manufaturado

Na Panvel, buscamos ser um **ecossistema de saúde**, oferecendo aos clientes uma experiência integrada de cuidado e bem-estar, baseada em confiança construída ao longo do tempo e proximidade no cuidado. Esse ecossistema se apoia na evolução contínua do portfólio de medicamentos e na oferta de serviços de saúde, estruturada principalmente pelo Panvel Clinic.

A **saúde**, junto com **higiene e beleza**, é um dos pilares que sustentam a operação da Companhia, o que se evidencia pela participação de 12,7% no *marketshare* de medicamentos em 2025. Nesse contexto, a expansão da categoria projetada para o longo prazo inclui o crescimento da participação de genéricos e a incorporação de medicamentos de maior complexidade terapêutica, incluindo terapias mais recentes como os medicamentos utilizados no tratamento de obesidade e diabetes (GLP-1), que exigem condições específicas de armazenamento e distribuição, como controle de temperatura ao longo da cadeia logística (saiba mais sobre esses avanços de armazenamento na página 30).

Os serviços Panvel Clinic, por sua vez, são sustentados por um mix robusto e de alta disponibilidade, que nos permite ampliar a cobertura e a continuidade dos serviços de saúde oferecidos aos clientes, consolidando uma visão integrada de saúde.

Até o final de 2025, 444 lojas ofereciam serviços da Panvel Clinic, disponibilizando aos nossos clientes aferição de pressão arterial, verificação de glicemia e temperatura corporal, aplicação de injetáveis e uso do sensor Libre. Nessas unidades, também são realizados exames rápidos voltados ao rastreio de doenças crônicas, como hemoglobina glicada e perfil lipídico, além de testes de gravidez.

Os exames são realizados com ou sem o uso de equipamentos, a partir de pequenas amostras de sangue, saliva ou secreção nasal, o que permite que a execução, a leitura e a interpretação dos resultados ocorram durante um único atendimento, com disponibilidade dos resultados em até 30 minutos.

Esse nível de agilidade e precisão é viabilizado por uma operação estruturada no **atendimento técnico e humanizado, com o farmacêutico atuando como protagonista da jornada de cuidado**, garantindo orientação e continuidade no acompanhamento do cliente. A qualificação contínua das nossas equipes é um dos elementos centrais desse modelo, com programas de capacitação que fortalecem a atuação técnica do farmacêutico e a consistência do atendimento em toda a rede.

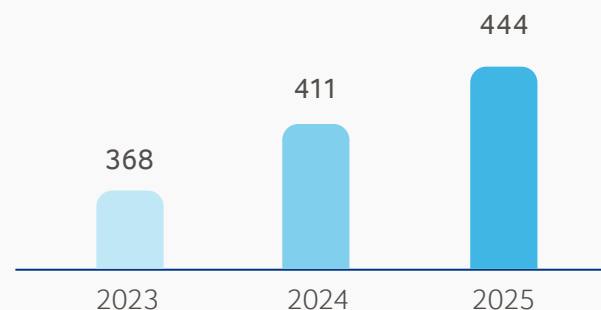
Esse conjunto de serviços é complementado pela atuação da Panvel em vacinação. Somos líderes na Região Sul, com 42,5% de *marketshare* em vacinas em farmácias. Ao todo, 106 salas de

vacinação oferecem imunizantes para dengue, febre amarela, influenza, herpes-zóster e meningite ACWY e B.

A operação de vacinação também é sustentada por um ciclo contínuo de capacitação, com mais de 30 treinamentos anuais para farmacêuticos, incluindo iniciativas como FarmaAtivo, FarmaAtivo Imunização e a trilha do vacinador, garantindo padronização, atualização técnica e segurança no atendimento (saiba mais sobre nossos treinamentos na página 69).

Nesse contexto, a tecnologia atua como suporte à jornada, com a utilização de Inteligência Artificial auxiliando o atendimento no balcão ao ampliar agilidade, acesso à informação e suporte técnico às equipes (saiba mais na página 54).

NÚMERO DE LOJAS COM SERVIÇOS PANVEL CLINIC





Serviços farmacêuticos

Para garantir que nossos clientes recebam os medicamentos corretos, de forma segura e eficiente, adotamos políticas e práticas rigorosas em todas as etapas do processo de dispensação. Essas medidas são fundamentais para prevenir erros e assegurar que cada prescrição seja atendida com precisão e cuidado.

Nossa equipe de Apoio Técnico Farmacêutico é responsável por elaborar e revisar, a cada dois anos, os Procedimentos Operacionais Padrão (POPs) e o Manual de Boas Práticas de Dispensação (MBPD). Esses documentos são desenvolvidos para garantir que todas as operações estejam em conformidade com a legislação vigente, incluindo a Portaria 344/1998, da Anvisa, além das Resoluções da Diretoria Colegiada da Anvisa n.º 58/2007, 44/2009, 50/2014, 812/2023 e 973/2025. **SASB HC-DR-260B.2**

Nossos procedimentos, baseados nessas normas regulatórias, orientam os farmacêuticos desde o recebimento da solicitação de medicamentos sujeitos à prescrição médica até a entrega ao cliente, abrangendo tanto receitas físicas quanto pedidos realizados pelos canais digitais, nos quais é necessário o envio da receita. **SASB HC-DR-260B.2**

Uma das principais ferramentas para prevenção de erros é o duplo *check* (dupla checagem), um procedimento que envolve a revisão sistemática de todas as etapas do processo. Isso inclui a verificação da receita, a seleção do medicamento, a confirmação da dosagem, da forma farmacêutica e a entrega ao cliente. O farmacêutico responsável em cada loja também é responsável por treinar a equipe sobre esses procedimentos, garantindo alinhamento às melhores práticas e às normas estabelecidas. **SASB HC-DR-260B.2**

Para facilitar o processo de compra digital, o site da Companhia oferece um passo a passo simples e orientativo, que auxilia o cliente na realização do pedido e no envio correto da receita médica. Essa abordagem contribui para a organização das informações, reduz a possibilidade de erros e torna o atendimento mais ágil.

Além disso, realizamos treinamentos contínuos para a equipe. Essas práticas mantêm os processos atualizados e alinhados às normas regulatórias, promovendo a melhoria contínua dos serviços. **SASB HC-DR-260B.2**

Clientes

Capital Social e de Relacionamento

Em 2025, avançamos em nossas iniciativas de relacionamento com clientes, com foco na ampliação da base, no estímulo à recorrência e no aprofundamento da relação de confiança com a Panvel, a partir de uma estratégia orientada pelo entendimento profundo do cliente, com foco em transformar dados em inteligência e inteligência em relacionamento.

Nesse contexto, o **Programa Bem Panvel** apoia a entrada de novos clientes e a reativação de clientes inativos. Como resultado dessas iniciativas, o total de clientes vinculados ao Programa alcançou 28,1 milhões.

Dentro desse universo, o número de Clientes Ativos, definidos como aqueles que realizaram ao menos uma compra nos últimos 12 meses, totalizou 7,4 milhões, representando um crescimento de 7,9% na comparação anual. Dentro dessa base, os Clientes Fiéis, definidos como aqueles que realizam compras com recorrência média de até 15 dias, somaram 1,7 milhão, um crescimento de 8,4% em comparação a 2024, representando 31% da base ativa. A taxa de recompra em até 30 dias também avançou, atingindo 58% em 2025, frente a 45% em 2024, evidenciando o fortalecimento da recorrência.

Esse desempenho reforça os diferenciais competitivos da Companhia, especialmente no nível de serviço, na qualidade do atendimento, na amplitude do mix de produtos e na entrega de uma experiência verdadeiramente *omnichannel* e personalizada.

A digitalização segue como uma das principais alavancas para o fortalecimento do relacionamento, contribuindo para o aumento da frequência de compras e do *ticket* médio. Nesse contexto, a participação de clientes *omnichannel* — aqueles que transitam entre os canais físicos e digitais — atingiu 16,3% da base de clientes, com uma frequência de compra 3,2 vezes superior em comparação aos demais clientes. Nesse contexto, a Companhia tem como ambição de longo prazo o aprofundamento do relacionamento com os clientes, por meio de maior segmentação da base e de programas de fidelidade, como forma de impulsionar recorrência, fidelização e rentabilidade.

Como parte dessa estratégia, em 2025 iniciamos o **Programa Panvel Prime**, uma plataforma de fidelização voltada aos consumidores mais engajados da Companhia, caracterizados pela alta frequência de compras e maior representatividade no *ticket* médio. A proposta é aprofundar o relacionamento com esse público, estimulando sua permanência, ampliando o engajamento e incentivando uma jornada de compras mais consistente ao longo do tempo.

Os resultados do piloto já indicam esse potencial, com **redução de 11 p.p. na evasão e aumento de 12,5% no gasto médio**, reforçando a capacidade do programa de expandir o valor gerado por cliente e consolidar vínculos de longo prazo. Em 2025, os clientes Prime representaram 18,4% da base, com projeção de, no curto prazo, alcançar 40% em 2026.



Satisfação do cliente

A excelência no atendimento não é apenas uma meta para o Grupo — é uma prática cotidiana, enraizada na cultura da Companhia e refletida em cada interação com o cliente, independentemente do canal. Essa dedicação consistente nos posiciona entre os destaques do varejo farmacêutico brasileiro, com reconhecimento tanto dos clientes quanto do mercado, consolidando nossa atuação como referência em experiência de compra.

Adotamos uma abordagem estruturada e orientada por dados para compreender, antecipar e superar as expectativas dos nossos clientes. Por meio de uma análise sistemática da base *omnichannel*, sustentada pela metodologia de *Customer Relationship Management* (CRM), identificamos padrões de compra, mapeamos preferências e desenvolvemos jornadas personalizadas em todos os pontos de contato — loja física, site e aplicativo. **GRI 2-29**

O acompanhamento da experiência do cliente é realizado por meio de métricas como *Customer Satisfaction Score* (CSAT), que mede a satisfação imediata do consumidor em interações específicas, e Net Promoter Score (NPS), que avalia a lealdade e a predisposição dos clientes a recomendar a Companhia.

Esses indicadores oferecem subsídios para aprimorar continuamente as estratégias de relacionamento.

GRI 2-29

A gestão do ciclo de vida do cliente é um dos pilares centrais dessa estratégia. Acompanhamos cada consumidor desde o primeiro contato até a consolidação da fidelidade, conduzindo-o por etapas progressivas de relacionamento — do cliente novo ao recorrente e, por fim, ao fiel. Nesse estágio, os resultados são expressivos:

91% dos clientes fiéis utilizam Produtos Panvel, 74% aderem a Convênios, 61% fazem uso do Clinic (Serviços) e 55% já consomem de forma omnichannel.

A escuta ativa da Voz do Cliente é potencializada pelo uso de Inteligência Artificial, que viabiliza a análise de *feedbacks* em escala, a identificação de atritos e a priorização de oportunidades de melhoria com base no impacto real sobre a experiência. Esse ciclo contínuo — que integra monitoramento, execução de planos de ação e reavaliação estratégica — reforça o cliente como vetor de evolução do negócio, com resultados que evidenciam essa trajetória de excelência.

Resultados NPS

80,0
NPS Panvel

79,8
NPS Loja

81,0
NPS App

81,3
NPS Site

85,4
NPS Clinic

79,4
NPS Mini CDs

Resultados CSAT GRI 2-29

93,3%
CSAT Atendimento

93,7%
CSAT Entrega

92,3%
CSAT Estoque

94,9%
CSAT Mix

83,5%
CSAT Preço

93,0%
CSAT Entrega em casa



ESG

Capital Intelectual

A estratégia ESG da Companhia está voltada para a geração de valor sustentável, orientando decisões e fortalecendo a integração entre desempenho econômico, responsabilidade socioambiental e governança. Alinhada à estratégia de crescimento do negócio, a agenda ESG evolui continuamente para responder aos desafios do setor e às expectativas dos nossos públicos de relacionamento.

Em continuidade ao movimento iniciado em 2024, quando revisamos nossos compromissos ESG à luz da evolução do negócio e das demandas do mercado, o ano de 2025 representou a consolidação desse processo.

Ao longo do ano, avançamos na implementação dos nove compromissos definidos, com foco no fortalecimento da governança, na evolução dos processos internos e na qualificação do monitoramento de indicadores. Esse direcionamento foi fundamental para assegurar maior consistência na execução da estratégia ESG e ampliar a capacidade de geração de valor sustentável.

Seis dos nossos nove compromissos ESG já foram plenamente alcançados. O progresso geral é de 85%.

Mais do que um ciclo de execução, 2025 representou um período de amadurecimento da nossa agenda ESG, no qual consolidamos aprendizados, aprimoramos ferramentas de gestão e fortalecemos sua integração com a estratégia corporativa.

Esse amadurecimento também nos levou a revisitar o posicionamento institucional. A partir de um novo olhar sobre o papel estratégico do tema na Companhia, evoluímos o Todos Bem Grupo Panvel + Sustentável para Todos Bem Panvel ESG, consolidando um modelo mais integrado, estruturado e orientado à gestão.

O novo posicionamento passa a refletir uma abordagem estratégica voltada ao acompanhamento contínuo dos indicadores ESG e ao desenvolvimento consistente das metas estabelecidas, fortalecendo sua conexão com as diretrizes do negócio. Esse avanço também incorpora uma visão transversal da agenda ESG, que passa a permear todas as áreas da Companhia, orientando decisões e práticas de forma integrada. Mais do que uma mudança de nomenclatura, essa evolução representa um novo estágio da nossa jornada, marcado por maior maturidade, governança e alinhamento à estratégia corporativa.

Nesse contexto, o Todos Bem ESG Panvel inaugura um novo capítulo, reforçando seu papel como direcionador das nossas prioridades e impulsionador da geração de valor sustentável no longo prazo. Esse movimento é fortalecido pela criação do Comitê ESG (saiba mais na página 21), que amplia a governança sobre o tema, e pelos avanços no amadurecimento das práticas e processos de reporte, fortalecendo a transparência e o alinhamento às melhores referências de mercado e às regulamentações aplicáveis.

Compromissos 2025



Realizar o mapeamento completo da destinação final dos resíduos perigosos de todas as unidades do Grupo Panvel, visando o desenvolvimento e implementação de um plano de ação para alcançar a meta de "aterro zero".

Status: 100%

O avanço no mapeamento completo da destinação final dos resíduos perigosos em todas as unidades representou um marco na maturidade da gestão ambiental do Grupo Panvel. O levantamento permitiu quantificar detalhadamente os volumes gerados por unidade de negócio e categorizar os principais tipos de resíduos, consolidando a base de dados necessária para a tomada de decisão estratégica.

A partir dessa análise aprofundada, foi possível identificar que a adoção da meta de "aterro zero" em sua concepção integral apresenta inviabilidade técnico-econômica no contexto atual, especialmente em função dos resíduos perigosos, cuja destinação adequada exige incineração — processo com custo unitário significativamente superior ao aterramento.

Esse diagnóstico redirecionou a estratégia: a prioridade passa a ser a redução na fonte, atuando diretamente nas etapas de geração de resíduos como principal alavanca para tornar a gestão mais eficiente e ambientalmente responsável no longo prazo.



Mapeamento do consumo de plástico e papel virgem em nossas operações, visando subsidiar o desenvolvimento de estratégias sustentáveis.

Status: 15%

Seguimos com o mapeamento do consumo de plástico e papel nas operações, que resultou em um levantamento quantitativo dos principais insumos utilizados no ciclo 2024–2025.

Embora esse trabalho represente um avanço na estruturação das informações, a etapa de análise de oportunidades para redução do uso de papel e plástico ainda se encontra em estágio inicial neste ciclo.

O resultado estabelece uma base para o aprofundamento das próximas etapas de avaliação e definição de estratégias de otimização de consumo.

Compromissos 2025



Garantir que novas formulações das marcas Panvel e LIFAR sejam livres de parabenos, triclosanos e microplásticos, além de realizar o mapeamento das linhas já existentes, buscando identificar percentual atualizado de formulações aderentes ao plano de eliminação desses componentes.

Status: 100%

Realizamos o mapeamento de fórmulas em 1.253 produtos da marca própria e demais itens produzidos no Lifar, com foco na identificação de substâncias críticas. O levantamento identificou a presença de microplásticos, triclosanos ou parabenos em menos de 3% do total. Também reestruturamos o processo de documentação técnica dos produtos, o que ampliou a rastreabilidade das formulações. Implementamos ainda um sistema de classificação de produtos por nível de criticidade, que define diferentes níveis de exigência na análise conforme o tipo de produto.

Além disso, todos os novos produtos passaram a ser validados previamente com base na lista de substâncias banidas, garantindo aderência ao padrão de eliminação de parabenos, triclosanos e microplásticos.



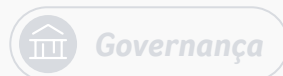
Implementar o programa de logística reversa de medicamentos (Destino Certo) em todas as novas filiais, assim como expandi-lo para 100% das filiais já ativas.

Status: 100%

Para alcançar esse resultado, realizamos um mapeamento completo da rede, identificando todas as lojas que já contavam com o coletor e aquelas que ainda não possuíam o equipamento. A partir desse diagnóstico, estruturamos um plano de implementação que culminou na inclusão do coletor Destino Certo no enxoval padrão de abertura de novas lojas.

Com isso, ao longo de 2025, chegamos a 100% da rede com coletores instalados e garantimos que todas as unidades abertas a partir de então já iniciem suas operações com o programa ativo, tornando a logística reversa de medicamentos uma prática permanente e sistemática do Grupo Panvel.

Compromissos 2025



Aprimorar as ferramentas de monitoramento das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) dos escopos 1, 2 e 3, com foco na redução contínua das emissões e no fortalecimento das práticas de gestão climática.

Status: **100%**

Em 2025, concluímos o mapeamento das fontes de emissão de GEE da Companhia conforme as categorias estabelecidas pelo GHG Protocol, abrangendo as emissões diretas (Escopo 1), as emissões indiretas de energia (Escopo 2) e as demais emissões indiretas da cadeia de valor (Escopo 3). Esse trabalho consolidou a base de dados necessária para a estruturação do Inventário de GEE, conferindo maior robustez e rastreabilidade ao processo de reporte. Pela primeira vez, nosso inventário foi auditado por terceira parte, adquirindo o selo Ouro do GHG Protocol.

Paralelamente, foi realizado o levantamento e diagnóstico das ferramentas de monitoramento existentes, permitindo avaliar a maturidade dos sistemas de gestão climática da Companhia. Como avanço operacional, implementamos uma nova ferramenta de controle para o monitoramento das emissões, que garante maior integridade dos dados, rastreabilidade das fontes e agilidade no reporte de indicadores climáticos — reforçando a consistência e a confiabilidade das informações divulgadas.



Compromissos 2025



Desenvolver os colaboradores por meio de programas de capacitação, alcançando uma média mínima de 30 horas/ano de treinamento por colaborador.

Status: 100%

Alcançamos a média de 36 horas de treinamento por colaborador ao longo de 2025, resultado dos nossos esforços no desenvolvimento e na aplicação de treinamentos, além do sucesso na implementação da nova ferramenta de educação corporativa.



Desenvolver e implementar novas formas de mensuração e mapeamento da diversidade em nossa Companhia, visando criar estratégias para garantir o aumento da diversidade em posições de liderança.

Status: 97%

Estruturamos novas formas de mensuração e acompanhamento da diversidade na Companhia, com foco no fortalecimento de uma base de dados mais completa e confiável para apoiar estratégias de aumento da diversidade em posições de liderança. Como principal entrega, desenvolvemos e implementamos um *dashboard* de diversidade, que apoia o monitoramento, em tempo real, de indicadores demográficos. Também foram incorporados campos de diversidade aos formulários de admissão, garantindo o registro estruturado das informações desde a entrada de novos colaboradores.

No campo da governança de dados, foi realizada a atualização cadastral ativa do quadro atual, elevando a confiabilidade das informações e permitindo diagnósticos mais precisos sobre o perfil da força de trabalho. Em paralelo, foram formalizadas diretrizes internas de uso de nome social e padronizados processos de atendimento e registro, assegurando respeito à identidade de gênero em toda a jornada do colaborador.

Compromissos 2025



Desenvolver políticas de integridade que reforcem a ética e a conformidade dentro da organização e implementar um cronograma estruturado de capacitações periódicas para todos os colaboradores, garantindo a aplicação e atualização contínua dessas diretrizes.

Status: **49%**

Definimos um cronograma de capacitações em ética e conformidade, segmentado por nível hierárquico, com definição de periodicidade e trilhas de aprendizagem. Também foi implementado um dashboard de gestão de treinamentos, permitindo o acompanhamento dos acessos e da participação, com maior rastreabilidade das ações formativas.

Parte das etapas relacionadas à capacitação em áreas críticas avançou, incluindo a definição de cronogramas por nível hierárquico e a realização de entrevistas para estruturação das trilhas de aprendizagem. No entanto, a aplicação prática e as avaliações finais ainda seguem em andamento. Já a revisão e a formalização da Política de Integridade tiveram execução parcial, com cerca de 30% do plano concluído.



Fomentar o alinhamento dos fornecedores estratégicos de marcas próprias e de compras indiretas aos critérios ESG estabelecidos pela Companhia.

Status: **100%**

Estruturamos iniciativas para fortalecer o alinhamento dos fornecedores estratégico aos critérios ESG da Companhia. O trabalho incluiu o desenvolvimento de uma matriz de criticidade para identificação de fornecedores prioritários, considerando impactos financeiros e riscos operacionais, além do mapeamento de vulnerabilidades na cadeia de suprimentos, com foco na prevenção de riscos reputacionais e de interrupções operacionais. Também foi instituída a Carta de Ética ao Fornecedor, formalizando diretrizes de conduta e o compromisso com integridade e compliance. Em paralelo, foram definidos critérios ESG específicos para a cadeia de suprimentos, estabelecendo um framework de sustentabilidade para orientar práticas de compras.

Como suporte à execução, foram implementados instrumentos de avaliação ESG para fornecedores críticos, criando uma base estruturada de monitoramento de conformidade socioambiental, além de uma nova ferramenta digital de gestão, que centraliza processos de homologação, controle e acompanhamento de performance dos parceiros de negócio com incorporação de critérios ESG.

Ética e combate à corrupção

Acreditamos que a ética e o combate à corrupção não são apenas obrigações, mas elementos essenciais para a sustentabilidade do negócio e para a construção de relações de confiança com todos os públicos com os quais nos relacionamos.

GRI 3-3

Esses valores estão consolidados em nosso Código de Ética e Conduta, que norteia as ações internas e as interações com parceiros, fornecedores e demais *stakeholders*. O documento estabelece diretrizes claras para situações de conflito de interesse, que são analisadas e investigadas pelas áreas de Prevenção de Perdas, Auditoria Interna e *Compliance*, além dos Comitês de Auditoria e Riscos e de Ética.

GRI 2-15 | 2-23

A integração de novos colaboradores é um momento crucial para reforçar nossos valores éticos. Durante o processo de *onboarding*, todos os integrantes têm acesso ao curso sobre o Código de Ética e Ambiente de Respeito, além de treinamento sobre Diversidade, Equidade e Inclusão, garantindo que compreendam nossas políticas internas desde o início de sua jornada. Realizamos ainda treinamentos periódicos e reciclagens, coordenados pela área de Gente e Cultura, para manter o tema sempre atual e relevante.

GRI 3-3

Estendemos nossa exigência ética aos fornecedores e parceiros de negócios. Em nossos contratos, estabelecemos a obrigatoriedade do cumprimento de normas relacionadas a

meio ambiente, saúde, segurança e responsabilidade social. Isso inclui a proibição de uso de mão de obra infantil ou trabalho análogo à escravidão, a promoção de um ambiente de trabalho seguro e saudável e o combate a qualquer forma de discriminação.

GRI 2-24

Nossas políticas e normas são centralizadas em um repositório acessível a todos os colaboradores, com notificações automáticas sempre que uma nova diretriz é publicada ou atualizada.

GRI 2-24

COLABORADORES CAPACITADOS EM POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO GRI 205-2¹

	Colaboradores capacitados	Total por categoria	Percentual por categoria
Paraná			
Liderança	183	202	90,6%
Equipes	1.211	1.704	71,1%
Santa Catarina			
Liderança	146	165	88,5%
Equipes	1.009	1.403	71,9%
São Paulo			
Liderança	29	36	80,6%
Equipes	254	297	85,5%
Rio Grande do Sul			
Liderança	971	644	66,3%
Equipes	4.691	7.883	59,5%

¹Os valores reportados não incluem estagiários, porém contemplam terceiros e temporários.

Para garantir que os princípios éticos sejam vividos no dia a dia, contamos com um Programa de *Compliance* robusto, que inclui treinamentos contínuos e um sistema eficiente para o tratamento de denúncias. O Canal de Ética, disponível via site, telefone e aplicativo, é um dos principais mecanismos para receber relatos de irregularidades de forma anônima e segura.

GRI 2-26 | 3-3

A gestão desse canal é terceirizada, assegurando imparcialidade no processo. As denúncias são analisadas com base em uma matriz de responsabilidade, que define o tipo de tratativa conforme a gravidade e o grau de evidência do caso. Situações mais complexas são encaminhadas ao Comitê de Ética, composto por representantes de áreas estratégicas, que realiza análises detalhadas e deliberações por meio de votação colegiada. O Conselho supervisiona a equipe responsável por avaliar todas as denúncias e analisar possíveis impactos negativos críticos. Essa análise considera os aspectos ambientais, sociais e de governança, alinhados aos princípios ESG. Os resultados das análises, bem como as medidas tomadas, são divulgados de maneira transparente. **GRI 2-16 | 2-26**

Além disso, monitoramos todos os dados relacionados às denúncias, desde a entrada até a resolução, utilizando indicadores-chave para avaliar a eficiência e a transparência do processo. As denúncias são categorizadas por natureza, o que facilita o acompanhamento das ações corretivas e a identificação de tendências. Para isso, contamos com uma ferramenta externa que garante precisão na gestão das informações e suporte na tomada de decisões. **GRI 3-3**

Em 2025, 25 casos de discriminação foram comunicados ao Canal de Ética, dos quais 48% estão em análise e 52% possuem planos de reparação implementados e com resultados analisados. **GRI 406-1**



Gestão de riscos

Gerenciar os riscos aos quais estamos expostos é essencial para garantir a sustentabilidade e a perenidade do negócio. Para isso, adotamos uma abordagem integrada na gestão de riscos corporativos, que inclui uma Matriz de Riscos abrangendo aspectos operacionais, financeiros e reputacionais.

Nossa matriz mapeia os principais riscos corporativos e define medidas mitigatórias específicas, desenvolvidas com o apoio de uma consultoria externa. **GRI 3-3**

Contamos com as áreas de Auditoria Interna e Prevenção de Perdas, que possuem equipes dedicadas à gestão de riscos. Essas áreas realizam reportes bimestrais ao Comitê de Auditoria e Riscos, além de fornecer informações à Alta Liderança sempre que necessário. **GRI 3-3**

Nossa Política de Gestão de Riscos organiza e orienta a identificação e mitigação de sete categorias de riscos relevantes à natureza das operações, garantindo uma abordagem estruturada e alinhada às melhores práticas do mercado. **GRI 3-3**



Risco de compliance

Causado por questões reputacionais ou regulatórias, bem como eventuais prejuízos financeiros a que a Companhia possa estar sujeita devido a falhas no cumprimento de leis, regulamentos, políticas internas, códigos de conduta e padrões de boas práticas.



Risco de crédito

Resultado da eventual inadimplência de clientes, bem como falhas de comunicação entre a Companhia e seus devedores.



Risco de informação

Provocado pela perda, mau uso ou divulgação não autorizada de dados pessoais sensíveis. Abrange informações confidenciais de acionistas internos ou externos que causem dano ou transtornos a qualquer indivíduo, além de configurar ameaças aos negócios e à reputação da Companhia.



Risco de liquidez

Diz respeito à falta de capacidade financeira da Companhia para honrar dívidas, incluindo operações com garantias, sem afetar suas operações e sem incorrer em perdas significativas.



Risco de mercado

Fruto de eventuais variações em operações que envolvam flutuações na taxa de câmbio, taxa de juros e preços de *commodities*.



Risco estratégico

Resultado da implementação de uma estratégia errada, inadequada ou ineficaz, que prejudique a Companhia a atingir seus objetivos.



Risco operacional

Potenciais prejuízos decorrentes de falhas em processos, pessoas, sistemas internos ou eventos externos. Inclui questões de *compliance*, como inadequações em contratos, descumprimento de leis ou regulamentos e indenizações por danos a terceiros causados pelas atividades da Companhia. Também abrange fraudes internas e externas.

Em nossa análise de riscos operacionais, incorporamos também a avaliação dos impactos dos fenômenos climáticos, reconhecendo sua crescente relevância para a resiliência do negócio. Classificamos esses riscos considerando tanto os danos patrimoniais quanto os impactos sobre a segurança das pessoas. Entre os principais eventos mapeados estão enchentes, tempestades, deslizamentos e incêndios, que podem comprometer a integridade das operações, gerar perdas materiais e, em casos mais críticos, colocar em risco a vida de colaboradores, clientes e comunidades próximas.





Riscos Climáticos

A identificação e a gestão dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas integram a agenda estratégica do Grupo Panvel. Reconhecemos que as transformações em curso no sistema climático global têm potencial para afetar o modelo de negócios, as operações e a cadeia de valor, e que a capacidade de compreender e responder a esses fatores é condição essencial para a resiliência organizacional e para a continuidade da geração de valor no longo prazo.

Escopo e abrangência da avaliação

Conduzimos um processo estruturado de avaliação de riscos e oportunidades climáticas, com cobertura abrangente de nossas unidades de negócio, incluindo as operações de varejo, centros de distribuição, unidade industrial e matriz corporativa. A análise considera duas dimensões complementares:

- » **os riscos físicos**, decorrentes de eventos climáticos extremos e de alterações crônicas no clima;
- » **e os riscos de transição**, associados a mudanças regulatórias, tecnológicas, de mercado e reputacionais que acompanham o processo de descarbonização da economia.

Esse processo foi desenvolvido com a participação ativa de representantes de diferentes áreas e unidades da Companhia promovendo uma visão multidisciplinar e integrada do tema. A abordagem adotada está alinhada às melhores práticas e referências internacionais de reporte e gestão de riscos

climáticos. A avaliação de riscos e oportunidades climáticas encontra-se em fase de conclusão.

Neste ciclo, avançamos de forma significativa na identificação e na análise qualitativa dos principais fatores de risco relevantes para o nosso setor e contexto geográfico de atuação, bem como na promoção de um entendimento compartilhado sobre o tema entre as lideranças envolvidas.

A etapa de determinação da materialidade dos riscos identificados, que orientará a priorização das respostas e a definição das iniciativas de mitigação e adaptação, está em andamento e será concluída e apresentada nos dados consolidados de 2026.

Os resultados dessa etapa informarão os relatórios e comunicações subsequentes do Grupo, de forma transparente e alinhada às exigências regulatórias e às expectativas das partes interessadas.

Integração à Estratégia e à Governança

Independentemente da conclusão formal do processo de avaliação, o tema climático já se encontra integrado à agenda de governança da Companhia. As lideranças responsáveis acompanham de forma contínua a evolução do cenário regulatório, as tendências de mercado e os eventos climáticos com potencial de impacto sobre as operações, garantindo que esse conhecimento oriente decisões estratégicas e operacionais de forma tempestiva.

Acompanhamos a evolução do marco normativo nacional e internacional aplicável ao setor, incluindo as crescentes exigências de reporte e transparência em temas climáticos, e estamos comprometidos com a conformidade e com a melhoria contínua de nossas práticas de gestão e divulgação.

Com a conclusão do processo de avaliação, estaremos em condições de divulgar, de forma estruturada, os riscos e oportunidades climáticos considerados materiais, na análise de Dupla Materialidade, as métricas associadas e as iniciativas adotadas para mitigação, adaptação e aproveitamento de oportunidades. Esse conjunto de informações será incorporado ao nosso ciclo de reporte, reforçando o compromisso com a transparência e com a prestação de contas a investidores, reguladores, colaboradores e demais partes interessadas.

Entendemos que a gestão responsável dos riscos climáticos é, ao mesmo tempo, uma exigência de boa governança e uma oportunidade concreta de fortalecer a resiliência do negócio e contribuir para um modelo de crescimento sustentável e orientado ao longo prazo.

Gestão da cadeia de fornecimento

Capital Social e de Relacionamento

Ao mesmo tempo em que expandimos o nosso negócio, fortalecemos as práticas de governança, controles internos e políticas de *compliance*, com impactos positivos ao longo da cadeia de fornecimento. Por meio de iniciativas como a digitalização de processos, auditorias, avaliação de desempenho e o incentivo à regularidade fiscal e trabalhista, buscamos construir relações comerciais mais transparentes, reforçar a eficiência operacional, mitigar riscos e estimular o desenvolvimento sustentável da cadeia. **GRI 3-3**

Nesse sentido, a Política Corporativa de Suprimentos, a Norma de Gestão de Fornecedores e Controle de Terceiros e o Guia de Boas Práticas de Segurança na Construção Civil orientam a seleção, qualificação e o monitoramento de fornecedores, com foco na transparência, ética e sustentabilidade, considerando impactos econômicos, ambientais e sociais. **GRI 3-3**

Entre os principais riscos associados à cadeia de fornecimento, destacam-se os potenciais impactos negativos decorrentes das atividades da construção civil, especialmente no processo de implantação de novas filiais. Esses impactos podem envolver aspectos ambientais, trabalhistas e de conformidade legal. **GRI 3-3 | 409-1**

Para mitigar impactos negativos e ampliar os impactos positivos de nossa cadeia, adotamos critérios estruturados de qualificação de fornecedores, que avaliam qualidade, competitividade, capacidade de entrega, atendimento, sustentabilidade e conformidade regulatória, assegurando o alinhamento às diretrizes corporativas. Contamos também com o apoio de uma consultoria especializada, responsável pela realização de auditorias e vistorias *in loco* como terceira parte independente. Essas avaliações têm como objetivo verificar o cumprimento dos requisitos legais e normativos aplicáveis, assegurando a conformidade com a legislação vigente e reforçando nosso compromisso com a gestão responsável da cadeia de fornecimento. **GRI 3-3**

Quando identificados impactos negativos reais, conduzimos auditorias, definimos ações corretivas e realizamos acompanhamento contínuo, em colaboração com os fornecedores. Nesse contexto, os controles também se estendem ao recebimento e à movimentação de produtos, com verificações de integridade, validade e rastreabilidade. Itens fora dos padrões são bloqueados na entrada ou tratados ao longo da distribuição e, quando necessário, são acionados protocolos de recolhimento, assegurando a proteção dos consumidores e o cumprimento das exigências regulatórias. **GRI 3-3 | SASB HC-DR-250A.1**



Perfil da cadeia de fornecimento local do Grupo Panvel

O acompanhamento estruturado dos resultados permite avaliar a efetividade das iniciativas implementadas e orientar a evolução contínua da gestão da cadeia. Para isso, utilizamos auditorias, indicadores de desempenho (KPIs) e a escuta de *stakeholders* como insumos para análise e tomada de decisão. Entre os principais indicadores monitorados estão o nível de serviço no atendimento às lojas, o índice de irregularidades documentais e métricas relacionadas à sustentabilidade, como redução de emissões, diversidade e inclusão, e saúde e segurança no trabalho. A partir desse monitoramento, estabelecemos metas de aprimoramento, incluindo a elevação da taxa de conformidade de 88% para 93% nos próximos dois anos, além da ampliação das práticas sustentáveis entre fornecedores. **GRI 3-3**

A experiência acumulada ao longo desse processo evidencia que o engajamento dos fornecedores é um fator-chave para a consolidação das diretrizes estabelecidas. Nesse sentido, iniciativas de comunicação e capacitação têm sido fundamentais para fortalecer a aderência às práticas esperadas, considerando também as particularidades de cada parceiro. Esse aprendizado orienta a revisão contínua de políticas e instrumentos de gestão, incorporando exigências regulatórias e tendências de mercado, e contribuindo para o aprimoramento permanente do processo de qualificação de fornecedores.

GRI 3-3



Possuímos relações comerciais com **2.921 fornecedores**, distribuídos em todos os estados brasileiros. **GRI 2-6**



R\$ 5,3 bilhões pagos em **contratos com fornecedores**. **GRI 2-6**





Inovação e tecnologia

Capital Intelectual

No Grupo Panvel, a inovação sustenta a competitividade, a diferenciação de mercado e a geração de valor no longo prazo. Em um setor marcado por rápidas transformações tecnológicas, regulatórias e comportamentais, a Companhia atua de forma proativa na antecipação de tendências e no desenvolvimento de soluções que ampliam o acesso à saúde, fortalecem a experiência do cliente e elevam a eficiência operacional. **GRI 3-3**

A transformação digital é um dos principais vetores dessa agenda. A consolidação de uma plataforma *omnichannel* integra de forma fluida lojas físicas, *e-commerce* e aplicativo próprio, proporcionando conveniência, personalização e recorrência de relacionamento. Nesse contexto, a incorporação estruturada de Inteligência Artificial (IA) representa um marco relevante na evolução do modelo de negócio. **GRI 3-3**

A adoção dessas tecnologias contribui para a geração de valor no longo prazo, ao sustentar ganhos consistentes de eficiência e produtividade por meio da otimização de processos e do uso de novas soluções baseadas em IA. Nesse contexto, destacam-se os modelos de *Machine Learning* voltados à previsão de demanda, à identificação de excessos e ao mapeamento de oportunidades de venda, contribuindo para uma gestão de estoques mais precisa e orientada por dados. A mesma lógica

se estende à gestão de sortimento, com o uso intensivo de dados para viabilizar análises em escala e a definição de um mix cada vez mais customizado e aderente às especificidades de cada região. Além disso, a aplicação de IA em estratégias de precificação permite identificar, sugerir e aplicar preços de forma mais dinâmica e alinhada às condições de mercado.

No relacionamento com clientes, o uso de IA permite tornar mais assertivas as decisões sobre segmentação e comunicação. A partir da análise de dados em escala, a Companhia direciona campanhas e define abordagens mais aderentes aos perfis e comportamentos, o que contribui para interações mais relevantes e para o fortalecimento do engajamento e da recorrência.

A IA também vem sendo utilizada na escuta e na gestão de pessoas, com o uso de ferramentas que permitem analisar, em escala, percepções e níveis de engajamento dos colaboradores. Por meio de pesquisas estruturadas e do tratamento automatizado de dados, geramos análises por área, identificamos padrões e apoiamos a tomada de decisão das lideranças, ampliando a capacidade de leitura organizacional (saiba mais sobre Escuta Ativa na página 64).

Nesse contexto, os ganhos de eficiência e escala só se sustentam quando combinados a uma operação capaz de absorver e potencializar essas tecnologias. A produtividade passa, portanto, pela integração entre pessoas, processos e tecnologia, articulando capacitação, simplificação e padronização de fluxos com o uso de automação e inteligência artificial para dar mais fluidez à operação e qualificar a tomada de decisão.

Essa abordagem se materializa no investimento contínuo na formação dos colaboradores, com foco no desenvolvimento de competências analíticas, no uso de indicadores e na aplicação prática de IA na rotina operacional, além do estímulo à criação de soluções pelos próprios times e à adoção de uma mentalidade de melhoria contínua (saiba mais sobre nossos programas de inovação nas páginas 56 e 58).

Como desdobramento dessa abordagem, a Companhia prioriza a aprendizagem pela prática, por meio de um ambiente que permite aos colaboradores desenvolver e utilizar agentes de IA no dia a dia. Esse modelo é viabilizado pela Plataforma de Agentes de IA, que amplia a autonomia dos times e a capacidade de inovação distribuída na operação (saiba mais na página 55).



Sofia

Em 2025, a Inteligência Artificial seguiu como um dos principais vetores de eficiência operacional e qualificação do atendimento na Panvel, com a Sofia (Serviço de Orientação Farmacêutica com IA Generativa) integrada à rotina das lojas e aos canais digitais.

O uso da Sofia apoia diretamente as equipes de loja e logística, oferecendo respostas rápidas e confiáveis para dúvidas operacionais, técnicas e de saúde, apoiando diretamente o atendimento ao cliente, com orientações sobre medicamentos, produtos, receitas e procedimentos, além de suporte a processos de PDV (Ponto de Venda), consulta de estoque e procedimentos farmacêuticos. A assistente também passou a incorporar novas funcionalidades, como a leitura de receitas digitais enviadas pelo aplicativo, com interpretação automatizada das informações e identificação dos medicamentos prescritos, tornando o processo mais ágil e reduzindo a necessidade de digitação manual. Integrada ao OmniPDV (Sistema de Gestão de Ponto de Venda) e disponível em versão móvel, a assistente fortalece a eficiência no atendimento e a experiência do cliente.

Na logística, conta com versão exclusiva nos Centros de Distribuição de Eldorado do Sul (RS) e São José dos Pinhais (PR), apoiando processos como recebimento, armazenamento, expedição e controle de estoque, promovendo maior padronização e eficiência operacional.

Em 2025, **evoluímos a Sofia com novas funcionalidades e consolidamos a IA como um canal digital estratégico no atendimento ao cliente**, ampliando a eficiência, a personalização e a conveniência das interações. Parte relevante das interações que anteriormente eram realizadas por telefone passou a ser conduzida pelo canal oficial da Panvel no WhatsApp, especialmente em demandas operacionais recorrentes, como reagendamentos, cancelamentos e estornos de pedidos. Esse movimento impulsionou a migração de mais de 50% dos atendimentos telefônicos para o WhatsApp, conferindo maior agilidade no atendimento. No *call center*, a Sofia passou a responder por cerca de 70% dos contatos do SAC e por 50% das vendas realizadas via televendas, ampliando a capacidade de atendimento com eficiência.

Ao longo do ano, a consolidação desse modelo de atendimento digital contribuiu para a **evolução da satisfação dos clientes e para ganhos de produtividade interna**, reafirmando a Sofia como um elemento estruturante da estratégia *omnichannel* da Companhia. Como resultado, alcançamos 81% de CSAT e uma taxa de retenção da IA de 65%, indicadores que refletem a qualidade das interações e a confiança dos clientes no canal. Atualmente, a Sofia registra média de 90 mil atendimentos mensais, evidenciando sua escala e relevância operacional.

Além dos avanços na experiência do cliente, a aplicação da IA gerou impactos diretos no desempenho do negócio, com R\$ 250 mil em vendas realizadas sem intervenção humana e R\$ 13 milhões em vendas com apoio humano, reforçando o papel da tecnologia como alavanca de eficiência comercial e geração de valor sustentável.



Plataforma de Agentes de IA

Capital Humano

Em 2025, lançamos a Plataforma de Agentes de IA, um ambiente digital que permite a criação e a coordenação de agentes virtuais capazes de executar tarefas, apoiar a tomada de decisão e interagir com pessoas e sistemas de forma autônoma. Esses agentes são treinados para esclarecer dúvidas e apoiar o dia a dia dos colaboradores de áreas corporativas, ampliando o acesso à informação e a eficiência operacional.

Mais do que promover o letramento digital, a iniciativa está baseada na aprendizagem pela prática, com a criação de um ambiente em que os próprios colaboradores podem desenvolver e utilizar agentes de IA no dia a dia, ampliando a autonomia e a aplicação direta da tecnologia nas rotinas de trabalho.

Desde o lançamento, foram mais de 130 agentes de IA criados, que já viabilizaram mais de 920 mil conversas e o envio de mais de 1,2 milhão de mensagens, consolidando a plataforma como um importante instrumento de suporte às operações e de disseminação de conhecimento no negócio. Esses agentes são, em sua maioria, desenvolvidos pelos próprios colaboradores, o que reforça a capilaridade da iniciativa e sua aderência às necessidades das diferentes áreas.





Panvellabs

Capital Humano

O Panvellabs, nosso laboratório de Inovação Aberta, segue fortalecendo sua posição como um elo estratégico entre o Grupo Panvel e *startups*.

Prestes a completar seis anos de atuação, o Panvellabs permanece focado em três pilares:

- » soluções para saúde e bem-estar;
- » experiência do consumidor; e
- » inteligência operacional.

Dentro da iniciativa, desenvolvemos o Programa de Conexão com *Startups*, voltado a promover conexões entre essas empresas e nosso ecossistema de inovação, oportunizando a cocriação de soluções aderentes ao negócio. Buscamos *startups* que estejam em um estágio de maturidade próximo ao de *scale-up*, ou seja, que já tenham superado a fase inicial e estejam em crescimento acelerado, com um modelo de negócios escalável e validado. Além disso, é importante que já tenham um MVP (Produto Mínimo Viável) testado e aprovado pelo mercado – ou seja, uma versão funcional do produto ou serviço que comprove sua viabilidade e aceitação pelos clientes.

Atualmente, estamos conectados a 29 startups por meio do Programa, sendo avaliadas mais de duas mil startups.

Radar de Inovação: Ecossistema de Startups Conectadas





Panvel On

O PanvelOn é um programa de inovação que envolve diversas áreas da empresa. A iniciativa funciona em um ciclo contínuo para gerar, desenvolver e apresentar novas ideias, culminando em dois grandes eventos de *Hackathon* e *Pitch* por ano para acelerar soluções e identificar talentos.

O programa ocupa um papel central na estratégia de negócio, conectando inovação e sustentabilidade às nossas práticas. Essa abordagem nos impulsiona a promover mudanças positivas, adotando práticas responsáveis e incentivando colaboradores a apresentar ideias inovadoras que impactam a experiência do cliente e a inteligência operacional.

O ciclo de inovação do PanvelOn é estruturado nas seguintes etapas:

- (i) sensibilização das áreas**, com engajamento de lideranças executivas e diretorias;
- (ii) mapeamento de ideias**, conduzido por ativadores que coletam desafios e oportunidades junto às equipes;
- (iii) seleção para o desafio**, com filtragem das ideias e definição dos participantes do *Hackathon*; e
- (iv) desenvolvimento e apresentação**, quando os selecionados estruturam soluções e apresentam para uma banca nos dois eventos de *Hackathon* e *Pitch* realizados no ano.

Como parte do PanVel On, promovemos também a formação de Ativadores da Inovação, colaboradores responsáveis por impulsionar projetos transformadores dentro da Companhia, mapeando os desafios e incentivando a inovação entre as áreas envolvidas.

Em 2025, implementamos uma mudança no modelo do programa, que deixou de operar por ciclos fechados com períodos específicos de inscrição e aceleração e passou a funcionar de forma contínua. Embora o processo siga estruturado em etapas, os colaboradores agora têm liberdade para se inscrever ao longo de todo o ano, o que amplia o acesso e estimula a participação constante.

Foram inscritas 28 ideias, das quais uma se encontra em aceleração e outra em fase de amadurecimento. Além disso, realizamos 14 treinamentos, totalizando 28 horas de capacitação, que impactaram 123 colaboradores, tanto por meio das formações quanto das iniciativas de aceleração das ideias.

Os treinamentos tiveram como foco a identificação de desafios nos processos internos. A jornada iniciou com a compreensão do conceito de inovação e de sua influência no futuro do negócio. Em seguida, os participantes foram conduzidos à identificação dos desafios, ao aprofundamento de suas causas e consequências e, por fim, ao desenho estruturado desses desafios, preparando-os para a etapa de ideação, na qual são propostas soluções para os problemas mapeados.



Segurança da informação e privacidade de dados

A proteção dos dados e a segurança da informação são prioridades em nossa operação. Para garantir a privacidade e a integridade das informações de clientes e demais partes interessadas, adotamos uma estrutura robusta, baseada em políticas, normas e procedimentos sólidos, alinhados a *frameworks* reconhecidos, como o NIST, CIS *Controls* e a ISO/IEC 27001:2022. **GRI 3-3 | SASB HC-DR-230A.1**

Contamos com uma Área de Proteção e Privacidade de Dados, responsável pelo tratamento e gestão das informações, em conformidade com os princípios da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), como boa-fé, finalidade, adequação, necessidade, transparência e segurança. A Política de Privacidade está disponível publicamente em nosso site, reafirmando o compromisso com a clareza e o acesso às informações sobre como os dados são tratados nas operações. **SASB HC-DR-230A.1**

Para garantir a conformidade, implementamos Procedimentos Operacionais Padrão (POPs) que orientam a atuação de nossos colaboradores, especialmente aqueles em contato direto com dados sensíveis, como informações de teor farmacêutico. **SASB HC-DR-230A.1**

Além disso, realizamos treinamentos presenciais para capacitar os colaboradores em práticas de privacidade e segurança. **SASB HC-DR-230A.1**

Sistemas e controles

Utilizamos controles rigorosos e tecnologias de ponta para proteger nossa infraestrutura tecnológica de proteção de dados. Operamos de maneira ininterrupta um *Security Operation Center* (SOC), que monitora continuamente possíveis ameaças e incidentes de cibersegurança. Ferramentas baseadas em Inteligência Artificial e soluções de detecção e resposta a *endpoints* (EDR) ampliam nossa capacidade de identificar e neutralizar riscos cibernéticos. **SASB HC-DR-230A.1**

Adicionalmente, implementamos tecnologias como *Data Loss Prevention* (DLP) para prevenir vazamentos de dados e adotamos o conceito de *Zero Trust*, para garantir segurança avançada em todos os acessos. **SASB HC-DR-230A.1**

Realizamos testes periódicos de vulnerabilidade em nosso ambiente computacional, conduzidos por empresas especializadas que simulam cenários de ataques cibernéticos. Esses testes nos permitem identificar fragilidades e implementar melhorias contínuas, fortalecendo a segurança das operações. **GRI 3-3 | SASB HC-DR-230A.1**

Também contamos com um Plano de *Disaster Recovery*, que define procedimentos para resposta rápida a eventos adversos, assegurando a continuidade operacional. Nossos dois *data centers*, estrategicamente posicionados e equipados com sistemas de biometria e câmeras de segurança, garantem uma proteção física adicional aos dados armazenados. **GRI 3-3 | SASB HC-DR-230A.1**



Monitoramento e transparência

Monitoramos indicadores de segurança da informação extraídos de ferramentas e controles avançados. Esses indicadores são analisados periodicamente por um Comitê Multidisciplinar de Segurança da Informação, que identifica pontos de melhoria e implementa ações proativas para a evolução constante de nossas práticas.

GRI 3-3 | SASB HC-DR-230^a.1

Nossa Norma Interna de Temporalidade de Arquivamento define os prazos de retenção de documentos e dados pessoais, de acordo com sua natureza e requisitos legais. Após o vencimento do prazo

estipulado, os dados são eliminados ou descartados de maneira segura, garantindo a conformidade com a LGPD e a proteção das informações. Documentos físicos que precisam ser descartados das lojas são enviados para a matriz, onde são analisados para determinar se devem ser descartados ou mantidos. **SASB HC-DR-230^a.1**

Disponibilizamos canais específicos de atendimento, por meio do Canal de Privacidade, para demandas relacionadas a dados pessoais, como alterações de cadastro e solicitações de informações.

SASB HC-DR-230^a.1



Saiba mais sobre nossa [Política de Privacidade e Termos de Uso](#).

04 Cuidar das Pessoas

Nosso time.....63

Engajamento e desenvolvimento
de comunidades77

ODS RELACIONADOS



TEMAS MATERIAIS



Capacitação
e educação



Diversidade,
igualdade e não
discriminação



Engajamento e
desenvolvimento de
comunidades locais



Nosso time

Capital Humano

Nosso time é a força que transforma cuidado em resultado. Com décadas de experiência, construímos uma trajetória centrada nas pessoas. Cada profissional da Panvel contribui com talento, dedicação e propósito para levar saúde e bem-estar a todos.

A estratégia de crescimento e fortalecimento da Companhia se concretiza por meio das pessoas. Por isso, crescer de forma sustentável exige avançar de maneira consistente em três dimensões: Gente, Cultura e Produtividade.

No pilar Pessoas, priorizamos a formação e o desenvolvimento contínuo, o fortalecimento da liderança e a construção de um *pipeline* de sucessão. Em Cultura, atuamos para ampliar o engajamento, qualificar a experiência do colaborador e assegurar consistência na execução. Em Produtividade, impulsionamos ganhos por meio de tecnologia e inovação, com foco em eficiência operacional e escala.

O ambiente que cultivamos valoriza **autonomia, aprendizado constante e colaboração**, permitindo que cada pessoa contribua de forma significativa e desenvolva seu potencial. Diante das exigências do varejo, estruturamos processos para contratar com agilidade e treinar com rapidez e qualidade, assegurando a prontidão das equipes. É esse engajamento que transforma esforço individual em resultados coletivos e consolida a Panvel como referência em cuidado, serviço e excelência (saiba mais sobre nossas iniciativas de aprendizagem na página 68).

PERFIL DOS COLABORADORES GRI 2-7



¹Os dados relativos aos modelos de contrato de trabalho não contemplam 960 profissionais cuja forma de contratação não se enquadra nessa classificação.



Escuta ativa

Um dos principais avanços na gestão de pessoas ao longo do ano foi o fortalecimento da nossa capacidade de escuta interna, tendo a Pesquisa de Engajamento como um marco nesse processo. **GRI 2-29**

Para nós, escutar é compreender com mais precisão as dinâmicas e percepções das diferentes áreas da Companhia. Isso amplia a consistência na definição de prioridades e qualifica a tomada de decisão com base em dados. Em um negócio com a escala e a complexidade do Grupo Panvel, esse direcionamento é fundamental para sustentar sua evolução.

Nesse contexto, optamos pelo desenvolvimento interno da pesquisa, conduzido em parceria com as áreas de Arquitetura, Dados e Inteligência Artificial, em conjunto com Gente & Cultura. A iniciativa teve como objetivo fortalecer uma cultura de escuta ativa, por meio de um modelo simples, direto e sem dimensões pré-estabelecidas. Essa abordagem possibilitou que os dados, com o suporte de Inteligência Artificial, evidenciassem de forma orgânica os temas mais relevantes para a realidade da empresa.

Como resultado, obtivemos relatórios altamente qualificados e personalizados, com recortes por área de negócio e por liderança, ampliando a capacidade de atuação direcionada e efetiva.

A Pesquisa de Engajamento integra um movimento mais amplo de fortalecimento dos nossos canais de escuta. Ao longo do período, intensificamos a coleta estruturada de percepções do público interno por meio de diferentes instrumentos, como a pesquisa de 30 dias, voltada à avaliação da experiência inicial e do processo de integração, e a pesquisa de 90 dias, focada na análise da adaptação e do alinhamento com a cultura, além de grupos focais e entrevistas de desligamento. **GRI 2-29**





Atração de talentos

Nossas ações de atração de talentos são guiadas pela valorização da diversidade, do engajamento e do alinhamento ao propósito da Companhia. Esse enfoque busca formar equipes que sustentem o crescimento do negócio em um ambiente que promove autonomia, respeito e senso de pertencimento. Para garantir consistência e qualidade nesse processo, o recrutamento e a seleção são conduzidos de forma centralizada pela nossa Diretoria de Gente e Cultura.

Programa de *Trainee* Corporativo

O Programa, iniciado em outubro de 2024, avançou ao longo de 2025 com ênfase na formação de profissionais capazes de compreender o negócio de forma integrada e atuar em frentes estratégicas. A partir de abril, os participantes passaram a atuar em áreas específicas, onde desenvolveram projetos conectados às prioridades da Companhia. Esses projetos foram consolidados e apresentados à liderança em dezembro, concluindo o ciclo com foco na aplicação do conhecimento, na autonomia dos participantes e na entrega de resultados para o negócio.

Programa de *Trainee* Varejo

Com foco no desenvolvimento interno de profissionais com potencial para assumir a gestão de filiais, a iniciativa prepara futuros Gerentes de Filial por meio de uma jornada estruturada de aprendizagem e prática. Voltado a Subgerentes e Farmacêuticos, o programa fortalece competências como liderança, gestão da rotina, visão de negócio, tomada de decisão e gestão de pessoas. Ao longo da formação, os participantes vivenciam diferentes contextos operacionais, incluindo atuação em lojas, acompanhamento de gestores, mentorias e capacitações, ampliando sua experiência e consolidando conhecimentos para assumir posições de liderança com maior segurança e visão estratégica da operação.

Programa de *Trainee* Coordenador de Operações

Direcionado ao desenvolvimento interno de Multiplicadores e Gerentes de Filial com potencial para novos desafios de liderança. O Programa é estruturado para preparar profissionais para a função de Coordenador de Operações, promovendo o aprimoramento de competências como visão sistêmica, influência, análise de indicadores e tomada de decisão estratégica. A jornada inclui acompanhamento com lideranças da operação, participação em projetos práticos, mentorias e capacitações, proporcionando maior exposição a temas regionais e estratégicos. Com isso, os participantes ampliam sua compreensão do negócio e se preparam para atuar como líderes de líderes, apoiando múltiplas equipes e contribuindo para a sustentação dos resultados da operação.

Programa de Estágio em Farmácia

Voltada ao desenvolvimento técnico e comportamental de estudantes de Farmácia, a iniciativa prepara jovens talentos para atuar de forma ética, responsável e alinhada ao cuidado com a saúde e o bem-estar. Em 2025, contou com duas edições — a 10ª turma, no primeiro semestre, e a 11ª, no segundo — reunindo 435 inscrições na primeira etapa e 307 na segunda. Ao todo, foram selecionados 83 estagiários, com 40 ingressos em abril e 43 em outubro. A jornada de desenvolvimento combina módulos *on-line* de formação técnica e comportamental, prática supervisionada nas lojas da Panvel e acompanhamento contínuo, consolidando-se como importante porta de entrada para a carreira farmacêutica.

Programa de Estágio em Dados e Inteligência Artificial

Voltado à formação de talentos em dados e Inteligência Artificial, o estágio foi estruturado como um *pipeline* interno para posições críticas, reduzindo a dependência do mercado e fortalecendo a capacidade da Companhia de sustentar sua agenda de inovação.

Ao longo do processo seletivo, foram recebidas 505 inscrições, com a seleção de cinco estagiários, que iniciaram suas atividades em abril de 2025.

A jornada foi desenhada com foco em desenvolvimento direcionado, combinando formação em dados, Inteligência Artificial e negócios com a inserção em projetos estratégicos. Na prática, os participantes atuaram em frentes como engenharia de dados, ciência de dados e Inteligência Artificial, contribuindo para estruturar informações, aprimorar modelos analíticos e apoiar decisões do negócio.

Além de fortalecer o uso de dados como base para ganho de eficiência e direcionamento estratégico, a iniciativa contribui para o posicionamento da marca empregadora como um ambiente conectado à inovação e ao desenvolvimento de talentos especializados.

Programa de Estágio em Tecnologia da Informação

O estágio em TI foi estruturado para integrar estudantes de tecnologia a iniciativas estratégicas da Companhia, com atuação direta em projetos ligados à transformação digital. O processo seletivo reuniu 539 inscrições e resultou na entrada de dez estagiários em outubro de 2025. Durante a jornada, os participantes atuaram em desafios concretos do dia a dia das equipes, acompanhando a evolução das soluções desenvolvidas. A experiência contou com acompanhamento próximo, contribuindo para o desenvolvimento de competências técnicas e para a adaptação ao ambiente corporativo.



Programas de Talentos e Sucessão

Os Programas de Talentos e Sucessão fazem parte da estratégia de Retenção e Continuidade do Grupo Panvel, com o objetivo de fortalecer o desenvolvimento interno, preservar conhecimento crítico e preparar profissionais para sustentar o crescimento do negócio no médio e longo prazo.

Embora sejam programas complementares, possuem focos diferentes: o Programa de Talentos atua na retenção e no desenvolvimento de profissionais estratégicos, enquanto o Programa de Sucessão está direcionado ao preparo de lideranças para posições críticas da Companhia.

Programa de Talentos

O Programa de Talentos é voltado à retenção e ao desenvolvimento de profissionais estratégicos para o negócio, com foco na preservação do conhecimento, no fortalecimento da cultura organizacional e na ampliação das perspectivas de crescimento interno. Direcionado a Especialistas, Coordenadores e Gerentes que se destacam pelo alto desempenho, pelas entregas relevantes, pela aderência à cultura e pelo potencial para assumir desafios de maior complexidade, o programa oferece uma jornada de desenvolvimento composta por capacitações, mentorias, eventos, projetos práticos, Planos de Desenvolvimento Individual (PDI) e acompanhamento periódico. A iniciativa busca fortalecer o engajamento e contribuir para a permanência de profissionais-chave na organização, preparando-os para futuras oportunidades sem estabelecer compromisso de promoção ou movimentação imediata.

Programa de Sucessão

Voltada ao mapeamento e à preparação de lideranças para posições críticas e estratégicas, a iniciativa de sucessão tem como objetivo assegurar a continuidade da liderança e a sustentabilidade dos resultados do negócio. O processo considera profissionais com alto nível de prontidão para assumir novas posições de forma imediata, em médio prazo ou como parte do *pipeline* futuro, abrangendo Gerentes, Gerentes Seniores, Gerentes Executivos e Diretores. A jornada envolve a identificação de posições críticas, a avaliação de prontidão dos potenciais sucessores, a análise de matrizes de risco, a construção de Planos de Desenvolvimento Individual (PDI) direcionados e o acompanhamento em fóruns específicos, contribuindo para reduzir riscos de descontinuidade em funções-chave e subsidiar decisões estratégicas relacionadas à gestão de pessoas.





**Cuidar
bem** UNIVERSIDADE
PANVEL

Educação corporativa

Nossa estratégia de educação corporativa é pautada em iniciativas voltadas para capacitação técnica, desenvolvimento de lideranças e fortalecimento da cultura organizacional, estruturadas para atender uma operação com mais de 11 mil colaboradores, distribuídos por diferentes estados, perfis e frentes de atuação, o que exige uma abordagem de aprendizagem inteligente, escalável e conectada ao negócio. **GRI 3-3**

Esse desenho ganha relevância adicional no contexto do nosso ciclo de crescimento: a expansão da rede para novas regiões e a entrada acelerada de colaboradores tornam a educação corporativa um instrumento central para preservar a identidade cultural da Companhia.

Crescer, para nós, significa levar a mesma experiência e o mesmo padrão de atendimento para cada nova loja — e isso só é possível quando cada pessoa que ingressa na Companhia compreende, desde o primeiro dia, não apenas o que fazer, mas a forma como fazemos. Por isso, o alinhamento cultural é trabalhado como dimensão estruturante da jornada de aprendizagem, do *onboarding* aos ritos de desenvolvimento e engajamento, garantindo que valores, premissas de atendimento e cultura de execução acompanhem a expansão da operação.

**Cuidar
bem** UNIVERSIDADE
PANVEL

Temos o compromisso de garantir que todos os colaboradores tenham acesso equitativo ao aprendizado, com trilhas de desenvolvimento obrigatórias adaptadas às necessidades de cada área e função. O acompanhamento da adaptação cultural também integra esse processo: por meio de escutas estruturadas ao longo da jornada do colaborador, avaliamos a experiência de integração e o alinhamento com a cultura, gerando dados que orientam ajustes contínuos nos programas de formação. **GRI 3-3**

Aprimoramos continuamente os treinamentos para torná-los mais efetivos, ajustando conteúdos a partir do retorno dos times e conectando as abordagens às situações vivenciadas no dia a dia. Também intensificamos as ações presenciais, com foco em simulações práticas e na discussão de desafios operacionais, além de fortalecer um modelo de *onboarding* híbrido, que combina salas de treinamento interativas, trilhas digitais na plataforma e formação prática desde o primeiro dia — assegurando que velocidade de contratação e qualidade de formação caminhem juntas, mesmo em um cenário de expansão da rede. **GRI 3-3**



Nesse contexto, avançamos na estruturação de trilhas de Carreira em Saúde e Beleza, alinhadas à estratégia da Companhia e voltadas a sustentar o desenvolvimento técnico e consultivo das equipes.

CONSULTOR DE ATENDIMENTO

A trilha de carreira de Consultor de Atendimento representa uma oportunidade estruturada de crescimento interno para Atendentes de Filial, fortalecendo a atuação no cuidado, na orientação e no acolhimento ao cliente. A iniciativa tem foco no aprimoramento das competências em atendimento e no aprofundamento do conhecimento técnico em medicamentos, preparando os profissionais para apoiar o fluxo de loja com mais autonomia e segurança, além de promover o desenvolvimento técnico contínuo. **GRI 404-2**

O programa de capacitação é organizado em uma trilha de cursos com carga horária total de 11 horas, seguida de avaliação final. Para a aprovação, é obrigatória a conclusão de 100% dos conteúdos, além da obtenção de nota mínima de 70 na avaliação.

CONSULTOR DE BELEZA

A trilha de carreira de Consultor de Beleza representa uma oportunidade estruturada de crescimento interno para Atendentes de Filial e Consultores de Atendimento, com foco no desenvolvimento técnico em portfólio e tendências, aliado ao fortalecimento de uma atuação consultiva e de relacionamento com o cliente. A formação também contempla a evolução contínua dentro da plataforma Cuidar Bem, ampliando a especialização dos profissionais e sua capacidade de orientar o cliente de forma personalizada.

O conteúdo é organizado em uma trilha de cursos com carga horária total de nove horas, seguida de uma avaliação final. Para a aprovação, é obrigatória a conclusão de 100% dos conteúdos da trilha, além da obtenção de nota mínima de 70 na avaliação. **GRI 404-2**

A **Escola de Varejo** ainda reúne treinamentos voltados ao desenvolvimento contínuo de nossos farmacêuticos, preparando-os para oferecer um atendimento em saúde seguro, qualificado e centrado no cuidado com o cliente.

Essa proposta se materializa por meio de iniciativas como o **VOA Farma**, voltado ao desenvolvimento de habilidades de comunicação e treinamento dos farmacêuticos, fortalecendo sua capacidade de orientar os clientes sobre o uso correto de medicamentos e os riscos associados ao uso inadequado, e o **Farma Clinic**, que contempla a qualificação técnica para a prestação de serviços farmacêuticos e aplicação de vacinas.

No escopo do Farma Clinic, os treinamentos de Serviços Farmacêuticos e Habilitação para Vacinas combinam atividades teóricas e práticas e contemplam temas como imunologia, conservação e preparo de vacinas, técnicas de aplicação, manejo de eventos adversos e biossegurança, fortalecendo a atuação dos profissionais nas diferentes frentes de atendimento. **GRI 404-2**

Escola de Liderança

PROGRAMA CRESCER

O Programa Crescer estrutura a jornada de desenvolvimento de lideranças na Panvel, acompanhando o colaborador desde as etapas iniciais de preparação até a assunção de posições gerenciais. Organizado em três níveis complementares, o programa é voltado a profissionais que desejam construir uma trajetória de liderança na Companhia, combinando estímulo ao protagonismo, autoconhecimento e fortalecimento de competências técnicas e comportamentais.

GRI 404-2

O Crescer I é direcionado a atendentes, consultores e farmacêuticos interessados em iniciar esse percurso, com foco na preparação para desafios de liderança. A etapa contempla encontros *on-line*, trilha de carreira e avaliação, promovendo o desenvolvimento de competências essenciais para a atuação futura em funções de maior responsabilidade. A progressão para o Crescer II ocorre após a participação no primeiro nível ou a promoção recente à

função de subgerência, aprofundando temas como liderança e autoliderança, comunicação e *feedback*, além da gestão de conflitos. Essa etapa mantém o formato de encontros *on-line*, trilha de cursos complementares e avaliação, reforçando a consolidação das competências trabalhadas anteriormente.

O Crescer III representa a etapa mais avançada do programa e integra a estratégia da Educação Corporativa para a formação de novos gerentes de filial. Combinando teoria, prática e vivência em campo, o programa inclui treinamento presencial e *on-line*, estágio em loja e trilha complementar de cursos. Ao longo desse processo, são desenvolvidas competências relacionadas à gestão operacional, comercial e de pessoas, além de temas como experiência do cliente, prevenção de perdas, *compliance*, diversidade e sustentabilidade.

FORMAÇÃO DE MULTIPLICADORES

Inserida na estratégia da Educação Corporativa, a iniciativa prepara gerentes indicados para exercer um papel ativo na disseminação do conhecimento e no desenvolvimento das equipes nas regionais. O programa contribui para o fortalecimento da cultura de aprendizado contínuo, ao estruturar a atuação de Multiplicadores e Coordenadores *Trainee* como agentes de desenvolvimento. **GRI 404-2**

Ao longo da formação, são trabalhadas competências como *accountability*, comunicação e oratória, inteligência emocional e visão estratégica, além da compreensão dos papéis e responsabilidades associados às funções.

A programação também contempla o uso de ferramentas aplicáveis ao dia a dia, como a inteligência artificial, e o desenvolvimento de habilidades para a criação de materiais e apresentações, ampliando a autonomia, o repertório e a efetividade dos participantes.



A formação é composta por dois módulos presenciais, com duração de três dias cada, e é realizada com uma turma por ano, reforçando a disseminação estruturada do conhecimento na Companhia.



UNIVERSO DA BELEZA

Voltado à qualificação técnica e comercial das equipes de Higiene e Beleza, o Universo da Beleza é um evento presencial realizado semestralmente ao longo de dois dias, nas cidades de Curitiba (PR) e Porto Alegre (RS). A iniciativa reúne Consultores de Beleza e Promotores em torno de temas como lançamentos e reforço de produtos, práticas de visual *merchandising* e análise de mercado.

GRI 404-2

A participação de fornecedores das categorias de Higiene e Beleza amplia o repertório técnico dos participantes, contribuindo para o aprimoramento do atendimento e para o fortalecimento do relacionamento com o cliente no ponto de venda. GRI 404-2



SAIBA MAIS SOBRE AS ESCOLAS CUIDAR BEM:

Escola de Varejo: oferece treinamentos para colaboradores das lojas físicas, com cursos voltados a atendimento ao cliente, vendas, operação de caixa, gestão de produtos e controle de estoque.

Escola de Cultura: tem como foco o fortalecimento dos valores organizacionais e o alinhamento dos colaboradores ao propósito e à visão da Companhia, promovendo um ambiente de confiança, pautado na ética e na excelência.

Escola de Logística: dedicada ao desenvolvimento de competências relacionadas aos processos operacionais e à eficiência logística, apoiando a cadeia de abastecimento e distribuição das Farmácias Panvel.

Escola da Indústria: promove a capacitação técnica em produção, qualidade e segurança no Laboratório Lifar, contribuindo para a excelência operacional e o cumprimento de padrões regulatórios.

Escola de Call Center: voltada ao aprimoramento do atendimento e do suporte ao cliente, por meio dos canais digitais e telefônicos, contribuindo com a melhoria na experiência do consumidor.

Escola de Liderança: dedicada ao desenvolvimento de gestores preparados para liderar com responsabilidade, segurança e empatia.

Escola de Corporativo: reúne cursos transversais, aplicáveis a todas as áreas da empresa, abrangendo temas como Inteligência Emocional, Excel, entre outros conhecimentos essenciais ao desenvolvimento profissional.

Diversidade e inclusão

No Grupo Panvel, entendemos que diversidade, equidade e inclusão são essenciais para construir um ambiente de trabalho seguro, representativo e respeitoso. Valorizamos diferentes perfis, experiências e perspectivas, e buscamos fortalecer o engajamento e o senso de pertencimento em nossas equipes. **GRI 3-3**

Esse compromisso reflete-se em nossas práticas de atração e retenção de talentos, garantindo que as equipes cresçam de forma plural e alinhadas aos valores da Companhia. Ao mesmo tempo, estamos atentos aos riscos relacionados a desigualdades estruturais, discriminação, assédio ou vieses nos processos de trabalho. GRI 3-3

Para prevenir esses riscos tanto nos processos de gestão de pessoas quanto nas relações de negócio, mantemos um Código de Ética e Conduta, que orienta comportamentos e princípios esperados (saiba mais na página 45), e um Canal de Ética independente e confidencial (página 61), além de processos de orientação, monitoramento e apuração para assegurar conformidade com a legislação e respeito aos valores da Panvel. **GRI 3-3**

Nossa gestão de diversidade e inclusão inclui metas internas, como o aumento da representatividade em cargos de liderança e a ampliação da participação de profissionais com mais de 50 anos, bem como o mapeamento contínuo do perfil da equipe para orientar estratégias futuras. **GRI 3-3**

Estabelecemos também um diálogo permanente com colaboradores, lideranças e clientes sobre o tema. Por meio de pesquisas, canais de escuta e espaços de conversa, ajustamos políticas, ações e procedimentos de maneira contínua, garantindo que a inclusão, a diversidade e a igualdade de oportunidades estejam integradas ao dia a dia da Companhia, promovendo uma cultura consistente, participativa e alinhada às expectativas de todas as partes interessadas. **GRI 3-3**

Como desdobramento dessas diretrizes, estruturamos ações de capacitação voltadas ao fortalecimento de uma cultura mais inclusiva. Por meio da Universidade Corporativa Cuidar Bem, disponibilizamos treinamentos obrigatórios sobre Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I), organizados em dois formatos, um direcionado às lideranças e outro aos colaboradores em geral. Essas capacitações têm como objetivo promover o letramento sobre a temática, garantindo alinhamento conceitual e estimulando uma atuação mais consciente, responsável e aderente às diretrizes institucionais, considerando as especificidades de cada público e reforçando o papel de todos na construção de um ambiente mais inclusivo e respeitoso.



Adicionalmente, ao longo de 2025, realizamos treinamentos presenciais sobre DE&I no âmbito do Programa Crescer, iniciativa voltada ao desenvolvimento de lideranças na Companhia. Inserido em uma jornada estruturada de formação, o programa prepara colaboradores para assumir posições de liderança, trabalhando competências comportamentais e técnicas. Nesse contexto, a pauta de diversidade, equidade e inclusão é tratada de forma transversal, contribuindo para o desenvolvimento de líderes mais conscientes, preparados para atuar de forma inclusiva e alinhados às diretrizes institucionais.

COLABORADORES POR GÊNERO GRI 405-1

	Homens	Mulheres
Administrativo	377	509
Administrativo Logística	12	9
Administrativo Indústria	19	23
Coordenação	46	48
Gerência	31	27
Gerência Vendas	166	468
Operacional Logística	353	448
Operacional Indústria	39	52
Operacional Vendas	2.434	6.163
Subgerência Vendas	192	358

COLABORADORES POR RAÇA¹ GRI 405-1

Branços	7.617
Pretos	1.243
Pardos	2.636
Indígenas	27
Amarelos	116

¹Para os 135 colaboradores admitidos anteriormente à implementação do novo sistema, não há registro de informações relativas à diversidade étnico-racial, uma vez que tais dados não eram exigidos ou coletados nos processos admissionais vigentes à época.

COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA GRI 405-1

	< 30 anos	30 – 50 anos	> 50 anos
Administrativo	366	447	73
Administrativo Logística	8	11	2
Administrativo Indústria	13	23	6
Coordenação	5	76	13
Gerência	3	44	11
Gerência Vendas	154	442	38
Operacional Logística	405	329	67
Operacional Indústria	22	53	16
Operacional Vendas	4.599	3.036	962
Subgerência Vendas	276	252	22

Inclusão e acessibilidade

No Grupo Panvel, promovemos a inclusão de pessoas com deficiência como parte das estratégias de atração e desenvolvimento de talentos, garantindo igualdade de oportunidades e condições adequadas para atuação no ambiente de trabalho. Para ampliar a participação desse público em nossos processos seletivos, divulgamos periodicamente vagas afirmativas, garantindo que as oportunidades estejam acessíveis e atinjam o maior número de candidatos possível.

Além disso, adotamos soluções estratégicas como a contratação de uma plataforma especializada, que oferece um banco de currículos específico para pessoas com deficiência, ampliando o alcance da atração de talentos em diferentes regiões do país.

Mantemos colaboração com instituições como as APAEs (Associações de Pais e Amigos dos Excepcionais) de Eldorado do Sul (RS) e Guaíba (RS), e a ADEVIC (Associação de Deficientes Visuais de Canoas). Também atuamos em parceria com programas de aprendizagem como o Capacitar e o Programa de Trabalho e Educação (PTE). Na turma 2024/2025 do PTE/Capacitar, 13 aprendizes participaram do programa, dos quais dez receberam a oportunidade de efetivação como Atendente de Filial.

Por meio dessas iniciativas, possibilitamos que aprendizes e estudantes desenvolvam competências técnicas e comportamentais, vivenciem o ambiente profissional de forma acolhedora e, ao final dos programas, tenham a oportunidade de crescimento e efetivação em nossas lojas, com horários adaptados para conciliar trabalho e atividades terapêuticas.

O fortalecimento das redes de colaboração também é central para nossas iniciativas. Mantemos diálogo constante com órgãos como o Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social (FGTAS) e os Serviços Nacionais de Emprego (SINEs) locais, participando de feiras de emprego e eventos direcionados a pessoas com deficiência.

Para garantir que essas práticas sejam efetivas e sustentáveis, realizamos acompanhamento próximo de aprendizes e colaboradores com deficiência, observando o ambiente de trabalho, identificando barreiras e apoiando processos de adaptação.

Programa Geração 50+

O Programa Geração 50+ é uma iniciativa estratégica voltada à promoção da diversidade etária, com foco na atração, no desenvolvimento e na retenção de profissionais com 50 anos ou mais, reconhecendo a contribuição da experiência e da maturidade para o negócio.

Em 2025, o programa resultou na admissão de 823 colaboradores 50+, contribuindo para ampliar a representatividade desse público de 9,6% em 2024 para 11,3% em 2025. Finalizamos o ano com 1.263 colaboradores 50+ no quadro geral. O varejo é o segmento com maior concentração desse público, totalizando 1.094 colaboradores 50+ atuando em lojas.





Saúde, segurança e bem-estar

No Grupo Panvel, a gestão de saúde e segurança ocupacional é estruturada para identificar, avaliar e controlar os riscos presentes nas atividades e nos ambientes de trabalho. Nosso sistema segue rigorosamente a legislação brasileira, incluindo as Normas Regulamentadoras (NRs) e a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), complementadas por referências técnicas como ACGIH (*American Conference of Governmental Industrial Hygienists*) e NHO (Normas de Higiene Ocupacional da Fundacentro). Por meio dessa abordagem, buscamos eliminar ou minimizar riscos e promover condições seguras e saudáveis para todos os colaboradores. **GRI 403-1**

O acompanhamento da saúde do trabalhador é realizado pelo Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT), com exames admissionais, periódicos e demissionais, realizados internamente ou por prestadores de serviço. Todos os profissionais envolvidos na identificação de riscos possuem formação técnica e registro nos conselhos de classe correspondentes, garantindo precisão e confiabilidade nas avaliações. Além disso, oferecemos atendimento clínico nas filiais com serviço médico constituído, plano de saúde

por adesão, descontos em medicamentos e campanhas de vacinação. **GRI 403-2 | 403-3 | 403-6 | 403-9**

A prevenção de acidentes e doenças ocupacionais é fortalecida pela Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPA), formada por representantes eleitos e indicados dos trabalhadores de diferentes áreas. A CIPA atua como canal de comunicação e monitoramento, complementada por aplicativos internos que permitem a disseminação de informações sobre segurança e saúde no trabalho. **GRI 403-4**

Para capacitar e engajar os colaboradores, realizamos treinamentos formais desde a integração, Diálogos de Segurança periódicos, qualificações em atividades especiais e eventos como as Semanas Internas de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPATs). Essas ações são complementadas por palestras e atividades voltadas à promoção da saúde do trabalhador, fortalecendo a cultura de prevenção. GRI 403-5



Engajamento e desenvolvimento de comunidades

Promovemos o engajamento e o desenvolvimento das comunidades onde atuamos por meio de três frentes que abarcam iniciativas estruturadas de impacto social:

- contribuições;
- doações; e
- leis de incentivo.

Essas iniciativas contribuem para fortalecer instituições locais, ampliar o acesso à saúde, à cultura e ao bem-estar e estimular o desenvolvimento social nas regiões em que estamos presentes. **GRI 3-3 | 413-1**

Para garantir a efetividade do apoio prestado às comunidades realizamos acompanhamento sistemático das iniciativas, avaliando a utilização dos recursos e os impactos gerados para a comunidade, integrando o feedback recebido para ajustar estratégias e ampliar a efetividade das ações. **GRI 3-3**

Contribuições

Por meio de nossas contribuições, direcionamos recursos financeiros e humanos para apoiar projetos sociais. Entre as principais iniciativas, destacam-se:

Troco Amigo

Em 2025, o programa Troco Amigo, completou 15 anos de atuação. Criado com o propósito de mobilizar clientes e colaboradores em torno de causas sociais, o programa convida os consumidores a doarem, de forma voluntária, o valor do troco de suas compras para apoiar hospitais locais com atendimento ao Sistema Único de Saúde (SUS).

Desde sua criação, em 2010, o Troco Amigo tem ampliado progressivamente seu alcance e impacto, fortalecendo uma rede de solidariedade que conecta a Companhia, seus clientes, colaboradores e organizações da sociedade civil. Ao longo dessa trajetória, o programa já arrecadou mais de R\$ 25 milhões, recursos destinados ao apoio de hospitais beneficiados, contribuindo para ampliar o atendimento médico e hospitalar nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo, com a garantia de que a totalidade dos valores doados é repassada às instituições, uma vez que a Panvel absorve os custos de transação envolvidos no processo.

O sucesso do programa ao longo de seus 15 anos reflete o engajamento contínuo dos clientes que, por meio de pequenas contribuições, tornam possível a realização de grandes transformações sociais. A participação ativa dos colaboradores das lojas também é fundamental para incentivar a adesão dos consumidores e fortalecer a cultura de solidariedade presente no dia a dia da Companhia.

Com o objetivo de fortalecer a gestão do programa, em 2025, avançamos na governança com a criação de um grupo de trabalho dedicado ao acompanhamento e à deliberação sobre o Troco Amigo, com foco no aprimoramento das prestações de contas e na gestão dos hospitais participantes.

Somente em 2025, a iniciativa arrecadou R\$ 3,26 milhões, valor destinado diretamente ao apoio de 113 instituições de saúde, consolidando o programa como uma das principais ações de engajamento social do Grupo.





Parceria com ADEVIC

Com o objetivo de fortalecer a inclusão em nossa Companhia, em 2025, renovamos a parceria com a ADEVIC (Associação dos Deficientes Visuais de Canoas), entidade sem fins lucrativos fundada em 1996, que promove a inclusão social e a cidadania de pessoas com deficiência visual por meio de ações de habilitação, reabilitação, orientação, mobilidade e atividades pedagógicas.

Durante o período, realizamos acompanhamentos *in loco* com aprendizes e colaboradores com deficiência, com foco na identificação de barreiras, apoio à adaptação, acompanhamento da evolução profissional e diálogo com gestores sobre desempenho e possibilidades de efetivação. Essas iniciativas reforçam nosso compromisso com uma inclusão sustentável e com o desenvolvimento de talentos.

Destacamos, ainda, a formatura da turma da ADEVIC em Canoas (RS), composta por dez alunos com deficiência visual. Todos receberam oferta de efetivação, evidenciando o impacto positivo da parceria e do processo estruturado de acompanhamento ao longo do ano.



Projeto Pescar

O Projeto Pescar, iniciado em 1976 no Rio Grande do Sul, tem como missão oferecer oportunidades de desenvolvimento pessoal, cidadania e iniciação profissional para jovens em situação de vulnerabilidade social na região metropolitana de Porto Alegre (RS), por meio de parcerias com empresas e organizações. O programa combina capacitações teóricas fundamentais com experiências práticas nas operações das empresas parceiras.

O programa conta com a participação de colaboradores voluntários que visam apoiar o desenvolvimento dos jovens aprendizes em temáticas de cidadania e profissionalizantes.

A 20ª turma do Projeto formou 17 alunos. A formatura foi realizada em fevereiro, na unidade do Centro de Distribuição de Eldorado do Sul (RS). Para celebrar esse momento e torná-lo ainda mais especial, contamos com a participação de dez voluntários, que contribuíram com ações de embelezamento dos formandos.

Parceria PTE e Capacitar – Senac Comunidade

Renovamos nossa parceria com o PTE (Programa de Transformação da Educação) e o Capacitar, ambos realizados em conjunto com o Senac Comunidade de Porto Alegre (RS). O PTE e o Capacitar atuam na qualificação e formação de jovens com deficiência para preparação destes para o mercado de trabalho. Como resultado dessa parceria, iniciamos uma nova turma de aprendizes direcionada às lojas, composta por 15 jovens, que iniciaram suas atividades em julho de 2025, reforçando nosso compromisso com a inclusão produtiva e o desenvolvimento de novos talentos.

Instituto do Câncer Infantil

Desde 2017, mantemos parceria com o Instituto do Câncer Infantil (ICI) de Porto Alegre (RS), destinando parte dos lucros da linha Panvel *Baby* para apoiar o trabalho da instituição. A iniciativa inclui produtos como fraldas, shampoo, loção hidratante e sabonete líquido, contribuindo para o acolhimento de crianças e adolescentes em tratamento oncológico e de suas famílias. Em 2025, o repasse financeiro totalizou R\$ 94 mil. Mais do que recursos, buscamos ampliar a visibilidade da causa e estimular ações concretas que promovam conforto, suporte e esperança para os pacientes e seus familiares.

Além do apoio financeiro, também promovemos iniciativas voltadas ao bem-estar dos pacientes. Nesse contexto, realizamos, em parceria com o ICI, uma ação que proporcionou a 22 crianças em tratamento oncológico e seus

responsáveis a participação no espetáculo *Disney On Ice*, em Porto Alegre (RS). A iniciativa teve como objetivo oferecer um momento de lazer e acolhimento, contribuindo para a criação de experiências positivas durante o processo de tratamento.

Voluntariado

Em 2025, lançamos o Programa Panvel Transforma, que consolida e dá direcionamento às iniciativas de voluntariado corporativo da Companhia. Ao longo do ano, foram realizadas ações como o Natal Solidário, campanhas de doação de sangue e participação em projetos de capacitação social, envolvendo 74 colaboradores em atividades de voluntariado. Para 2026, estão previstas metas internas voltadas à ampliação das horas dedicadas ao voluntariado, com foco em fortalecer o engajamento e expandir o alcance do programa.

GRI 3-3

Doação de sangue

No mês de junho, foi realizada campanha de doação de sangue no Hospital São Lucas da PUCRS, em Porto Alegre (RS), com a participação de 21 voluntários. A iniciativa reafirma o compromisso da Companhia com a promoção da saúde e com o cuidado com a vida, considerando que uma única doação pode beneficiar até quatro pessoas.

A ação foi estendida à turma do Projeto Pescar, com a participação de nove jovens aprendizes. Ao todo, as doações realizadas representam o potencial de impactar até 120 vidas.





Natal Solidário

Ao final do ano, realizamos a ação Natal Solidário nas unidades de Eldorado do Sul (RS) e São José dos Pinhais (PR), reforçando o compromisso com o cuidado, a solidariedade e o engajamento social.

No município de Eldorado do Sul (RS), 168 cartinhas de crianças em situação de vulnerabilidade social foram apadrinhadas por colaboradores. No dia 11 de dezembro, foi realizada uma festa para a entrega dos presentes, contando com a participação de 25 voluntários, que promoveram atividades de recreação, pintura facial, além da entrega de lanches e presentes. A ação foi marcada por acolhimento, atenção e carinho.

Em São José dos Pinhais (PR), foram adotadas 45 cartinhas de crianças vinculadas ao Projeto Canguru. No dia 9 de dezembro, três voluntários realizaram a entrega dos presentes e lanches, proporcionando um momento de afeto e celebração para as crianças atendidas.

Doações

Como parte de seu compromisso com a responsabilidade socioambiental, o Grupo Panvel também realiza doações de produtos com pequenas avarias, iniciativa que une impacto social positivo à redução da geração de resíduos.

Esses produtos apresentam pequenos danos em embalagens ou imperfeições estéticas, que inviabilizam sua comercialização, embora permaneçam adequados para uso. Sem essa destinação, esses itens seriam descartados, contribuindo para o aumento de resíduos. Por meio da doação, a Companhia promove uma alternativa mais sustentável, direcionando os produtos para instituições sociais que atendem pessoas em situação de vulnerabilidade.

A iniciativa possibilita que itens de higiene, cuidados pessoais e bem-estar cheguem a quem mais precisa, ao mesmo tempo em que contribui para o aproveitamento responsável de recursos e para a redução de desperdícios ao longo da cadeia de valor.

As doações seguem critérios internos de qualidade e segurança, garantindo que apenas produtos apropriados para utilização sejam encaminhados às organizações beneficiadas.

Em 2025, foram doados produtos que somaram mais de R\$ 455,3 mil para diferentes instituições localizadas em diversos municípios.

Leis de Incentivo

O Grupo Panvel apoia projetos culturais, esportivos e sociais por meio de diferentes leis de incentivo, como a Lei Rouanet (Lei n.º 8.313/1991), a Lei de Incentivo ao Esporte (Lei n.º 11.438/2006), o Funcriança, o Fundo do Idoso, o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon), o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (PRONAS), a Lei de Reciclagem e incentivos via ICMS. Essas iniciativas contribuem para fortalecer a cultura, o esporte, a saúde e o bem-estar nas regiões em que atuamos, ampliando o acesso da sociedade a oportunidades e serviços relevantes.

Para assegurar que os recursos sejam aplicados de forma estratégica e eficaz, disponibilizamos uma plataforma para que as instituições submetam seus projetos, que devem estar vinculados a pelo menos um dos pilares de atuação da Companhia: Saúde, Bem-Estar e Sustentabilidade.

As propostas são avaliadas trimestralmente por um comitê multidisciplinar, composto por representantes das áreas de Sustentabilidade, Marketing, Fiscal, Operações e Alta Liderança. Esse processo garante que os projetos selecionados estejam alinhados à estratégia da Companhia e gerem impactos positivos tangíveis para as comunidades.

Em 2025, alocamos R\$ 1,63 milhão em projetos incentivados, dos quais R\$ 747 mil estão vinculados a leis de incentivo, como a Lei Rouanet, a Lei do Esporte, a Lei do Idoso e o Funcriança, além de R\$ 630 mil para o Programa de Incentivo ao Aparelhamento da Segurança Pública do Rio Grande do Sul.



05 Cuidar do Planeta

Combate às mudanças climáticas.....	85
Gestão do uso de energia.....	89
Gestão de resíduos	91

ODS RELACIONADOS



TEMAS MATERIAIS



Combate às
mudanças
climáticas



Gestão
do uso de
energia



Gestão de
resíduos



Combate às Mudanças Climáticas

Capital Natural

Nos últimos anos, temos fortalecido o compromisso com o combate às mudanças climáticas, reconhecendo a urgência de agir diante dos desafios ambientais globais e dos impactos que já se fazem sentir nas comunidades onde atuamos. Em 2025, avançamos de forma concreta nessa agenda, implementando iniciativas que ampliam a capacidade de medir, gerenciar e reduzir nossos impactos climáticos. **GRI 3-3**

Um dos principais avanços do ano foi a implementação da plataforma para a elaboração do inventário de GEE e gestão das emissões, que nos permitiu sistematizar a coleta de dados, ampliar a rastreabilidade das informações por unidade de negócio e elevar a qualidade do reporte das nossas emissões em todos os escopos. Essa iniciativa representa o cumprimento de uma das nossas metas de sustentabilidade — aprimorar as ferramentas de monitoramento das emissões de GEE dos Escopos 1, 2 e 3, com foco na redução contínua e no fortalecimento das práticas de gestão climática —, reafirmando nossa convicção de que só é possível reduzir o que se consegue medir com precisão.



Nosso inventário de 2025 passou por auditoria externa e obteve a certificação FGV Ouro, o mais alto nível de reconhecimento do Programa Brasileiro GHG Protocol, atestando a qualidade, a consistência e a confiabilidade das informações reportadas. **GRI 3-3**

Reconhecemos que as transformações em curso no sistema climático global têm potencial de afetar o modelo de negócios, as operações e a cadeia de valor. Por isso, conduzimos, em 2025, um processo estruturado de identificação e avaliação de riscos e oportunidades climáticas, com cobertura abrangente de todas as nossas unidades de negócio e participação ativa de representantes de diferentes áreas da Companhia. A análise considera tanto os riscos físicos — decorrentes de eventos climáticos extremos e de alterações crônicas no clima — quanto os riscos de transição, associados a mudanças regulatórias, tecnológicas e de mercado que acompanham o processo de descarbonização da economia. Esse processo está alinhado às melhores práticas internacionais de reporte e gestão de riscos climáticos, saiba mais na página 49. **GRI 3-3**



Na frente energética, seguimos investindo em fontes renováveis de energia. A combinação de geração solar própria, contratação no Mercado Livre de Energia e aquisição de certificados I-REC reflete a estratégia de ampliar progressivamente a participação de energia limpa na matriz. Em 2025, 98,1% do volume consumido pelo Varejo no Mercado Livre foi coberto por energia renovável rastreável, reafirmando nosso posicionamento em favor de uma operação cada vez mais descarbonizada. **GRI 3-3**

Possuímos uma Política de Sustentabilidade que orienta o empenho em desenvolver soluções transparentes e eficazes para a gestão climática. Acreditamos que, ao aprimorar continuamente nossas práticas, ampliar o engajamento da cadeia de valor e estabelecer metas cada

vez mais robustas e mensuráveis, podemos contribuir de forma significativa para o combate às mudanças climáticas, alinhando nossos esforços às expectativas do mercado e às melhores práticas globais. **GRI 3-3**

Em 2025, o Grupo Panvel registrou um total de 51.140,058 tCO₂e em emissões de gases de efeito estufa, distribuídas entre emissões diretas, indiretas de energia e indiretas da cadeia de valor. Esse resultado reflete não apenas a realidade das operações, mas também o avanço na abrangência e na qualidade do mapeamento, viabilizado pela implementação da nova plataforma de inventário. **GRI 305-1 | 305-2 | 305-3**

As emissões diretas — Escopo 1 — totalizaram 1.248,512 tCO₂e (2,4% do total), provenientes de quatro categorias de

fontes sob nosso controle operacional. As emissões fugitivas, oriundas dos sistemas de refrigeração e ar-condicionado da rede de lojas, foram a principal fonte, com 712,476 tCO₂e, reforçando a importância da manutenção preventiva dos equipamentos como alavanca de redução. A combustão estacionária, referente à queima de diesel e GLP em instalações fixas como geradores e sistemas de aquecimento, contribuiu com 180,163 tCO₂e. A combustão móvel da frota própria respondeu por 352,399 tCO₂e, e o tratamento de efluentes sob controle operacional somou 3,474 tCO₂e. Foram reportadas separadamente as emissões de HCFC-22 — gás não regulado pelo Protocolo de Quioto — que totalizaram 432,608 tCO₂e, e as emissões de CO₂ biogênico, que somaram 104,86 tCO₂, ambas excluídas do total consolidado conforme as diretrizes do Programa Brasileiro GHG Protocol. **GRI 305-1**

As emissões indiretas associadas ao consumo de energia elétrica — Escopo 2 — totalizaram 799,965 tCO₂e (1,6% do total), calculadas pela abordagem *market-based*, que reconhece os instrumentos contratuais de energia renovável da organização. Sobre um consumo elétrico total de 17.668,092 MWh, o resultado reflete diretamente o avanço da estratégia energética: a cobertura de 98,1% do volume consumido pelo Varejo no Mercado Livre por certificados I-REC reduziu a intensidade carbônica da nossa matriz elétrica de forma rastreável e internacionalmente reconhecida. Em paralelo, divulgamos o resultado pela abordagem *location-based* — 814,204 tCO₂e —, que aplica o fator médio do *grid* nacional a todo o volume consumido, servindo como referência de transparência. **GRI 305-2**

As emissões da cadeia de valor — Escopo 3 — totalizaram 49.091,580 tCO₂e, representando 96% do total e evidenciando que a maior parte dos nossos impactos climáticos ocorre além dos limites diretos da operação. As categorias mais representativas foram bens de capital (33,8%), bens e serviços comprados (24,5%) e transporte e distribuição *downstream* (14,5%), que juntas respondem por mais de 70% das emissões totais do Grupo. As emissões casa-trabalho dos nossos colaboradores somaram 6.399,350 tCO₂e (12,5%), refletindo o peso do

deslocamento diário de uma equipe de 11.774 pessoas. Os resíduos gerados nas operações contribuíram com 2.835,586 tCO₂e (5,5%), as viagens a negócios com 867,616 tCO₂e e o transporte e distribuição *upstream* com 1.586,916 tCO₂e. Esse mapeamento abrangente da cadeia de valor reforça nossa convicção de que o engajamento de fornecedores, parceiros logísticos e colaboradores é condição essencial para a redução efetiva das nossas emissões ao longo do tempo. **GRI 305-3**



EMISSIONES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA – ESCOPO 1 (TCO₂ EQUIVALENTE) GRI 305-1

	2023	2024	2025
Total de emissões brutas de CO ₂	4.895,54	3.682,45	1.248,512
Emissões biogênicas	142,47	72,40	104,86

EMISSIONES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA – ESCOPO 2 (TCO₂ EQUIVALENTE) GRI 305-2

Abordagem de localização	2023	2024	2025
Total de emissões brutas de CO ₂	876,38	747,47	814,20

OUTRAS EMISSIONES INDIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA – ESCOPO 3 (TCO₂ EQUIVALENTE) GRI 305-3

	2023	2024	2025
Total de emissões brutas de CO ₂	27.746,80	32.670,32	49.091,58
Emissões biogênicas	3.255,04	3.913,47	2.776,56

INTENSIDADE DE EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA GRI 305-4

Abordagem de localização	2023	2024	2025
Intensidade de emissões total (escopos 1 + 2 localização + 3)	0,006	0,007	0,008



Gestão do uso de energia

Capital Natural

No Grupo Panvel, o uso da energia fotovoltaica é o principal pilar da estratégia de transição energética. Enxergamos a gestão de energia como uma frente estratégica, capaz de reduzir impactos ambientais, aumentar a eficiência operacional e fortalecer a resiliência do negócio. **GRI 3-3**

Reconhecemos que parte das operações ainda depende de fontes fósseis, como geradores a diesel utilizados para assegurar a continuidade das atividades em eventuais falhas no fornecimento elétrico, o que contribui para emissões de gases de efeito estufa. No entanto, temos avançado de forma consistente na ampliação da participação de fontes renováveis em nossa matriz energética. **GRI 3-3**

Nossa jornada ganhou força em 2021, quando iniciamos a expansão estruturada do uso de energia solar, que desde então permanece como o principal vetor da autonomia energética. O investimento em sistemas fotovoltaicos em lojas, centros de distribuição e unidades administrativas tem ampliado a geração de energia limpa, reduzido custos operacionais no longo prazo e fortalecido a autonomia energética. Essa estratégia é acompanhada por programas estruturados de eficiência energética, com sistemas de monitoramento que permitem acompanhar, em tempo real, o consumo total, a intensidade energética e as reduções obtidas. **GRI 3-3**

Além da expansão da energia solar, promovemos a substituição gradual de equipamentos por tecnologias de menor impacto ambiental, como sistemas de refrigeração mais eficientes, realizamos manutenção preventiva para garantir alto desempenho dos ativos e adotamos planejamento estratégico para otimizar o uso de geradores e reduzir a dependência de combustíveis fósseis. **GRI 3-3**

Com essa abordagem integrada, avançamos na redução do consumo de energia elétrica, na mitigação das emissões associadas às operações e no aumento da participação de fontes renováveis, consolidando a energia fotovoltaica como protagonista na construção de um modelo de crescimento mais sustentável e resiliente. **GRI 3-3 | 302-4**

Em 2025, alcançamos 518 das 659 lojas abastecidas por usinas fotovoltaicas — representando 80% da rede —, evitando a emissão de 1.306,2 tCO₂ no período.

A participação no Mercado Livre de Energia, por sua vez, amplia o acesso a contratos com fornecedores de energia de origem renovável, oferecendo maior previsibilidade de custos e permitindo decisões de compra alinhadas à nossa estratégia climática. Essa combinação — geração própria, Mercado Livre e certificação internacional — forma um portfólio energético robusto, alinhado às melhores práticas globais e às crescentes expectativas de investidores e reguladores.

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO

GRI 302-1 | SASB HC-DR-130A.1

Consumo de combustíveis não renováveis (GJ)	2023	2024	2025
Diesel	4.291,1	517,3	1.375,9
Consumo de eletricidade (GJ)	2023	2024	2025
Eletricidade de fonte não renovável	86.779,62	68.933,68	44.539,29
Eletricidade de fonte renovável (solar)	23.126,90	38.105,73	69.519,93
Eletricidade de fonte renovável (Mercado Livre)	-	13.747,66	19.060,01

INTENSIDADE DO CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA (MWH)

GRI 302-3

	2023	2024	2025
Energia consumida/número de lojas	108.072,6	170.437,5	200.480,0



Certificação Internacional de Energia Renovável — I-REC 2025

Um avanço relevante em 2025 foi a aquisição e aposentadoria de Certificados de Energia Renovável I-REC (*International Renewable Energy Certificate*) para cinco unidades de consumo da Companhia, abrangendo as praças de Porto Alegre (RS), São Paulo (SP), Pelotas (RS), Florianópolis (SC) e Caxias do Sul (RS). No total, foram aposentados 308.994 MWh de certificados I-REC referentes ao período de janeiro a dezembro de 2025, todos oriundos de geração hidrelétrica fio d'água (PCH Verde 8), com fator de emissão de carbono zero.

Os certificados foram emitidos pelo Instituto Totum, sob o Padrão I-REC, e têm como finalidade a mitigação das emissões de Escopo 2 da Companhia — ou seja, aquelas decorrentes da aquisição de energia elétrica de terceiros. Cada certificado está associado a atributos de compensação incluídos, o que significa que os direitos ambientais correspondentes a esses megawatt-hora são exclusivamente da Panvel, sem dupla contagem ou uso por terceiros.

O I-REC é um padrão internacionalmente reconhecido de rastreabilidade e comprovação de origem da energia elétrica, permitindo que a Companhia demonstre, de forma verificável e auditável, que determinada parcela de seu consumo energético é coberta por eletricidade gerada a partir de fontes renováveis. Essa certificação fortalece a credibilidade do reporte de emissões e amplia a transparência perante investidores, reguladores e demais públicos de interesse.

Compromisso com a transição energética

A combinação de geração solar, participação no Mercado Livre de Energia e certificação I-REC reflete uma estratégia energética integrada, construída ao longo dos anos e aprofundada em 2025. Esses três pilares atuam de forma complementar: a energia solar reduz o consumo da rede; o Mercado Livre assegura o abastecimento com fontes renováveis nos pontos onde a geração própria não é suficiente; e os certificados I-REC garantem a comprovação rastreável e internacionalmente reconhecida da origem renovável da energia consumida.

Esse posicionamento vai ao encontro das crescentes exigências de reporte climático e das expectativas de investidores que consideram a qualidade da matriz energética como um indicador relevante de gestão de risco e de resiliência corporativa. A Companhia mantém o compromisso de ampliar progressivamente a participação de fontes renováveis em sua matriz, reduzir a intensidade de carbono das operações e aprimorar continuamente a qualidade e a rastreabilidade das informações divulgadas sobre seu desempenho energético e climático.

Gestão de resíduos

Capital Natural

Nossa gestão de resíduos é um processo contínuo, que busca não apenas cumprir regulamentações, mas também promover a conscientização e a participação de todos os colaboradores. Acreditamos que, ao fortalecer nossas práticas, contribuímos para um futuro mais sustentável e uma operação mais eficiente.

Em nossa gestão de resíduos, priorizamos a responsabilidade ambiental e a conformidade com a legislação vigente, especialmente a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Desde a origem até a destinação final, os resíduos são segregados e acondicionados de acordo com as normas pertinentes ao tema. **GRI 3-3**

Para viabilizar um gerenciamento integrado dos resíduos gerados em todos os estados em que atuamos, utilizamos uma plataforma informatizada. Essa ferramenta permite que a área de Meio Ambiente do Grupo Panvel avalie criteriosamente os prestadores de serviço envolvidos no transporte e destinação dos resíduos. Entre os critérios utilizados para a homologação desses prestadores estão a avaliação da Licença Ambiental de operação e transporte, a análise do alvará de localização e demais licenças, auditorias *in loco* ou virtual e pesquisas de mercado com clientes atuais. A área de Meio Ambiente também é responsável por auditar as informações geradas pela plataforma. Esse processo de auditoria nos permite identificar oportunidades de melhoria contínua. **GRI 3-3 | 306-2**

Para incentivar a redução na geração de resíduos, promovemos, em nossas lojas, ações como a redução do uso de sacolas plásticas e o envio de notas fiscais por e-mail. Nos centros de distribuição e na matriz, firmamos parcerias com empresas de reciclagem responsáveis pelo recolhimento de resíduos recicláveis, que são transformados em subprodutos para outros processos dos parceiros. Como alternativa ao uso de caixas de papelão para envio dos produtos às lojas, utilizamos caixas plásticas reutilizáveis que retornam aos Centros de Distribuição de Eldorado do Sul (RS) e São José dos Pinhais (PR) após o descarregamento dos produtos nas lojas. **GRI 3-3 | 306-2**

Além disso, mantemos contratos com empresas licenciadas para a coleta, transporte e destinação de produtos vencidos ou danificados. Essas parcerias são fundamentais para garantir que todos os resíduos sejam tratados de forma ambientalmente correta. **GRI 3-3**

Quanto aos resíduos perigosos, para garantir que sejam destinados corretamente, acompanhamos toda a documentação legal exigida, assegurando que o processo esteja em conformidade com os padrões ambientais. **GRI 3-3**

TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS EM TONELADAS (T) GRI 306-3

	2023	2024	2025
Resíduos perigosos gerados	244,74	610,72	420,34
Resíduos não perigosos gerados	1.160,32	3.072,21	3.318,01
Total	1.405,06	3.682,93	3.738,35

RESÍDUOS NÃO DESTINADOS À DISPOSIÇÃO FINAL, EM TONELADAS MÉTRICAS (T) GRI 306-4

	2023	2024	2025
Resíduos perigosos			
Reciclagem	3,61	0,00	7,08
Outras formas de recuperação	5,16	4,97	209,08
Resíduos não perigosos			
Reciclagem	962,66	1.598,30	1.277,52
Outras formas de recuperação	58,01	63,44	74,98
Total	1.029,44	1.666,71	1.568,66

RESÍDUOS DESTINADOS À DISPOSIÇÃO FINAL, EM TONELADAS MÉTRICAS (T) GRI 306-5

	2023	2024	2025
Resíduos perigosos			
Incinerados sem recuperação de energia	143,25	228,35	177,98
Aterro ¹	78,00	255,81	15,60
Outras disposições	154,75	121,95	10,60
Resíduos não perigosos			
Incinerados sem recuperação de energia	4,63	0	0
Aterro ²	20,34	1.864,93	1.965,51
Outras disposições	59,94	0	0
Total	460,91	2.471,04	2.169,69

¹Aterro Classe I devidamente licenciado e monitorado.

²Aterro Classe II devidamnte licenciado e monitorado.

Tratamento de efluentes

A nossa Estação de Tratamento de Efluentes Sanitários (ETE), localizada em Eldorado do Sul (RS), é uma peça-chave na sustentabilidade das operações. Ela utiliza processos biológicos avançados para remover poluentes e garantir que a água seja tratada antes de ser liberada na rede coletora externa.

Além disso, o Laboratório LIFAR possui uma Estação de Tratamento de Efluentes Industrial, que realiza o tratamento dos efluentes provenientes de suas operações, assegurando o atendimento aos requisitos legais aplicáveis para seu lançamento.

O processo de tratamento de efluentes conta com um rigoroso controle dos parâmetros de monitoramento, conduzido por operadores capacitados e dedicados exclusivamente a essa função. Periodicamente, análises são realizadas por laboratório externo credenciado, assegurando que o efluente atenda integralmente aos padrões de lançamento estabelecidos pela legislação ambiental vigente.

Programa Destino Certo

O Programa Destino Certo é uma iniciativa que reforça o compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental. Seu objetivo é incentivar os clientes a descartar, de forma segura e legal, medicamentos vencidos ou inutilizados, além de pilhas e baterias, por meio de práticas de logística reversa que evitam o descarte inadequado desses materiais no meio ambiente.

Em 2025, assumimos o compromisso de implantar coletores de logística reversa de medicamentos em 100% das lojas, ampliando o acesso da população a um ponto de descarte ambientalmente correto e seguro. Com a abrangência total da rede, passamos a oferecer uma estrutura acessível e padronizada para que os clientes realizem esse processo com confiança e conveniência.

Ao longo do ano, coletamos mais de 31 toneladas de resíduos de medicamentos, pilhas e baterias por meio do Programa Destino Certo, garantindo a destinação adequada dos materiais e contribuindo para a prevenção de riscos à saúde pública e de impactos negativos ao meio ambiente. Dessa forma, reforçamos nosso compromisso permanente de cuidar das pessoas e do planeta.



06

Anexos

Índice GRI	94
Índice SASB	101
Mapa de ODS	103
Créditos	104



Índice GRI

Standard	Disclosures		Referência/ Resposta direta
Conteúdos Gerais			
GRI 2: Conteúdos Gerais – 2021	2-1	Detalhes da organização	Página 10.
	2-2	Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Página 17. Dimed S/A Distribuidora de Medicamentos; Laboratório Industrial Farmacêutico LIFAR Ltda.; Dimesul Gestão Imobiliária Ltda.
	2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Página 3.
	2-4	Reformulações de informações	Não houveram reformulações de informações neste reporte.
	2-5	Verificação externa	Esse Relatório não passou por verificação externa.
	2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Páginas 10, 12 e 51.
	2-7	Empregados	Página 63.
	2-8	Trabalhadores que não são empregados	Em 2025, contamos com 198 contratos com terceiros.
	2-9	Estrutura de governança e sua composição	Páginas 18, 19, e 20.
	2-10	Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Página 19.
	2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	Página 18.
	2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Páginas 19 e 20.
	2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Páginas 19 e 20.
	2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Página 3.
	2-15	Conflitos de interesse	Página 45.
	2-16	Comunicação de preocupações cruciais	Página 46.

Standard	Disclosures		Referência/ Resposta direta
GRI 2: Conteúdos Gerais - 2021	2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Em 2025, não foram realizados treinamentos sobre temas ESG para os órgãos de governança.
	2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	O Conselho é independente, não há ferramentas para avaliação de desempenho do mesmo.
	2-19	Políticas de remuneração	Página 22.
	2-20	Processo para determinação da remuneração	Página 22.
	2-21	Proporção da remuneração total anual	A remuneração total anual média de todos os empregados (exceto o CEO), representa 0,58% da remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da empresa. Já a diferença entre o aumento da remuneração do CEO e o aumento da remuneração total anual média de todos os colaboradores (exceto o CEO) é de 1,1 p.p.. O cálculo foi apurado com base em três componentes do pacote de remuneração: Salário Base + Incentivos de Curto Prazo + Incentivos de Longo Prazo. Todos considerados com a base anual de pagamento.
	2-22	Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Página 7.
	2-23	Compromissos de política	Página 45.
	2-24	Incorporação de compromissos de política	Página 45.
	2-25	Processos para reparar impactos negativos	A Companhia adota processos robustos para identificar e avaliar os impactos negativos de suas operações. Isso envolve revisões periódicas das práticas operacionais, monitoramento contínuo do desempenho ESG e a consideração do <i>feedback</i> das partes interessadas. Comprometida com a reparação de impactos identificados, a Companhia baseia suas ações em princípios éticos, responsabilidade social e respeito aos direitos dos envolvidos. Para isso, implementa políticas específicas de responsabilidade corporativa que estabelecem diretrizes claras para mitigar e corrigir eventuais danos. Essas políticas são amplamente comunicadas, tanto interna quanto externamente, reforçando o compromisso com a transparência e a atuação responsável. Além disso, a Companhia revisa regularmente seus processos internos para antecipar possíveis impactos negativos e identificar oportunidades de melhoria. Essa abordagem proativa permite que medidas corretivas sejam adotadas antes mesmo que eventuais problemas sejam apontados por terceiros.

Standard	Disclosures		Referência/ Resposta direta
GRI 2: Conteúdos Gerais – 2021	2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Página 46.
	2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Em 2025, tivemos dois casos significativos em que multas foram aplicadas devido ao descumprimento de dois TACs (Termo de Ajustamento de Conduta) com o MPT. Um deles referente ao intervalo para trabalho em <i>Call Center</i> (totalizando R\$ 150.000,00) e outro por descumprimento da cota de aprendizes (R\$ 400.000,00, sendo que, no ano de 2025, foi pago o valor de R\$ 50.000,00 e o restante será pago ao longo de ano de 2026).
	2-28	Participação em associações	ABRASCA SINPROFAR SINDIATACADISTAS
	2-29	Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	Páginas 38 e 64.
	2-30	Acordos de negociação coletiva	100% dos colaboradores do Grupo estão cobertos por acordos de negociação coletiva.
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-1	Processo de definição de temas materiais	Página 5.
	3-2	Lista de temas materiais	Página 5.
Tema material: Ética e combate à corrupção			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Ética e Combate à corrupção	Páginas 45 e 46.
GRI 205: Combate à corrupção – 2016	205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	A Companhia realiza anualmente auditorias internas de processos e sistemas.
	205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Página 45.
	205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2025, não foram identificados casos de corrupção na Companhia.
Tema material: Resultados e performance econômica			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Resultados e performance econômica	Páginas 23 e 24.

Standard	Disclosures		Referência/ Resposta direta
GRI 201: Desempenho econômico - 2016	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Página 24.
	201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	No ano de 2025, não tivemos impactos financeiros relacionados às mudanças climáticas.
	201-3	Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria	Em parceria com a Associação dos Funcionários do Grupo Panvel (AFGP), ofereceremos o Plano Familiar Fundação Copel.
	201-4	Apoio financeiro recebido do governo.	Em 2025, a Companhia não recebeu recursos de instituições públicas.
Tema material: Gestão de resíduos			
GRI 3: Temas Materiais - 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Resíduos	Página 91.
GRI 306: Resíduos - 2020	306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Página 91.
	306-3	Resíduos gerados	Página 91.
	306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Página 91.
	306-5	Resíduos destinados para disposição final	Página 91.
Tema material: Combate às mudanças climáticas			
GRI 3: Temas Materiais - 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Combate às Mudanças Climáticas	Páginas 85 e 86.
GRI 305: Emissões - 2016	305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Páginas 85 e 88.
	305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Páginas 86, 87 e 88.
	305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Páginas 86, 87 e 88.
	305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 88.
Tema material: Gestão do uso de energia			
GRI 3: Temas Materiais - 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Gestão do Uso da Energia	Página 89.

Standard	Disclosures		Referência/ Resposta direta
GRI 302: Energia – 2016	302-1	Consumo de energia dentro da organização	Página 89.
	302-3	Intensidade energética	Página 89.
	302-4	Redução do consumo de energia	Página 89.
Tema material: Gestão da cadeia de fornecedores			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Gestão da Cadeia de Fornecimento	Página 50, 51.
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores – 2016	308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Atualmente, ainda não possuímos um sistema formal de qualificação de fornecedores, mas buscamos garantir que nossas relações de negócio estejam alinhadas aos princípios ESG. Para isso, incorporamos cláusulas contratuais que reforçam compromissos socioambientais e de governança.
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo – 2016	409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Página 50.
GRI 414: Avaliação social de fornecedores – 2016	414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Atualmente, ainda não possuímos um sistema formal de qualificação de fornecedores, mas buscamos garantir que nossas relações de negócio estejam alinhadas aos princípios ESG. Para isso, incorporamos cláusulas contratuais que reforçam compromissos socioambientais e de governança.
Tema material: Diversidade, igualdade e não discriminação			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Diversidade e Inclusão	Página 73.
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades – 2016	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Páginas 19, 20 e 74.
GRI 406: Não discriminação – 2016	406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Página 46.

Standard	Disclosures		Referência/ Resposta direta
Tema material: Gestão de riscos			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Gestão de riscos	Página 47.
GRI 2: Conteúdos Gerais – 2021	2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Páginas 19, e 20.
Tema material: Segurança da informação e privacidade de dados			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Segurança da Informação e Privacidade de dados	Páginas 60 e 61.
GRI 418: Privacidade do cliente – 2016	418-1	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Em 2025, não registramos perdas de dados de clientes.
Tema material: Inovação em produtos e serviços			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Inovação em produtos e serviços	Página 52
Tema material: Engajamento e desenvolvimento de comunidades locais			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Engajamento e desenvolvimento de Comunidades Locais	Páginas 77 e 81.
GRI 413: Comunidades locais – 2016	413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Página 77.
Tema material: Capacitação e educação			
GRI 3: Temas Materiais – 2021	3-3	Gestão dos temas materiais: Capacitação e Educação	Página 68.
GRI 404: Capacitação e educação – 2016	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Em 2025, a média de horas de treinamentos foi de 33 horas para homens e 35,6 horas para mulheres. Entre os líderes, a média foi de 75,5 horas, enquanto para as demais equipes foi de 32 horas. A abertura dos dados deste indicador difere daquela utilizada para o compromisso de desenvolver os colaboradores por meio de programas de capacitação (página 43); por esse motivo, os valores podem não ser diretamente comparáveis.

Standard	Disclosures		Referência/ Resposta direta
GRI 404: Capacitação e educação - 2016	404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Páginas 69, 70 e 71.
Outros Indicadores			
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho - 2018	403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 76.
	403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Página 76.
	403-3	Serviços de saúde do trabalho	Página 76.
	403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Página 76.
	403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Página 76.
	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	Página 76.
	403-9	Acidentes de trabalho	Página 76.
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor - 2016	416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Página 32.
	416-2	Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Em 2025 não registramos casos de não conformidade em critérios de saúde e segurança de nossos produtos.
GRI 417: Marketing e rotulagem - 2016	417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	Página 32.

Índice SASB

Código	Métrica	Tema material	Referência/ Resposta direta
Drug Retailers			
HC-DR-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) percentagem de eletricidade da rede e (3) percentagem de energia renovável	Gestão do uso de energia	Página 89.
HC-DR-230a.1	Descrição das políticas e práticas para salvaguardar os registos de informações de saúde protegidas (PHI) dos clientes e outras informações pessoalmente identificáveis (PII)	Segurança da informação e privacidade	Página 60.
HC-DR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) percentagem envolvendo (a) apenas informações de identificação pessoal (PII) e (b) informações de saúde protegidas (PHI), (3) número de clientes afectados em cada categoria, (a) apenas PII e (b) PHI	Segurança da informação e privacidade	Em 2025, não registamos perdas de dados de clientes.
HC-DR-230a.3	Montante total das perdas monetárias resultantes de ações judiciais relacionadas com a segurança e a privacidade dos dados	Segurança da informação e privacidade	Em 2025, a Companhia sofreu sanções em virtude de descumprimento de TAC, um relativo ao não cumprimento das quotas de aprendizes e outro relativo as descumprimento do intervalo obrigatório para operadores de <i>Call Center</i> . Para o TAC do <i>Call Center</i> , foi contratado um <i>software</i> chamado de "Cortina de Ferro", que programa os intervalos obrigatórios. Para os Aprendizes, a área responsável está controlando o cumprimento da cota.
HC-DR-250a.1	Descrição dos esforços para reduzir a ocorrência de medicamentos comprometidos na cadeia de abastecimento	Segurança e qualidade dos produtos	Página 50.
HC-DR-250a.2	Número de <i>recalls</i> de medicamentos emitidos, total de unidades recolhidas, percentagem de produtos de marca própria	Segurança e qualidade dos produtos	Em 2025, a Companhia realizou 16 <i>recalls</i> em razão de segurança de medicamentos, totalizando 25.384 unidades recolhidas, dos quais nenhum pertence à marca própria.
HC-DR-260a.2	Montante total das perdas monetárias resultantes de ações judiciais relacionadas a substâncias controladas	Segurança e qualidade dos produtos	A Companhia não registra ações judiciais envolvendo substâncias controladas.

Código	Métrica	Tema material	Referência/ Resposta direta
HC-DR-260b.1	Taxa de adesão ao primeiro preenchimento	Saúde e segurança do cliente	A Companhia não monitora a métrica de “taxa de adesão ao primeiro preenchimento”. No entanto, mantemos o acompanhamento de outros indicadores internos relacionados ao comportamento de recompra de medicamentos de uso contínuo, que permitem avaliar indiretamente a regularidade do tratamento dos cliente, como o indicador interno utilizado em CRM: Média de Quantidade de Caixas (em 12 meses). Este indicador estima a cobertura média dos tratamentos a partir da quantidade de caixas adquiridas por cliente ao longo de 12 meses (quantidade de caixas adquiridas pelo cliente x quantidade de doses dentro da caixa).
HC-DR-260b.2	Descrição das políticas e práticas para evitar erros de distribuição de receitas médicas	Saúde e segurança do cliente	Página 36.
HC-DR-260b.3	Montante total das perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados a erros de distribuição de receitas médicas	Saúde e segurança do cliente	Em 2025, a Companhia registrou perdas monetárias relacionadas a processos judiciais associados a erros de distribuição de receitas médicas.
HC-DR-000.A	Número de farmácias	-	Página 12.
HC-DR-000.B	Área total de vendas	-	98.999 m² (média de 150m²/loja).
HC-DR-000.C	Número de receitas preenchidas, percentagem de substâncias controladas	-	A Companhia monitora a quantidade total de prescrições recebidas. No entanto, com base nos dados de vendas efetivas e retenção de receitas, estima que as prescrições de uso controlado representem 21% do total.
HC-DR-000.D	Número de farmacêuticos	-	Em 2025, a Companhia contava com 1.880 farmacêuticos, um acréscimo de 6,6% em relação a 2024. O crescimento no número destes profissionais acompanha o crescimento da Companhia em função do aumento do número de filiais.

Mapa de ODS



Nossos negócios..... 11
Ecossistema de saúde 34
Saúde, segurança e bem-estar 76



Compromissos 2025 – Social 43
Educação Corporativa 68



Compromissos 2025 – Social 43
Diversidade e Inclusão 73



Gestão do uso de energia 89



Atração de talentos 65



Inovação e tecnologia 52



Engajamento e desenvolvimento de comunidades 77



Gestão de resíduos 91
Compromissos 2025 – Ambiental 40, 41



Operação sustentável 30
Compromissos 2025 – Ambiental 42
Combate às mudanças climáticas 85



Ética e combate à corrupção 45
Compromissos 2025 – Governança 44
Gestão da cadeia de fornecimento 50

Créditos

Grupo Panvel

Avenida Industrial Belgraf, 865
Eldorado do Sul, Rio Grande do Sul (RS)
Brasil - CEP 92990-000
Tel.: + 55 (51) 3481-9698

Coordenação

Diretoria de Gente e Cultura

Projeto Editorial: consultoria, redação e tradução

Ricca Sustentabilidade

Projeto Gráfico: layout e diagramação

Ricca Sustentabilidade

Fotos e ilustrações

Banco de Imagens Grupo Panvel



Todos
PanVel
ESG bem