

grupo panvel

Resultados

1T25



Destques 1T25



Receita Bruta do Varejo

R\$ 1,35 Bi

(+15,9% vs 1T24)



MSSS / SSS

9,8% / 11,8%

(Inflação LTM 5,5%)



Margem Bruta do Varejo

29,4%

(+15,3% vs 1T24)



R\$ 64,6 Mi

EBITDA Ajustado

4,8% de Margem

(+0,2 p.p. vs 1T24)



R\$ 27,8 Mi

Lucro Líquido Ajustado

2,1% de Margem

(+0,1 p.p. vs 1T24)



Market Share

+0,5 p.p

vs 1T24



7,8%

Participação de Produto Panvel

+25,1% vs 1T24



Digital

22,5% das vendas do

Varejo **+3,2 p.p** vs 1T24

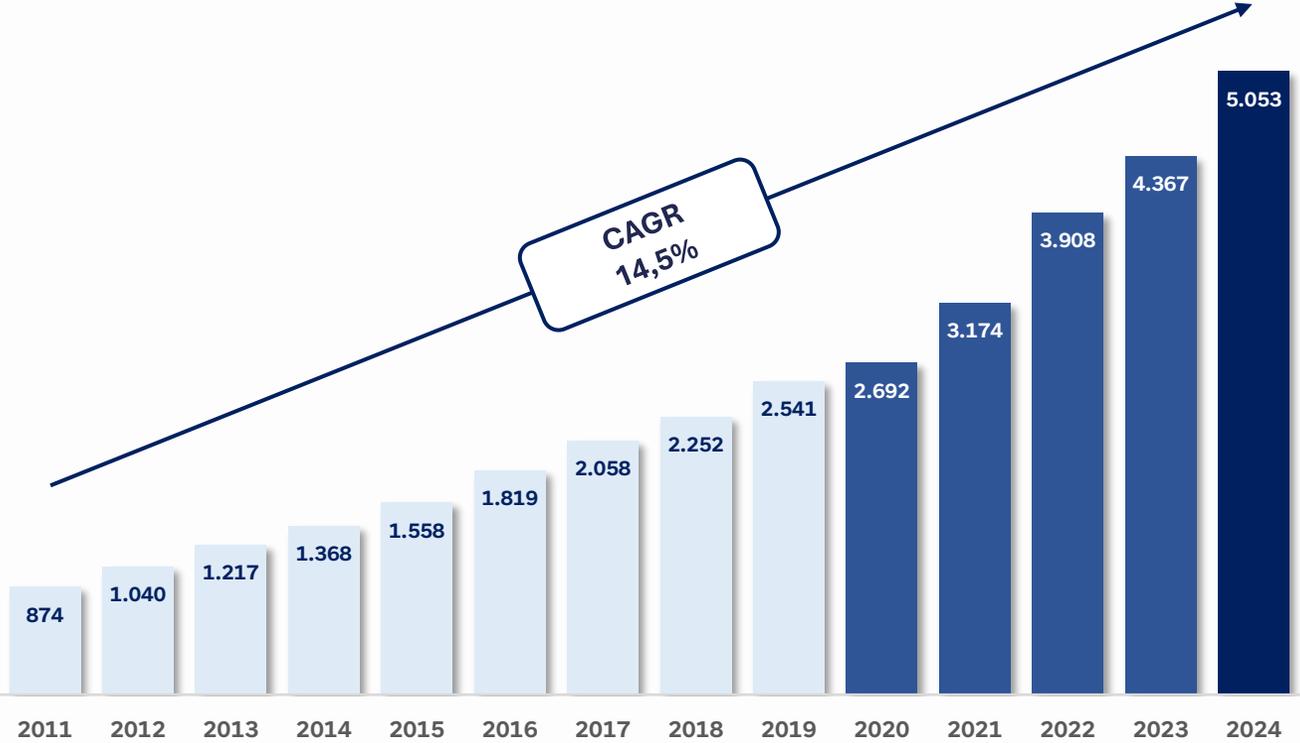


R\$ 14,4 Mi

Geração de Fluxo de
Caixa Livre

CRESCIMENTO CONSISTENTE

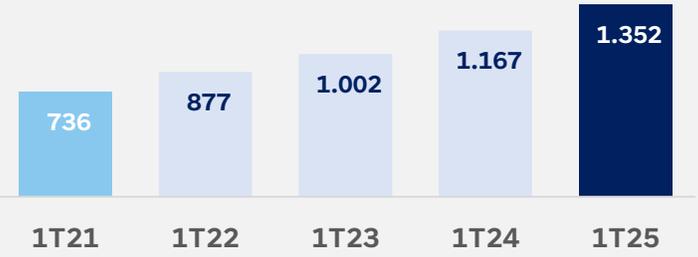
Histórico de Evolução - Receita Bruta do Varejo
(R\$ Milhões)



R.B. Varejo (anual)
(R\$ Milhões)



R.B. Varejo (trimestral)
(R\$ Milhões)

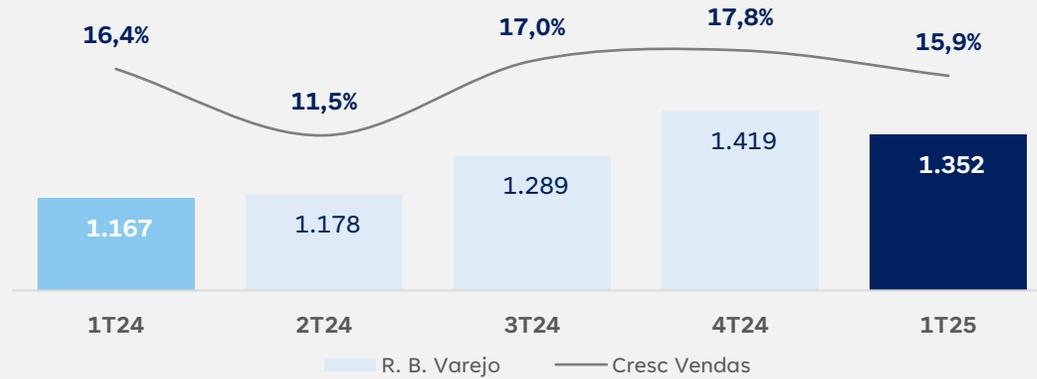


EBITDA Grupo
(R\$ Milhões)

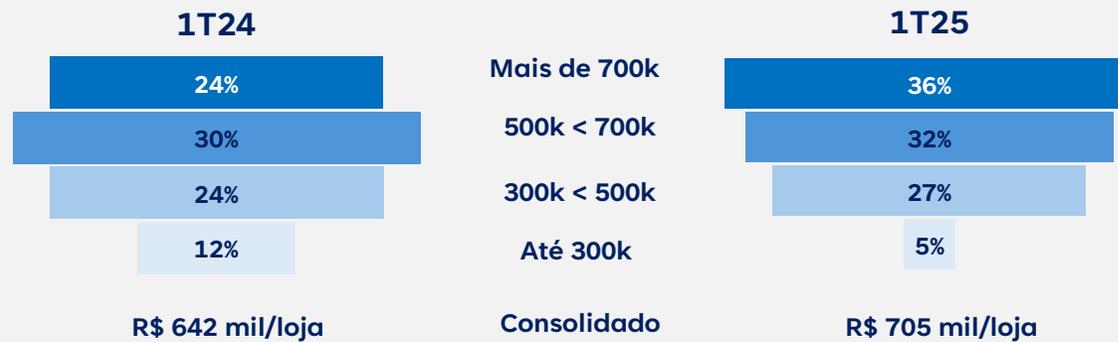


MESMO CONTRA A BASE FORTE DE 2024, PANVEL INICIA 2025 COM CRESCIMENTO DE VENDAS DE 15,9%

Crescimento de vendas - Varejo
(R\$ milhões)



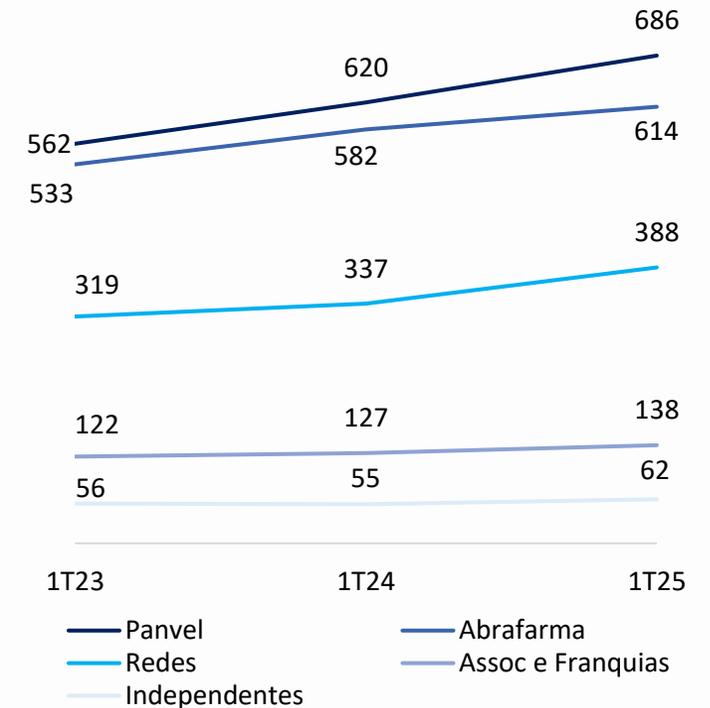
Evolução Venda Média por Faixa de Venda
(venda por mês/loja)



Venda média atinge **R\$ 751 mil/loja** em março de 2025

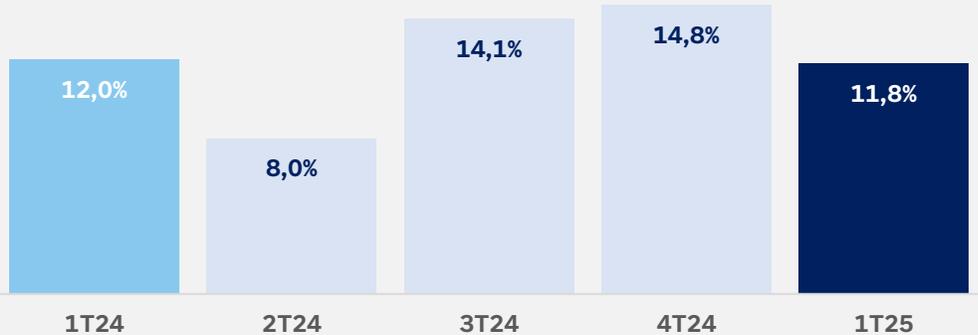
Venda Média/Loja Região Sul

Fonte: IQVIA (R\$ CPP)



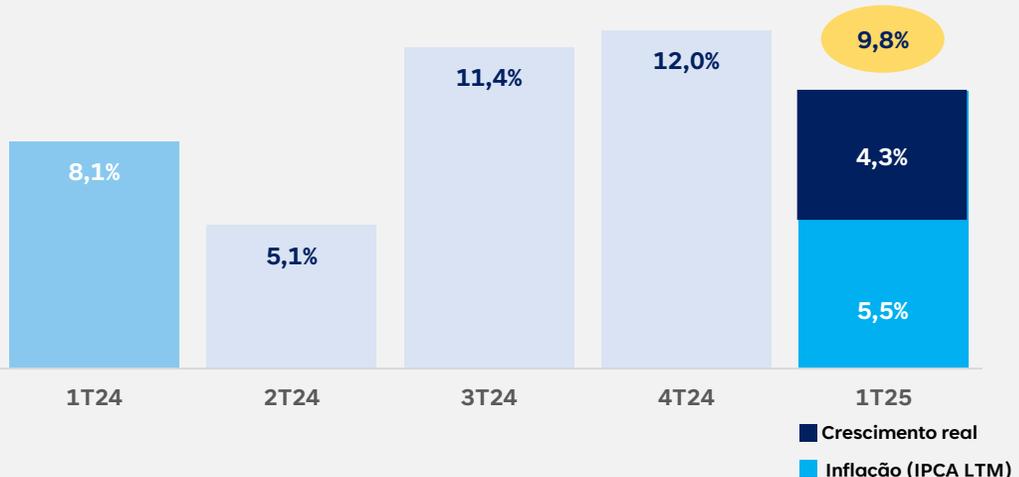
NOSSA CONSISTÊNCIA OPERACIONAL SEGUE ENTREGANDO FORTE CRESCIMENTO EM SSS (+11,8% vs 1T24) E EM MSS (+9,8% vs 1T24), COM MAIS UM TRIMESTRE DE DESEMPENHO BEM ACIMA DA INFLAÇÃO.

Crescimento Mesmas Lojas



Indicadores de SSS e MSSS seguiram apresentando crescimento no 1T25, atingindo 11,8% e 9,8%, respectivamente.

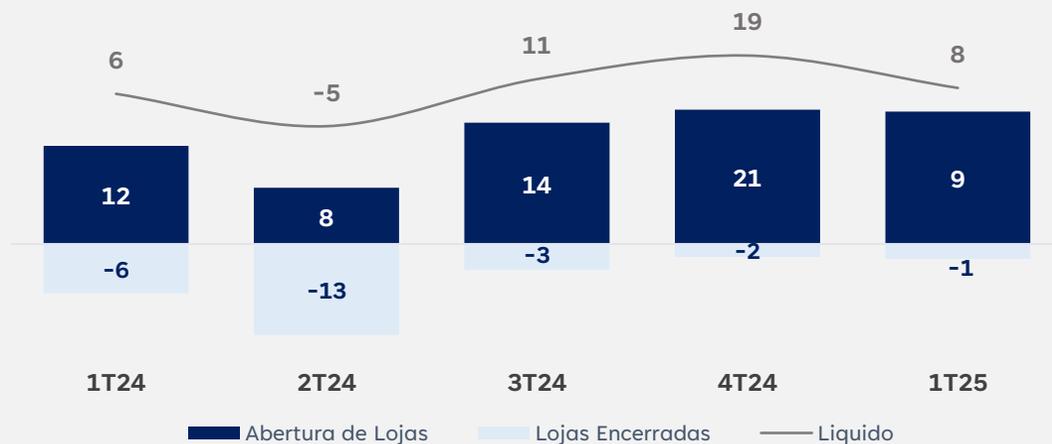
Crescimento Lojas Maduras



MSSS segue crescendo acima da inflação acumulado do período, entregando um ganho real de 4,3% no 1T25.

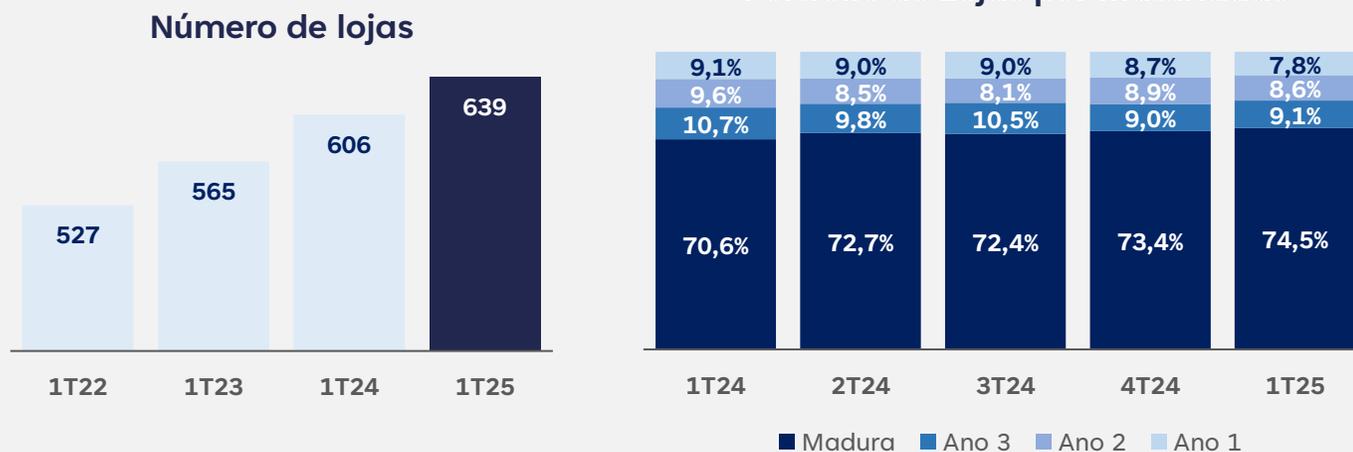
PANVEL INAUGURA 9 LOJAS NO 1T25 E 52 LOJAS EM 12 MESES, MANTENDO SEU RITMO DE EXPANSÃO

Aberturas e Fechamentos de Lojas

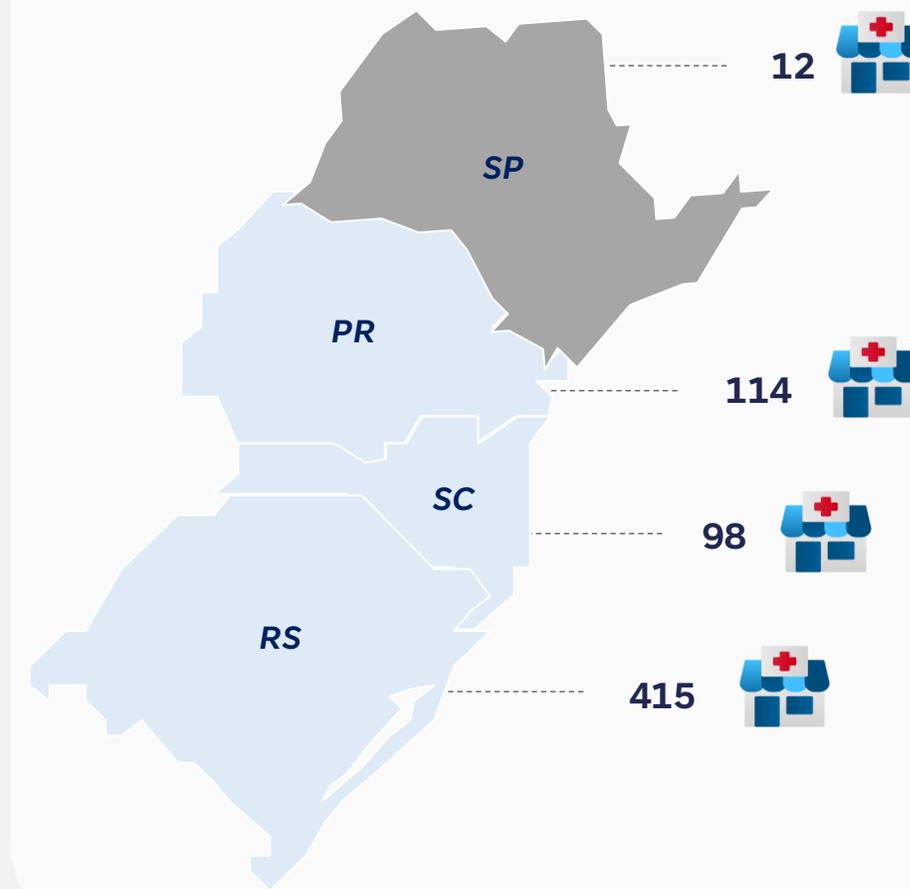


285 Aberturas desde o Re-IPO

Portfólio de Lojas por Maturidade

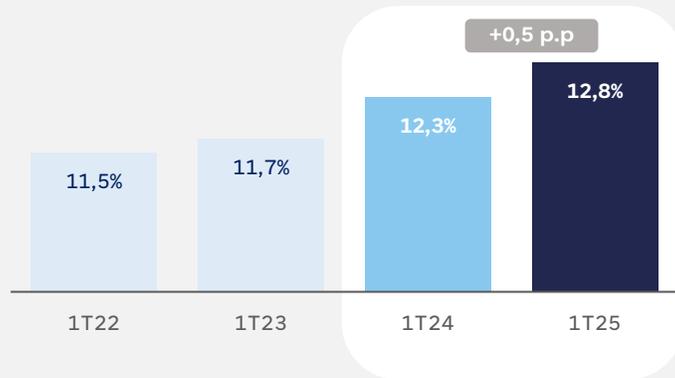


Portfólio de Lojas



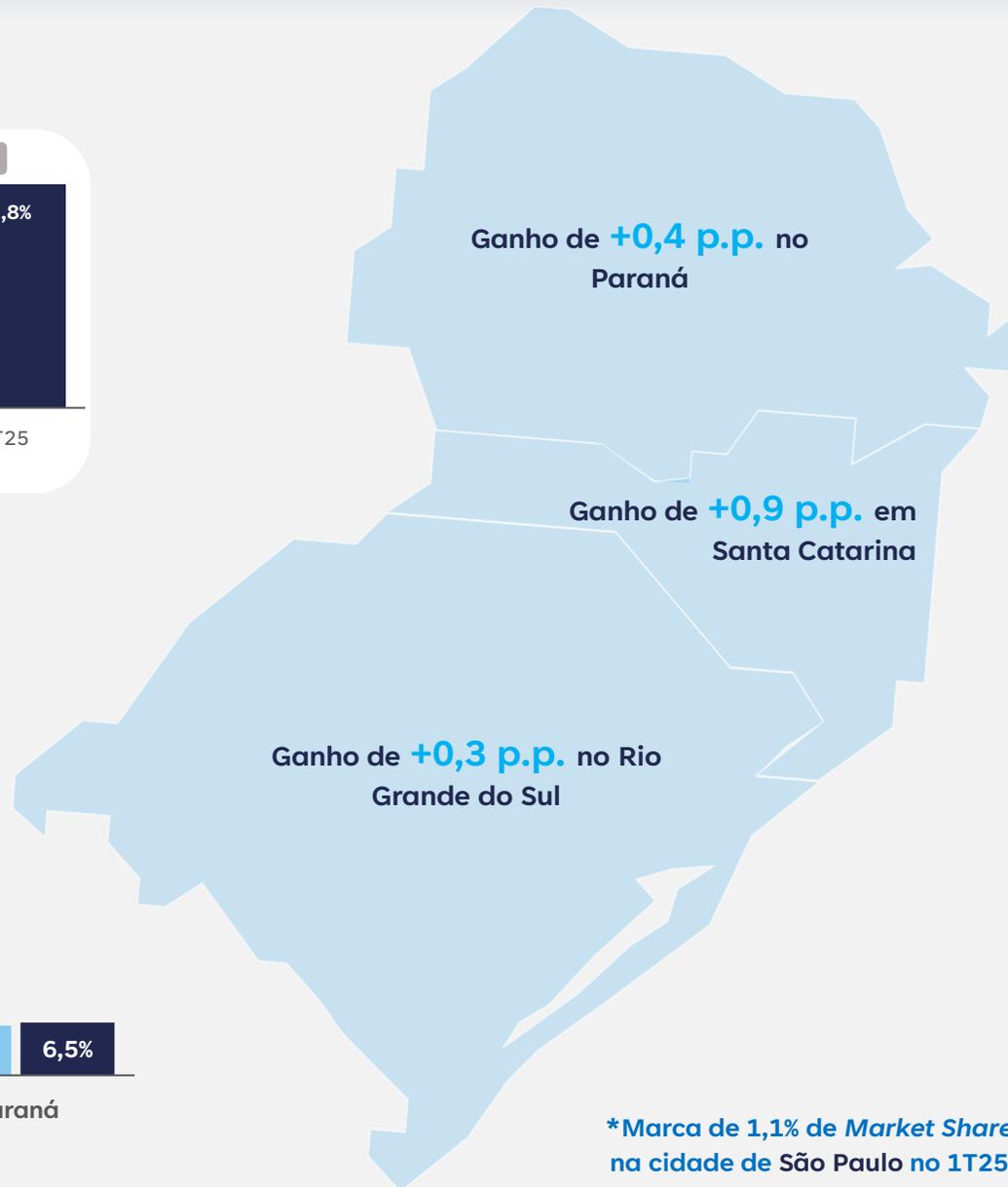
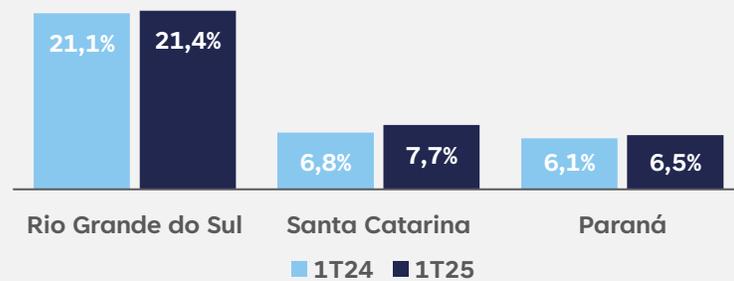
PANVEL ALCANÇA O 20º TRIMESTRE CONSECUTIVO DE GANHOS DE PARTICIPAÇÃO DE MERCADO NA REGIÃO SUL, ATINGINDO 12,8% DE MARKET SHARE, GANHO DE 0,5 P.P EM RELAÇÃO AO 1T24

Market Share - Região Sul



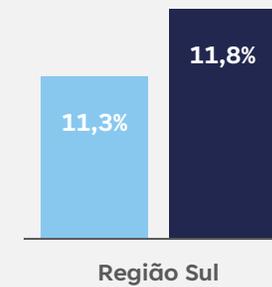
Ganho em todos os Estados na Região Sul

Market Share por UF

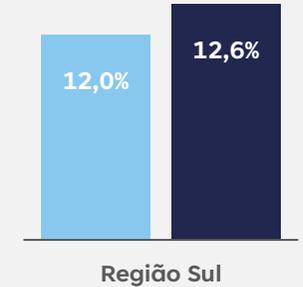


*Marca de 1,1% de Market Share na cidade de São Paulo no 1T25

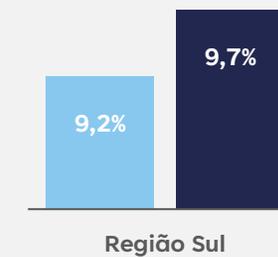
Market Share - Medicamentos



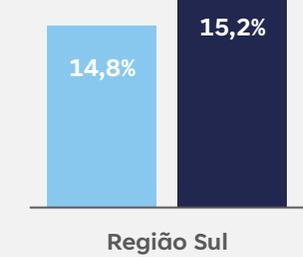
Market Share - Med Marca



Market Share - Genérico

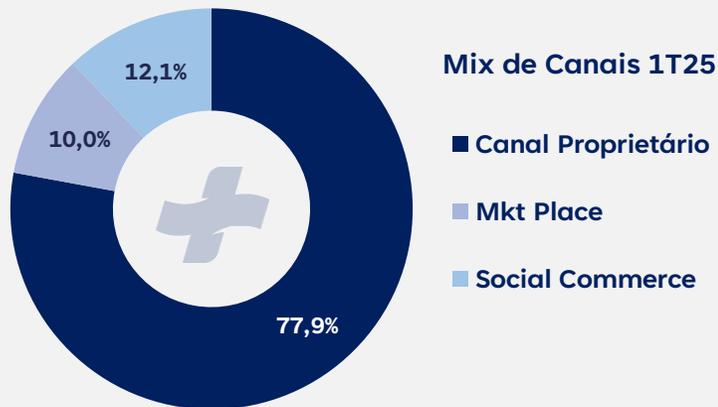


Market Share - Higiene e Beleza

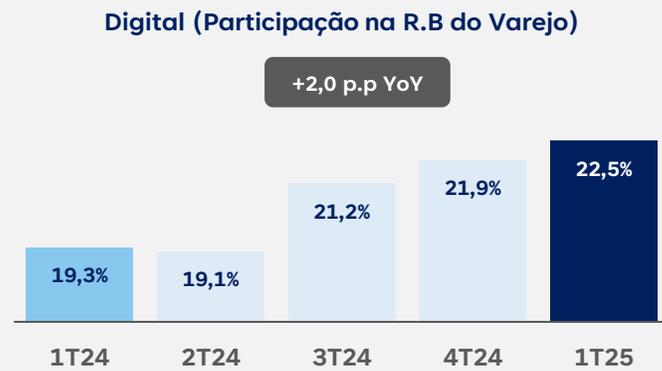


■ 1T24 ■ 1T25

PANVEL É A FARMÁCIA MAIS DIGITAL DO BRASIL E LÍDER ABSOLUTA NA REGIÃO SUL, COM CRESCIMENTO DE 35,3% SOBRE 1T24



E-commerce Panvel com **28,3% de Market Share na Região Sul no 1T25**



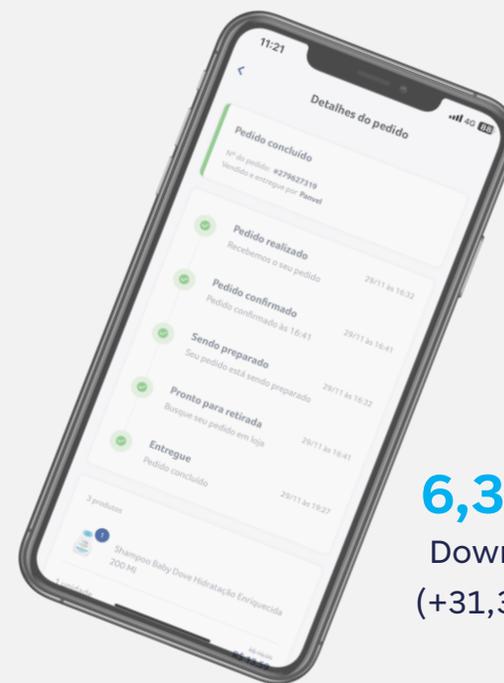
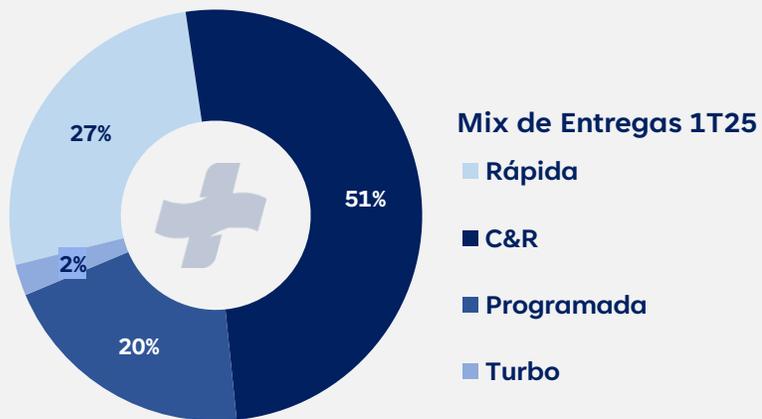
Crescimento de **37,1%** nas vendas do APP (1T25 x 1T24)

Entrega **Mais Rápida** do Brasil
59% entregas em 60 min

* Não inclui dados de Clique e Retire

Maior Base Ativa de Clientes

MAU de **45,6%**



6,3 Milhões
Download APP
(+31,3% vs 1T24)

Clique e Retire
639 lojas

Entregas 1T25
633.079

Mini CD/
Darkstore 9

Nível de Serviço
96,7% (1T25)

Lojas Delivery
249

Panvel se mantém como referência em serviços de saúde na região sul.



LIDERANÇA

em serviços na Região Sul (1T25)
20,8% de Market Share

Fonte: IQVIA



LIDERANÇA

em vacinação na Região Sul (1T25)
45,3% de Market Share

Fonte: IQVIA

Receita de vacinas **crece 24,7%** no 1T25 em comparação ao 1T24.



RECORRÊNCIA

Clientes Clinic possuem ticket médio **13% maior**, com uma frequência **3x maior**

+ de 119k
Atendimentos no 1T25

101
Salas de Vacinas

421
Lojas Clinic

PanVel + Clinic

CUIDADOS PREVENTIVOS

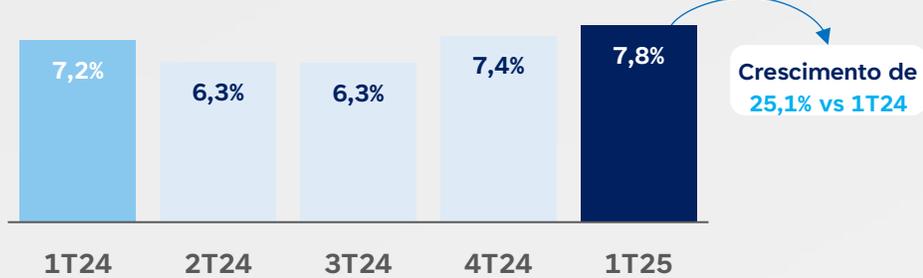
Serviços
(Participação na RB do Varejo)



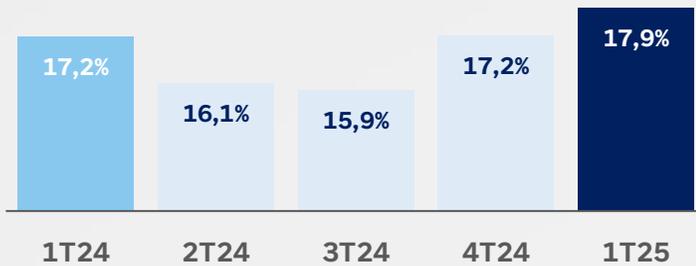
PRODUTOS PANVEL COMEÇAM O ANO COM CRESCIMENTO DE 25,1% vs. 1T24 E SEGUEM COMO BENCHMARK DO VAREJO FARMA BRASILEIRO

PRODUTOS PANVEL

% Participação do PP nas Vendas Varejo



% Participação do PP nas Vendas HB



Líder em 40% das categorias da rede

PRODUTOS PANVEL E MARCAS EXCLUSIVAS REPRESENTAM 8,1% DAS VENDAS DA PANVEL NO 1T25

Produtos Panvel representam 34,2% do mercado de Private Label da Região Sul

Margem Bruta superior

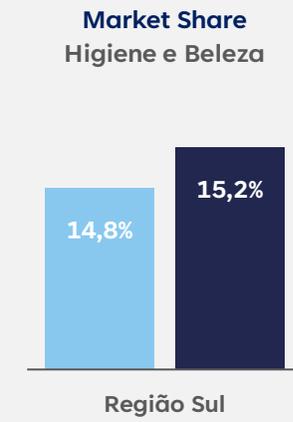
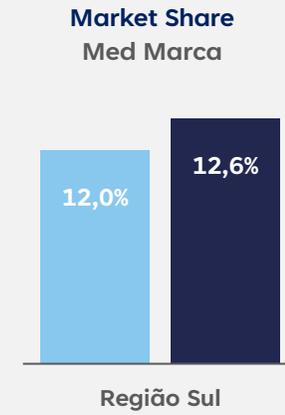
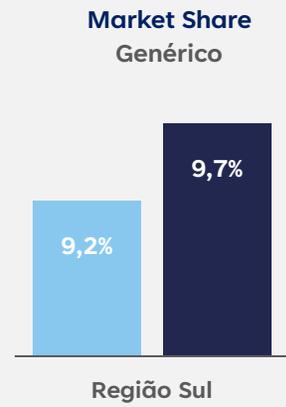
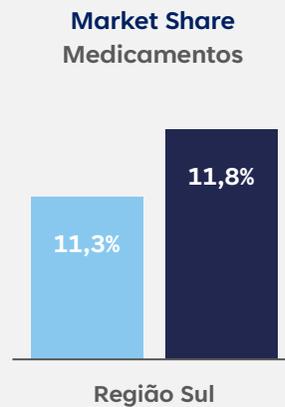
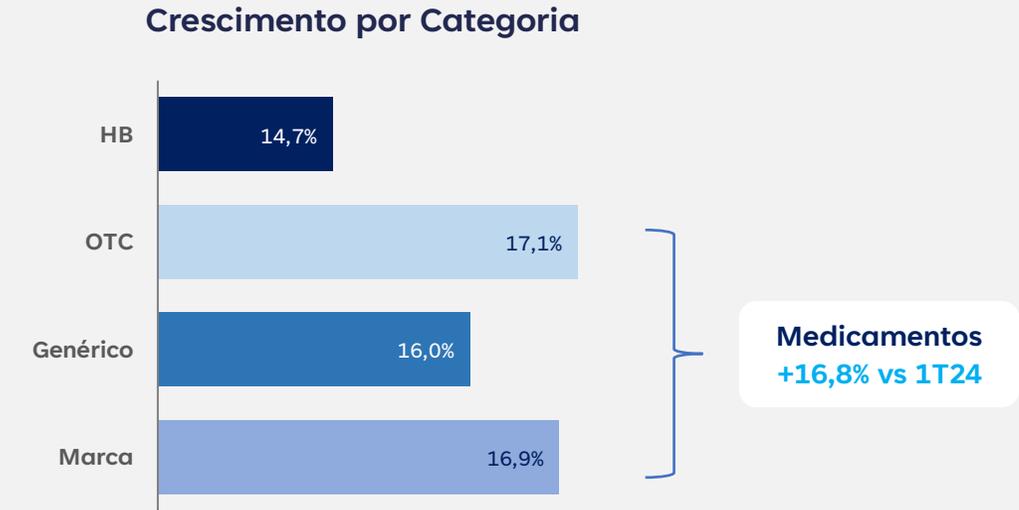
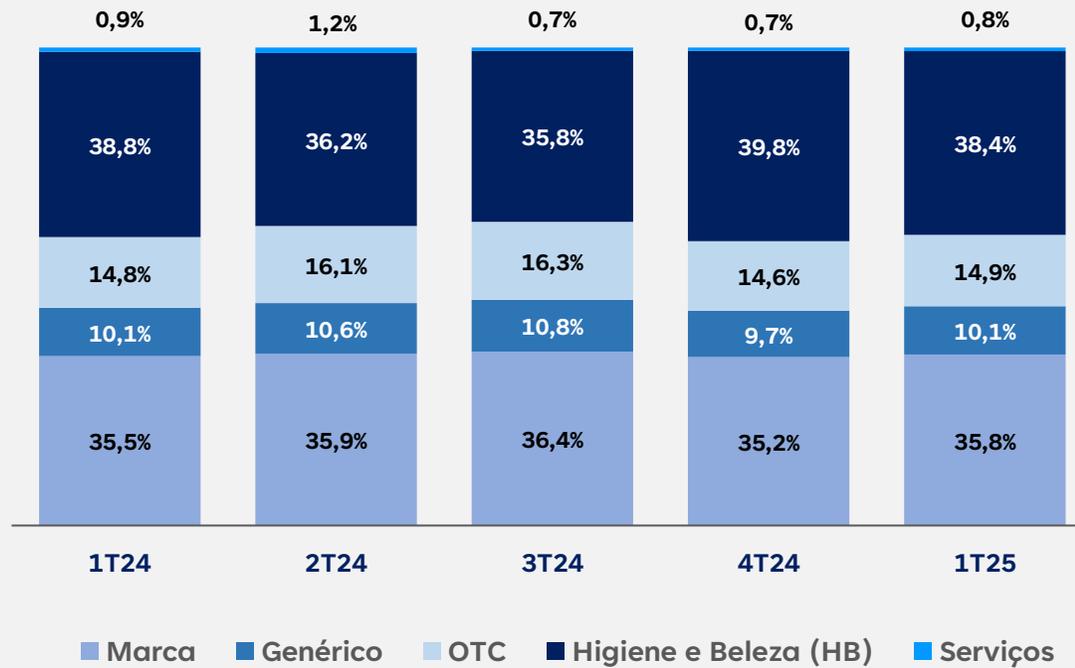
+1.000 SKU's ativos

+47 SKU's lançadas no 1T25





PANVEL SEGUE COM MIX EQUILIBRADO, COM FORTE CRESCIMENTO NA CATEGORIA DE MEDICAMENTOS ALIADO A CRESCIMENTO E GANHO DE MARKET SHARE EM HIGIENE E BELEZA



■ 1T24 ■ 1T25



NPS
Panvel

Metodologia
Bain & Company

PanVel



NPS Site

82



NPS App

80



NPS Loja

78



Panvel Clinic

NPS Clinic

86



Reclame Aqui

8,5



E-bit

95%



App Store

4,9

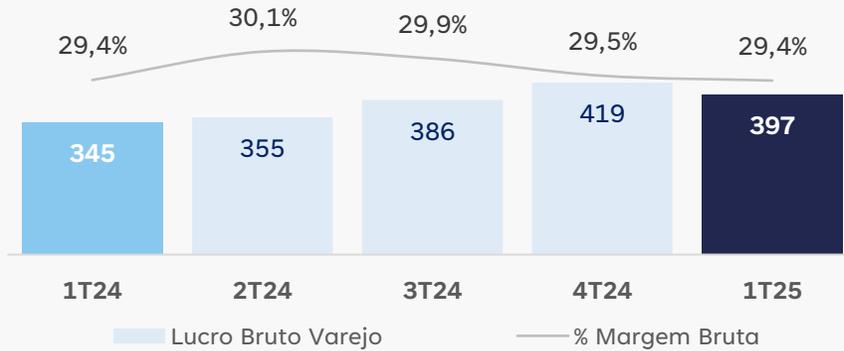


Play Store

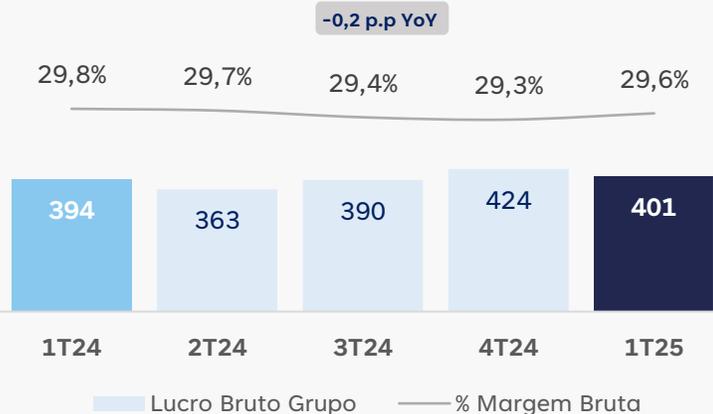
4,9

MARGEM BRUTA DA PANVEL ATINGE 29,4% NO 1T25, MANTENDO MESMO PATAMAR DO 1T24

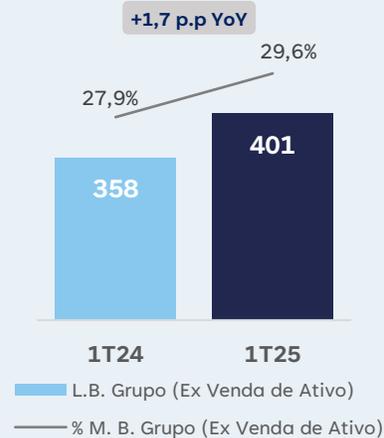
Lucro Bruto Varejo
(em R\$ milhões)



Lucro Bruto Grupo
(em R\$ milhões)



Lucro Bruto Ajustado

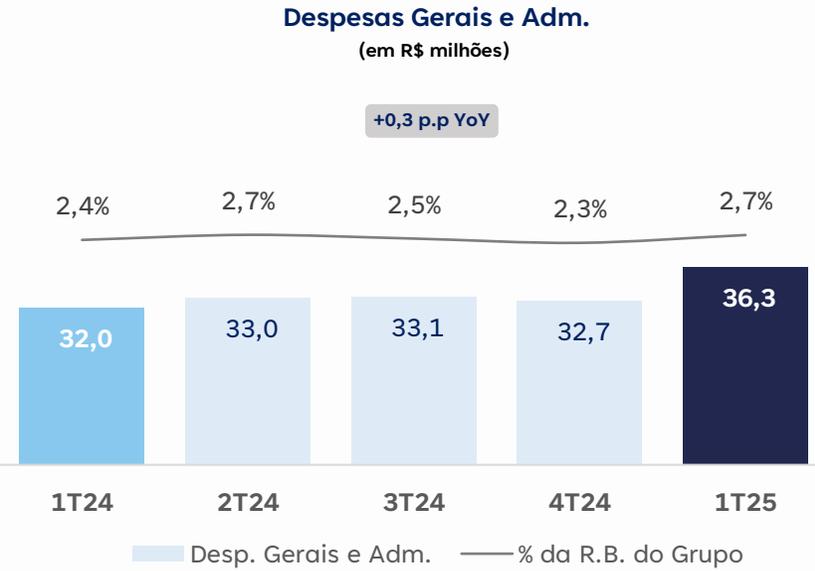
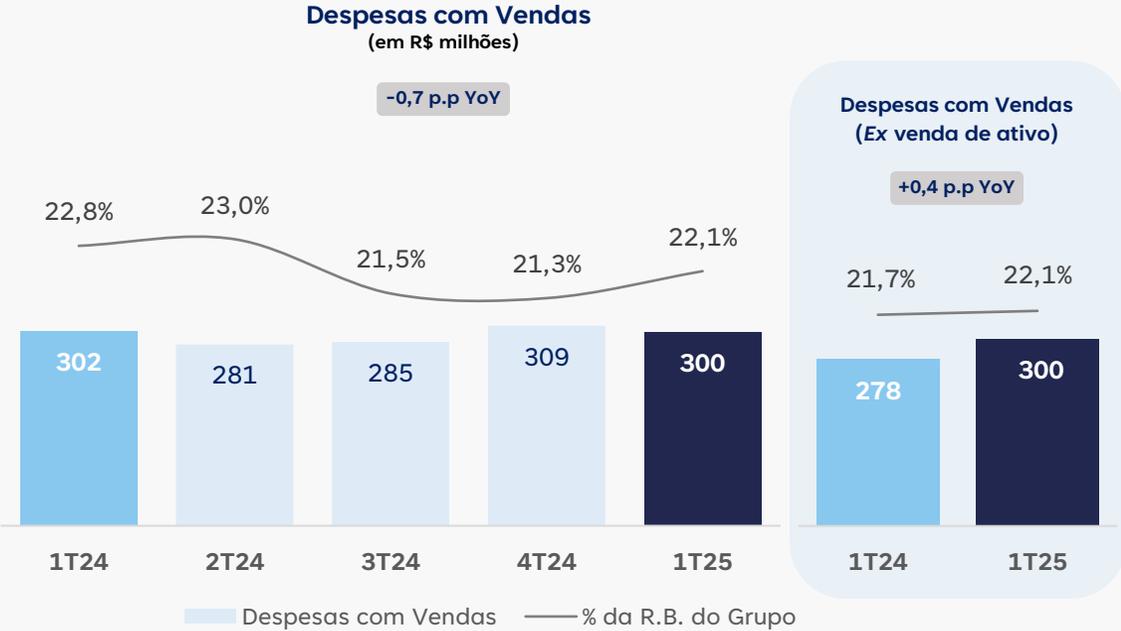


Lucro Bruto do Varejo atinge 29,4% no trimestre. Isso foi possível graças a uma política de preços equilibrada, um aumento da penetração de Produtos Panvel e de OTCs, bem como negociações comerciais com fornecedores;



Lucro Bruto do Grupo, eliminando o efeito não recorrente da venda de ativo no 1T24, cresce 1,7 p.p. no período. Essa expansão da Margem Bruta tem relação com o encerramento das atividades do Atacado em Dez/24 (efeito mix de negócios).

AUMENTO DA PRODUTIVIDADE DE LOJAS E ESTRUTURA ADMINISTRATIVA BEM DIMENSIONADA GARANTEM DESPESAS CRESCENDO ABAIXO DAS VENDAS DO VAREJO NO PRIMEIRO TRIMESTRE

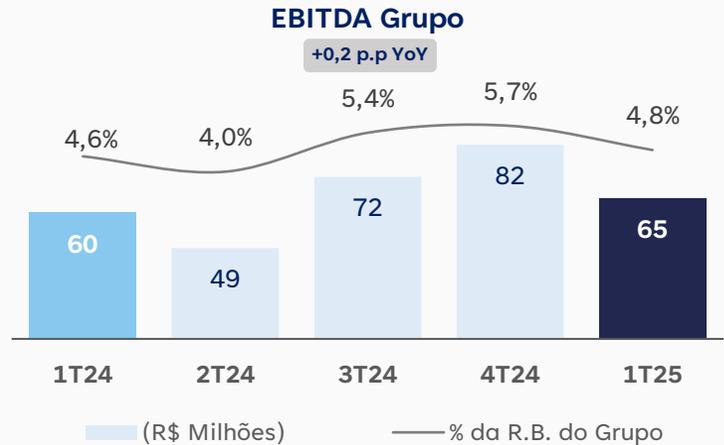


✓ Pressão de 0,4 p.p. na Despesa com Vendas no 1T25 devido a redução da venda do Atacado (excluindo efeitos da venda de ativo)

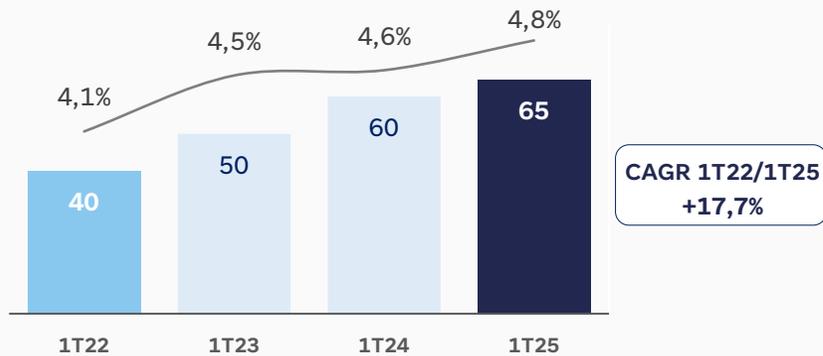
✓ Pressão de 0,3 p.p. na Despesa Administrativa vs 1T24. Excluindo o efeito atacado, haveria uma diluição do percentual de despesas sobre vendas

✓ Despesas com crescimento abaixo da evolução das vendas do Varejo
 Despesa com Vendas (+7,8%) < Venda do Varejo (+15,9%) > Despesa Administrativa (+13,6%)

EBITDA AJUSTADO DO GRUPO ATINGE R\$ 64,6 MILHÕES NO 1T25, EQUIVALENTE A 4,8% DA RECEITA BRUTA, COM CRESCIMENTO DE 7,2% E EXPANSÃO DE 0,2 p.p VS 1T24.



O resultado ajustado do 1T24 visa eliminar os efeitos positivos da venda do terreno (efeito não recorrente).



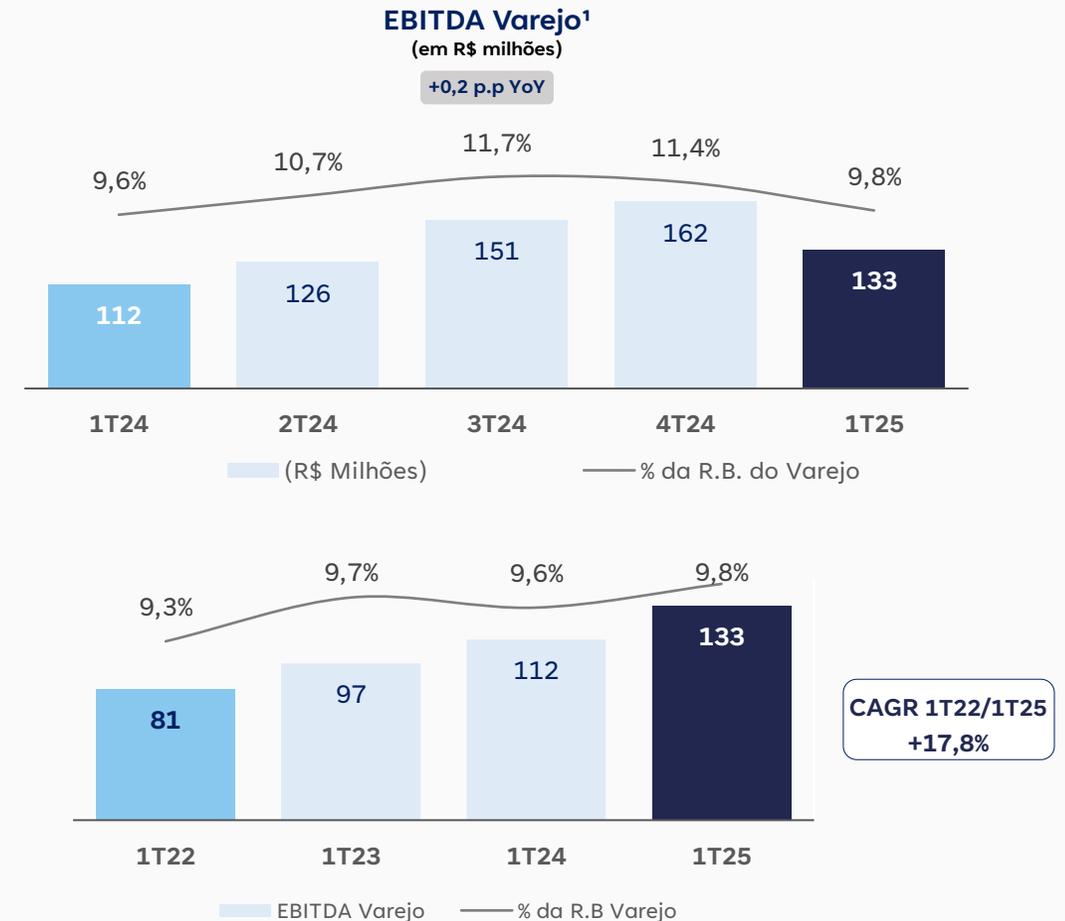
✓ EBITDA Ajustado atinge margem de 4,8% no primeiro trimestre de 2025, crescimento de 0,2 p.p. em relação ao 1T24. Destaque para o forte desempenho no resultado das lojas e diluição dos gastos logísticos;

✓ Entre o 1T22 e o 1T25, o EBITDA Ajustado registrou uma taxa média composta de crescimento (CAGR) robusta de 17,7%, acima do CAGR da Receita Bruta do Varejo (15,5%).

EBITDA DO VAREJO ATINGE R\$ 133 MILHÕES NO 1T25, EQUIVALENTE A 9,8% DA RECEITA BRUTA, COM CRESCIMENTO DE 18,6% VS 1T24 E EXPANSÃO DE 0,2 p.p.

✓ O EBITDA do Varejo cresce 0,2 p.p. vs 1T24, graças à diluição de despesas em lojas (aumento de produtividade), tanto em lojas maduras quanto nas safras de lojas em maturação.

✓ Entre o 1T22 e o 1T25, o EBITDA do varejo registrou uma taxa média composta de crescimento (CAGR) forte de 17,8%, acima do CAGR da Receita Bruta do Varejo (15,5%).



¹Receita Bruta do Varejo (-) CMV/Impostos/Descontos/Devoluções = Margem Bruta Varejo (-) Despesas com Vendas de Lojas (+) Depreciação de Lojas = EBITDA do Varejo.

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO ATINGE R\$ 27,8 MILHÕES NO 1T25, EQUIVALENTE A UMA MARGEM DE 2,1%, COM CRESCIMENTO DE 0,1 p.p. VS 1T24.

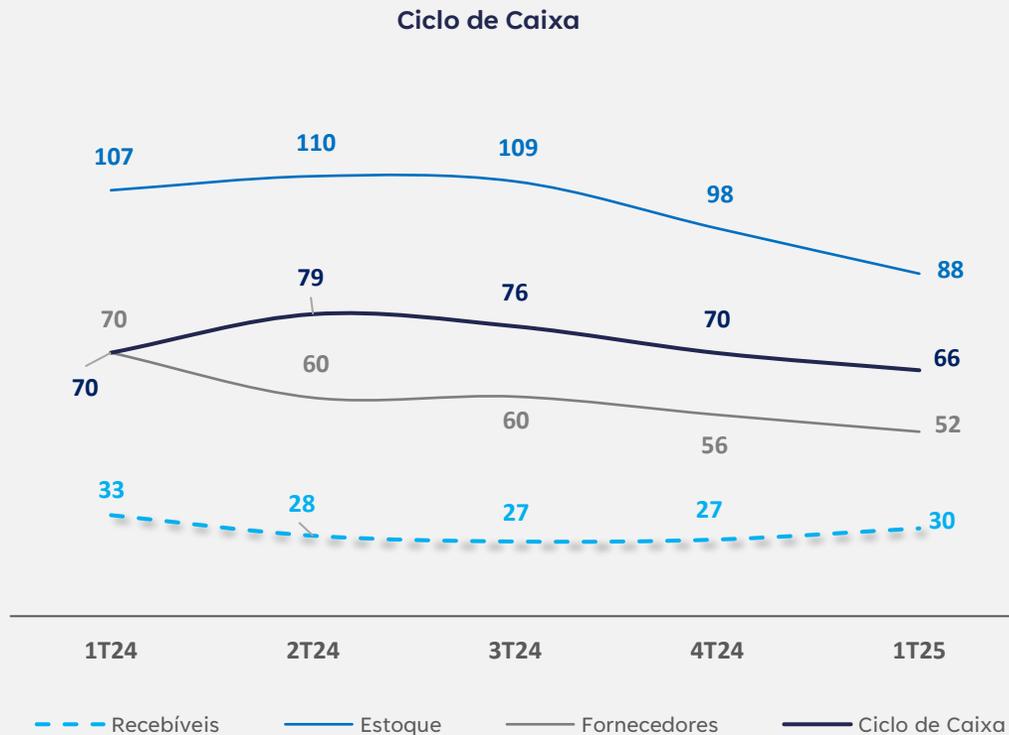


O resultado ajustado do 1T24 visa eliminar os efeitos positivos venda do terreno (efeito não recorrente).

- ✓ Lucro Líquido Ajustado de R\$ 27,8 milhões no ano e margem de 2,1%, uma expansão de 0,1 p.p vs 2024.
- ✓ Impacto negativo no IRPJ (+0,6 p.p. vs 1T24) causado pelo valor não recorrente de Imposto de Renda Diferido gerado pela venda do terreno no ano passado;
- ✓ Impacto positivo da diluição de 0,1 p.p de despesas financeiras em relação ao 1T24.

GERAÇÃO DE FLUXO DE CAPITAL LIVRE DE 14,4 MILHÕES REFORÇA A ESTRUTURA DE CAPITAL SÓLIDA E O BAIXO NÍVEL DE

ALAVANCAGEM

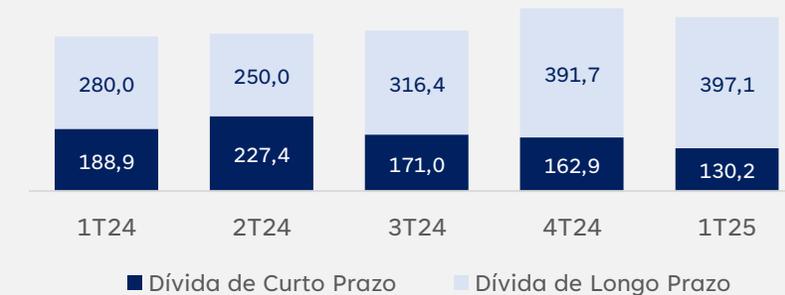


✓ **Melhora de 4 dias no ciclo de caixa na comparação sequencial e contra o 1T24**

Endividamento

Dívida Líquida (R\$ mm)	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25
Dívida de Curto Prazo	188,9	227,4	171,0	162,9	130,2
Dívida de Longo Prazo	280,0	250,0	316,4	391,7	397,1
Dívida Bruta	468,9	477,4	487,3	554,7	527,3
(-) Caixa e Equivalentes	262,3	270,6	200,9	213,4	204,4
(-) Instrumentos Financeiros	(0,2)	9,5	6,4	19,7	(0,6)
Dívida Líquida / Caixa Líquido	206,8	197,3	280,1	321,6	323,6
Dívida Líquida / EBITDA LTM	0,9x	0,9x	1,1x	1,2x	1,2x
Custo CDI+	1,3%	1,3%	0,3%	(0,5%)	(1,1%)

Dívida Bruta



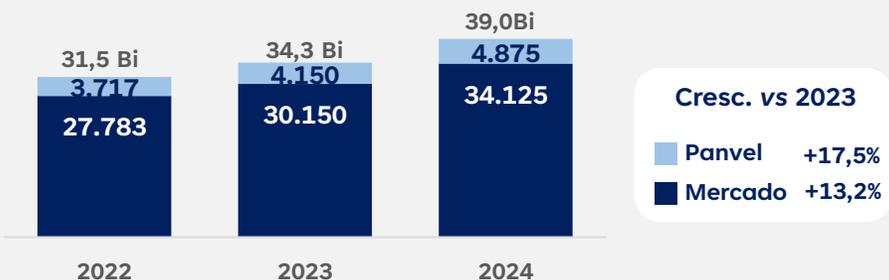
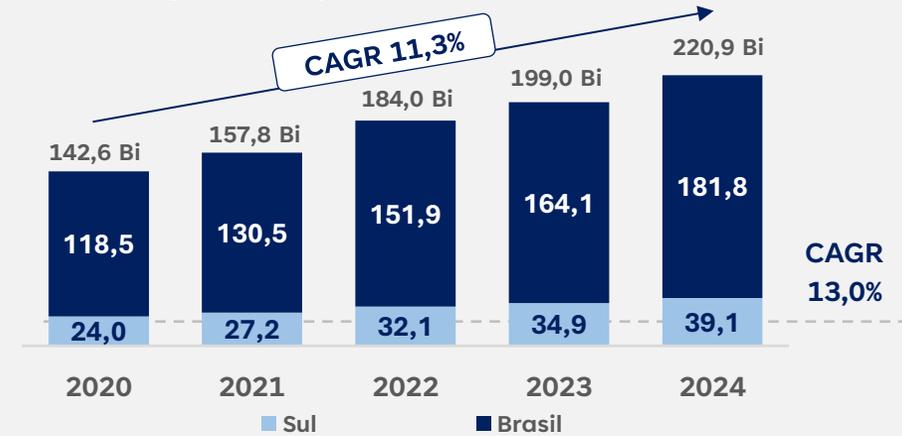
✓ **Redução do custo da dívida bruta para CDI - 1,1%**

Pilares Estratégicos

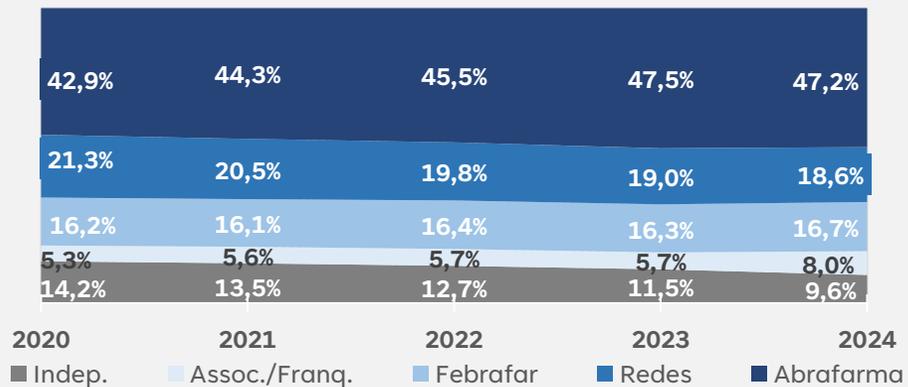


VAREJO FARMACÊUTICO: CRESCIMENTO CONTRATADO

Evolução do Varejo Farmacêutico - Brasil/Sul (R\$ CPP)



Evolução do Varejo Farmacêutico (R\$ CPP)



Mercado da Região Sul com espaço para consolidação

Mercado da Região Sul cresce mais que o mercado Brasil

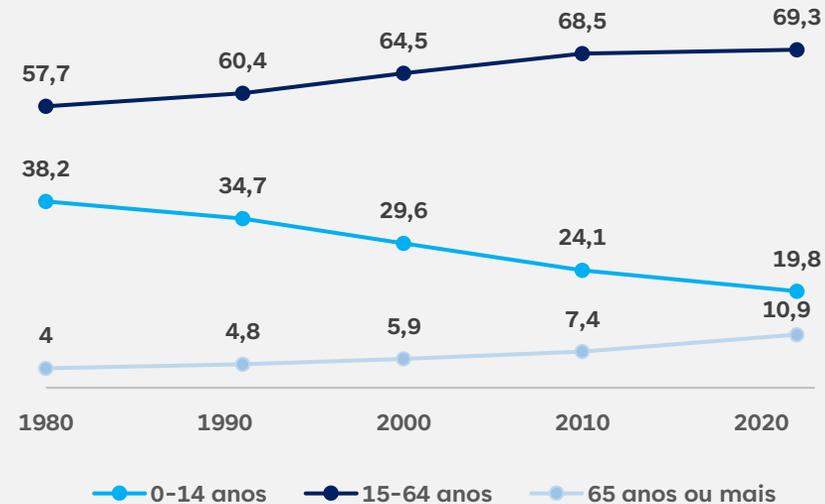
Panvel cresce acima do mercado

no mesmo período (CAGR Panvel = 17,5%)

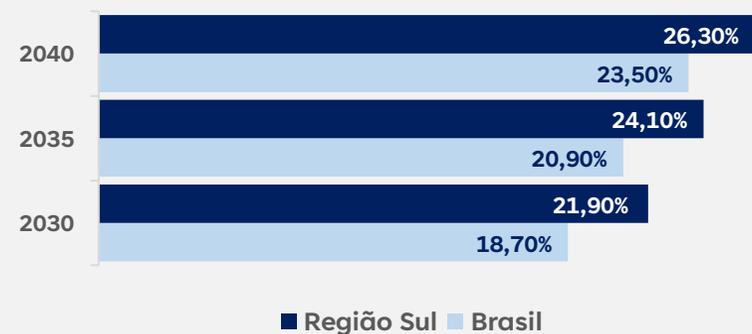
População Brasileira com Envelhecimento Acelerado

Região Sul tem maior projeção de envelhecimento

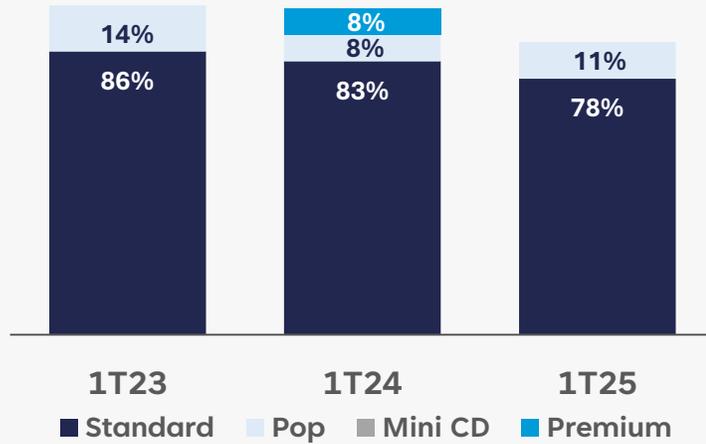
População brasileira: Grupos de Idade (%)



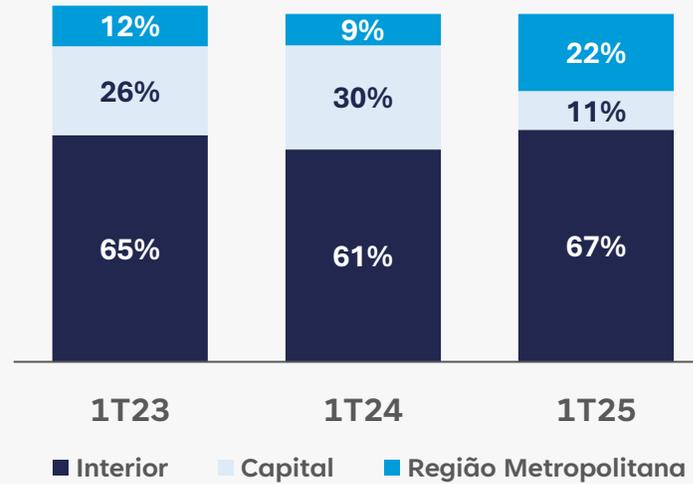
Projeção População 60+ (Brasil/Região Sul)



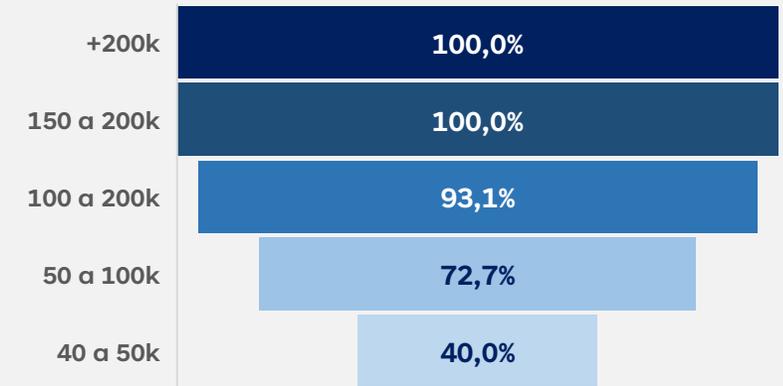
Aberturas por Tipo de Loja



Aberturas por Tipo de Cidade



Cidades com lojas Panvel – Região Sul (por faixa de habitação)



Prospecção de Pontos 2024/2025

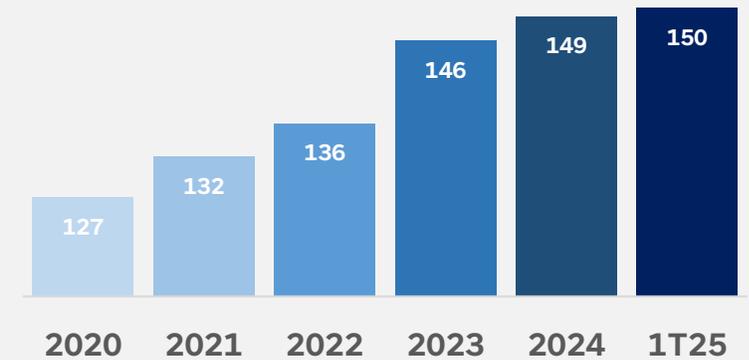


Foco na Região Sul

Interiorização

Modelos Standard e Pop

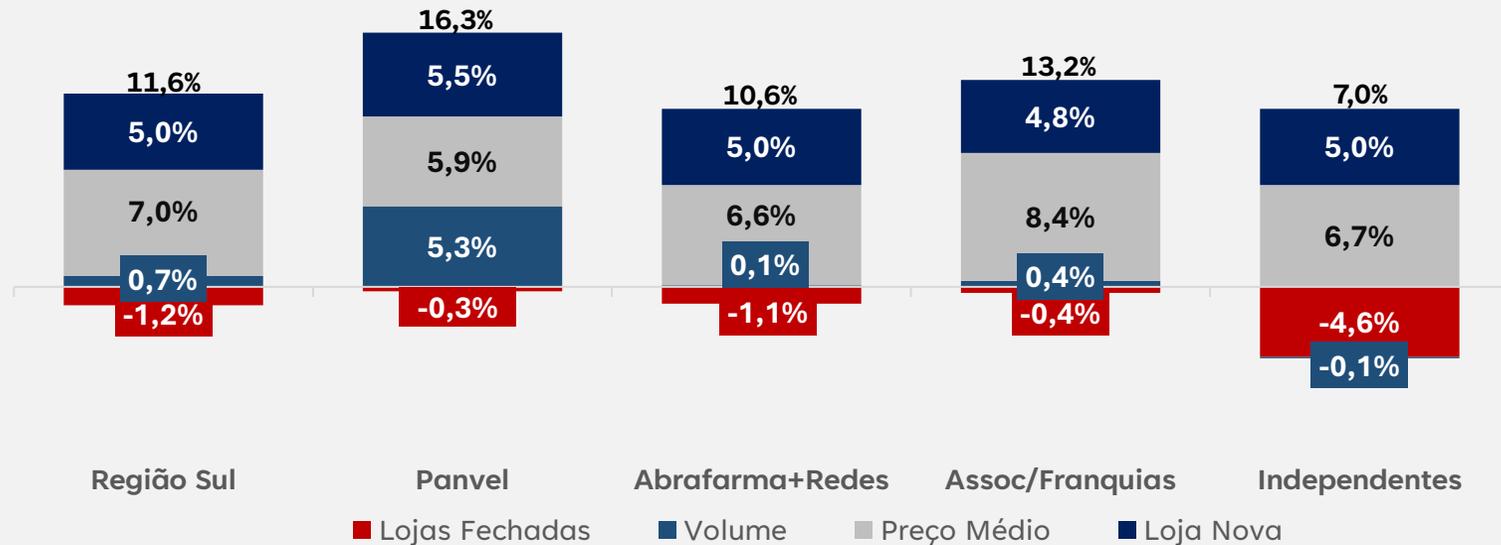
Cidades com loja Panvel



EXPANSÃO ESTRATÉGICA: ABERTURA DO MERCADO POR CONCORRÊNCIA E POR ESTADOS

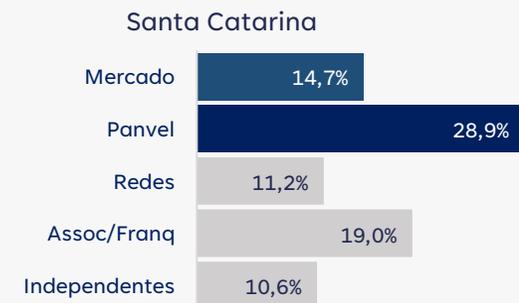
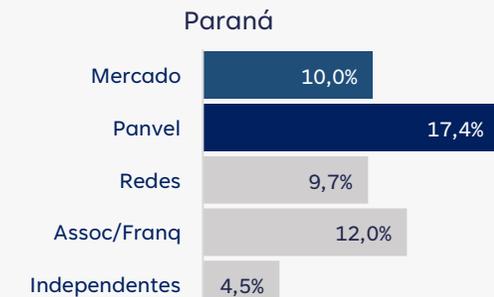
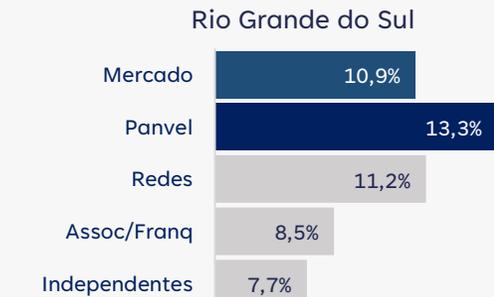
Evolução de Vendas em R\$ CPP (Região Sul)

1T25 x 1T24



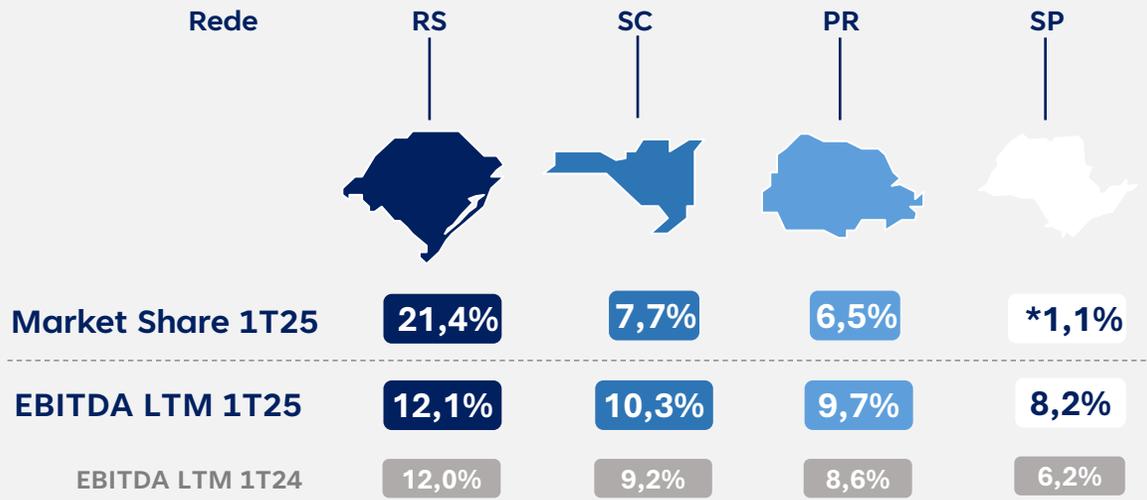
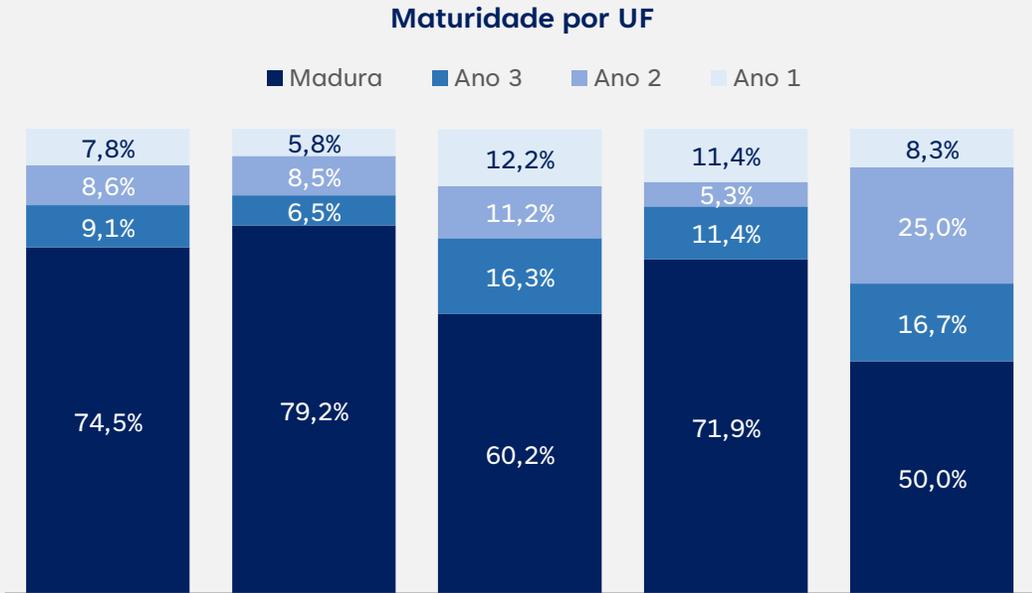
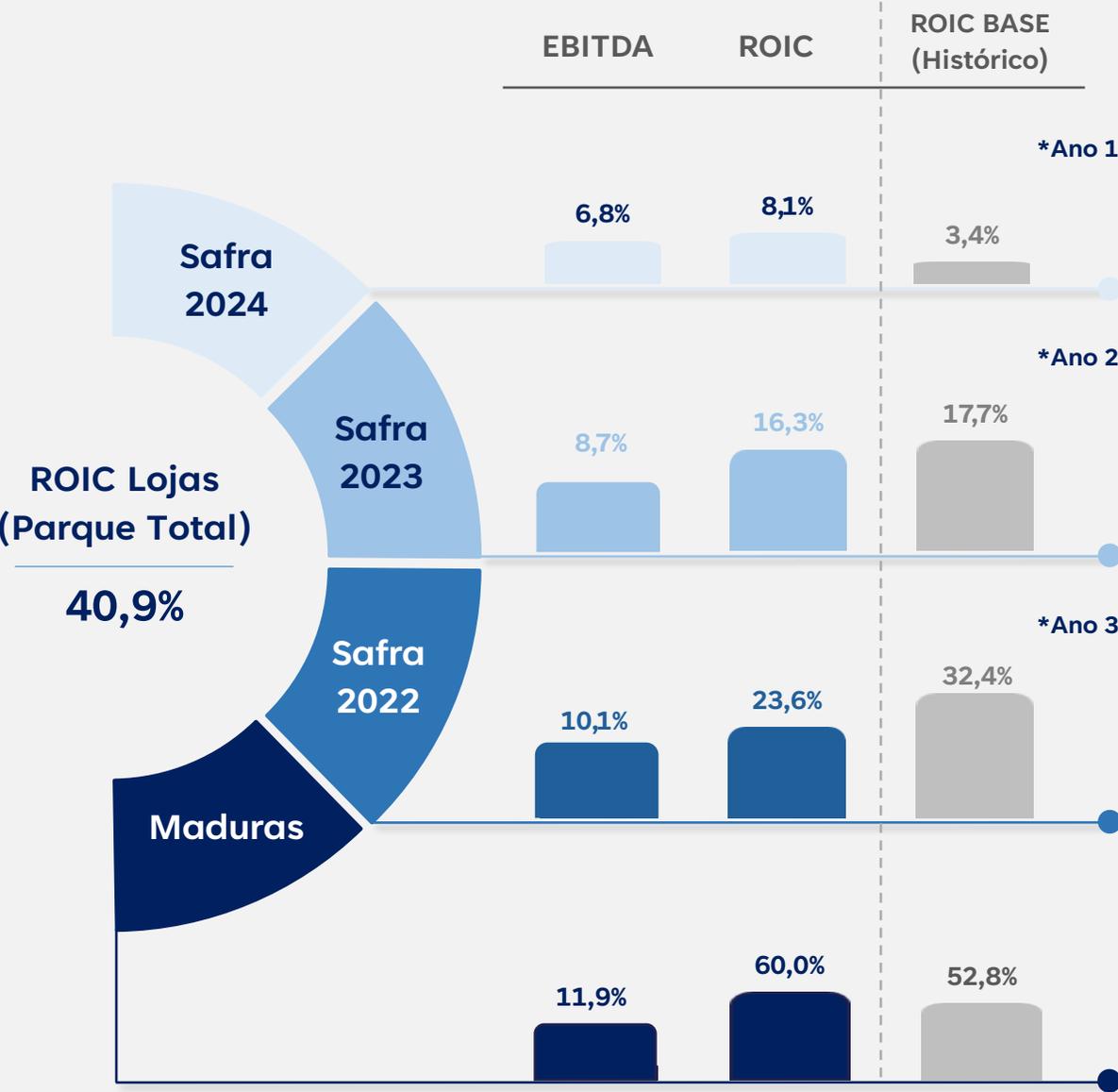
Evolução de Vendas em R\$ CPP (Estados)

1T25 x 1T24



- ✓ **Maior crescimento** absoluto entre as concorrentes;
- ✓ Ganho de **volume muito acima do mercado**;
- ✓ **Crescimento bem distribuído** entre volume (+5,3%) e preço médio (+5,9%), sinalizando um mix de vendas saudável e uma precificação eficaz;
- ✓ **Expansão assertiva** com o menor impacto de fechamento de lojas e maturação acelerada de lojas novas.

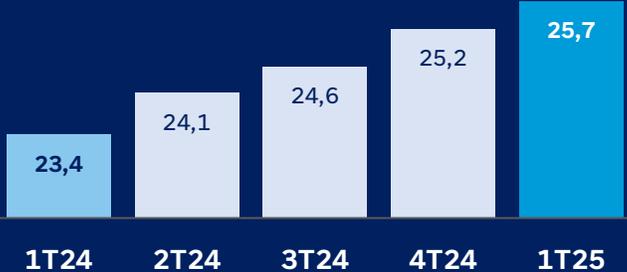
EXPANSÃO ESTRATÉGICA – EBITDA DO VAREJO E ROIC



*Market share na cidade de SP

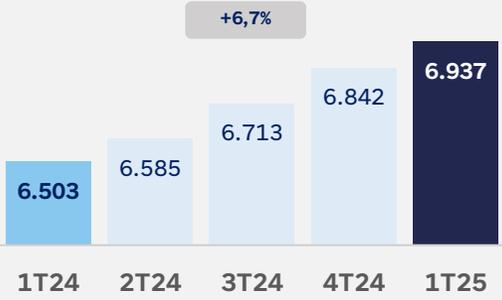
CLIENTES: JORNADA DE FIDELIZAÇÃO

Evolução base Bem Panvel



+25 Milhões de Clientes

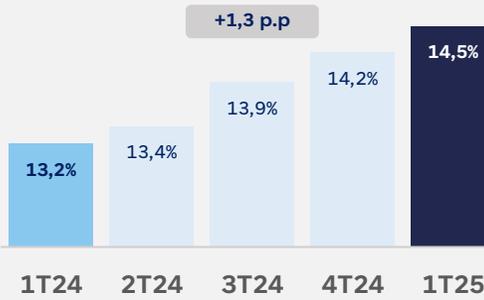
Evolução Clientes Ativos (mil)



Evolução Cliente Fiel (mil)



Evolução Cliente Omni



Foco no Cliente Crônico e de Uso Contínuo

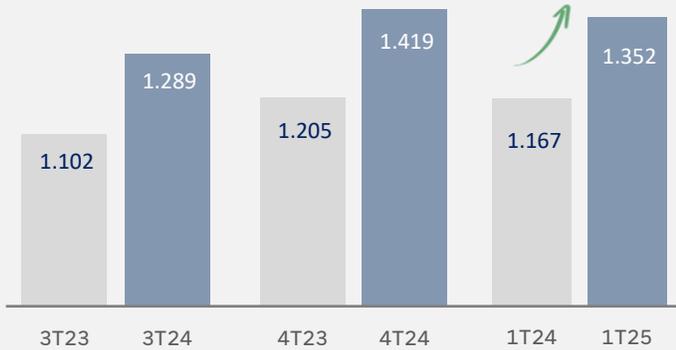
Cliente + Valioso + Frequência + Consumo

- Cliente crônico tem frequência 4x maior.
- Possuem uma cesta 5x maior.
- Ticket médio 1,3x maior.

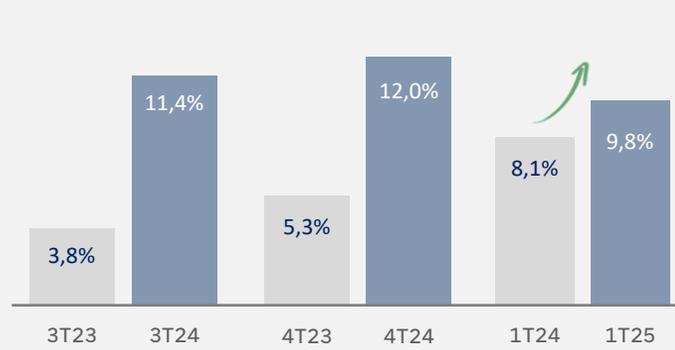
*Cliente Ativo = realizou ao menos uma compra em 12 meses; Cliente Fiel = Cliente que Frequenta/consome a cada 15 dias.

A PARTIR DO SEGUNDO SEMESTRE DE 2024, A PANVEL ATINGE UM NOVO PATAMAR DE RESULTADO

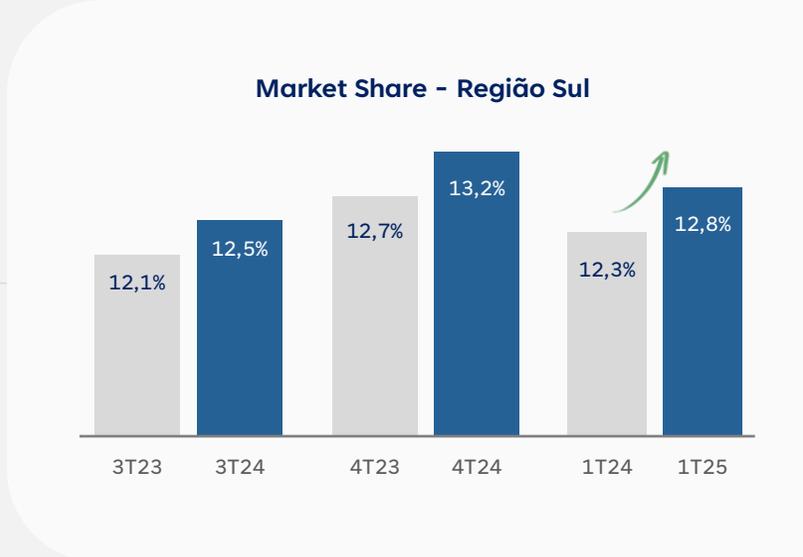
Receita Bruta do Varejo



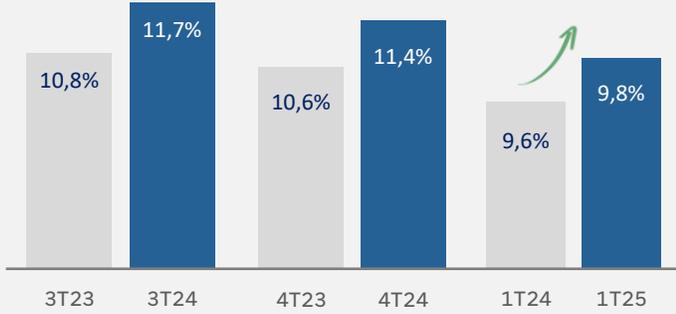
Evolução de Lojas Maduras



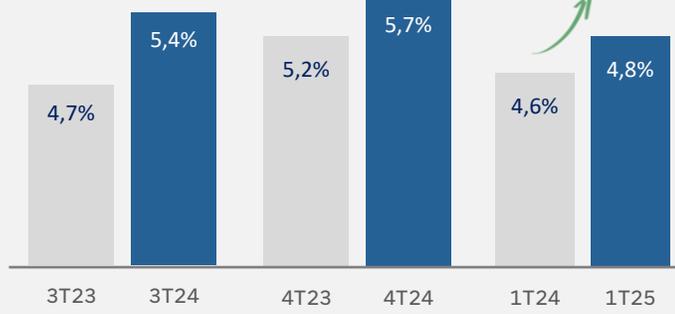
Market Share - Região Sul



Margem EBITDA Varejo



Margem EBITDA



Perspectivas 2025

✓ Venda

- Lojas novas com *ramp-up* acelerado;
- Medicamento de Marca (RX), OTC e Produto Panvel com forte crescimentos de vendas;
- Lançamentos (ex.: Mounjaro) com excelente performance de venda desde o lançamento;

✓ Margem Bruta

- CMED menor compensada por:
 - Política de preços equilibrada;
 - Genéricos e OTC com crescimento acelerado, contribuindo positivamente para a rentabilidade;
 - Higiene e Beleza com crescimento e participação saudável, alavancado por Produtos Panvel;
- Retail Media ganhando tração e contribuindo para composição da rentabilidade.

✓ Despesas

- Normalização da base de comparação (encerramento do Atacado);
- Despesas controladas e com crescimento abaixo da venda do Varejo;
 - Ganhos de eficiência logística e produtividade em loja;
 - Despesas administrativas em patamares saudáveis.

✓ EBITDA

- Expectativa de Expansão de Margem EBITDA:
 - Ganhos de produtividade;
 - Encerramento do Atacado (efeito mix).

PanVel
A rotina que faz bem

Q&A

Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp
CFO e DRI

Ismael Rohrig
Gerente de RI

Camila Medronha
Analista de RI

Pedro Gazzana
Analista de RI

Tel.: +55 51 3481.9999 / 3481.9588

reinvest@grupopanvel.com.br

grupopanvel.com.br/ri



AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da DIMED são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Administração sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, da legislação, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.