

RESULTADOS

3T25

R\$ **1,5 Bi**

Receita Bruta do Grupo no 3T25

R\$ **79,9 Mi**

EBITDA Ajustado em 3T25

R\$ **34,3 Mi**

Lucro Líquido Ajustado em 3T25



Eldorado do Sul, RS, 06 de novembro de 2025

A Dimed S.A. Distribuidora de Medicamentos (B3 S.A. - BRASIL, BOLSA, BALCÃO: PNVL3) uma das principais varejistas do País, anuncia os resultados do 3º trimestre de 2025 (3T25). As demonstrações financeiras da Companhia são elaboradas em reais (R\$), de acordo com a legislação societária brasileira e normas internacionais de relatório financeiro (IFRS). As comparações de resultado do 3T25 usam como base o 3T24, exceto quando indicado de outra forma. Para fins de comparabilidade com períodos anteriores, os números deste relatório são demonstrados de acordo com a norma IAS 17/CPC 06. Os valores financeiros mencionados são referentes a valores em reais (R\$).



Call de Resultados:

Sexta-feira, 07 de novembro - 10:30 (BRT) / 09:30 (US EDT)

[Clique Aqui](#)

Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp
Diretor Financeiro e DRI

Ismael Rohrig
Gerente de RI e
Estratégia

Camila Medronha
Analista de RI

Pedro Gazzana
Analista de RI

Larissa Godoy
Estagiária de RI

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

Destaques 3T25

Receita Bruta Varejo

R\$ 1,5 Bi

(+14,3% vs 3T24)

Venda Média

R\$ 755,0

mil/mês

Margem Bruta do Varejo

29,9%

(+13,5% vs 3T24)

EBITDA Ajustado

R\$ 79,9 Mi

5,4% de Margem

+11,3% vs 3T24

Lucro Líquido Ajustado

R\$ 34,3 Mi

2,3% de Margem

Market Share

+0,3 p.p.

vs 3T24

7,3%

Participação de Produtos Panvel
+32,6% vs 3T24

Digital

26,4%

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

R\$ 16,0 Mi

Geração de
Fluxo de Caixa Livre

Dados Operacionais	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25	9M24	9M25
Nº de Lojas	612	631	639	649	651	612	651
Nº de funcionários	10.145	11.108	10.698	11.138	11.282	10.145	11.282
Ticket Médio (R\$)	88,92	91,75	90,97	91,94	93,92	87,06	92,30
Receita Bruta (R\$ Mil)	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25	9M24	9M25
Receita Bruta do Varejo	1.289.157	1.419.458	1.351.752	1.408.960	1.473.635	3.633.598	4.234.346
Receita Bruta do Atacado	34.990	24.997	-	-	-	190.216	-
Receita Bruta Outros	3.722	3.995	4.944	4.767	5.852	50.639	15.564
Receita Bruta Grupo	1.327.869	1.448.450	1.356.696	1.413.727	1.479.487	3.874.454	4.249.910
Lucro Bruto (R\$ Mil)	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25	9M24	9M25
Lucro Bruto Varejo	387.986	418.840	397.310	428.559	440.430	1.087.295	1.266.301
Margem Bruta Varejo	30,1%	29,5%	29,4%	30,4%	29,9%	29,9%	29,9%
Lucro Bruto Grupo	390.041	423.803	401.095	433.505	447.035	1.147.462	1.281.635
Margem Bruta Grupo	29,4%	29,3%	29,6%	30,7%	30,2%	29,6%	30,2%
Resultados Financeiros (R\$ Mil)	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25	9M24	9M25
EBITDA Ajustado	71.778	81.895	64.654	70.070	79.896	181.140	214.619
% da Receita Bruta	5,4%	5,7%	4,8%	5,0%	5,4%	4,7%	5,0%
Lucro Líquido Ajustado	37.261	33.465	27.849	27.989	34.258	83.882	90.096
% da Receita Bruta	2,8%	2,3%	2,1%	2,0%	2,3%	2,2%	2,1%
Fluxo de Caixa Livre	(72.478)	(29.920)	14.408	33.779	15.986		
Endividamento	1,1x	1,2x	1,2x	1,1x	1,0x		

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

IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

SMLLB3

Pública

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O terceiro trimestre de 2025 foi mais um período de ótimas entregas sob a forma de crescimento de vendas e de resultado operacional, que se traduziram em evoluções em todos os nossos pilares estratégicos e também na **geração de fluxo de caixa livre pelo terceiro trimestre consecutivo**. Essas evoluções ganham melhores contornos quando olhamos para trás e analisamos a base de comparação. No caminho oposto ao segundo trimestre de 2024, marcado pelos efeitos das enchentes no Rio Grande do Sul, o terceiro trimestre de 2024 foi um período de superação de todas as metas estabelecidas. O forte crescimento das vendas se aliou ao esforço no controle de despesas, em especial por meio de ações estratégicas de renegociação com fornecedores e redução de quadros em loja. Isso se traduziu em um trimestre de resultado historicamente muito elevado e ter crescido sobre este patamar reforça o compromisso da Panvel com todos os seus *stakeholders*.

No 3T25 a Receita Bruta do Varejo totalizou R\$ 1,47 bilhão no trimestre, representando um **crescimento de 14,3%** na comparação anual. O trimestre também foi marcado por novo recorde de produtividade, com **venda média por loja de R\$ 755 mil/mês**, e venda média de lojas maduras atingindo R\$ 811 mil/mês. Observamos ainda, mais uma vez, uma evolução qualitativa no perfil de venda das unidades, com maior concentração de lojas com desempenho acima de R\$ 700 mil mensais e redução na participação das lojas de menor faturamento. **Inauguramos 51 lojas nos últimos 12 meses**, encerrando o período com 651 unidades em operação.

Venda média de lojas maduras da Panvel atinge R\$ 811 mi/mês.

Todos os elementos acima mencionados consolidaram ainda mais nossa participação de mercado. **No trimestre, atingimos uma participação de 12,8% na Região Sul**, crescimento de 0,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, com ganhos em todos os Estados.

No trimestre, **o canal digital manteve sua trajetória de expansão acelerada, atingindo 26,4% da Receita Bruta do Varejo, o maior patamar histórico da Companhia**. As vendas digitais cresceram 42,4%, impulsionadas pelo forte avanço do **App Panvel, que cresceu 54,1% no ano**, consolidando a plataforma como um dos principais vetores de fidelização e conveniência para os nossos clientes. Esse desempenho foi reforçado pela evolução contínua das soluções de atendimento e entrega, com destaque para a assistente virtual Sofia, que vem ampliando a eficiência operacional e a satisfação dos clientes, e para a nova solução de última milha baseada em geolocalização, que aprimora a experiência de entrega ao tornar o serviço ainda mais ágil e personalizado.

A marca própria Panvel também seguiu como um dos grandes destaques do trimestre, com **crescimento de 32,6% em vendas e ganho de 1,0 p.p. de participação** em relação ao mesmo período do ano anterior, alcançando 7,3% das vendas totais do Varejo. Com margens superiores à média do portfólio, os produtos de marca própria contribuíram significativamente para o desempenho da Companhia no período. Além disso, seguem fortalecendo o posicionamento da marca entre os públicos mais jovens, impulsionados por campanhas nas redes sociais e lançamentos alinhados às tendências de consumo.

EBITDA Ajustado de R\$ 79,9 milhões no 3T25, crescimento de 11,3% sobre uma base forte, com margem de 5,4% da Receita Bruta.

Todos os fatores citados anteriormente nos levaram novamente para um trimestre de ótimos resultados. O **EBITDA Ajustado atingiu R\$ 79,9 milhões no 3T25, um crescimento de 11,3%** em relação ao 3T24, equivalente a uma margem de 5,4% da Receita Bruta. Importante reforçar que o resultado do terceiro trimestre, medido tanto pelo EBITDA ajustado e quanto pelo Lucro Líquido Ajustado (R\$ 34,3 milhões, com margem líquida de 2,3%) **é o maior do ano em termos nominais e percentuais**.

Panvel tem geração de Fluxo de Caixa Livre de R\$ 16,0 milhões, tendo gerado caixa em todos os trimestres de 2025.

Por fim, pelo terceiro trimestre consecutivo no ano fomos capazes de crescer nossas vendas, nossos resultados e nossos investimentos de forma sustentável, através da **geração de um fluxo de caixa livre positivo de R\$ 16,0 milhões no período**. Seguimos melhorando nossa estrutura de capital, já bastante equilibrada e saudável, com uma geração de caixa robusta e um custo de dívida abaixo do CDI.

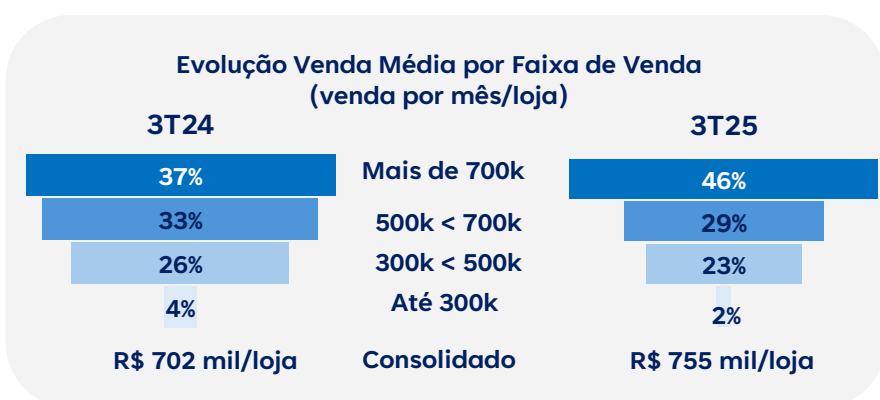
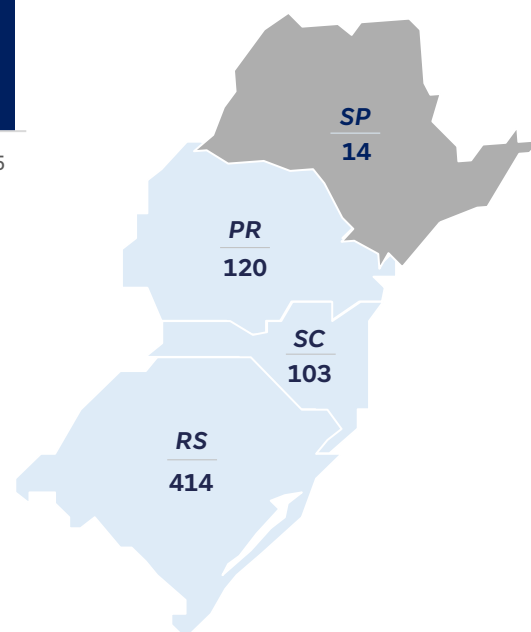
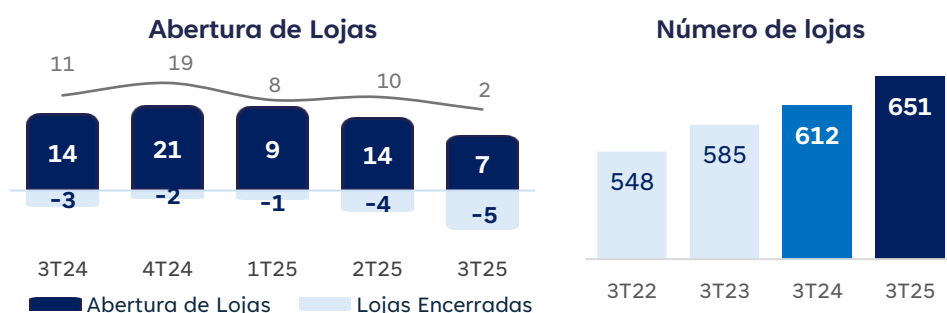
Todas estas entregas se somam ao trabalho que foi feito no primeiro semestre de 2025, e vão colocando o Grupo Panvel em um novo patamar de resultado e de retorno para o acionista. Esse compromisso é inegociável e queremos agradecer a todo o nosso time e aos nossos parceiros que nos apoiaram até aqui.

PORTFÓLIO DE LOJAS

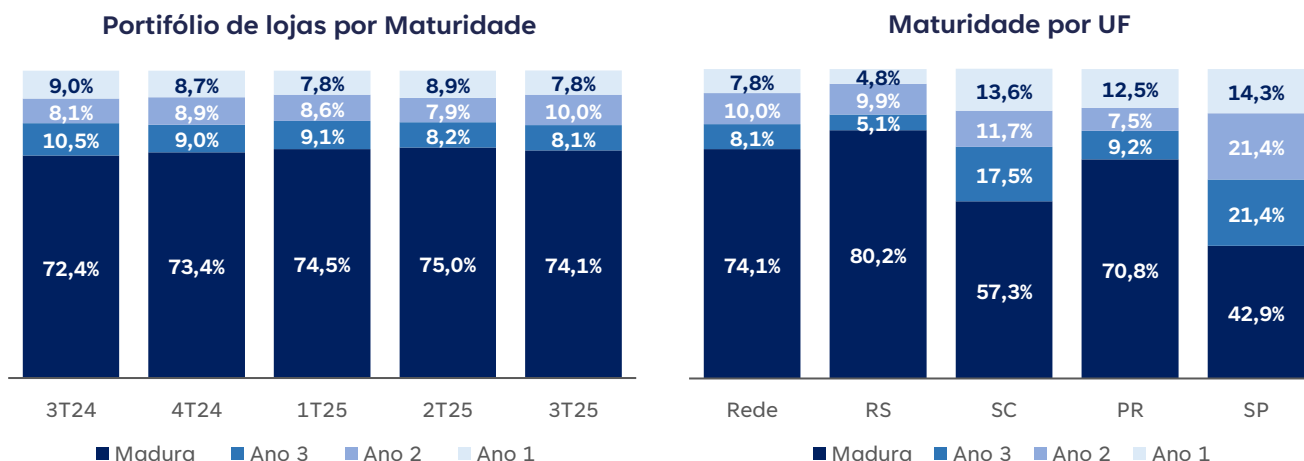
No 3T25, inauguramos 7 lojas, sendo 4 unidades no Paraná, 2 unidades no Rio Grande do Sul e 1 unidade em Santa Catarina, alcançando a marca de 651 lojas em operação. **Nos últimos 12 meses inauguramos um total de 51 lojas.**

No período, realizamos a transferência de 1 filial para um ponto com maior potencial de venda. Outras 4 filiais maduras, com idade média de 16 anos de operação, foram encerradas porque não atendiam mais ao perfil, nem ao potencial de venda e de rentabilidade determinados pelos padrões de operação da Companhia, considerando indicadores como localização, vagas de estacionamento e metragem.

O menor número de aberturas no trimestre reflete a priorização do aumento da produtividade das mesmas lojas, evidenciado pelo crescimento da venda média, sem impactar o ganho de *market share* na região. Essa dinâmica contribui para uma melhor alocação de capital, otimizando o uso de nossos ativos, liberando recursos e aumentando as taxas de retorno dos nossos investimentos.



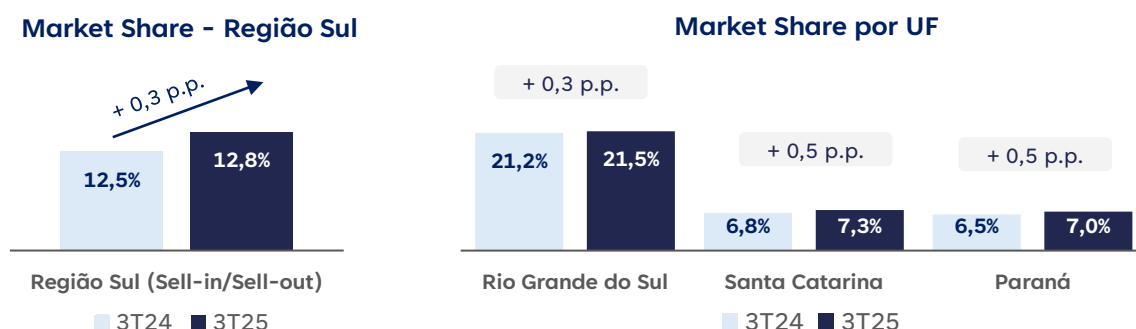
Ao final do período, a Companhia contava com 25,9% de lojas em processo de maturação e 74,1% de lojas maduras.



MARKET SHARE

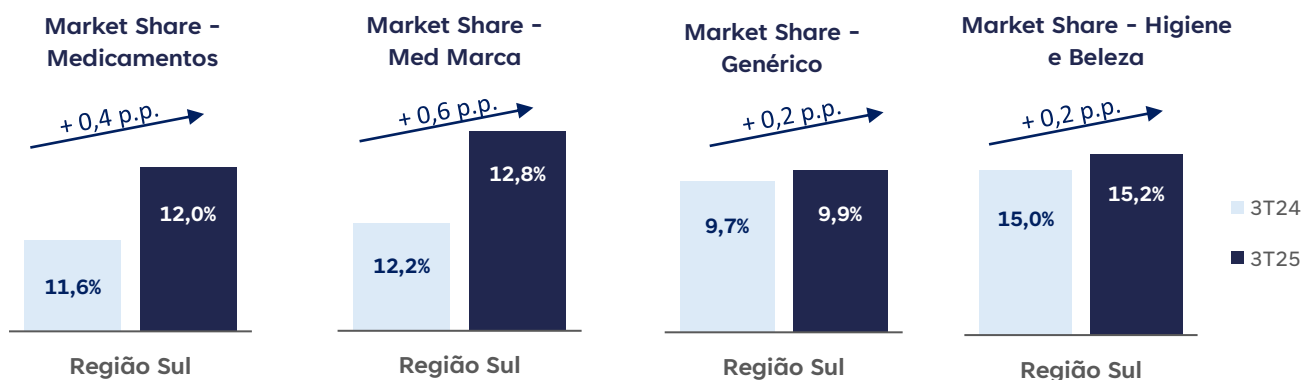
No 3T25, a Panvel registrou mais um crescimento acima do mercado, **alcançando um market share de 12,8% na Região Sul, uma evolução de 0,3 p.p.** sobre o mesmo período do ano anterior, com ganhos em todos os Estados. O destaque fica com os Estados de Santa Catarina e Paraná onde ganhamos 0,5 p.p. vs 3T24 em ambos os casos. No Rio Grande do Sul, obtivemos um ganho de 0,3 p.p..

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



A categoria de Medicamentos atingiu um *market share* de 12,0%, um ganho de 0,4 p.p. em relação ao 3T24, apresentando evolução em todos os Estados da Região Sul. Destaque para **Medicamento Marca** que apresentou ganho de 0,6 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, e para **Genéricos**, com um crescimento de 0,7 p.p..

Importante destacar também o ganho de market share em Higiene e Beleza que foi de 0,2 p.p., atingindo a marca de 15,2% na Região Sul, refletindo o excelente desempenho da Panvel nesta categoria, impulsionada, inclusive pelo crescimento de produtos de marca própria da Panvel.



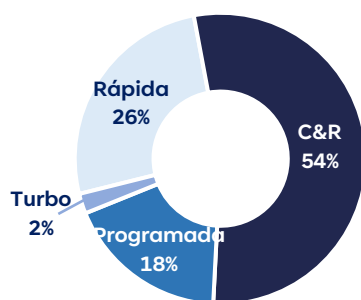
Fonte: IQVIA – *Conceito sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo

E-COMMERCE E INICIATIVAS DIGITAIS

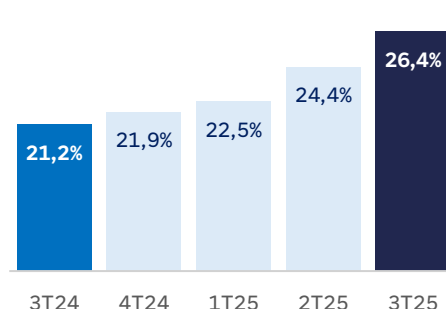
Por mais um trimestre consecutivo, a Panvel alcançou a maior participação histórica do Digital nas vendas do varejo, que atingiu 26,4% da receita bruta no 3T25. O resultado reflete a consistência da trajetória de crescimento dos canais digitais e reforça o papel estratégico do Digital no aumento de produtividade das lojas e na fidelização da base de clientes.

No período, as vendas do canal Digital cresceram 42,4% em relação ao 3T24, representando uma expansão de 5,2 p.p. na participação sobre as vendas totais. O desempenho foi impulsionado, principalmente, pela forte evolução do App Panvel, que apresentou crescimento de 54,1% em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior. Com isso, mais uma vez mantivemos um elevado nível de **market share (e-commerce farma)** no 3T25, que atingiu 28,6% na Região Sul.

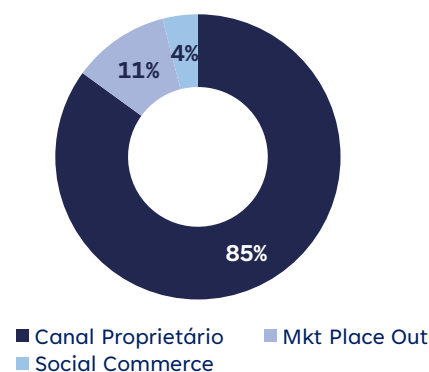
Mix de entregas 3T25



Digital (% na R.B do Varejo)



Mix de Canais 3T25



Sofia

O atendimento através da assistente de inteligência artificial da Panvel, a Sofia, está cada vez mais eficiente e personalizado. Cabe destacar que **68% dos nossos clientes que antes utilizavam o telefone para buscar informações ou fazer solicitações passaram a realizar esses atendimentos pelo canal oficial da Panvel no WhatsApp**. Isto é resultado da maior velocidade na resolução das solicitações através de IA, como, por exemplo, reagendamentos, cancelamentos e estornos de pedidos. Além disso, as dúvidas dos clientes são respondidas de forma instantânea e com alta precisão, evoluindo de forma expressiva a satisfação do cliente e a produtividade dos recursos internos. **Já alcançamos a marca de 70% de casos solucionados sem interação de humanos, com um crescimento do nosso NPS.**

Geolocalização

Entre as principais novidades do trimestre, destacamos também o início da uma **nova solução na última milha** baseada em Geolocalização, que visa melhorar a experiência do cliente na modalidade entrega em casa, aumentando a disponibilidade de estoque com redução dos prazos de entregas. A solução já conta com 231 filiais ativas no total de 30 cidades e atingiu o **tempo médio de entrega de 37 min.**

Panvel Ads

Outra frente que está avançando de forma acelerada é a plataforma Panvel Ads, que vem se consolidando como alavanca de geração de valor. No trimestre, o Panvel Ads alcançou a primeira posição na pesquisa Advantage (Voz da Indústria) entre os programas de *Retail Media*, refletindo o reconhecimento do mercado em relação à sua relevância e efetividade. Além disso, no 3T25, houve uma **expansão de 76% no número de indústrias atendidas** em campanhas na comparação com o mesmo período do ano anterior. No pilar de infraestrutura física, o projeto de **Digital Signage já atingiu 97% da meta anual**, com 87 lojas e 123 telas digitais já instaladas.

Estrutura Digital 3T25

Clique e Retire: 651 Lojas	Entregas 3T25: 721.307	Nível de Serviço: 95,5%	Lojas Delivery: 394	Mini CDs / Dark stores: 9 unidades
----------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------	------------------------------------

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

IGCB3

ITAGB3

IBRAB3

ICONB3

IGCTB3

SMLLB3

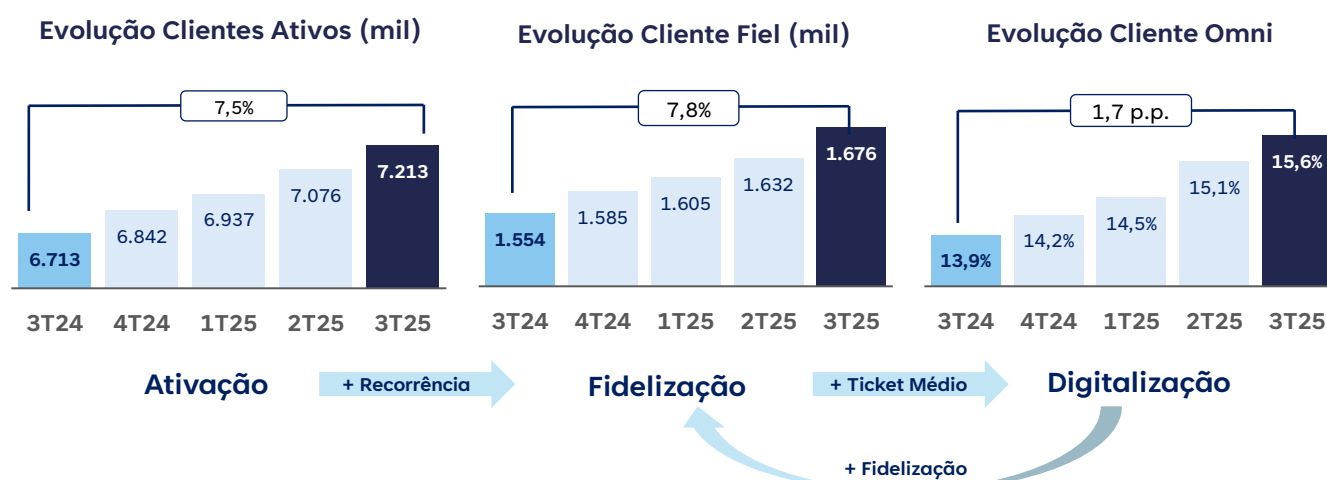
CLIENTES

No 3T25, o Programa Bem Panvel manteve sua estratégia voltada à captação de novos clientes, atingindo um total de 27,4 milhões de clientes cadastrados, **um aumento de 1,2 milhão de pessoas em 3 meses**. Encerramos o trimestre com 7,2 milhões de Clientes Ativos*, crescimento de 7,5% comparado do 3T24, refletindo a estratégia de fidelização e aumento da recorrência, também convertendo clientes novos e recuperando clientes inativos.

Dentro dessa base, os Clientes Fiéis* atingiram o total de 1,7 milhão, crescimento de 7,8% em relação ao 3T24. Esse avanço reforça os diferenciais competitivos da Companhia quanto ao nível de serviço, o atendimento de qualidade e a variedade do mix de produtos, além de uma experiência verdadeiramente *omnichannel* e personalizada.

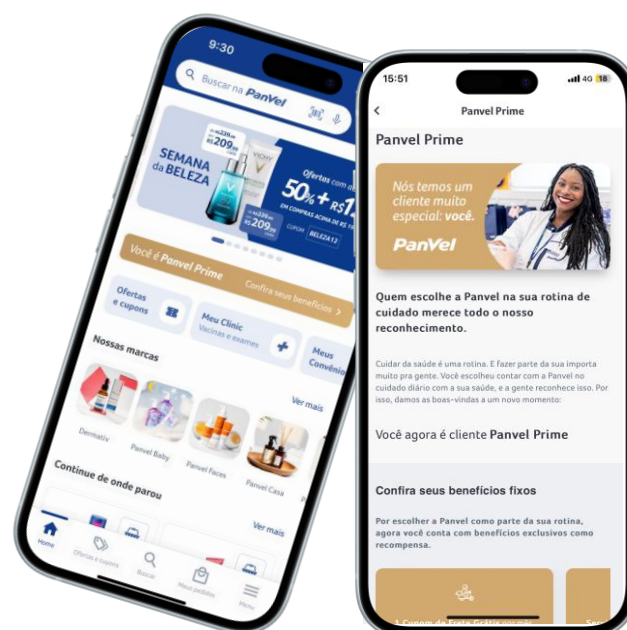
Uma das principais ferramentas para o processo de fidelização, com consequente aumento da frequência e ticket médio, é a digitalização de nossos clientes. Nesse quesito, acompanhamos de perto e **crescemos mais uma vez a participação de clientes Omni**, aqueles que compram pelos canais físicos e digitais, em nossa base de clientes ativos, alcançando 15,6% da base, crescimento de 1,7 p.p. em relação ao ano anterior.

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



Cliente Prime

A partir do mês de agosto, a Companhia passou a segmentar e acompanhar um cluster especial de clientes, que possuem uma frequência e um ticket de alta relevância. Dessa forma, o status *Prime* foi criado para **reconhecer e personalizar ainda mais a jornada**, estimulando a concentração de compras e o fortalecimento do relacionamento com a nossa marca. **A iniciativa atualmente está em fase de testes para consolidar o melhor pacote de benefícios que entregue maior valor para o cliente da Panvel.**



QUALIDADE DE ATENDIMENTO

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

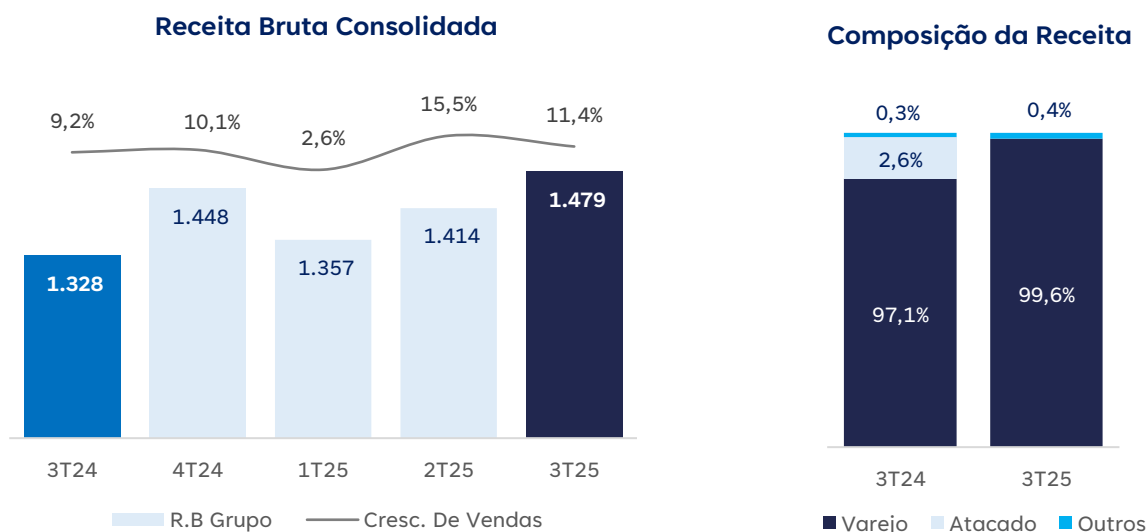


O NPS da Panvel atingiu seu melhor resultado nos últimos 12 meses, alcançando 82 pontos, segundo a metodologia da *Bain Company*, com destaque para o NPS do App, que atingiu 83 pontos. Com esse alto nível de satisfação, a Panvel continua se destacando no varejo farma brasileiro, sendo também a melhor rede no Reclame Aqui e em outras plataformas.

RECEITA BRUTA CONSOLIDADA

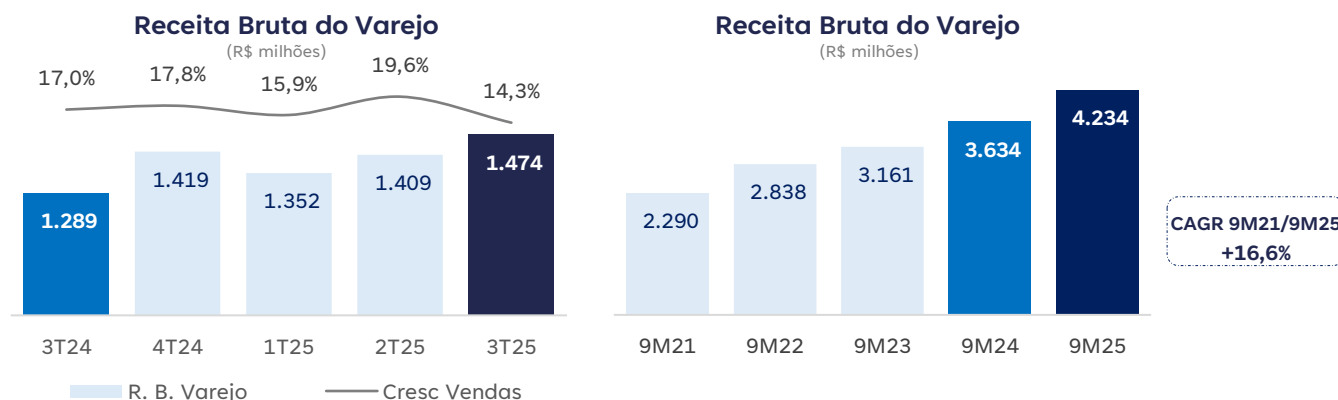
A Receita Bruta Consolidada, que contempla todas as unidades de negócio da Companhia, totalizou R\$ 1.479 milhões no 3T25, representando um crescimento de 11,4% em relação ao 3T24.

Cabe lembrar que no terceiro trimestre de 2024 o Atacado voltou a operar após o impacto das enchentes, e seguiu em uma queda gradual de sua participação na composição da Receita Bruta do Grupo até o encerramento total da operação em dezembro de 2024. Dessa forma, no 3T24, o Atacado ainda somava R\$ 35 milhões em receita bruta, o que correspondia a 2,6% da receita consolidada daquele período. Essa participação, mesmo que pequena, ainda traz impactos significativos na base de comparação da margem bruta e das despesas, conforme será descrito a seguir.

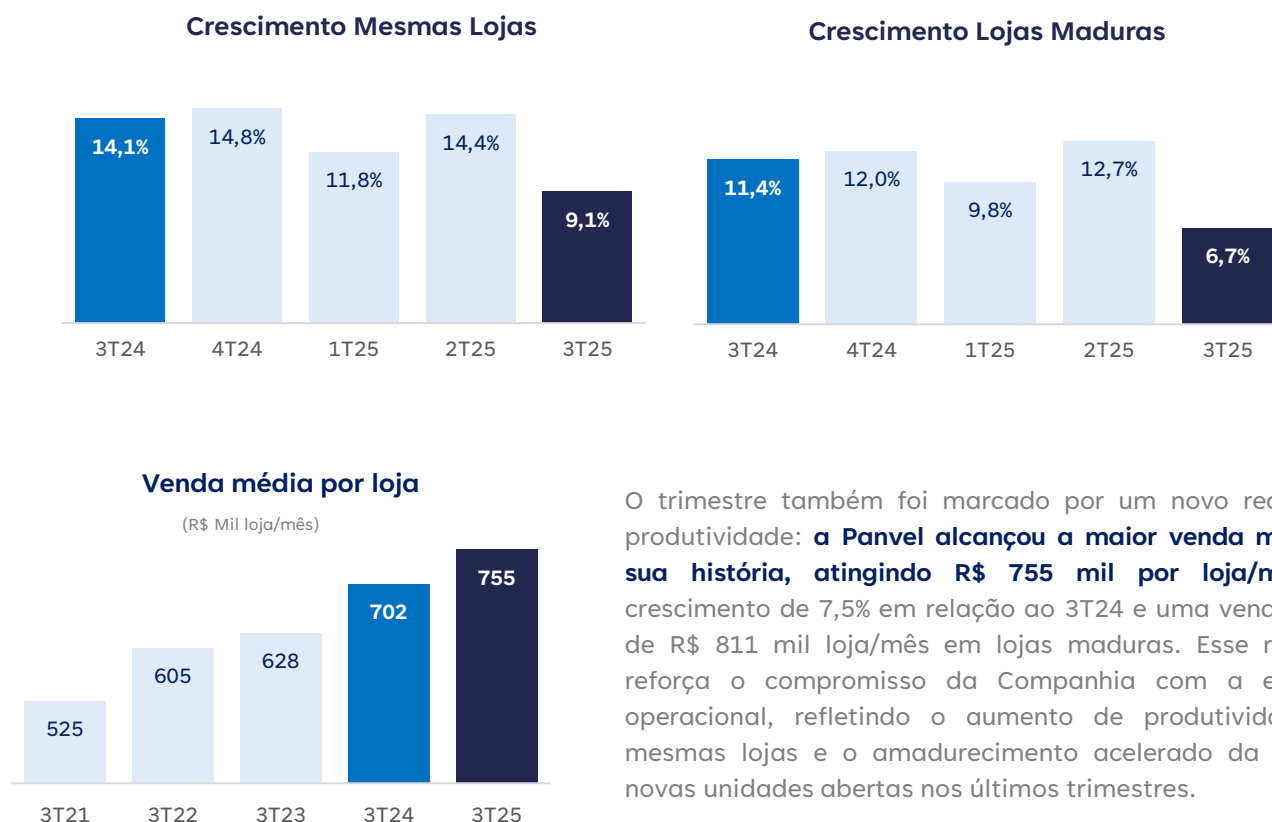


VAREJO

No 3T25, a Panvel registrou uma Receita Bruta do Varejo de R\$ 1.474 milhões, representando um crescimento de 14,3% em relação ao 3T24. Esse desempenho ganha ainda mais relevância considerando a base de comparação elevada do mesmo período do ano anterior, que já havia apresentado forte expansão. No acumulado do período de 9M21 a 9M25, a Companhia atingiu uma taxa média de crescimento composta (CAGR) de 16,6%, evidenciando a consistência de crescimento ao longo dos últimos anos.

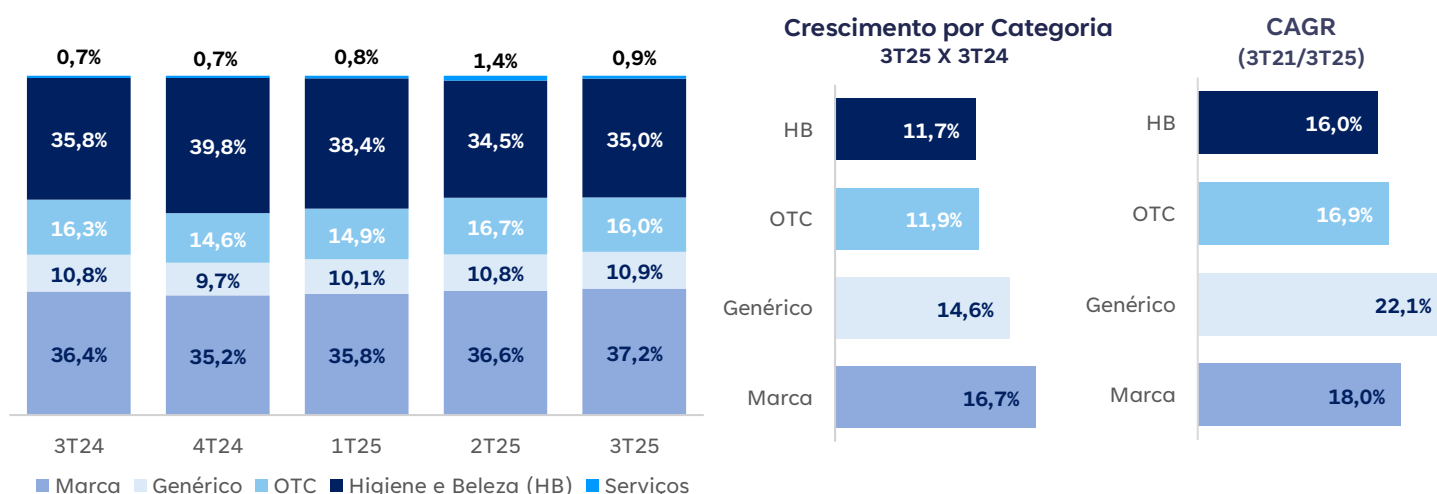


A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 9,1% no 3T25 na comparação anual. No mesmo sentido, o desempenho das lojas maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) apresentou um crescimento de 6,7% em relação ao 3T24. Ambos os crescimentos seguem acima da inflação do período, que em setembro de 2025 alcançou 5,2% (LTM).



O trimestre também foi marcado por um novo recorde de produtividade: **a Panvel alcançou a maior venda média da sua história, atingindo R\$ 755 mil por loja/mês**, um crescimento de 7,5% em relação ao 3T24 e uma venda média de R\$ 811 mil loja/mês em lojas maduras. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia com a eficiência operacional, refletindo o aumento de produtividade das mesmas lojas e o amadurecimento acelerado da base de novas unidades abertas nos últimos trimestres.

MIX DE VENDAS DO VAREJO



No 3T25, tivemos mais um trimestre em que os destaques de crescimento foram os medicamentos, com uma expansão de 15,1% em relação ao 3T24. Em linha com a estratégia comercial adotada pela Companhia, a categoria segue apresentando crescimento contínuo, refletido no forte crescimento composto (**CAGR**) de **18,3% do 3T21 até 3T25**.

A categoria de **Medicamentos de Marca (RX)** foi um dos destaques do período com um crescimento de 16,7% em relação ao 3T24, expandindo sua participação no mix em 0,8 p.p., movimento que está em linha com a estratégia da Companhia em endereçar cada vez mais as necessidades dos clientes de uso crônico e contínuo, além é claro do aumento na participação de medicamentos GLP-1.

A categoria de **OTC** apresentou um crescimento de 11,9% em relação ao 3T24 e uma leve contração de 0,3 p.p. de participação no mix. O desempenho foi pontualmente afetado por uma base de comparação mais alta dos grupos de *Gripes e Resfriados* no 3T24.

A categoria de **Genéricos** apresentou um crescimento de 14,6% em relação ao 3T24, expandindo 0,1 p.p. sua participação no mix em relação ao 3T24. Esta categoria tem um papel fundamental ao trazer mais clientes para as lojas, além de ser uma alavanca chave para a manutenção de uma margem bruta saudável.

A categoria de **Higiene e Beleza (HB)** apresentou crescimento de 11,7% em relação ao 3T24 e uma retração de 0,8 p.p. de *share* dentro do mix. Com um **CAGR de 16,0% do 3T21 até 3T25**, vale destacar que esta categoria segue mantendo uma participação robusta e saudável nas vendas totais e seu desempenho permanece acima da média do mercado, representando mais um diferencial da Panvel.

Panvel Clinic

Por fim, a **participação dos serviços de saúde segue em expansão**, refletindo a consolidação da Panvel como referência na Região Sul. No 3T25, **os serviços representaram 0,9% da Receita Bruta de Varejo, avanço de 0,2 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior**. Segundo dados da IQVIA, a Panvel inclusive ampliou sua participação no mercado de serviços na Região Sul, alcançando 21,5% no trimestre (+1,3 p.p. vs. 3T24), impulsionado principalmente pelo desempenho da vacinação. As vacinas responderam por 79,6% da receita do segmento, registrando crescimento de 64,6% na comparação anual.



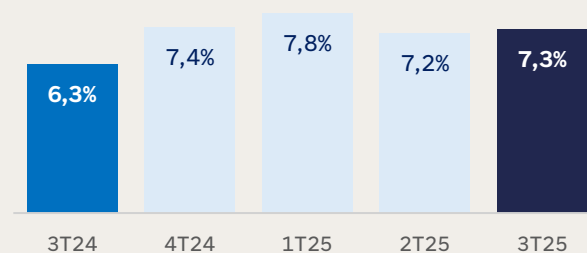
**Líder em
vacinação
na região sul**

**Market Share de
39,2% em vacinas**

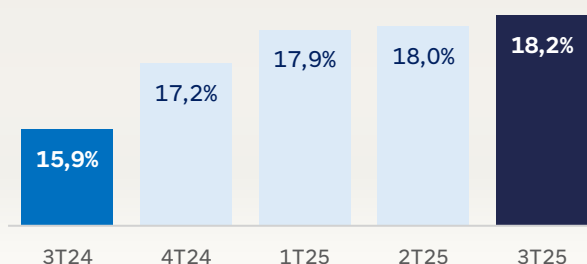
O avanço reflete o contínuo fortalecimento do ecossistema de saúde da Companhia, ancorado na expansão do Panvel Clinic e na ampliação das salas de vacinação. Ao fim do trimestre, a rede contava com **435 salas de atendimento** (+49 vs. 3T24) e **105 salas de vacinação** (+9 vs. 3T24), que juntas viabilizaram a prestação de mais de 129 mil serviços no período, crescimento de 14,6% na comparação anual. Esse movimento reforça a percepção do cliente de que a farmácia Panvel é um *hub* de saúde, capaz de atender às demandas de cuidado e bem-estar nas comunidades onde atua.

MARCAS EXCLUSIVAS

% Participação do PP nas Vendas Varejo



% Participação do PP nas Vendas HB



Os Produtos Panvel seguem sua trajetória de crescimento contínuo e se fortalecem cada vez mais como diferencial competitivo dentro do portfólio da Companhia, com produtos de maior rentabilidade e que atraem cada vez mais o público mais jovem para dentro das lojas. **No 3T25, os produtos de marca própria representaram 7,3% das vendas totais do Varejo, um aumento de 1,0 p.p. e um crescimento de 32,6% em relação ao 3T24.** Na categoria de **Higiene e Beleza**, o desempenho foi ainda mais expressivo, com **participação de 18,2% e avanço de 2,3 p.p.** frente ao mesmo período do ano anterior, reforçando o posicionamento da Panvel como benchmark no setor.



Durante o trimestre, foram **lançados 66 novos SKUs de marca própria**, totalizando 176 lançamentos no acumulado dos 9 meses de 2025. Com isso, o portfólio da Panvel alcançou 1.177 SKUs ativos ao final de setembro, e os grupos que mais se destacaram em vendas no período foram Infantil, Cuidado Adulto, Maquiagem e Tratamento Facial, refletindo a estratégia da Companhia de manter um portfólio diversificado e alinhado às principais tendências de consumo.

Nas redes sociais, a presença digital da Panvel seguiu em expansão, ampliando o alcance e o engajamento com diferentes públicos. **No Instagram, foram 42,6 milhões de contas alcançadas** (+37% vs. 3T24), com 32,5 mil novos seguidores. **No TikTok, foram 22,9 milhões de contas alcançadas** (+13.892% vs. 3T24), 23,4 mil novos seguidores (+16.379% vs. 3T24) e 86,6 mil interações (+2.619% vs. 3T24), resultado das ações de conteúdo voltadas a públicos mais jovens e do fortalecimento da comunicação omnichannel.

Esse conjunto de fatores, como a constante expansão do portfólio e o fortalecimento da presença digital, reforçam a liderança da Panvel no segmento de *Private Label* no varejo farmacêutico da Região Sul, **com um market share de 37,6% no período**, e sustentam uma base sólida para a continuidade do crescimento ao longo de 2025.

LUCRO BRUTO

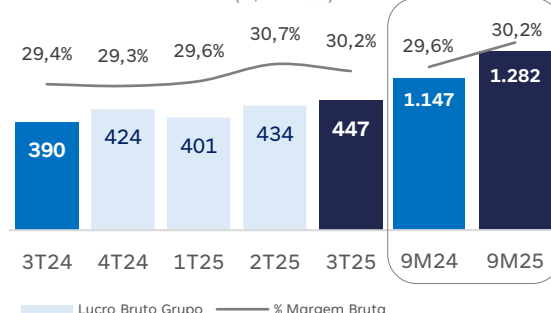
A Companhia apurou um Lucro Bruto Consolidado (incluindo operações de varejo e outras unidades de negócio) de R\$ 447,0 milhões no 3T25, equivalente a 30,2% da Receita Bruta do período. O desempenho representa uma expansão de 0,8 p.p. na margem bruta em relação ao 3T24 e um crescimento de 14,6%, reflexo direto da redução da venda do Atacado no total da Companhia (efeito mix de negócios).

Lucro Bruto do Varejo

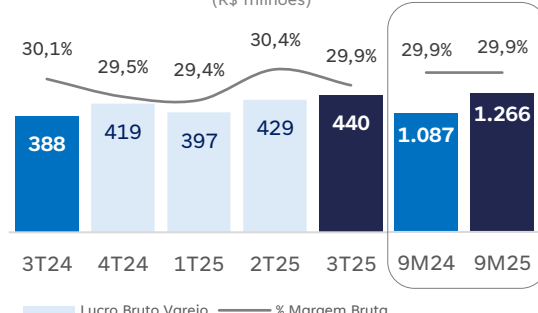
O Lucro Bruto do Varejo totalizou R\$ 440,4 milhões no 3T25, representando 29,9% da Receita Bruta do segmento, um crescimento de 13,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, com leve redução de 0,2 p.p. na margem. A pressão sobre a margem bruta está diretamente relacionada com o forte crescimento dos medicamentos da categoria GLP-1. Entretanto, essa pressão foi mitigada graças à uma boa estratégia de mix e de precificação, com forte crescimento tanto de genéricos quanto de produtos de marca própria Panvel. Além disso, mantivemos a alta participação de produtos de Higiene e Beleza no nosso mix, que seguem sendo um diferencial competitivo.

Cabe destacar que essa estratégia tem garantido margens brutas superiores nos últimos trimestres, destacando a Panvel dentro do varejo farmacêutico brasileiro.

Lucro Bruto Grupo
(R\$ milhões)



Lucro Bruto Varejo
(R\$ milhões)



DESPESAS COM VENDAS

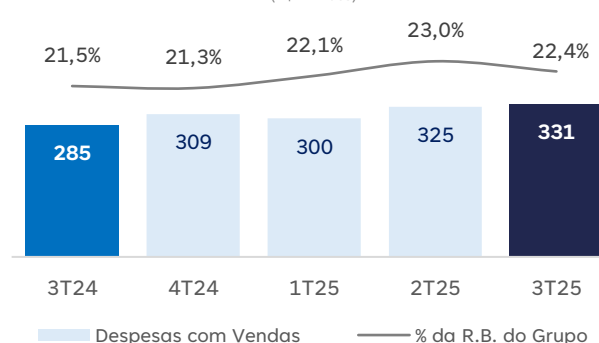
As Despesas com Vendas totalizaram R\$ 331 milhões no 3T25, representando 22,4% da Receita Bruta, o que corresponde a um crescimento de 0,9 p.p. em relação ao 3T24. É importante destacar que a base de comparação do ano anterior foi impactada por fatores não recorrentes:

- **Atacado:** conforme já comentado, a eliminação da receita bruta do Atacado prejudica a diluição das despesas com vendas em 0,6 p.p. vs 3T24.
- **MP 1.230/2024:** no período pós-enchentes, a Companhia foi beneficiada pela Medida Provisória (MP) 1.230/2024, que concedeu R\$ 2,3 milhões em desoneração da folha de pagamento nas unidades impactadas, representando uma redução de 0,2 p.p. nas despesas com vendas durante o 3T24.
- **Renegociações:** ainda em relação ao período pós-enchentes, realizamos pontualmente várias renegociações de contratos com fornecedores e prestadores de serviços, bem como, postergamos a contratação de novos funcionários. Essas ações reduziram temporariamente o nível de despesas com vendas em 0,1 p.p. no período.

Excluindo todos estes efeitos nas despesas do 3T24, é possível afirmar que no 3T25 mantivemos o mesmo patamar de despesas com vendas do ano anterior.

Cabe destacar que, na comparação sequencial, as despesas apresentaram melhora de 0,6 p.p. frente ao 2T25, sinalizando a tendência de diluição gradual que irá se manter ao longo dos próximos trimestres.

Despesas com Vendas
(R\$ milhões)



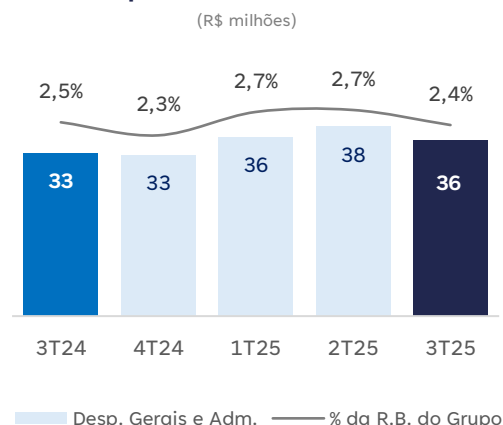
Despesas Gerais e Administrativas

As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 36,1 milhões no 3T25, representando 2,4% da Receita Bruta, uma queda de 0,1 p.p. em relação ao ano anterior, e mantendo a Panvel como a **menor despesa administrativa do varejo farmacêutico entre os players de capital aberto**.

Excluindo da base os efeitos da receita do Atacado, haveria uma redução ainda maior (-0,2 p.p.) no percentual de despesas na comparação anual, visto que as despesas administrativas cresceram 9,2% vs 3T24, enquanto as vendas do Varejo cresceram 14,3% no período.

Na comparação sequencial, **as despesas apresentaram, inclusive, redução nominal** de R\$ 2,2 milhões, uma queda de 5,8% frente ao 2T25.

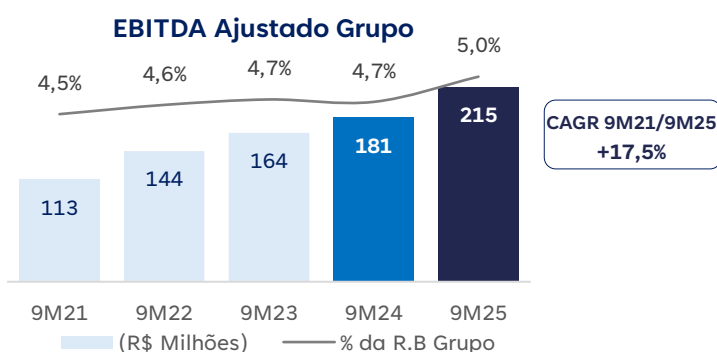
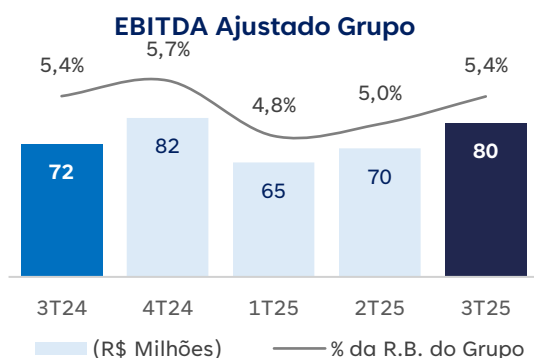
Despesas Gerais e Adm.



EBITDA

No terceiro trimestre de 2025, o EBITDA ajustado totalizou R\$ 79,9 milhões, um crescimento de 11,3% em relação ao 3T24, com margem equivalente a 5,4% da Receita Bruta, em linha com o patamar alcançado no mesmo período do ano anterior. Esse bom resultado, mesmo sobre uma base de comparação bastante forte, reforça o compromisso da Companhia com a expansão de margem EBITDA em 2025.

Cabe destacar que entre os 9M21 e os 9M25, o EBITDA Ajustado registrou uma taxa média composta de crescimento (CAGR) robusta de 17,5%, ritmo superior ao do crescimento da venda. Além disso, quando olhamos o 9M25, esse já apresenta uma expansão de 0,3 p.p. em relação ao 9M24.



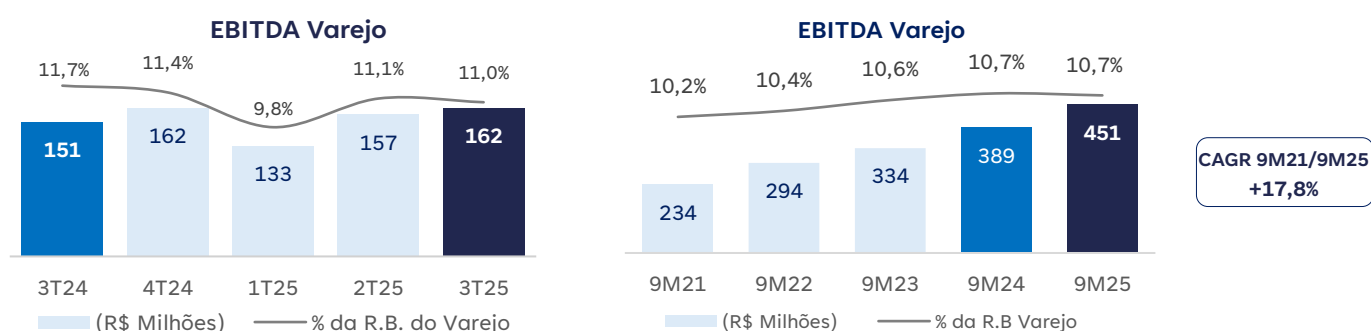
RECONCILIAÇÃO EBITDA AJUSTADO

Reconciliação EBITDA	3T24	3T25	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	37,0	32,5	(12,1%)
(+) Imposto de Renda	6,5	11,1	71,8%
(+) Resultado Financeiro	6,4	9,8	54,3%
EBIT	49,8	53,4	7,3%
(+) Depreciação e amortização	19,6	22,7	16,0%
EBITDA	69,4	76,2	9,8%
Participações/Distribuições/Matching Shares	2,1	2,0	(6,2%)
Baixas de Ativos	0,0	1,1	-
Outros Ajustes	0,3	0,6	113,2%
EBITDA Ajustado	71,8	79,9	11,3%
Margem EBITDA Ajustada	5,4%	5,4%	0 p.p.

EBITDA VAREJO

No 3T25, o EBITDA do varejo totalizou R\$ 161,6 milhões, representando um crescimento de 7,0% em relação ao 3T24. A margem EBITDA atingiu 11,0% da Receita Bruta, uma pressão de 0,7 p.p. na comparação anual, influenciada por fatores sazonais já analisados anteriormente, como: a) Margem Bruta (pressão de 0,2 p.p. no período, influenciada principalmente pelo crescimento dos itens GLP-1); b) MP 1.230/2024 (redução de 0,2 p.p. nas despesas com vendas do 3T24, devido ao benefício de desoneração da folha de pagamento para as unidades atingidas pelas enchentes no RS); c) Renegociações e congelamento de contratações que reduziram temporariamente o nível de despesas com vendas em 0,1 p.p. no 3T24.

Analisando o desempenho das lojas ao longo do ano, fica claro o ritmo consistente de crescimento de resultado, conforme evidenciado pelo crescimento composto médio (CAGR) de 17,8% entre os primeiros 9 meses de 2021 até os primeiros 9 meses de 2025.

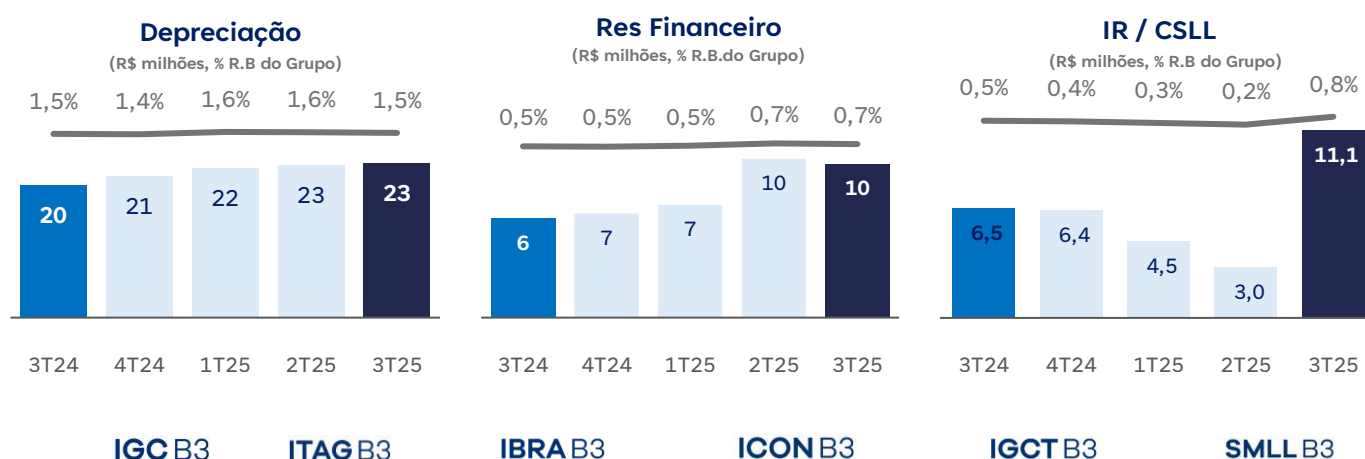


DEPRECIAÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CSLL

A Depreciação se manteve estável em relação ao ano anterior, no patamar de 1,5% da Receita Bruta do trimestre. É um indicador importante de que o ritmo de investimentos está equilibrado com o crescimento da receita e do resultado.

As Despesas Financeiras Líquidas cresceram 0,2 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, representando 0,7% da Receita Bruta do Grupo. O principal fator para esse crescimento é a atual taxa de juros em patamar significativamente mais alto do que no mesmo período do ano anterior.

O IR/CSLL, na comparação trimestral, trouxe um impacto negativo de 0,3 p.p. no período. Esse crescimento se deve à redução na deliberação de Juros sobre Capital Próprio no período, em razão de obrigações contratuais vinculadas às linhas emergenciais do BNDES captadas em 2024. Neste sentido, houve uma redução de R\$ 10,5 milhões na deliberação de JCP na comparação trimestral, trazendo um impacto de R\$ 3,6 milhões em impostos (0,3 p.p.).

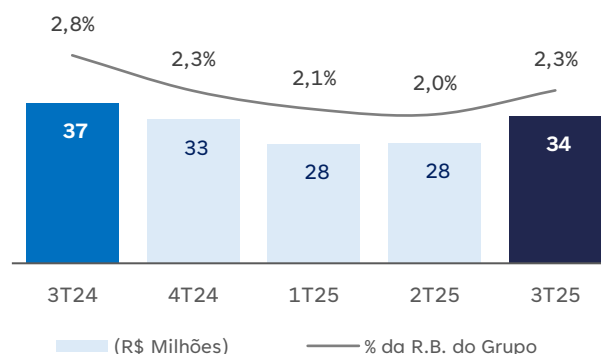


LUCRO LÍQUIDO

O Lucro Líquido Ajustado no 3T25 foi de R\$ 34,3 milhões, equivalente a uma margem líquida de 2,3%, sendo a melhor resultado em margem e valor absoluto do ano de 2025, apresentando um crescimento sequencial de 22,4%.

Na comparação anual, apesar do bom desempenho operacional (EBITDA), é possível observar o impacto do aumento das despesas financeiras (-0,2 p.p.), causado pelo aumento da taxa de juros, e do IRPJ (-0,3 p.p.) causado pela redução da deliberação de JCP no período, o que resultou em uma contração de 0,5 p.p. vs o 3T24.

Lucro Líquido Ajustado



Reconciliação Lucro Líquido	3T24	3T25	Var. %
(R\$ milhões)			
EBIT	49,8	53,4	7,3%
Resultado Financeiro	6,4	9,8	54,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda (LAIR)	43,4	43,6	0,4%
Imposto de Renda	6,5	11,1	71,8%
Lucro Líquido	37,0	32,5	(12,1%)
Baixas de Ativos	0,0	1,1	-
Outros Ajustes	0,3	0,6	113,2%
Lucro Líquido Ajustado	37,7	34,3	(8,1%)
Margem Líquida Ajustada	2,8%	2,3%	(0,5 p.p.)

CICLO DE CAIXA

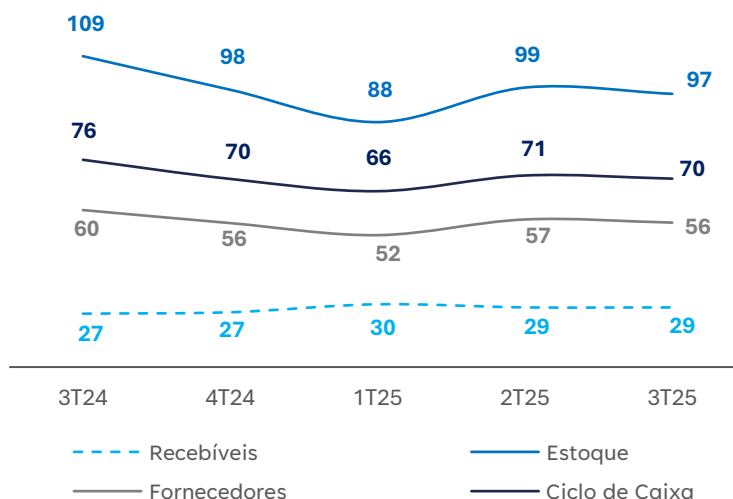
O Ciclo de Caixa da Companhia no 3T25 totalizou 70 dias, **uma melhora de 6 dias na comparação com o mesmo período do ano anterior.**

O prazo médio de estoques fechou o trimestre no patamar de 97 dias, em linha com a nossa expectativa. Com isso, conseguimos uma redução de 12 dias em relação ao 3T24.

O prazo médio de fornecedores terminou o 3T25 em 56 dias, com uma pressão de 4 dias em relação ao mesmo período de 2024.

Por fim, o prazo de recebimento fechou o 3T25 em 29 dias, um aumento de apenas dois dias em relação ao mesmo período do ano passado.

Ciclo de Caixa



FLUXO DE CAIXA

Pelo terceiro trimestre consecutivo no ano, a Companhia gerou um fluxo de caixa livre positivo, no valor de R\$ 16,0 milhões. Graças ao bom trabalho em nosso ciclo financeiro e ao crescimento do nosso resultado, geramos caixa ao mesmo tempo em que aceleramos vendas e mantivemos investimentos.

Fluxo de caixa	3T24	3T25	Var %	9M24	9M25	Var %
Lucro líquido do exercício	36.984	32.521	-12,1%	76.489	85.422	11,7%
IRPJ/CSLL	6.459	11.100	71,9%	2.475	18.630	652,6%
Resultado Financeiro	6.369	9.829	54,3%	18.712	27.213	45,4%
EBIT	49.812	53.450	7,3%	97.677	131.265	34,4%
Depreciações e Amortizações	19.587	22.713	16,0%	58.739	67.231	14,5%
EBITDA	69.399	76.162	9,7%	156.416	198.496	26,9%
Ciclo de Caixa	(63.871)	(44.859)	-29,8%	(168.388)	(25.642)	-84,8%
Demais variações nos ativos e passivos	(17.242)	41.992	-343,5%	20.032	17.314	-13,6%
Fluxo de caixa Operacional	(11.714)	73.295	-725,7%	8.859	190.168	2046,6%
Investimentos	(54.395)	(57.309)	5,4%	(108.296)	(125.943)	16,3%
Fluxo de Caixa Livre	(66.109)	15.986	-124,2%	(99.437)	64.225	-164,6%
JSCP	(7.204)	-	-100,0%	(33.165)	(26.234)	-20,9%
Ações em tesouraria	48	-	-100,0%	1.932	127	100,0%
Resultado Financeiro	(6.369)	(9.829)	54,3%	(18.712)	(27.213)	45,4%
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(79.634)	6.157	-107,7%	(149.382)	10.905	-107,3%

ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (em R\$ milhões)	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25
Dívida de Curto Prazo	171,0	162,9	130,2	115,4	109,0
Dívida de Longo Prazo	316,4	391,7	397,1	395,1	588,3
(-) Instrumentos Financeiros	(6,4)	(19,7)	0,6	0,5	5,5
Dívida Bruta	481,0	535,0	527,9	511,0	702,9
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	200,9	213,4	204,4	194,1	392,1
Dívida / Caixa Líquido	280,1	321,6	323,6	316,9	310,8
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM	1,1x	1,2x	1,2x	1,1x	1,0x
Custo CDI+	0,3%	(0,5%)	(1,1%)	(1,3%)	(1,3%)

No 3T25, a **relação dívida líquida/EBITDA da Panvel reduziu para um patamar de 1,0x EBITDA**, cumprindo com o compromisso de desalavancagem ao longo do ano. Seguimos melhorando nossa estrutura de capital, já bastante equilibrada e saudável, com geração de caixa robusta e forte disciplina financeira.

Cabe destacar que, ao longo de 2024 e de 2025, a Companhia obteve acesso a linhas incentivadas como FINEP e BNDES Emergencial (capital de giro e reconstrução). Estes financiamentos melhoram tanto o WACC, com custos significativamente menores que o CDI, quanto o prazo médio de pagamento. Desta forma, além de uma desalavancagem, saímos de uma dívida com custo médio de CDI + 0,30% no 3T24 para uma dívida com custo médio de CDI -1,3% no 3T25.

INVESTIMENTOS

Realizamos no 3T25 investimentos que somaram R\$ 57,3 milhões, um aumento de 5,4% em relação ao 3T24.

(em R\$ milhões)	3T24	3T25	Δ	9M24	9M25	Δ
Abertura de Lojas	30,4	16,0	(47,2%)	55,7	49,5	(11,1%)
Reforma de Lojas	4,3	3,3	(24,6%)	8,7	8,7	(0,4%)
TI	9,4	9,4	0,2%	26,1	26,2	0,1%
Logística e Outros	10,3	28,6	176,9%	17,8	41,6	133,7%
Total	54,4	57,3	5,4%	108,3	125,9	16,3%

IFRS 16: IMPACTOS

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

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

DRE	3T25		
	IFRS	Ajuste	IAS 17
(em milhares)			
Receita Bruta	1.479.487	-	1.479.487
Lucro Bruto	477.035	-	477.035
% R.B	30,2%	-	30,2%
Despesas com Vendas	(279.680)	(51.526)	(331.206)
Despesas Administrativas	(35.933)	-	(35.933)
Total Despesas	(315.613)	(51.526)	(367.139)
% R.B	21,3%	(3,5%)	24,8%
EBITDA Ajustado	131.422	(51.526)	79.896
% R.B	8,9%	(3,5%)	5,4%
Depreciação e amortização	(58.431)	35.692	(22.739)
Participações/Distribuições	(1.970)	-	(1.970)
Outros Ajustes	(1.738)	-	(1.738)
Resultado Financeiro	(27.509)	17.681	(9.829)
IRPJ/CSLL	(10.472)	(628)	(11.100)
Lucro Líquido	31.302	1.219	32.521
% R.B	2,1%	0,1%	2,2%

Balanço Patrimonial

ATIVO	IFRS 16			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	3T24	3T25	Var. %			3T24	3T25	Var. %
(em milhares)								
Ativo Circulante	1.921.768	2.145.644	11,6%	(512)	158	1.921.256	2.145.802	11,7%
Caixa e equivalentes de caixa	12.175	48.390	297,5%			12.175	48.390	297,5%
Aplicações Financeiras	188.690	343.751	82,2%			188.690	343.751	82,2%
Clientes	406.631	484.412	19,1%	(512)	158	406.119	484.570	19,3%
Estoque	1.158.230	1.132.244	(2,2%)			1.158.230	1.132.244	(2,2%)
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	10.566	6.227	(41,1%)			10.566	6.227	(41,1%)
Tributos a recuperar	29.452	31.036	5,4%			29.452	31.036	5,4%
Outras contas a receber	109.214	99.170	(9,2%)			109.214	99.170	(9,2%)
Instrumentos Financeiros	6.396	-	(100,0%)			6.396	-	(100,0%)
Propriedades disponíveis para venda	414	414	0,0%			414	414	0,0%
Ativo Não Circulante	1.310.951	1.437.477	9,7%	(611.563)	(658.062)	699.388	779.415	11,4%
Tributos diferidos	61.100	57.121	(6,5%)	(22.903)	(25.514)	38.197	31.607	(17,3%)
Impostos a recuperar	13.326	13.901	4,3%			13.326	13.901	4,3%
Depósitos judiciais	2.375	4.584	93,0%			2.375	4.584	93,0%
Créditos com partes relacionadas	-	-	0,0%			-	-	0,0%
Outros ativos	8.435	861	(89,8%)			8.435	861	(89,8%)
Despesas antecipadas	5.692	4.913	(13,7%)			5.692	4.913	(13,7%)
Investimentos	-	7.976	0,0%			-	7.976	0,0%
Imobilizado	1.126.495	1.241.889	10,2%	(588.660)	(632.548)	537.835	609.341	13,3%
Intangível	93.528	106.232	13,6%			93.528	106.232	13,6%
Ativo Total	3.232.719	3.583.121	10,8%	(612.074)	(657.905)	2.620.644	2.925.216	11,6%

PASSIVO	IFRS 16			Impactos IFRS 16		Norma Antiga (IAS 17)		
	3T24	3T25	Var. %			3T24	3T25	Var. %
(em milhares)								
Passivo Circulante	1.204.259	1.124.751	(6,6%)	(154.931)	(132.249)	1.049.328	992.502	(5,4%)
Fornecedores	624.872	625.486	0,1%			624.872	625.486	0,1%
Empréstimos e financiamentos	170.951	109.047	(36,2%)			170.951	109.047	(36,2%)
Instrumentos Financeiros	-	5.538	0,0%			-	5.538	0,0%
Arrendamento - IFRS 16	154.931	132.249	(14,6%)	(154.931)	(132.249)	-	0	0,0%
Salários e encargos sociais	108.482	108.443	0,0%			108.482	108.443	0,0%
Participações a pagar	-	-	0,0%			-	-	0,0%
Impostos, taxas e contribuições	48.804	48.962	0,3%			48.804	48.962	0,3%
Dividendos e juros s/capital próprio	26.312	24.207	(8,0%)			26.312	24.207	(8,0%)
Outros passivos	69.907	70.819	1,3%			69.907	70.819	1,3%
Passivo Não Circulante	832.894	1.194.200	43,4%	(501.602)	(575.184)	331.292	619.016	86,8%
Empréstimos e financiamentos	316.358	588.310	86,0%			316.358	588.310	86,0%
Arrendamento - IFRS 16	501.602	575.184	14,7%	(501.602)	(575.184)	-	0	0,0%
Dividendos e juros s/capital próprio	-	-	0,0%			-	-	0,0%
Outras Obrigações	7.559	8.535	12,9%			7.559	8.535	12,9%
Dividendos e juros s/ capital próprio	-	14.562	0,0%			-	14.562	0,0%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	7.375	7.609	3,2%			7.375	7.609	3,2%
Patrimônio líquido	1.195.566	1.264.170	5,7%	44.459	49.528	1.240.025	1.313.698	5,9%
Capital social	996.221	1.032.011	3,6%			996.221	1.032.011	3,6%
Transações de capital com os sócios	(14.448)	-	(100,0%)			(14.448)	-	(100,0%)
Reserva de Capital	(18.178)	(18.191)	0,1%			(18.178)	(18.191)	0,1%
Reserva de lucros	193.232	198.507	2,7%			193.232	198.507	2,7%
Outros resultados abrangentes	-	(515)	0,0%			-	(515)	0,0%
Lucros Acumulados	38.739	52.358	35,2%	44.459	49.528	83.198	101.886	22,5%
Passivo Total e Patrimônio líquido	3.232.719	3.583.121	10,8%	(612.074)	(657.905)	2.620.645	2.925.216	11,6%

Demonstração de Resultados

DRE TRIMESTRE	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	3T24	3T25	Var. %	3T24	3T25	3T24	3T25	Var. %
(em milhares)								
Receita Bruta	1.327.869	1.479.487	11,4%			1.327.869	1.479.487	11,4%
Impostos e devoluções	(91.804)	(105.491)	14,9%			(91.804)	(105.491)	14,9%
Receita Líquida	1.236.065	1.373.996	11,2%			1.236.065	1.373.996	11,2%
Custos das mercadorias vendidas	(846.024)	(926.961)	9,6%			(846.024)	(926.961)	9,6%
Lucro Bruto	390.041	477.035	14,6%			390.041	477.035	14,6%
Despesas	(326.874)	(377.752)	15,6%	(13.355)	(15.834)	(340.229)	(393.586)	15,7%
Com Vendas	(302.012)	(340.820)	12,8%	(13.355)	(15.834)	(315.367)	(356.654)	13,1%
Gerais e Administrativas	(36.994)	(41.036)	10,9%			(36.994)	(41.036)	10,9%
Outras receitas operacionais	12.132	4.104	(66,2%)			12.132	4.104	(66,2%)
Resultado Financeiro	(21.430)	(27.509)	28,4%	15.061	17.681	(6.369)	(9.828)	54,3%
Despesas Financeiras	(34.246)	(40.092)	17,1%	15.061	17.681	(19.185)	(22.411)	16,8%
Receitas Financeiras	12.816	12.583	(1,8%)			12.816	12.583	(1,8%)
Lucro antes do IR, CSLL e Participações	41.737	41.774	0,1%	1.706	1.846	43.443	43.620	0,4%
IR e CSLL	(5.879)	(10.472)	78,1%	(580)	(628)	(6.459)	(11.100)	71,9%
Lucro Líquido do exercício	35.858	31.302	(12,7%)	1.126	1.219	36.984	32.521	(12,1%)

DRE ACUMULADO	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	9M24	9M25	Var. %	9M24	9M25	9M24	9M25	Var. %
(em milhares)								
Receita Bruta	3.874.454	4.249.910	9,7%			3.874.454	4.249.910	9,7%
Impostos e devoluções	(278.765)	(303.480)	8,9%			(278.765)	(303.480)	8,9%
Receita Líquida	3.595.689	3.946.430	9,8%			3.595.689	3.946.430	9,8%
Custos das mercadorias vendidas	(2.448.226)	(2.664.795)	8,8%			(2.448.226)	(2.664.795)	8,8%
Lucro Bruto	1.147.463	1.281.635	11,7%			1.147.463	1.281.635	11,7%
Despesas	(1.010.996)	(1.103.928)	9,2%	(38.790)	(46.442)	(1.049.786)	(1.150.370)	9,6%
Com Vendas	(902.564)	(991.137)	9,8%	(38.790)	(46.442)	(941.354)	(1.037.579)	10,2%
Gerais e Administrativas	(119.179)	(132.340)	11,0%			(119.179)	(132.340)	11,0%
Outras receitas operacionais	10.747	19.549	81,9%			10.747	19.549	81,9%
Resultado Financeiro	(60.459)	(79.055)	30,8%	41.747	51.842	(18.712)	(27.213)	45,4%
Despesas Financeiras	(101.049)	(121.796)	20,5%	41.747	51.842	(59.302)	(69.954)	18,0%
Receitas Financeiras	40.590	42.741	5,3%			40.590	42.741	5,3%
Lucro antes do IR, CSLL e Participações	76.008	98.652	29,8%	2.957	5.400	78.965	104.052	31,8%
IR e CSLL	(1.470)	(16.794)	1042,4%	(1.005)	(1.836)	(2.475)	(18.630)	652,6%
Lucro Líquido do exercício	74.538	81.858	9,8%	1.951	3.564	76.489	85.422	11,7%

Demonstração do Fluxo de Caixa

Fluxo de caixa das atividades operacionais	3T24	3T25	Var %	9M24	9M25	Var %
Lucro líquido do exercício	35.858	31.302	(12,7%)	74.538	81.858	9,8%
Ajustes por:						
Depreciação/amortização do ativo imobilizado e intangível	52.296	58.605	12,1	155.512	173.483	11,6%
Provisão para passivos contingentes	(405)	(316)	(-22,0%)	744	241	(67,6%)
Custo do imobilizado e intangível baixado	976	1.098	12,5%	6.112	1.654	(72,9%)
Provisão para devedores duvidosos	(11)	(280)	2445,5%	1.079	(487)	(145,1%)
Provisão para perdas de estoque	477	(104)	(121,9%)	(67)	113	(268,2%)
Opção de compra ou subscrição de ações	1.580	1.969	24,6%	4.455	4.503	1,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(307)	3.216	(1147,6%)	(8.215)	4.496	(154,7%)
Imposto de renda e contribuição social correntes	6.186	7.256	17,3%	9.685	12.298	27,0%
Despesa de juros	24.882	30.612	23,0%	86.253	76.431	(11,4%)
Receita de juros de aplicações financeiros	(7.233)	(7.744)	7,1%	(21.754)	(17.339)	(20,3%)
Instrumentos financeiros derivativos						
Total de Ajustes	78.441	94.312	20,2%	233.804	255.393	9,2%
Variações nos ativos e passivos						
Contas a receber de clientes	(20.793)	(26.322)	26,6%	44.303	(39.223)	(188,5%)
Estoques	(108.033)	(43.803)	(59,5%)	(158.758)	19.159	(112,1%)
Fornecedores	65.439	25.266	(61,4%)	(54.891)	(5.337)	(90,3%)
Impostos e contribuições sociais a pagar	(2.890)	22.759	(887,5%)	62.673	29.436	(53,0%)
Depósitos judiciais	36	179	397,2%	(311)	145	(146,6%)
Imposto de renda e contribuição social pagos	2.238	(7.143)	(419,2%)	(5.129)	(8.662)	68,9%
Impostos a recuperar	(14.581)	7.002	(148,0%)	(16.870)	(909)	(94,6%)
Demais grupos do ativo	25.619	28.442	11,0%	(14.707)	54.857	(473,0%)
Demais grupos do passivo	(30.504)	(6.967)	(77,2%)	(17.062)	(40.401)	136,8%
Caixa líquido gerado (usado) nas atividades operacionais	30.830	125.027	305,5%	147.590	346.315	134,6%
Fluxo de caixa das atividades de investimento						
Aquisição de ativo imobilizado	(45.090)	(46.618)	3,4%	(82.209)	(96.779)	17,7%
Aquisição de ativo intangível	(9.305)	(10.691)	14,9%	(26.087)	(29.164)	11,8%
Aplicações financeiras	72.434	(189.622)	(361,8%)	50.500	(192.999)	(482,2%)
Caixa líquido usado nas atividades de investimento	18.039	(246.931)	(1468,9%)	(57.796)	(318.942)	451,8%
Fluxo de caixa das atividades de financiamento						
Pagamento de dividendos e juros sobre o capital próprio	(7.204)	38	(100,5%)	(33.165)	(26.195)	(21,0%)
Aquisição de ações próprias	-	(2)	-	-	(1.782)	-
Captações de empréstimos / financiamentos (principal)	66.358	193.179	191,1%	206.358	288.521	39,8%
Pagamento de arrendamentos mercantis	(46.296)	(51.334)	10,9%	(134.607)	(151.025)	12,2%
Amortização de principal de financiamento	(50.000)	-	(100,0%)	(106.492)	(120.000)	12,7%
Amortização de juros de financiamento	(16.300)	(19.261)	18,2%	(39.598)	(50.411)	27,3%
Ações outorgadas plano de Matching Shares	48	7	(85,4%)	1.932	1.914	(0,9%)
Caixa líquido gerado (usado) nas atividades de financiamento	(53.394)	122.627	(329,7%)	(105.572)	(58.978)	(44,1%)
Aumento (redução) líquido do saldo de caixa e equivalentes de caixa	(4.525)	723	(116,0%)	(15.778)	(31.605)	100,3%
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	(4.525)	723	(116,0%)	27.953	79.995	186,2%
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	(4.525)	723	(116,0%)	12.175	48.390	297,5%