

grupo panvel

Divulgação de  
Resultados 1T22

---

Eldorado do Sul, RS, 11 de maio de 2022

A Dimed S.A. Distribuidora de Medicamentos (B3 S.A. - BRASIL, BOLSA, BALCÃO: PNVL3), uma das principais varejistas e distribuidoras de produtos farmacêuticos do País, anuncia os resultados do 1º trimestre de 2022 (1T22). 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 1T22 usam como base o 1T21, 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 R\$ (Real).



## Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp

Diretor Financeiro e de RI

José Eduardo Szuster

Gerente Executivo de RI

Ismael Rohrig

Analista de RI

Pedro Bernardes

Estagiário de RI

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

# Resultados 1T22

<b>Receita Bruta do Grupo</b> R\$ 969M (+19,4%)	<b>Receita Bruta do Varejo</b> R\$ 877M (+19,3%)
<b>EBITDA Ajustado</b> R\$ 39M (+5,8%) Margem de 4,1%	<b>Expansão</b> +15 novas lojas
<b>Lucro Líquido Ajustado</b> R\$ 26M (+30,1%) Margem de 2,6%	<b>Digital (% nas vendas do Varejo)</b> 15,5% (+14,5% vs 1T21)

Descrição	1T21	2T21	3T21	4T21	1T22
Nº de Lojas	477	494	500	517	527
Nº de funcionários	7.622	7.771	7.805	8.646	8.550
<b>Em reais mil</b>					
Receita Bruta TT	811.830	834.720	860.213	959.918	969.334
Margem Bruta TT	233.074	240.674	241.875	272.976	275.474
% da Receita Bruta	28,7%	28,8%	28,1%	28,4%	28,4%
Receita Bruta Varejo	735.760	766.846	787.863	883.890	877.411
Margem Bruta Varejo	223.495	231.967	233.319	262.214	261.504
% da Receita Bruta Varejo	30,4%	30,2%	29,6%	29,7%	29,8%
EBITDA Ajustado TT	37.478	39.913	34.833	49.041	39.664
% da Receita Bruta	4,6%	4,8%	4,0%	5,1%	4,1%
Lucro Líquido Ajustado TT	19.714	24.169	20.333	28.126	25.625
% da Receita Bruta	2,4%	2,9%	2,4%	2,9%	2,6%

# Mensagem da administração

Iniciamos 2022 no mesmo ritmo que encerramos 2021, com muitas entregas e conquistas. Apesar do ano ter começado com um cenário macro desafiador, envolvendo impactos inflacionários, crescimento da taxa de juros e riscos de restrição em algumas cadeias de suprimento, seguimos otimistas com nossa capacidade de execução para o exercício. Os números do trimestre corroboram esta visão.

As Vendas foram um dos grandes destaques do período. A Panvel apresentou um crescimento robusto de 19,3% nas suas vendas, acompanhado por um bom desempenho em SSS (crescimento de 11,8%) na comparação com o mesmo período do ano passado. Esse bom desempenho é explicado por vários fatores, como forte crescimento de clientes nas lojas físicas, manutenção das vendas do Digital em patamar elevado (alcançando 15,5% das vendas totais) e do alto nível de acerto da expansão física de lojas. Em relação à Expansão, destacamos a abertura de 15 lojas no 1T22 e atingimos o recorde de 68 aberturas nos últimos 12 meses.

Cabe ressaltar que no 1T22 a Panvel novamente foi destaque em serviços, com as vendas do Panvel Clinic representando 4,5% da receita total da Panvel, puxado pelo forte movimento de testagem de Covid 19 observado em janeiro/22 e pelo início do trabalho de vacinação da gripe em março/22.

Todos estes movimentos fizeram com que a Panvel ganhasse Market Share na Região Sul, atingindo 11,6%, um crescimento de 0,1p.p. sobre o 1T21. Esse ganho consistente de Market Share, trimestre após trimestre, é mais um elemento que reforça a excelência na execução da nossa estratégia. E seguimos empenhados em crescer mantendo a qualidade do atendimento. Nosso NPS atingiu 80 pontos no 1T22, um crescimento 4 pontos com relação ao 1T21.

**EBITDA saudável mesmo num cenário desafiador com fortes impactos inflacionários**

Nosso EBITDA ajustado no período cresceu 5,8% na comparação com o primeiro trimestre de 2021, atingindo 4,1% em relação a venda. Esse crescimento de Margem EBITDA foi acompanhado de um forte crescimento do Lucro Líquido ajustado na ordem de 30,1%, atingindo 2,6% em relação à venda. Entendemos que são margens muito saudáveis, em especial em um contexto de aumento de inflação e de aceleração de expansão que trazem uma pressão natural no resultado de curto prazo.

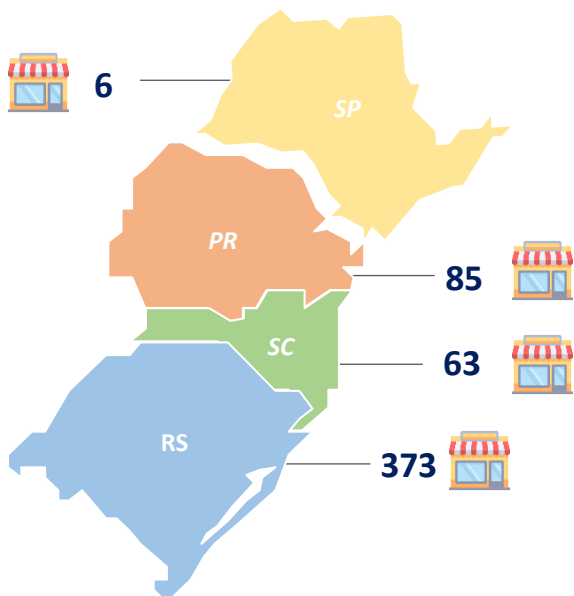
Cabe também destacar que neste primeiro trimestre, com muito orgulho, finalizamos a nossa mudança de marca e passamos a ser oficialmente Grupo Panvel a partir de março/22.

Gostaríamos de agradecer todos os nossos clientes, colaboradores, fornecedores e parceiros pelos resultados obtidos e de reforçar nosso compromisso com o crescimento de vendas e de resultado, de forma consistente, ao longo dos próximos trimestres.

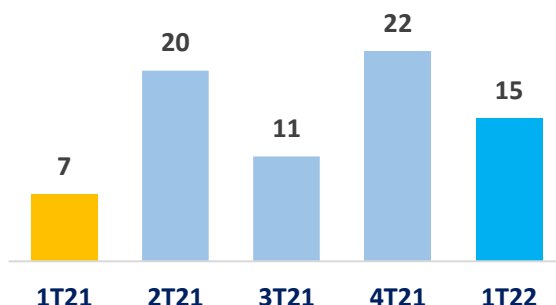
# Portfólio de lojas

A Companhia iniciou o ano com abertura de 15 lojas no 1T22, alcançando o total de 527 lojas em operação. Dentre elas, 10 unidades foram abertas no RS, 4 no PR e 1 em SC. Cabe ressaltar que nos últimos doze meses abrimos 68 lojas, número recorde na história da empresa. Para o ano de 2022 nosso plano está em linha com a estratégia de adensamento regional na Região Sul, principalmente fora das Capitais, além do incremento da nossa capacidade digital.

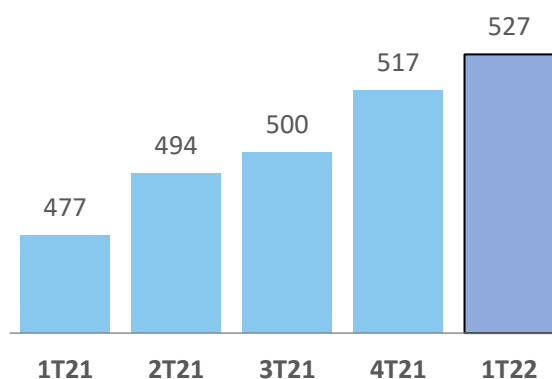
No período, a Companhia realizou a transferência de 3 filiais (maduras) para pontos com maior potencial de venda. Outras 2 filiais (maduras) foram encerradas porque não atendiam mais ao perfil e potencial de venda determinado pelos padrões de operação da Companhia.



Abertura de Lojas



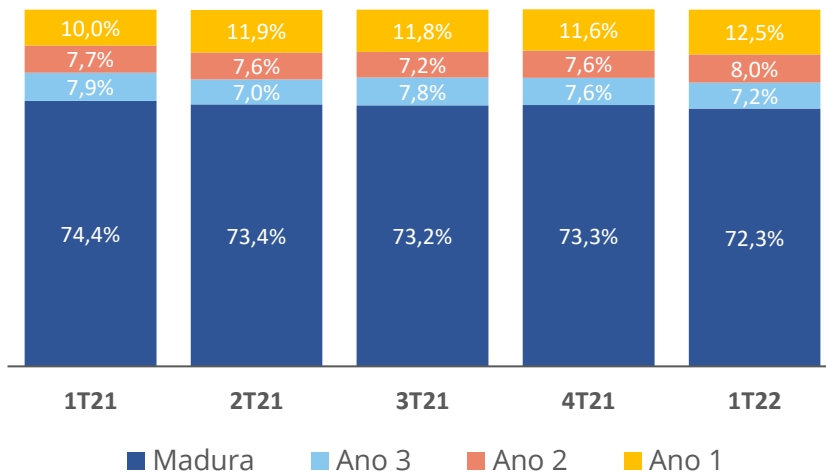
Número de Lojas



Lojas	1T21	2T21	3T21	4T21	1T22
Abertas	7	20	11	22	15
Transferidas/Encerradas	(3)	(3)	(5)	(5)	(5)

Ao final do período, a Companhia contava com 72,3% de lojas maduras e 27,7% em processo de maturação.

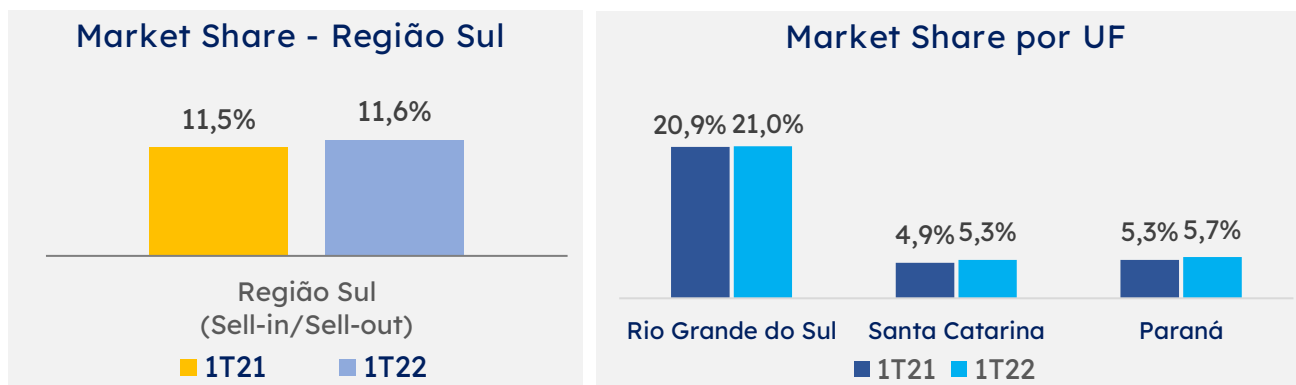
### Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade



## Market share

No 1T22, a participação da Panvel na Região Sul alcançou 11,6%, uma evolução de 0,1 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior, com crescimento em todos os Estados de atuação, reafirmando nossa consistência na evolução do *market share*. Esses números refletem a qualidade da operação das lojas já existentes da Panvel e a elevada taxa de acerto da execução do nosso plano de expansão. Além disso, este crescimento ocorreu sobre uma base muito forte, visto que os números do IQVIA do 1T22 capturaram o forte movimento de antecipação de compras de medicamentos feitos pelas farmácias de pequeno porte, medida através do *sell in* informado pelos distribuidores.

Ao analisar o nosso *market share* por região (Capital e Interior) e por Estado, as oportunidades de expansão são bastante claras, tanto no interior do Rio Grande do Sul, quanto nos Estados de Santa Catarina e do Paraná, nos quais temos obtido uma evolução consistente de presença de mercado.



Outro destaque importante do trimestre é o ganho de *share* em todas as categorias de medicamentos, em linha com a estratégia traçada em envolve o acompanhamento da jornada de pacientes de doenças crônicas e de uso contínuo, crescimento de genéricos e evolução do Panvel Saúde Empresarial.

Fonte: IQVIA

\*Sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo

# E-commerce e iniciativas digitais

Digital mantém um elevado *share* nas vendas do varejo, com uma participação de 15,5% no 1T22, participações muito acima da média do mercado, com um crescimento de 14,5% vs 1T21.

Mantivemos nossa posição de *benchmark* do varejo farma brasileiro, com a mais alta participação dos canais digitais, um diferencial competitivo fruto de uma experiência fluída e totalmente *omni*, fornecida em todos nossos canais de venda.

Mesmo com uma base de comparação forte, as vendas do Digital cresceram 14,5% no 1T22, demonstrando a qualidade do nosso modelo de negócio e de nossa

estrutura de entrega de última milha. Neste quesito, a Panvel também se destaca por possuir a entrega de última milha mais rápida do varejo farma brasileiro. Os investimentos nessas estruturas se traduzem em indicadores sólidos e consistentes.

## Destaques do Digital

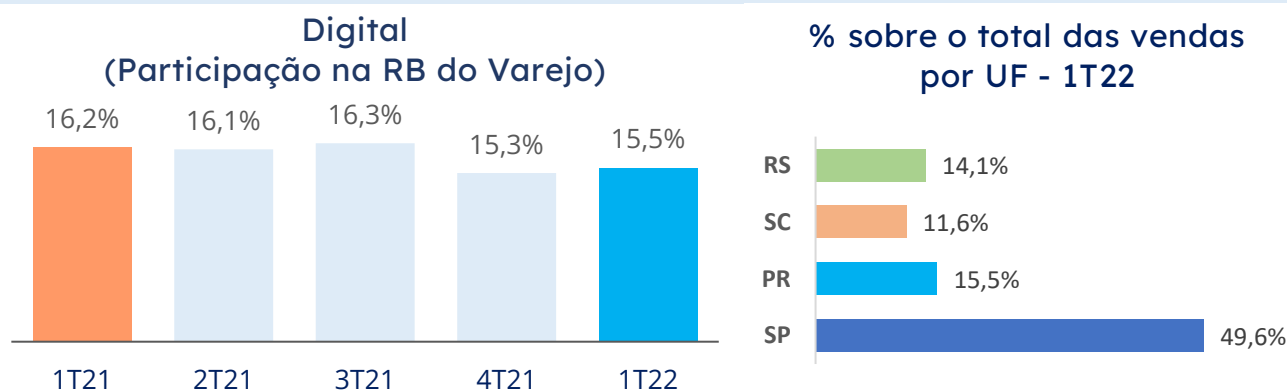
Abrangência da entrega em até 1h: Todas as cidades nas quais estamos presentes

Estrutura de Entrega 1T22: 126 lojas híbridas + 9 Mini CDs (*dark stores*)

Participação do Digital nas Vendas do Varejo 1T22: 15,5% (crescimento de 14,5% sobre o 1T21)

Número de Entregas 1T22: 544 mil (média de 181,3 mil entregas por mês)

Nível de Serviços: 97% das entregas dentro do prazo (1T22)



Em linha com nossa estratégia para cada uma das localidades que estamos presentes, vimos mais um trimestre de equilíbrio da participação do Digital entre os Estados da Região Sul. Com relação ao município de São Paulo, a Panvel segue sua estratégia para a região, que tem por objetivo fornecer a melhor experiência online.

Ao longo do primeiro trimestre inserimos novas funcionalidades e realizamos melhorias em nossas plataformas digitais (App e Site), como por exemplo:

- Cesta OMNI: com a implementação da cesta *OMNI*, ao colocar itens no “carrinho” no App ou Site e não concluir a compra, esta informação aparecerá em todos os canais (loja, site, App e Alô Panvel), possibilitando que o cliente monte o carrinho em um canal de compra e quando acessar qualquer outro possa concluir tal compra.
- Split de pedidos no App: assim como já acontece no site, agora quando a filial mais próxima do endereço que o cliente quer receber seu pedido não tiver estoque de todos os itens da sua cesta, no App Panvel o cliente terá a possibilidade de receber seu pedido dividido em 2 entregas: parte

dos itens na entrega rápida e a outra parte (que não tem estoque na loja) na entrega programada. Esta funcionalidade é mais uma iniciativa contemplada no PIP (Prateleira Infinita Panvel), que proporciona uma escalabilidade praticamente infinita de estoque.

## Tecnologia e Inovação

### Panvellabs

A construção do nosso ecossistema de inovação, que tem como ponto focal o cliente no centro e o fomento à cultura da inovação, teve seu início com a fundação do Programa de Conexão com Startups, iniciativa de inovação aberta para conectar e cocriar soluções que ajudem a resolver problemas e acelerar o negócio. Atualmente temos aproximadamente 20 startups conectadas ao nosso negócio, passando por áreas de saúde e bem-estar, de logística, de RH, de *pricing*, de TI, de CRM e de Tributos, entre outras.

Em 2021 iniciamos, juntamente com a consultoria *Innoscience*, o nosso Programa de Aceleração de Startups. Com isto, estamos construindo a nossa aceleradora de startups corporativa com o objetivo de ajudar jovens empresas a acelerar seus modelos de negócios a partir de mentorias especializadas, experimentos e acesso ao mercado, com potencial de investimentos financeiros. Este passo foi construído a partir da definição estratégica de três pilares ou teses: saúde e bem-estar, experiência do consumidor e inteligência operacional. Entre 1.600 empresas, 244 foram escolhidas na primeira fase — 101 na área de saúde e bem-estar, 56 no pilar de experiência do cliente e 87 de inteligência operacional. Depois de avaliadas por especialistas, 30 delas foram convidadas a participar do *Pitch Day*, entre os dias 16 e 18 de fevereiro, para apresentar suas propostas. A avaliação da banca de especialistas recomendou 7 startups para seguirem em nosso programa de aceleração, que continuará até o mês de setembro de 2022.

Na proposta de valor do nosso ecossistema de inovação, constitui-se também um Comitê de Inovação, com o foco de deliberar caminhos conforme as tendências de mercado do nosso segmento. Além disso, considerando que um dos grandes objetivos deste ecossistema é fomentar a cultura da inovação dentro de todos os níveis hierárquicos do Grupo Panvel, trouxemos um programa interno para os colaboradores chamado de Programa de Intraempreendedorismo, onde todos os colaboradores poderão cocriar ideias e soluções inovadoras para as áreas de negócios da empresa, também pautados pelos três pilares estratégicos de saúde e bem-estar, experiência do cliente e inteligência operacional. Este programa visa capacitar os colaboradores com metodologias de inovação como *design thinking*, *design sprint*, *lean startup* para que possam emular como nasce uma startup, da ideia inicial ao desenvolvimento do MVP, produto mínimo viável.

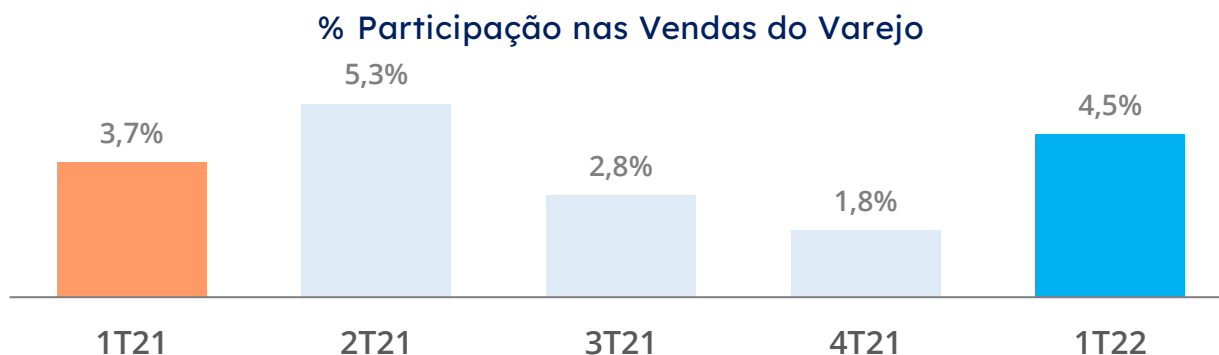


# Panvel Clinic e ecossistema de saúde

O ecossistema de saúde da Panvel tem se consolidado ao longo dos últimos anos com a inclusão de novos produtos e serviços, além da manutenção de um elevado *share* na Região Sul. Cada vez mais, os clientes identificam as lojas da Panvel como um local para tratar e solucionar os mais diversos assuntos relacionados à saúde.

## Destques Panvel Clinic

<b>Panvel Clinic</b> 317 lojas (+153,6% vs 1T21)	<b>Salas de Vacinação</b> 81 (+44,6% vs 1T21)	<b>Vacinas aplicadas:</b> +19 mil (1T22) (+11,6% vs 1T21)
<b>Filiais realizando somente Testes Rápidos Covid-19</b> 281 filiais (1T22)	<b>Testes Rápidos realizados</b> +380 mil (1T22) (+89,0% vs 1T21)	<b>Outros serviços</b> +29 mil outros serviços prestados no 1T22



Com estrutura robusta e expertise na prestação de serviços, aliadas à qualidade de atendimento, nos mantemos líderes em serviços, com um market share de 39,9% na Região Sul no 1T22.

Iniciamos o ano de 2022 com uma forte participação do pilar de serviços, impulsionado pela aceleração do serviço de testagem rápida de Covid-19 que atingiu mais de 380 mil testes realizados no trimestre, com forte concentração em Jan/22. Dessa forma, fechamos o primeiro trimestre com 38,2% *market share* de testagem na Região Sul do país. Nos próximos trimestres deveremos ver a demanda por testagem de Covid retrair, movimento que deve ser parcialmente compensado no curto prazo por outros serviços, principalmente vacinação.

Com a consolidação de novos hábitos de saúde (principalmente preventivos) por parte dos consumidores, serviços como vacinação acabam tendo uma forte adesão e representatividade dentro do Ecossistema de

Saúde. A Panvel novamente foi líder de vacinação na Região Sul com 59,6% de *market share* no 1T22, conforme dados do IQVIA, sendo que apenas no mês de Abril/22 aplicamos mais de 49 mil vacinas.

O Panvel Saúde Empresarial segue sendo um importante diferencial da Panvel. Representando um terço da venda da Panvel, essa estrutura, que engloba as demandas de Medicamentos Especiais, Convênios, Gestão de Pacientes e Licitações, oferece um programa de benefícios aos colaboradores das empresas conveniadas e a gestão/acompanhamento dos beneficiários, fornecimento de medicamentos especiais e todos os produtos necessários para Operadoras de Planos de Saúde, Autogestões e Medicinas de Grupo. No 1T22, a venda de medicamentos especiais teve um crescimento de 63,0% em relação ao primeiro trimestre de 2021, o que reflete o empenho e a força das nossas parcerias que seguem critérios de qualidade nos produtos e nos serviços de saúde oferecidos no modelo B2B2C.

Quando se fala em atenção primária em saúde, o Panvel Saúde Empresarial não poderia ficar de fora, tendo fechado inúmeras parcerias para aplicação de vacinas e para testagem de Covid nos colaboradores das nossas empresas parceiras.

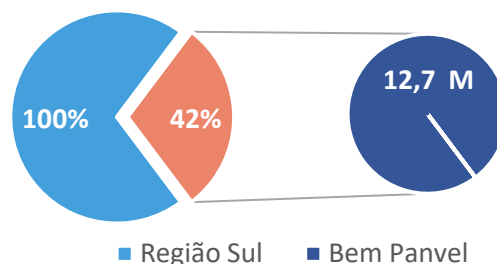
Os números obtidos demonstram claramente que a Panvel tem se tornado cada vez mais uma referência em serviços na Região Sul, e entendemos que, assim como o Digital, este pilar permanecerá com um patamar relevante nas vendas do varejo, o qual não deve retornar aos níveis pré-pandemia.

## CRM

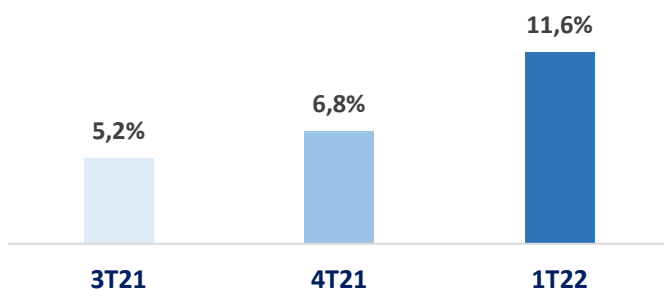
O Programa Bem Panvel conta com uma base unificada quase 13 milhões de clientes, com crescimento exponencial nos últimos anos.

Atualmente nossa base de clientes representa 42% da população da Região Sul do país (dados do IBGE), conforme gráfico ao lado. Com a estratégia de segmentação e *personas*, impulsionamos nossas ações de marketing direto, gerando um importante resultado de venda em todos os canais.

Bem Panvel - População Região Sul



Lembrete de Caixa\*  
(% part. Vendas de Medicamentos de UC)



Sul, conforme dados do IQVIA. Por outro lado, vimos ações como o lembrete de caixa atingir 3,4% de

Além disso, com base no alto nível de conhecimento que temos de nossa base de clientes, conseguimos atuar fortemente com ações de CRM direcionadas principalmente aos pacientes de uso *Crônico e Contínuo*, movimento esse que vem ganhando cada vez mais tração. O resultado dessas ações passa a ser claramente percebido em números. Por um lado, através do forte crescimento de *market share* da Panvel no mercado de crônicos, que cresceu 1,0 p.p no 1T22 (11,1% vs 10,1% no 1T21) dentro da Região

**Nossas ações de CRM geraram 7% das vendas do trimestre, reforçando nossa estratégia de relacionamento com nossos clientes.**

\*Ação de CRM que ocorre no PDV da Loja para lembrar o consumidor do fim de seu medicamento de uso crônico/contínuo

participação na Venda do Varejo no primeiro trimestre, e 11,6% na venda de medicamentos de uso contínuo.

## Qualidade no atendimento

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



80

NPS - Panvel



80

NPS - Loja



77

NPS - App



84

NPS - Site



81

NPS - Alô Panvel



4,7

App



4,5

Play



8,4

Reclame Aqui

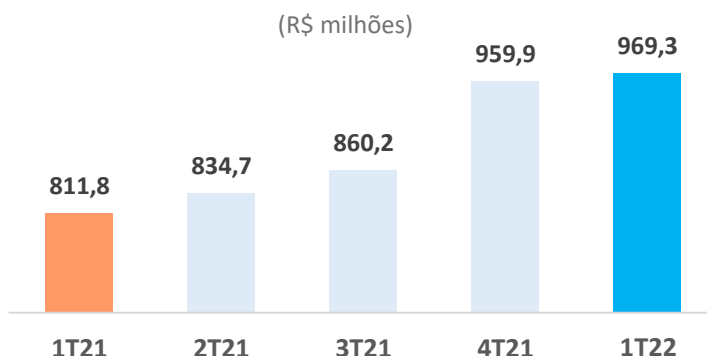


O NPS da Panvel subiu 4 pontos em relação ao mesmo período do ano anterior, alcançando 80 pontos no 1T22. A Panvel é única rede do varejo farma brasileiro que alia alta penetração dos canais digitais à entrega de produtos mais rápida do Brasil e uma qualidade invejável, quantificada por um NPS que se mantém em patamares elevados. Essa plataforma única permitirá ainda mais crescimento no futuro.

## Receita bruta

A receita bruta consolidada (que contempla as vendas do varejo, do atacado e de outras unidades de negócio da Companhia) no 1T22 foi de R\$ 969,3 milhões, o que representa um aumento de 19,4% em relação ao 1T21.

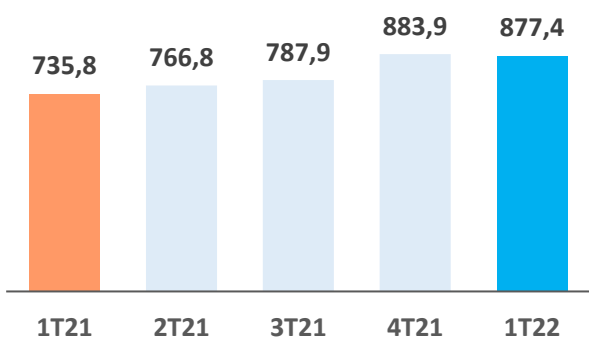
### Receita Bruta Consolidada



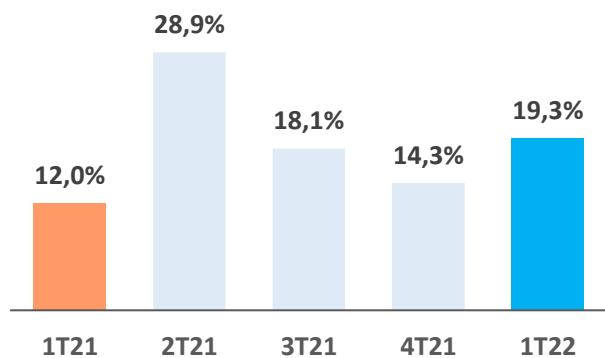
## Varejo

### Receita Bruta - Varejo

(R\$ milhões)



### Crescimento de Vendas

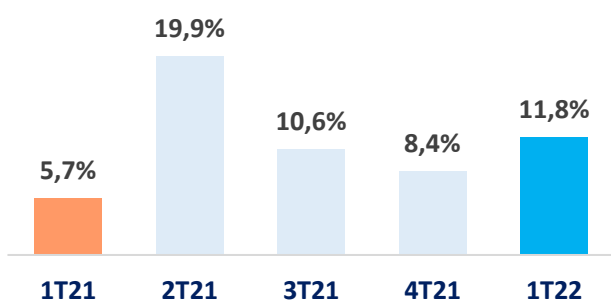


A receita bruta do varejo foi de R\$ 877,4 milhões no 1T22, um crescimento de 19,3% sobre o mesmo período do ano passado. Esse forte desempenho, acima da média do setor, é explicado pelo incremento do fluxo de clientes em nossas lojas físicas e virtuais, bem como pelo sucesso de pilares importantes como nosso ecossistema de saúde. As lojas novas também contribuíram de forma relevante para este resultado, com boas taxas de maturação.

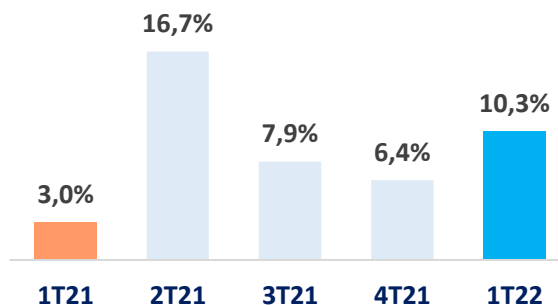
A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 11,8% no 1T22 em comparação ao 1T21. Trata-se de uma taxa muito robusta, considerando que o crescimento se dá sob uma forte base de comparação.

O desempenho das Lojas Maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) também foi relevante e teve ótimo desempenho, com um crescimento de 10,3% em relação ao 1T21.

### Crescimento Mesmas Lojas

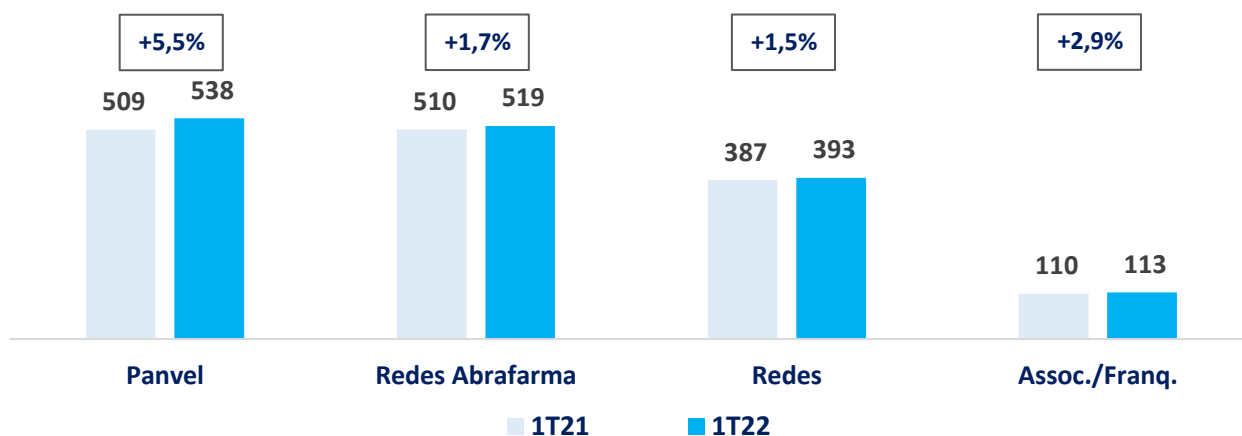


### Crescimento Lojas Maduras



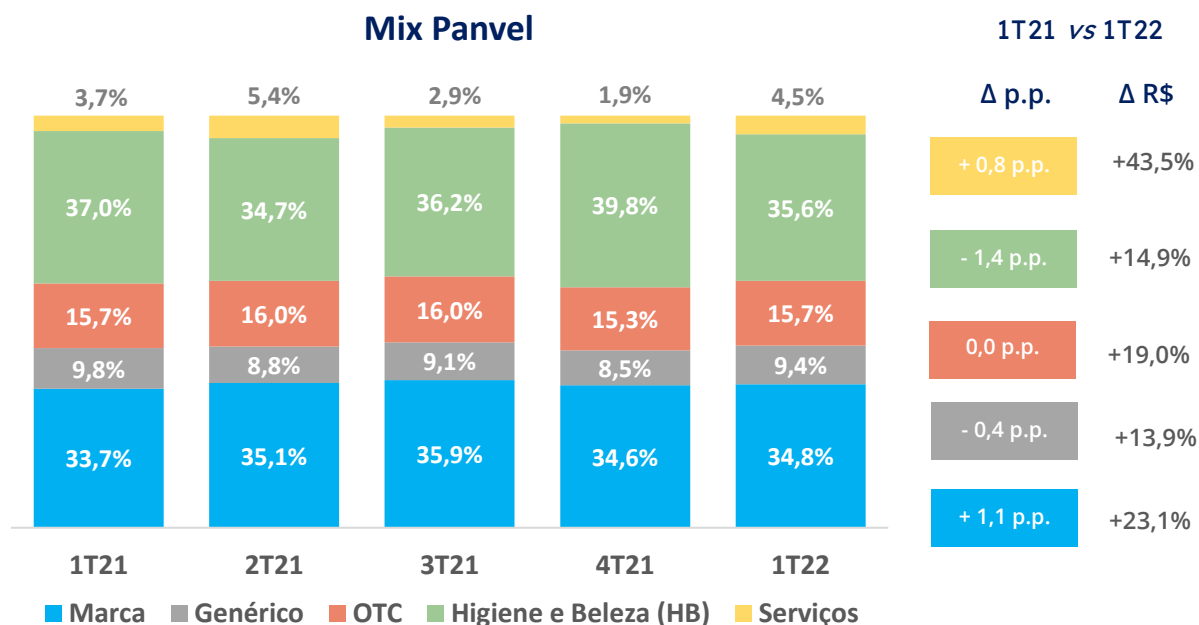
Ao longo do 1T22 apresentamos uma venda média de R\$ 555 mil/loja, 7,9% acima do mesmo período do ano passado, e 8,5% acima da média de 2021. Destacamos que esse crescimento da venda média acontece mesmo com a abertura recorde de 68 lojas nos últimos doze meses, que naturalmente pressionam esta média para baixo. Ao analisar os dados de venda média na Região Sul do IQVIA, onde a Panvel apresenta uma evolução de venda média superior às Redes e aos Associativistas e Independentes, fica caracterizada a qualidade do nosso projeto de expansão e da nossa produtividade.

### Evolução Venda Média por Loja - Região Sul (R\$ CPP milhares)



R\$ CPP: *Consumer Product Purchase* é a unidade de medida utilizada pelo IQVIA.

# Mix de vendas do varejo

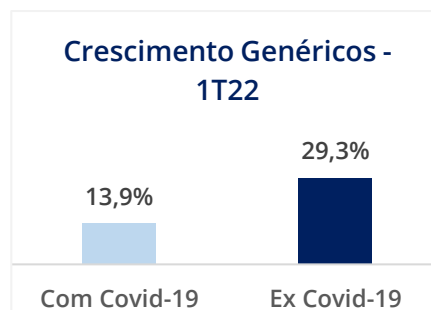


A partir deste trimestre traremos a participação dos Serviços de forma destacada na composição do nosso Mix de Venda. Considerando a participação relevantes deste pilar estratégico, entendemos que este formato torna mais transparente o acesso à essa informação.

Os medicamentos em geral tiveram boa performance em nosso mix, com crescimentos de 20,5% (vs 1T21). O crescimento da participação de medicamentos, em especial nos últimos trimestres, tem relação direta com importantes projetos que estão sendo conduzidos pela Companhia, como o acompanhamento da jornada de clientes que possuem doenças Crônicas, ações de CRM que auxiliam o acompanhamento de tratamentos e o incremento de parcerias com operadoras de saúde e venda de Medicamentos Especiais, através do Panvel Saúde Empresarial.

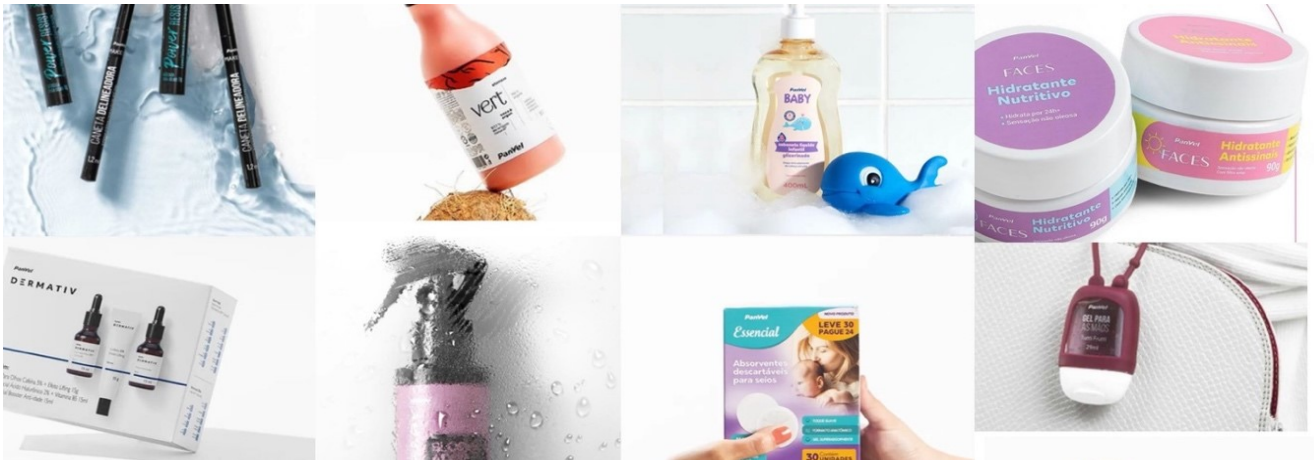
A categoria de OTC se destacou, apresentando crescimento de 19,0% em relação ao 1T21. Dentro desta categoria o destaque foi dos grupos de Gripes e Resfriados (+33,6%), Dor e Febre (+23,8%), Nutrição Especializada (+37,9%), Diabetes (+28,5%), Ferimentos e Contusões (+26,0%) e Gastrointestinais (+25,1%).

A categoria de Genéricos apresentou um crescimento de 13,9% no trimestre, ainda impactada pela forte base de comparação de produtos relacionados à cesta Covid. Assim, se considerássemos a participação de genéricos sem itens relacionados à Covid-19, o crescimento seria 29,3% e a participação seria 0,6 p.p. maior em relação ao 1T21.



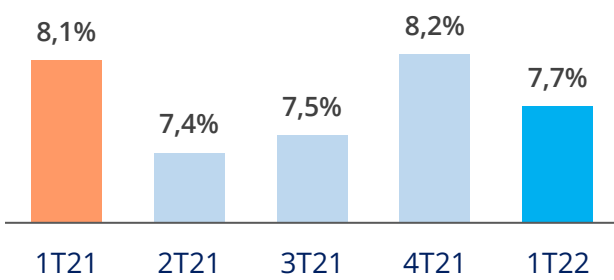
Já a categoria Higiene e Beleza (HB) apresentou um crescimento de 14,9% em relação ao 1T21. Destaque para a performance dos Produtos Panvel, além de categorias como Produtos para o Corpo (+37,7%), Tratamento Facial (+18,4%), Cabelos (+19,2%), Alimento (+30,2%) e Maquiagem (+41,3%).

# Produtos Panvel

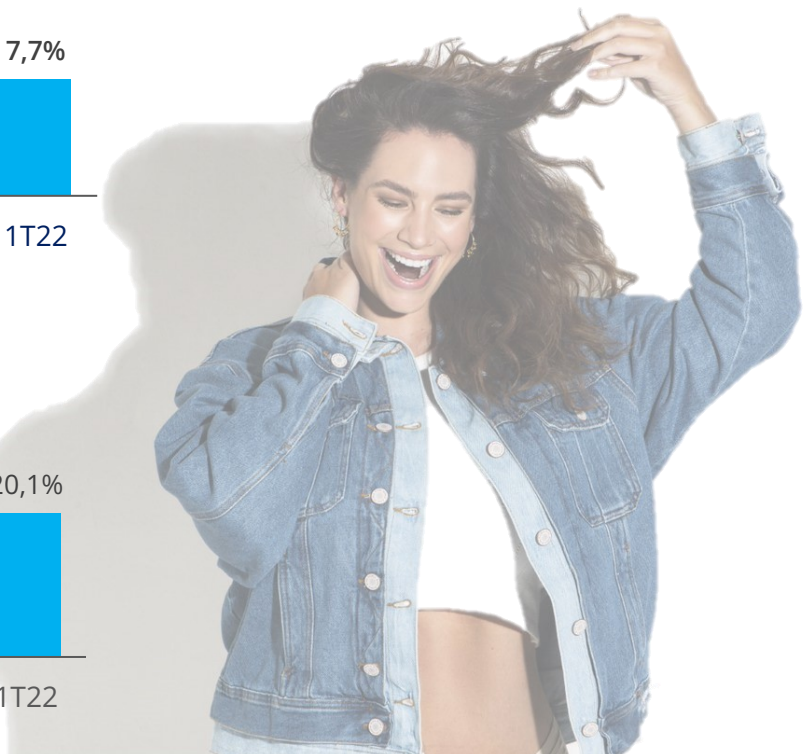
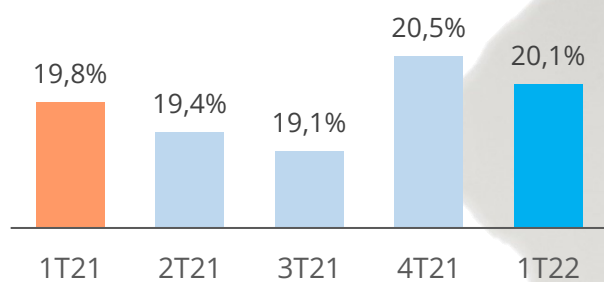


A venda de Produtos Panvel cresceu 14,6% em relação ao 1T21, com a participação no total de vendas no Varejo alcançando 7,7% e alcançando 20,1% sobre as vendas de Higiene e Beleza. Esses patamares mantêm a Panvel como *benchmark* do varejo farma quando o assunto são produtos *Private Label*. A redução observada na participação geral em relação ao 1T21 está relacionada com efeitos sazonais, em especial com a queda na venda de itens da cesta Covid, como máscaras da marca Panvel. Entendemos que, passados estes efeitos na base de comparação, a participação geral de Produtos Panvel voltará a crescer, seja pelos seus lançamentos, seja pela retomada do crescimento de importantes categorias, como maquiagem.

% Participação na Rede



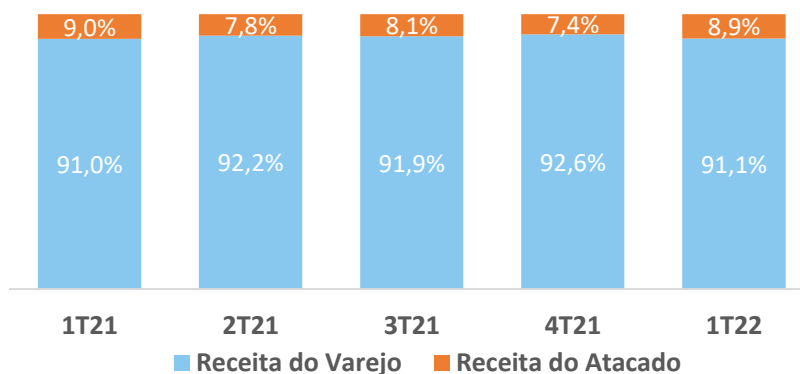
% Participação em HB



## Atacado

No 1T22, o Atacado representou 8,9% das vendas totais da Companhia. Conforme já observado no 4T21, após a finalização da transição do Centro de Distribuição de Passo Fundo/RS para São José dos Pinhais/PR, vimos os resultados do Atacado retornarem aos patamares esperados, com bom crescimento de vendas e de rentabilidade.

Participação do Atacado nos Negócios



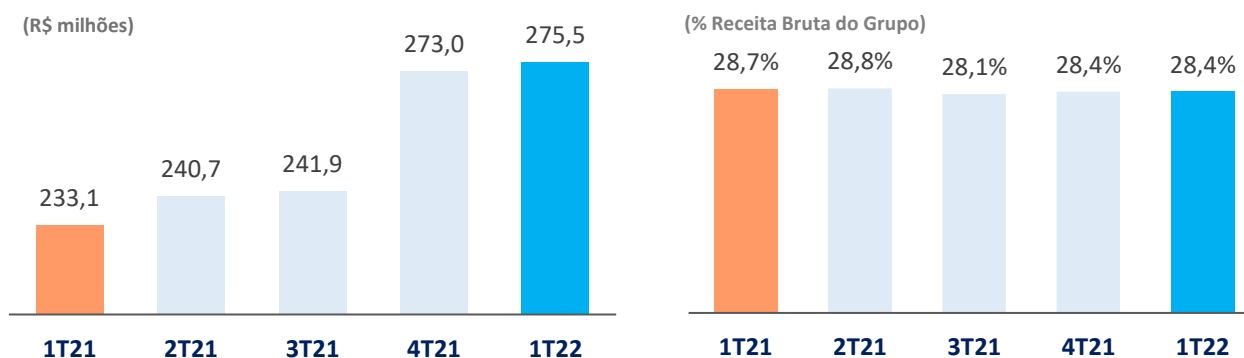
## Margem bruta

A Companhia entregou uma Margem Bruta Consolidada (incluindo operações de varejo, atacado e outras unidades de negócio) de R\$ 275,5 milhões no 1T22, o que representa 28,4% da receita bruta do período, uma pressão de 0,3 p.p. na comparação com o 1T21, reflexo principalmente de efeitos sofridos no mix do Varejo.

A Margem Bruta do Varejo foi de R\$ 261,5 milhões, o que equivale a 29,8% da Receita Bruta no 1T22, com uma pressão de 0,6 p.p. em relação ao 1T21. Essa redução é explicada, por um lado, pelo crescimento da participação de medicamentos no mix, principalmente medicamentos especiais (alto ticket, mas margem percentual inferior), e também pela queda observada na participação de produtos relacionados à cesta Covid-19, como máscaras. Esse efeito no mix de produtos começa a ser mitigado no início do 2T22 através do crescimento acelerado de categorias importantes, principalmente de genéricos.

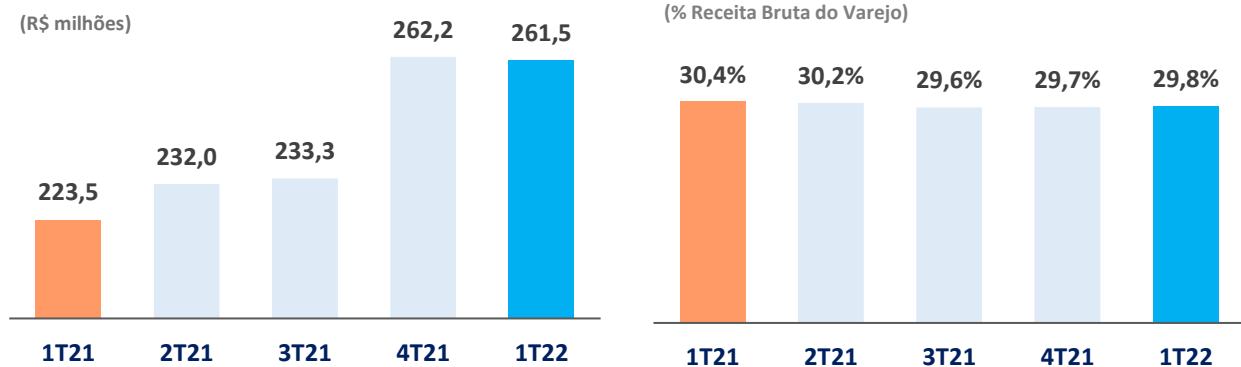
Já a Margem Bruta do Atacado atingiu 11,8% da receita bruta desta unidade de negócios no 1T22, um forte crescimento de 3,5 p.p. em relação ao 1T21. Essa evolução de margem tem relação direta com a venda de um mix de produtos mais saudável, como genéricos. Esperamos que este efeito favorável no mix permaneça nos próximos trimestres.

MARGEM BRUTA - GRUPO

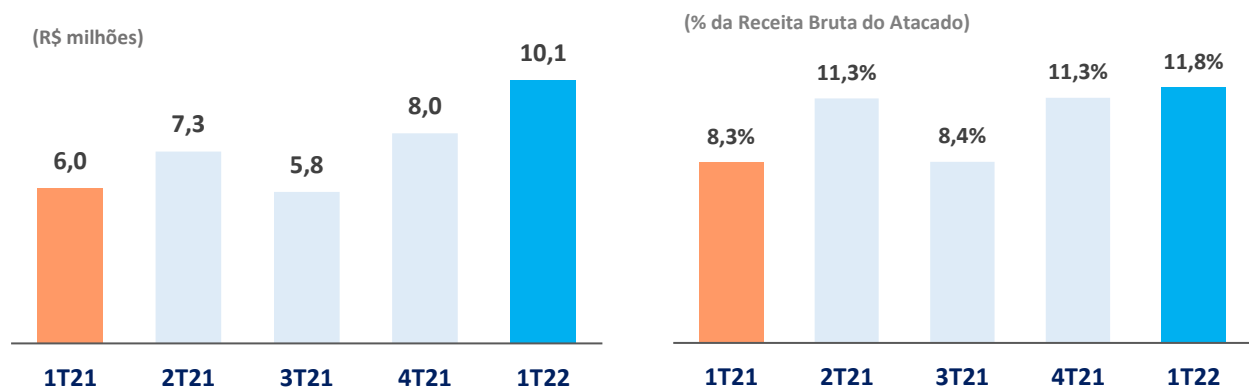




### MARGEM BRUTA - VAREJO

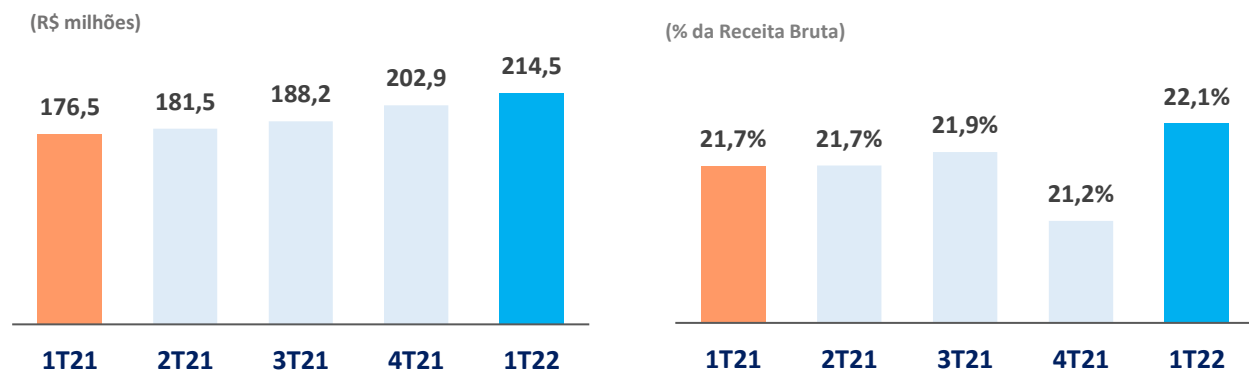


### MARGEM BRUTA - ATACADO



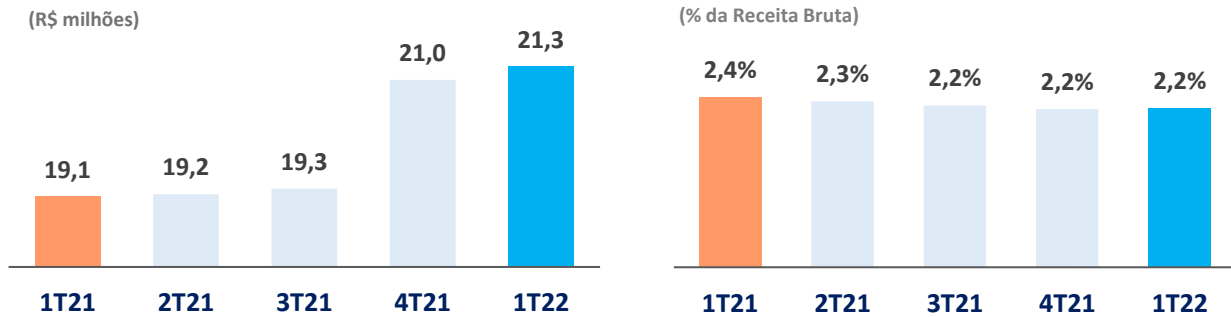
## Despesas com vendas

O total de Despesas com Vendas no 1T22 somou R\$ 214,5 milhões, o que representou 22,1% da Receita Bruta, um acréscimo de 0,4 p.p. em relação ao 1T21. As despesas com vendas neste patamar têm relação direta com a aceleração da expansão de lojas, além dos efeitos inflacionários que impactaram contas como Pessoal e Aluguéis. Além disso, no trimestre tivemos impacto negativo com perdas de estoque (mercadorias vencidas) em especial de itens cuja demanda estava relacionada à pandemia.



# Despesas gerais e administrativas

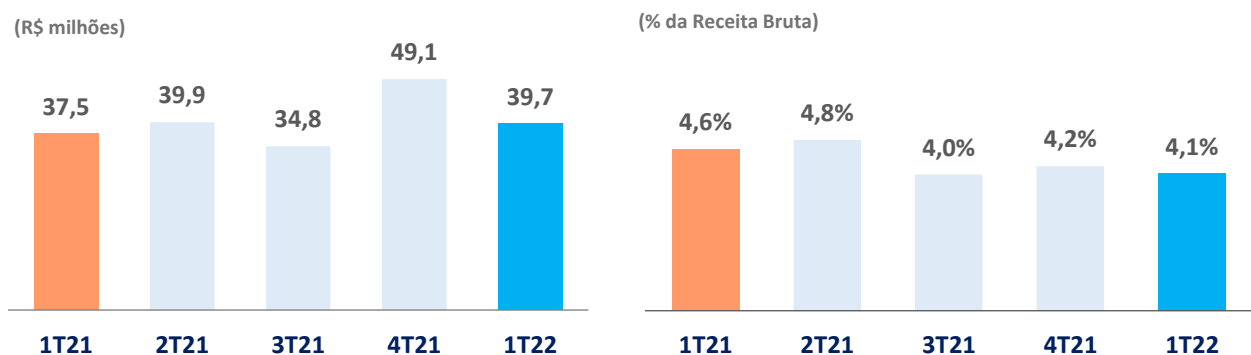
As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 21,3 milhões no 1T22, representando 2,2% da Receita Bruta e uma redução de 0,2 p.p. sobre o mesmo período no ano anterior. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia com o controle de despesas e com a busca constante por mais eficiência operacional, mesmo em um cenário de pressão inflacionária.



# EBITDA

No 1T22, atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 39,7 milhões, 5,8% superior ao mesmo período de 2021, e com uma margem equivalente a 4,1% da Receita Bruta, pressão de 0,5 p.p. no período. Essa pressão de margem, conforme explicado anteriormente, está relacionada com impactos inflacionários nas despesas com vendas (parcialmente compensados pelas despesas gerais e administrativas), além do efeito esperado da aceleração da expansão.

## EBITDA AJUSTADO



Reconciliação EBITDA	1T21	1T22	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	21,3	24,4	14,6%
(+) Imposto de Renda	6,6	(4,0)	(160,3%)
(+) Resultado Financeiro	(6,5)	1,9	(128,8%)
EBIT	21,40	22,3	4,2%
(+) Depreciação e amortização	10,2	13,6	33,0%
EBITDA	31,6	35,9	13,5%
Participações/Distribuições de Lucro/ILP	0,0	2,6	-
Baixas de Ativos	0,3	0,3	-
Outros Ajustes	5,6	0,9	-
EBITDA Ajustado	37,5	39,7	5,8%
Margem EBITDA Ajustada	4,6%	4,1%	-0,5 pp

## EBITDA Varejo

EBITDA do varejo representa a geração de resultado das lojas e é calculado a partir da fórmula descrita ao lado.

O EBITDA do varejo no 1T22 foi de R\$ 81,4 milhões, equivalente a 9,3% da Receita Bruta, com uma pressão de 1,2 p.p. na comparação anual. Essa redução é resultado direto da aceleração da expansão física (68 aberturas nos últimos 12 meses), com um maior número de lojas em período de maturação, além do impacto inflacionário em linhas como salários e aluguéis. Além disso, observamos uma redução de 0,6 pp na Margem Bruta do Varejo neste período de comparação, conforme comentado anteriormente.

### Receita Bruta Varejo

(-) CMV/Impostos/

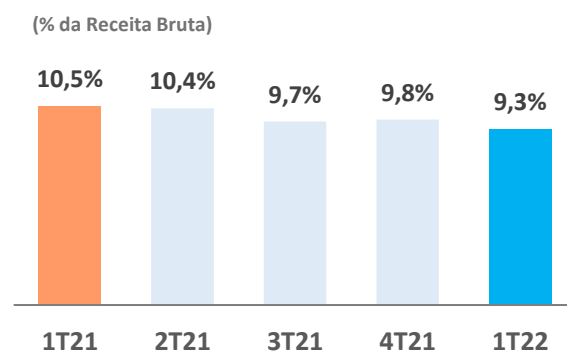
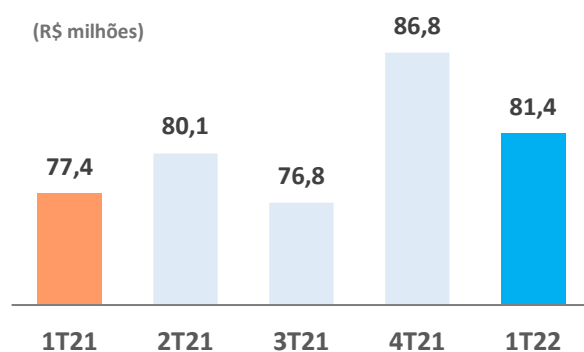
Descontos/Devoluções

= Margem Bruta Varejo

(-) Despesas com vendas de lojas

(+) Depreciação de lojas

= EBITDA Varejo



# Depreciação, resultado financeiro líquido e IR/CSLL

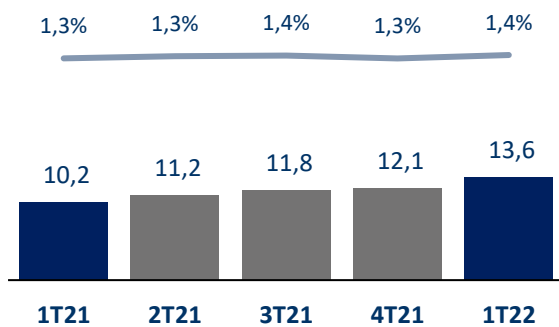
A depreciação apresentou um crescimento de 0,1 p.p. no 1T22, justificado pelo aumento no ritmo de investimento na expansão de lojas, logística e tecnologia.

As despesas financeiras líquidas tiveram uma evolução de 1 pp na comparação trimestral, saindo de uma receita líquida de R\$ 6,5 milhões para uma despesa líquida de R\$ 1,9 milhões. Esse movimento é decorrência direta da posição líquida de Caixa de cada trimestre.

No Imposto de renda, reconhecemos no período o efeito de um crédito tributário decorrente de ação transitada em julgado, com efeito líquido de R\$ 6,2 milhões no 1T22.

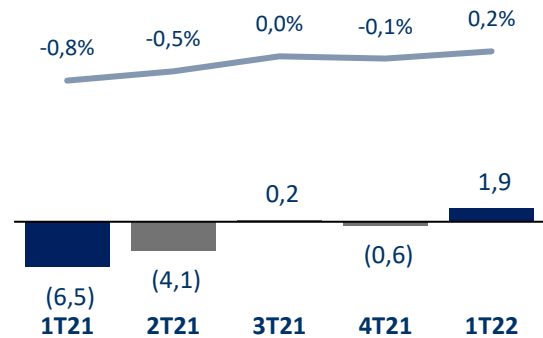
## Depreciação

(R\$ milhões, % Receita Bruta)



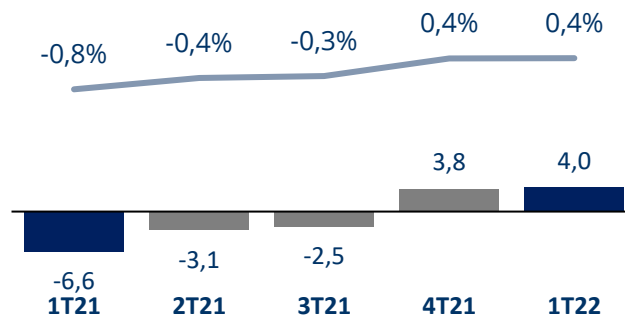
## Resultado Financeiro Líquido

(R\$ milhões, % Receita Bruta)



## IR/CSLL

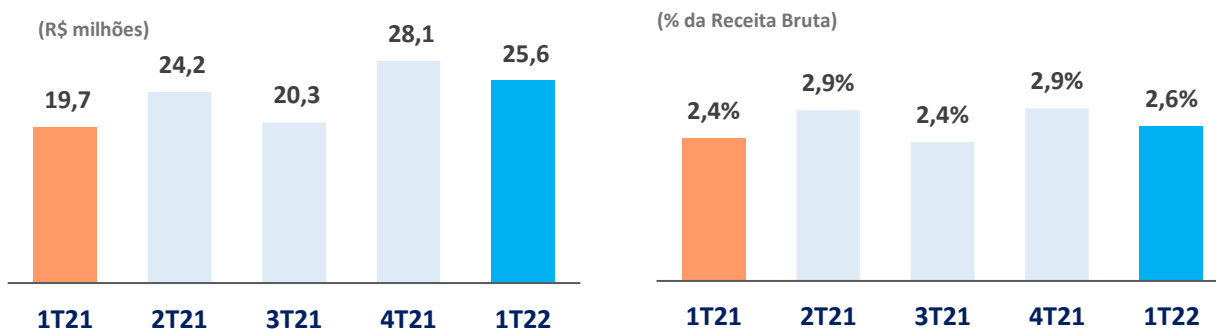
(R\$ milhões, % Receita Bruta)



# Lucro Líquido

O lucro líquido ajustado no 1T22 foi de R\$ 25,6 milhões, representando uma margem líquida de 2,6%, e um crescimento robusto de 30,1% em relação ao 1T21. Esse número, dentro de um trimestre com desafios inflacionários importantes, reforça a capacidade do Grupo Panvel de entregar resultados consistentes trimestre após trimestre.

## LUCRO LÍQUIDO

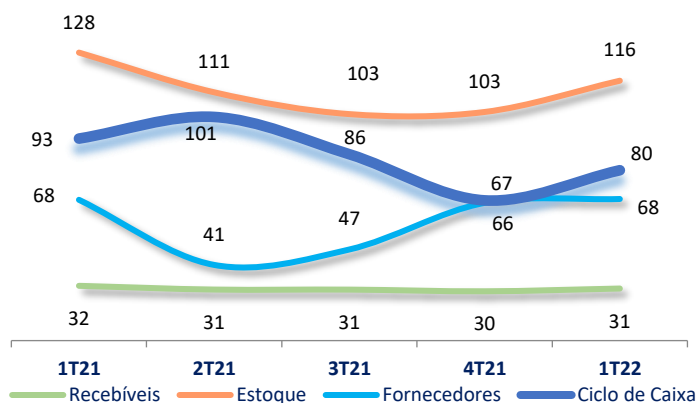


Na tabela abaixo realizamos a reconciliação do Lucro Líquido e dos ajustes não recorrentes no período.

Reconciliação Lucro Líquido	1T21	1T22	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	21,3	24,4	14,6%
Baixas de Ativos	0,3	0,3	-
Outros Ajustes	(1,9)	0,9	-
Lucro Líquido Ajustado	19,7	25,6	30,1%
Margem Líquida Ajustada	2,4%	2,6%	0,2 pp

# Ciclo de caixa

A Companhia reduziu seu ciclo de caixa em 13 dias na comparação com o 1T21, reforçando nosso compromisso com o contínuo aumento da eficiência de nossa operação. Os dias de estoque tiveram forte redução em relação ao 1T21, e sua evolução respeita a sazonalidade do período, relacionada aos fortes investimentos na compra de medicamentos (pré alta de preços). O prazo de fornecedores se manteve estável em relação ao 1T21.



## Fluxo de caixa

A Companhia apresentou um fluxo de caixa livre negativo de R\$ 111,2 milhões no 1T22, melhora em relação ao mesmo período de 2021. Esse resultado foi possível, principalmente, devido à redução do ciclo de caixa conforme demonstrado anteriormente.

Fluxo de caixa	1T22	1T21	Var.
Lucro líquido do período	24.409	21.345	14,4%
IRPJ/CSLL	(3.980)	6.613	-160,2%
Resultado Financeiro	1.870	(6.539)	-128,6%
EBIT	22.299	21.419	4,1%
Depreciações e Amortizações	13.565	10.226	32,7%
Outros Ajustes	-	5.833	-
EBITDA	35.864	37.478	-4,3%
Outros	(2.165)	(8.416)	-74,3%
Recursos das Operações	33.699	29.062	16,0%
Ciclo de Caixa	(92.857)	(152.123)	-39,0%
Demais variações nos ativos e passivos	281	27.294	-99,0%
Fluxo de caixa Operacional	(58.877)	(95.767)	-38,5%
Investimentos	(52.273)	(27.844)	87,7%
Fluxo de Caixa Livre	(111.150)	(123.611)	-10,1%
Juros sobre o Capital Próprio	(5.809)	(6.010)	-3,3%
Ações em tesouraria	(582)	(12.689)	-95,4%
Fluxo de Caixa Total	(117.541)	(142.310)	-17,4%

## Endividamento

O nível de endividamento bruto da Companhia no fechamento do 1T22 foi de R\$ 139,6 milhões e, depois de descontadas as disponibilidades em Caixa (R\$ 95,9 milhões), a Dívida Líquida encerrou o período em R\$ 43,7 milhões. Consideramos que a estrutura de capital permanece sólida, com baixa alavancagem, e oferece suporte para a continuidade do plano de expansão da Companhia.

Dívida Líquida	1T21	2T21	3T21	4T21	1T22
Dívida de Curto Prazo	55,8	55,2	57,3	56,0	59,5
Dívida de Longo Prazo	134,4	107,6	107,3	80,4	80,1
Dívida Bruta	190,3	162,8	164,6	136,4	139,6
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	293,9	172,2	205,5	209,7	95,9
Dívida Líquida / Caixa Líquido	(103,7)	(9,3)	(41,0)	(73,2)	43,7
Dívida Líquida / EBITDA	n/a	n/a	n/a	n/a	0,3x

## Investimentos

Em linha com o planejamento da Companhia e com o movimento que já vem acontecendo nos últimos 2 anos, foi realizado um investimento total de R\$ 52,3 milhões no período, crescimento de 87,7% em relação ao 1T21. Continuamos em um forte ciclo de investimentos, com foco em abertura de lojas e em logística, e entendemos que os impactos de curto prazo da maior quantidade de lojas em maturação são um passo necessário para a construção de nossa visão de futuro para a Companhia.

R\$ milhares	-	1T21	1T22	Δ
Abertura Lj.		10.392.331	16.976.501	63,4%
Reforma Lj.		2.299.656	2.411.045	4,8%
TI		5.103.685	7.148.329	40,1%
Logística e Outros		10.048.328	25.737.125	156,1%
Total		27.844.000	52.273.000	87,7%

## Responsabilidade corporativa, social e ambiental (ESG)

No início do 2º semestre de 2021, como já divulgado amplamente, foi lançada a plataforma [Todos Bem](#) com 4 pilares que norteiam todas as nossas ações de responsabilidade ambiental, social e corporativa: Nossa Gente, Nossa Casa, Nossos Clientes e Nossos Parceiros.

Ao longo do 1T22 caminhamos de forma bem estruturada para alcançar as metas de 2022 dentro dos nossos pilares:

- Nossa CASA – Destacamos que iniciamos nosso primeiro Inventário dos Gases do Efeito Estufa, onde será possível entender nossas emissões e implantar ações/programas para zerar, reduzir e/ou compensar as emissões geradas. Além disso, ao final do 1T22, já tínhamos 45% das nossas lojas de rua abertas no ano anterior abastecidas com energia renovável, bem como 50% de nossa sede; além disso, 88% de nossas lojas já utilizam iluminação LED e nossa meta é que esse indicador seja de 100% ao final de 2022.

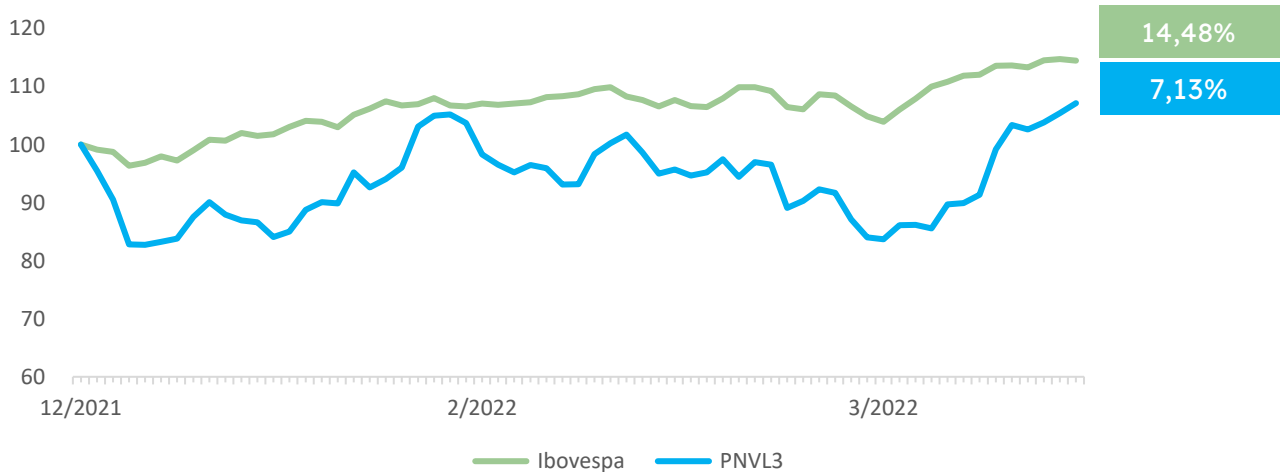
Ampliamos nosso programa de logística reversa de medicamentos vencidos, com 250 novos coletores distribuídos, onde também será possível coletar pilhas e baterias.

- Nossos CLIENTES – já consideramos como verba em publicidade campanhas que estimulem a saúde e a sustentabilidade; em 100% das campanhas da marca Panvel é considerado a diversidade de pessoas em sua pluralidade, refletindo a diversidade da sociedade.
- Nossa GENTE – reestruturamos o programa Troco Amigo, que já arrecadou quase R\$ 15 milhões desde sua criação, e distribuimos parte da arrecadação passada em projetos voltados à saúde da comunidade; criamos os Grupos de Afinidade (raciais/étnicos, LGBTQIA+, PCD, equidade de gênero, geracional) que irão definir políticas e iniciativas que tornem o grupo ainda mais diverso e inclusivo.

# Mercado de capitais

No primeiro trimestre, a ação da Companhia se destacou entre os *peers* do setor farma, apresentando uma valorização de 7,13% no período. Na comparação com o Ibovespa, a ação ficou 7,35 pontos percentuais abaixo do índice, que valorizou 14,48%.

Atualmente a Companhia integra os seguintes índices da B3: IBRA (Índice Brasil Amplo), ICON (Índice de Consumo), IGCT (Índice de Governança Corporativa Trade), IGCX (Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada), IGNM (Índice de Governança Corporativa – Novo Mercado), ITAG (Índice de Ações com Tag Along Diferenciado) e SMLL (Índice Small Cap).





## 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 aqui 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.

Demonstração do Resultado	1T22		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhões)			
<b>Receita Bruta</b>	<b>969.771</b>	-	<b>969.771</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>275.474</b>	-	<b>275.474</b>
% RB	28,4%	0,0%	28,4%
Despesas com Vendas	(214.727)	<b>35.767</b>	(178.960)
Despesas Administrativas	(21.262)	-	(21.262)
<b>Total das Despesas</b>	<b>(235.989)</b>	<b>35.767</b>	<b>(200.222)</b>
% RB	24,3%	-3,7%	20,6%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>39.485</b>	<b>35.767</b>	<b>75.252</b>
% RB	4,1%	3,7%	7,8%
Depreciação e amortização	(13.565)	(32.224)	(45.789)
Part. Adm/PLR	(2.584)	-	(2.584)
Outros ajustes	(1.037)	-	(1.037)
Resultado Financeiro	(1.870)	(9.302)	(11.172)
IRPJ/CSLL	3.980	1.958	5.938
<b>Lucro Líquido</b>	<b>24.409</b>	<b>(3.801)</b>	<b>20.608</b>
% RB	2,5%	-0,4%	2,1%

Balço Patrimonial	1T22		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhões)			
<b>Ativo</b>	<b>1.889.631</b>	<b>559.204</b>	<b>2.448.835</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.402.596</b>	<b>585</b>	<b>1.403.181</b>
Clientes	338.557	585	339.142
<b>Ativo não Circulante</b>	<b>487.036</b>	<b>558.618</b>	<b>1.045.654</b>
Ativo Diferido	24.400	13.266	37.666
Imobilizado	385.123	545.352	930.475
<b>Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>1.890.800</b>	<b>558.033</b>	<b>2.448.833</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>694.477</b>	<b>140.974</b>	<b>835.451</b>
Arrendamentos Mercantil	1.452	140.974	142.426
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>97.023</b>	<b>442.812</b>	<b>539.835</b>
Arrendamentos Mercantil	785	442.812	443.597
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>1.099.300</b>	<b>(25.753)</b>	<b>1.073.547</b>
Lucros Acumulados	52.939	(25.753)	27.186

# Balanço

ATIVO	Norma Antiga (IAS 17)		
	1T21	1T22	Var. %
(em milhares)			
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.436.131</b>	<b>1.436.198</b>	<b>0,0%</b>
Caixa e equivalentes de caixa	43.071	51.203	18,9%
Aplicações Financeiras	250.877	44.730	-82,2%
Clientes	292.119	338.557	15,9%
Estoque	759.184	853.647	12,4%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	4.443	29.640	567,1%
Tributos a recuperar	28.744	30.856	7,3%
Outras contas a receber	57.693	87.565	51,8%
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>382.177</b>	<b>488.208</b>	<b>27,7%</b>
Tributos diferidos	22.722	25.571	12,5%
Impostos a recuperar	6.370	8.173	28,3%
Depósitos judiciais	6.372	3.952	-38,0%
Créditos com partes relacionadas	3.030	2.530	-16,5%
Outros ativos	414	214	-48,3%
Investimentos	284	4	-98,6%
Imobilizado	294.403	385.123	30,8%
Intangível	48.582	62.641	28,9%
<b>Ativo Total</b>	<b>1.818.308</b>	<b>1.924.405</b>	<b>5,8%</b>

Norma Antiga (IAS 17)			
PASSIVO	1T21	1T22	Var. %
(em milhares)			
<b>Passivo Circulante</b>	<b>632.868</b>	<b>728.081</b>	<b>15,0%</b>
Fornecedores	412.075	503.177	22,1%
Empréstimos e financiamentos	54.377	58.071	6,8%
Arrendamento - IFRS 16	1.453	1.452	0,0%
Salários e encargos sociais	45.709	55.325	21,0%
Participações a pagar	4.153	4.439	6,9%
Impostos, taxas e contribuições	57.414	21.469	-62,6%
Dividendos e juros s/capital próprio	1.367	(108)	-107,9%
Outras contas a pagar	51.593	82.133	59,2%
Outras Provisões	4.727	2.123	-55,1%
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>155.215</b>	<b>103.602</b>	<b>-33,3%</b>
Empréstimos e financiamentos	132.143	79.286	-40,0%
Arrendamento - IFRS 16	2.295	785	-65,8%
Outras Obrigações	-	6.579	100,0%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	20.777	16.952	-18,4%
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>1.030.225</b>	<b>1.092.721</b>	<b>6,1%</b>
Capital social	912.000	918.000	0,7%
Transações de capital com os sócios	(14.448)	(14.448)	0,0%
Reserva de Capital	(29.045)	(33.243)	14,5%
Reserva de lucros	127.376	176.052	38,2%
Lucros Acumulados	34.342	46.361	35,0%
<b>Passivo Total e Patrimônio líquido</b>	<b>1.818.308</b>	<b>1.924.405</b>	<b>5,8%</b>

# Demonstração de resultados

DRE	Norma Antiga (IAS 17)		
	1T21	1T22	Var. %
(em milhares)			
<b>Receita bruta</b>	<b>811.830</b>	<b>969.771</b>	<b>19,5%</b>
Impostos e devoluções	(59.492)	(68.221)	14,7%
<b>Receita líquida</b>	<b>752.338</b>	<b>901.550</b>	<b>19,8%</b>
Custo das mercadorias vendidas	(519.264)	(626.076)	20,6%
<b>Lucro bruto</b>	<b>233.074</b>	<b>275.474</b>	<b>18,2%</b>
<b>Despesas</b>	<b>(211.655)</b>	<b>(253.175)</b>	<b>19,6%</b>
Com vendas	(200.002)	(235.004)	17,5%
Gerais e administrativas	(23.270)	(23.874)	2,6%
Outras receitas operacionais	11.617	5.703	-50,9%
<b>Resultado financeiro</b>	<b>6.539</b>	<b>(1.870)</b>	<b>-128,6%</b>
Despesas financeiras	(2.761)	(6.231)	125,7%
Receitas financeiras	9.300	4.361	-53,1%
<b>Lucro antes do IR e contribuição social e das participações</b>	<b>27.958</b>	<b>20.429</b>	<b>-26,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(6.613)	3.980	-160,2%
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>21.345</b>	<b>24.409</b>	<b>14,4%</b>

## 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.

# grupo panvel

**Baixe o app**



Call de Resultados  
 12 de maio de 2022 – quinta-feira  
 11:00 (Horário de Brasília) / 10:00 (EDT)  
 O call será realizado em português com  
 tradução simultânea para inglês.

[Link Webcast](#)