

grupo panvel

Divulgação de  
Resultados 2T22

---

Eldorado do Sul, RS, 10 de agosto 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 2º trimestre de 2022 (2T22). 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 2T22 usam como base o 2T21, 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	José Eduardo Szuster	Ismael Rohrig	Pedro Bernardes	Pedro Gazzana
Diretor Financeiro e de RI	Gerente Executivo de RI	Especialista de RI	Estagiário de RI	Estagiário de RI

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

# Resultados 2T22

Receita Bruta do Grupo R\$ 1.058M (+26,7%)	Receita Bruta do Varejo R\$ 965M (+25,9%)
EBITDA Ajustado R\$ 56M (+40,7%) Margem de 5,3%	Expansão +17 novas lojas
Lucro Líquido Ajustado R\$ 28M (+15,8%) Margem de 2,6%	Digital (% nas vendas do Varejo) 15,7% (+24,1% vs 2T21)

Descrição	2T21	3T21	4T21	1T22	2T22	1S21	1S22
Nº de Lojas	494	500	517	527	538	494	538
Nº de funcionários	7.771	7.805	8.646	8.550	9.026	7.771	9.026
<b>Em reais mil</b>							
Receita Bruta TT	834.720	860.213	959.918	969.334	1.057.661	1.646.550	2.026.995
Margem Bruta TT	240.674	241.875	272.976	275.474	315.342	473.748	590.816
% da Receita Bruta	28,8%	28,1%	28,4%	28,4%	29,8%	28,8%	28,7%
Receita Bruta Varejo	766.846	787.863	883.890	877.411	965.395	1.502.606	1.842.806
Margem Bruta Varejo	231.967	233.319	262.214	261.504	300.664	455.461	562.168
% da Receita Bruta Varejo	30,2%	29,6%	29,7%	29,8%	31,1%	30,3%	30,5%
EBITDA Ajustado TT	39.913	34.833	49.041	39.664	56.098	77.343	95.763
% da Receita Bruta	4,8%	4,0%	5,1%	4,1%	5,3%	4,7%	4,7%
Lucro Líquido Ajustado TT	24.169	20.333	28.126	25.625	27.986	44.883	53.611
% da Receita Bruta	2,9%	2,4%	2,9%	2,6%	2,6%	2,7%	2,6%

# Mensagem da administração

Chegamos na metade de 2022 com um desempenho muito forte em nossas vendas e em nosso resultado, dentro de um contexto econômico desafiador, com pressões inflacionárias e na renda média da população brasileira.

A boa execução do planejamento estratégico definido nos exercícios anteriores permitiu a entrega de mais um trimestre de sucesso, reforçando a consistência que é marca registrada do Grupo Panvel. Os investimentos em pessoas, em lojas, no nível dos nossos estoques e em tecnologia mais uma vez fizeram a diferença. A qualidade da nossa operação física e digital e o alto nível de serviço de nossos estoques permitiram que o cliente encontrasse o que necessitava, trazendo para dentro de nossas lojas uma grande quantidade de novos clientes e aumentando a recorrência de clientes que já estavam na nossa base. O resultado aparece claramente nos números, com a Panvel crescendo suas vendas em 25,9% no período e com mais um trimestre consecutivo de ganhos de market share em todos os Estados de atuação. Outro destaque importante é que este desempenho antecipa números que estavam previstos para acontecer em exercícios posteriores, como por exemplo o rompimento da barreira de R\$ 600 mil/mês (junho) de venda média por loja.

A expansão da nossa rede física de lojas manteve um ritmo forte e saudável. Abrimos 17 lojas no segundo trimestre, 32 lojas no primeiro semestre do ano, número recorde de aberturas para um semestre e 65 nos últimos doze meses. Além de estarmos totalmente alinhados com nosso planejamento, estamos contentes com os resultados que as novas safras vêm trazendo. Mesmo com a pressão inflacionária verificada nos custos de obra, o *ramp up* mais acelerado do que o previsto na venda destas lojas está mantendo os retornos em patamares elevados.

Todo esse crescimento de venda no segundo trimestre, como não poderia deixar de ser, foi acompanhado pela alta penetração dos canais digitais (15,7% de *share*) e de serviços (2,9% de *share*) no Varejo. Além disso, mesmo com a pressão natural causada pelo crescimento acelerado do fluxo de clientes nas lojas físicas e virtuais, mantivemos nosso NPS no patamar elevado de 80 pontos. Todos estes indicadores mantém a Panvel como benchmark no varejo farma brasileiro e destacam o foco na qualidade que está por trás de tudo o que fazemos.

## Resultado forte, com crescimento de vendas, aceleração da expansão e ganhos de margem.

Ao longo deste trimestre, é importante destacar também que o crescimento da venda foi acompanhado pela expansão das margens. O bom investimento em estoques antes do reajuste anual de preço dos medicamentos, aliado a uma gestão de mix de produtos e a uma política comercial eficientes, permitiram que o Varejo da Panvel atingisse uma Margem Bruta de 31,1% no trimestre (crescimento de 0,9 pp em relação ao ano anterior). Esse desempenho na Margem Bruta, aliado ao desempenho nas vendas, compensou os efeitos inflacionários em nossas despesas com vendas, em especial as despesas de Pessoal e de Aluguel, restando a pressão natural nas despesas do forte ritmo de expansão. Dessa forma, entregamos uma Margem EBITDA ajustada de 5,3% no trimestre, com um crescimento expressivo de 40,7% em relação ao ano anterior.

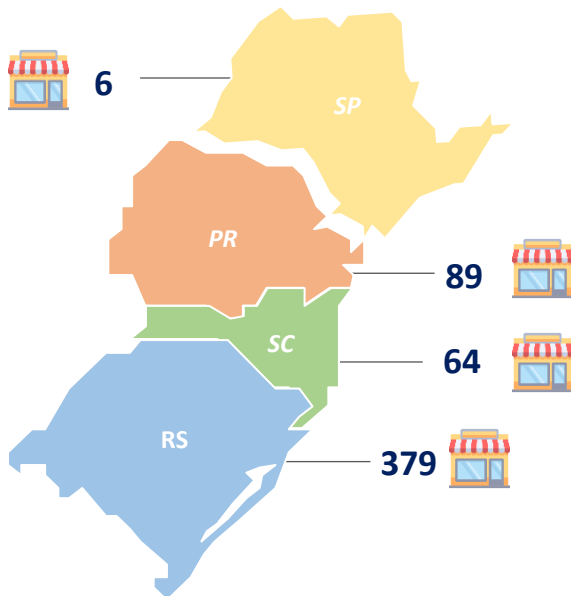
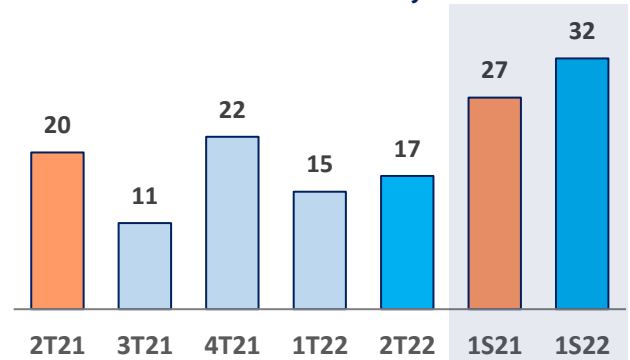
Todas essas importantes entregas reforçam nossa confiança e otimismo para o segundo semestre de 2022. Vamos continuar investindo e inovando em nosso negócio e a colher os frutos de projetos e investimentos passados. Temos plena consciência de que para alcançar nossos objetivos de longo prazo ainda teremos muito trabalho e muita dedicação de nossos times, mas seguimos entregando de forma consistente todos os compromissos firmados em nosso *follow on*. E, por fim, vale ressaltar que tudo isso só foi possível e continuará a ser construído através das nossas pessoas. Com isso gostaria de agradecer todos os *stakeholders* que fazem parte do nosso Grupo e que contribuem para que cada trimestre seja de superação.

# Portfólio de lojas

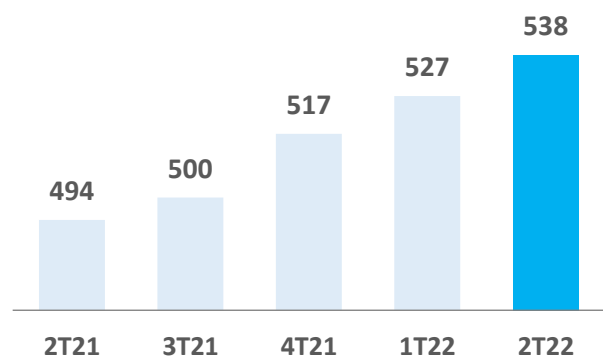
A Companhia inaugurou 17 lojas no 2T22, alcançando o total de 538 lojas em operação. Dentre elas, 12 unidades foram abertas no RS, 4 no PR e 1 em SC, sendo a maioria fora das Capitais. Foram 65 lojas abertas nos últimos 12 meses, sendo 32 lojas abertas apenas no primeiro semestre desse ano, mais um recorde histórico da Panvel. Para o ano de 2022, nosso plano segue em linha com a estratégia de adensamento na Região Sul, principalmente fora das Capitais, além do incremento da capacidade de atendimento dos canais digitais.

No período, a Companhia realizou a transferência de 3 filiais (maduras) para pontos com maior potencial de venda. Outras 3 filiais (maduras) foram encerradas porque não atendiam mais ao perfil, potencial de venda e rentabilidade determinados pelos padrões de operação da Companhia, considerando indicadores como localização, vagas de estacionamento e metragem.

Abertura de Lojas



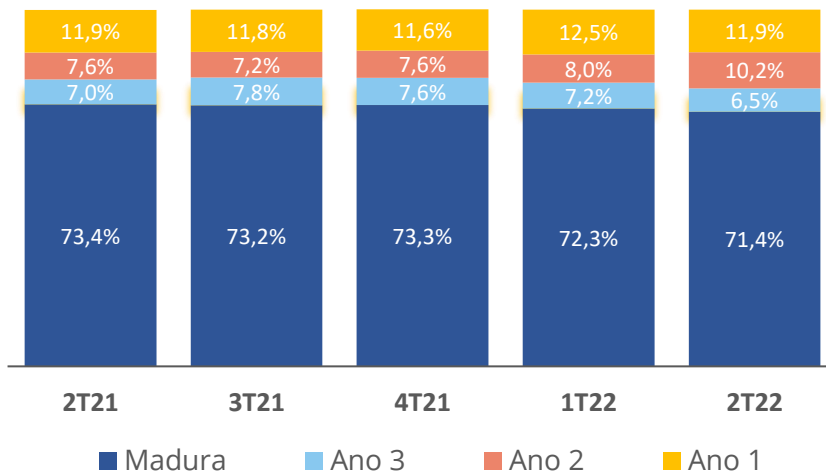
Número de Lojas



Lojas	2T21	3T21	4T21	1T22	2T22
Abertas	20	11	22	15	17
Transf./Encer.	(3)	(5)	(5)	(5)	(6)

Ao final do período, a Companhia contava com 71,4% de lojas maduras e 28,6% em processo de maturação.

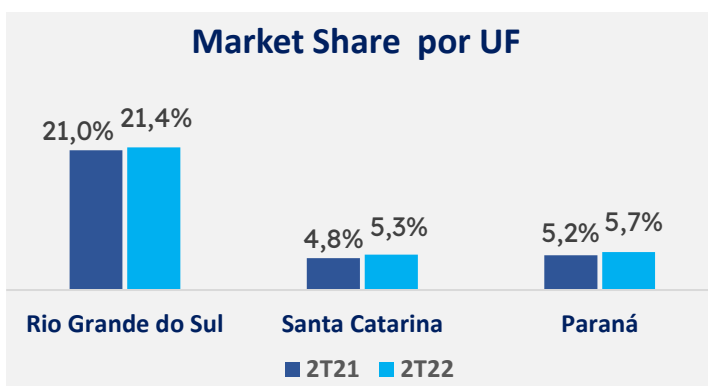
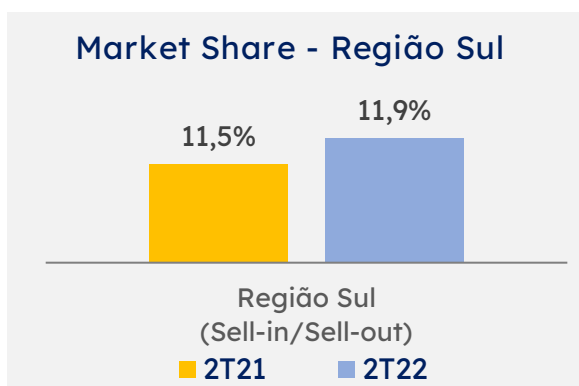
### Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade



## Market share

No segundo trimestre de 2022, mais uma vez a Panvel se destacou, com a participação na Região Sul atingindo 11,9%, evolução de 0,4 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior. Vale destacar que o crescimento de participação ocorreu em todos os Estados, mostrando mais uma vez a consistência de nossa operação convertida em participação de mercado. Os ganhos de *market share* se deram tanto pelo forte crescimento da base madura de lojas quanto pela qualidade de execução da nossa expansão. Continuamos a enxergar muitas oportunidades, em especial no interior dos três estados que compõe a Região Sul.

Outro destaque importante do trimestre é o ganho de *share* em todas as categorias de medicamentos, em linha com a estratégia traçada que 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, alcançando 15,7% no 2T22, participação muito acima da média do mercado, com um crescimento de 24,1% vs 2T21**

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 24,1% no 2T22, 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

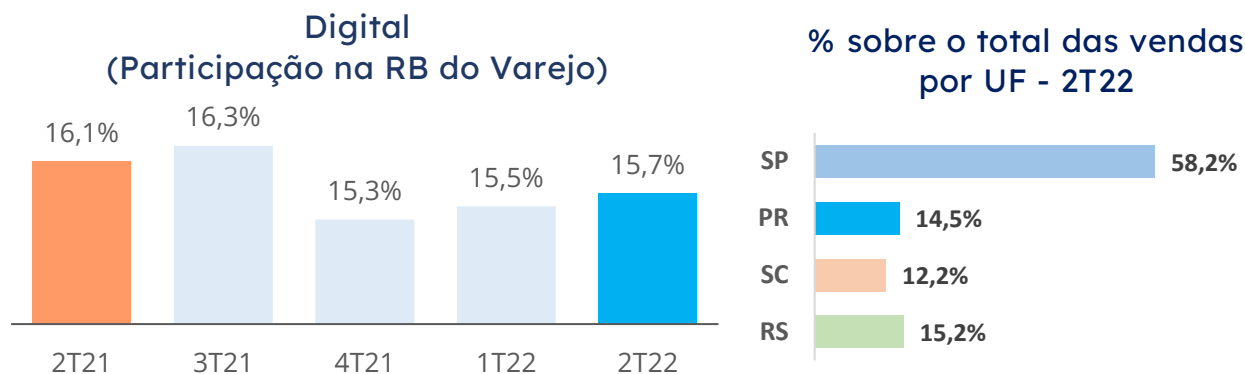
Abrangência da entrega em até 1h: Todas as cidades nas quais estamos presentes

Estrutura de Entrega 2T22: 130 lojas híbridas + 9 Mini CDs (*dark stores*)

Participação do Digital nas Vendas do Varejo 2T22: 15,7% (crescimento de 24,1% sobre o 2T21)

Número de Entregas 2T22: 608 mil (crescimento de 2,1% vs 2T21, e média de 202 mil entregas por mês)

Nível de Serviços: 97% das entregas dentro do prazo (2T22)



Em linha com nossa estratégia para cada uma das localidades nas quais 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, com a entrega mais rápida do varejo farma do Brasil sem renunciar à rentabilidade, tendo uma operação de entrega de última milha rentável e com margens saudáveis.

No 2T22, além das melhorias constantes que visam trazer a melhor experiência ao nosso cliente dos canais digitais, evoluímos no desenvolvimento do projeto do *marketplace*, que conforme planejado iniciou a sua operação no mês de Julho/22. Estamos oficialmente iniciando uma nova jornada com o objetivo de complementar a cesta de compras dos nossos clientes com novos *SKU's* que se relacionem com os pilares de saúde e bem-estar.

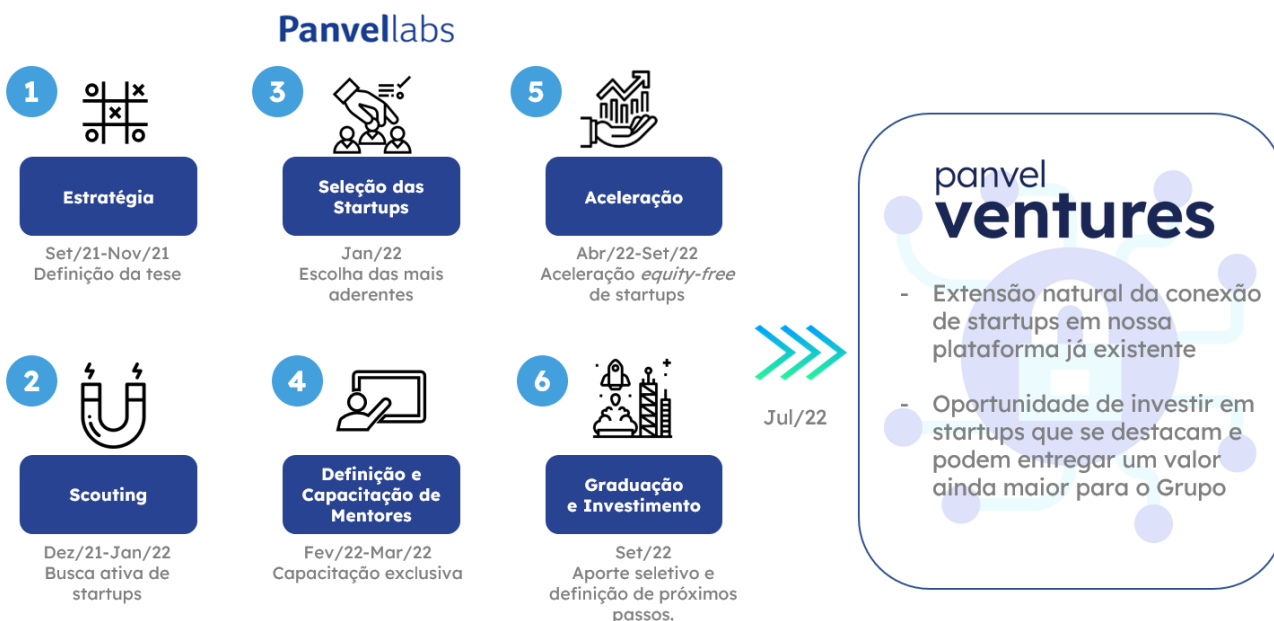
# Tecnologia e Inovação

Tecnologia e Inovação sempre fizeram parte do crescimento e da construção do negócio no Grupo Panvel. Nesse trimestre podemos perceber mais uma vez o diferencial de nossa plataforma tecnológica, o *Omnipharma*, pois mesmo com uma aceleração das vendas físicas, conseguimos manter a tração nas vendas online. Isso só reforça nosso compromisso de se ter uma operação realmente *omnichannel*, e que é destaque em todo o varejo farma, onde o cliente consegue ter uma experiência e um nível de serviço muito bom independente do canal que esteja utilizando.

Vale lembrar que a inovação não ocorre apenas internamente, mas também através da conexão com inúmeras *startups*. Isso começou com a criação do *Panvellabs*, que já está a caminho do 4º ano de vida. Hoje já temos mais de 20 *startups* conectadas ao nosso negócio. Além disso, em 2021, iniciamos o nosso Programa de Aceleração de *Startups*, com foco em empresas alinhadas com três pilares: soluções para saúde e bem-estar, para experiência do consumidor e para inteligência operacional. Começamos com 1.600 empresas, foram escolhidas 30 para o *pitch day* que ocorreu em fevereiro desse ano, e por fim 6 foram escolhidas para seguirem no programa.

## Panvellabs

Após o sucesso desse programa, o Grupo Panvel entendeu que era o momento de dar mais um passo no ecossistema de inovação e lançamos o Panvel Ventures, nossa estrutura de *Corporate Venture Capital* (CVC) com o objetivo de realizar investimentos em startups alinhadas com o nosso negócio principal e que permitam acelerar nossa estratégia de inovação.





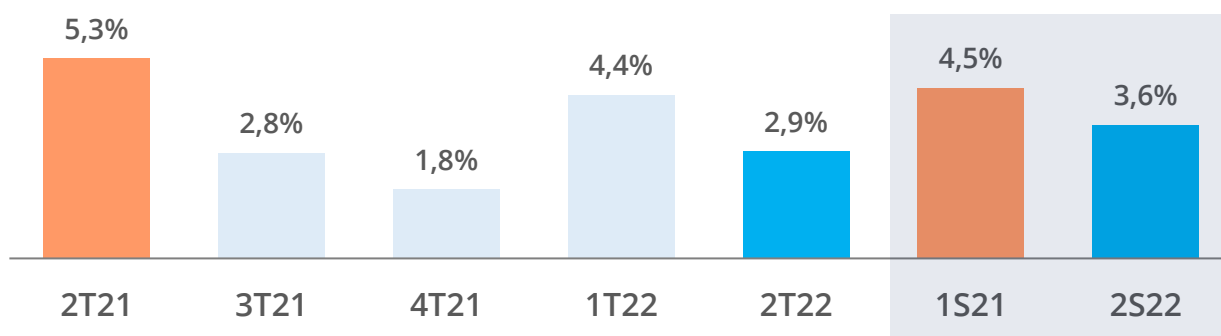
# Ecosistema de saúde

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 *market 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, e neste trimestre não foi diferente.

## Panvel Clinic

<b>Panvel Clinic</b> 328 lojas (+42 salas vs 2T21)	<b>Salas de Vacinação</b> 85 (+21 salas vs 2T21)	<b>Vacinas aplicadas:</b> 100 mil (2T22)
<b>Filiais realizando somente Testes Rápidos Covid-19</b> 279 filiais (2T22)	<b>Testes Rápidos realizados</b> 213 mil (2T22)	<b>Outros serviços</b> +47 mil outros serviços prestados no 2T22

% Participação nas Vendas do Varejo



Com estrutura robusta e *expertise* na prestação de serviços, aliadas à qualidade de atendimento, mantemos a liderança em serviços, com um *market share* de 28,2% na Região Sul no 2T22.

Ao longo do 2T22 o pilar de serviços manteve uma forte penetração nas vendas do Varejo, atingindo 2,9% de participação. A redução da participação em relação aos trimestres anteriores era esperada, na medida em que a demanda por testagem rápida de Covid-19 diminuiu. Vale ressaltar que mesmo assim foram 213 mil testes rápidos realizados no segundo trimestre. Dessa forma, fechamos o trimestre com 32,0% de *market share* de testagem na Região Sul do país. Nos próximos trimestres continuaremos a ver a demanda por testagem de Covid retrain, movimento que deverá ser parcialmente compensado no médio prazo por outros serviços, principalmente vacinação e TLRs.

Passamos a integrar ao nosso portfólio de serviços os exames RT-PCR *express* (exames de Covid realizados por PCR), cujo resultado sai em 1h (tempo médio em laboratório é de 1 a 2 dias). Além disso, exames do

tipo TLR (Exames Rápidos) apresentaram um crescimento de 132% em relação ao 1T22, reforçando nossa crença de conveniência e agilidade em todos os nossos pilares.

## Panvel Saúde Empresarial

O Panvel Saúde Empresarial oferece um programa de benefícios aos colaboradores das empresas conveniadas. Para Operadoras de Planos de Saúde, Autogestões e Medicinas de Grupo oferecendo a gestão e o acompanhamento dos seus beneficiários, o fornecimento de medicamentos especiais e todos os produtos necessários para a melhoria da qualidade de vida desta população, neste contexto, apresentou apenas em Medicamentos Especiais um crescimento de 60,1% no 2T22 (em relação ao mesmo período do ano de 2021). Esse avanço 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. É mérito também de uma equipe de visitantes que leva à classe médica todas as inovações que estamos desenvolvendo para o mercado.

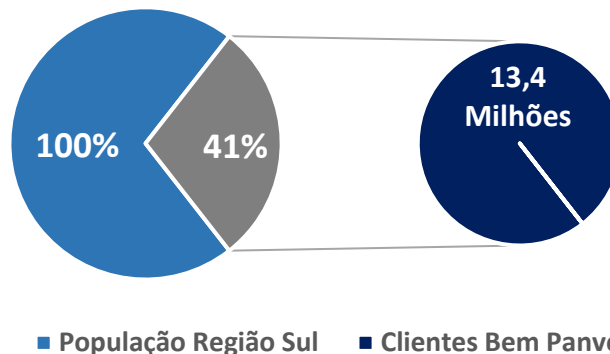
Ao longo de 2022, tivemos muitas conquistas em novos mercados, fechando parcerias com grande potencial, e reforçamos nossa atuação com novos parceiros no Rio Grande do Sul. Atualmente o Panvel Saúde Empresarial representa 42,7% das vendas totais da Panvel, apresentando crescimento consistente no *share* de vendas da Companhia.

Os dados de *market share*, aliados ao crescimento do Panvel Saúde Empresarial, 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

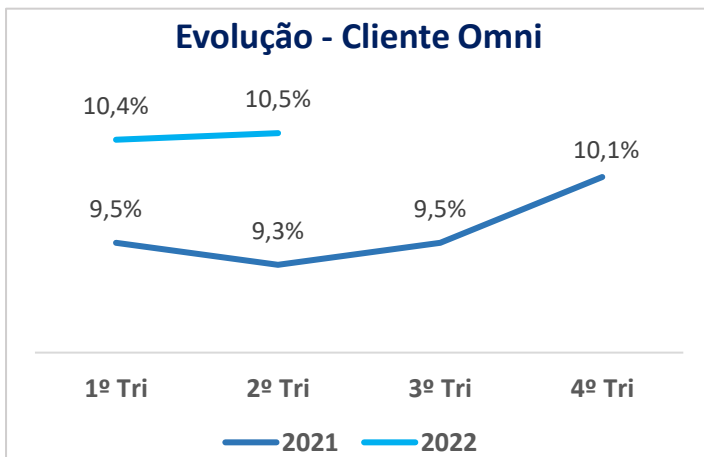
O Programa Bem Panvel conta com uma base unificada de mais de 13,4 milhões de clientes, com crescimento exponencial nos últimos anos. Atualmente nossa base de clientes representa 41% da população da Região Sul do país (dados do IBGE, 2021), conforme gráfico ao lado. Com a estratégia de segmentação e personas, impulsionamos nossas ações de marketing direto, gerando um importante resultado para a empresa. Neste último período vimos nossa base ativa crescer mais de 13% contra o ano anterior e a frequência média do cliente crescendo 3,1% o que nos indica uma maior recorrência do nosso cliente e não exclusivamente um crescimento da base.

## Bem Panvel - População Região Sul



Estamos atualmente com um grande foco no cliente omni: aquele cliente que faz compras nos diferentes canais (físico e virtual). Podemos perceber a expressiva evolução da participação desses clientes na nossa base. O cliente omni hoje gasta 3x mais que um cliente mono canal e visita nossas lojas 5,3x mais. Temos desenvolvido uma série de ações para potencializar a omnicanalidade, como por exemplo o desenvolvimento de cupons para ativação no APP e uso em loja física, divulgação de produtos de cauda longa (que vendem exclusivamente no online), e benefícios exclusivos no nosso aplicativo, e a cesta omni, onde o cliente que abandona um produto no site/app consegue ser informado pelo atendente da loja sobre o item na cesta.

## Evolução - Cliente Omni



Ampliando sempre a visão do cliente no centro, focando em tratá-los com personalização e cuidado, atuamos em três grandes pilares: sentir-se único, economizar o tempo e gerar valor na jornada de compra. Evoluímos em

algumas frentes importantes para atender a esses 3 pilares como, por exemplo, o Programa Bem Panvel Uso Contínuo, que vai completar 1 ano em setembro. Esse programa conta com serviços exclusivos e ações personalizadas e já gera resultados bem importantes. Atualmente o PUC conta com mais de 388 mil clientes cadastrados e os produtos vendidos através do programa cresceram *market share* na Região Sul em 3,0 pp no comparativo com o segundo trimestre de 2021.

## Qualidade no atendimento

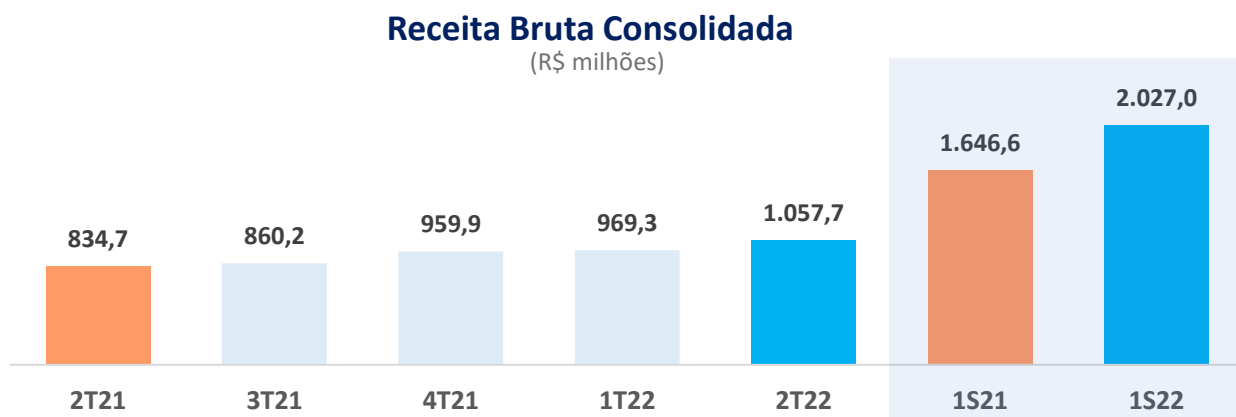
A Panvel continua a oferecer para seus clientes uma jornada única de satisfação, qualidade e experiência, independentemente do canal onde ocorre a compra. Por essa razão, a Panvel é reconhecida pelos consumidores por oferecer a melhor experiência do varejo farma, conforme indicadores abaixo (dados de junho de 2022):



O NPS da Panvel se manteve em patamar elevado no 2T22, atingindo 80 pontos. 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 elevado. Essa plataforma única permitirá ainda mais crescimento para a rede no futuro.

## Receita bruta

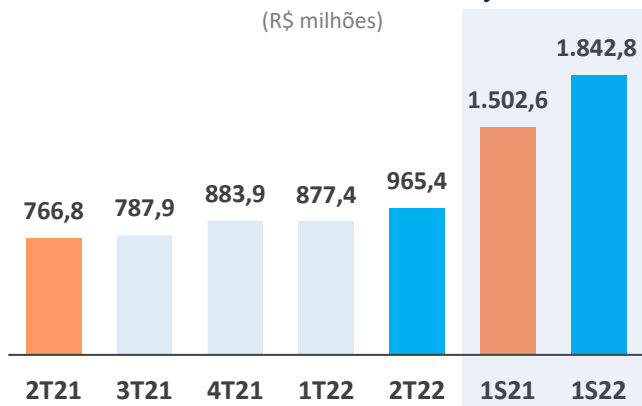
A receita bruta consolidada (que contempla as vendas do varejo, do atacado e de outras unidades de negócio da Companhia) foi de R\$ 1,1 bilhão no 2T22, o que representa um crescimento de 26,7% em relação ao 2T21. No primeiro semestre a receita bruta total foi de R\$ 2,0 bilhões, representando um crescimento de 23,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. O forte crescimento das vendas no período reforça a qualidade da execução de todos os nossos pilares estratégicos.



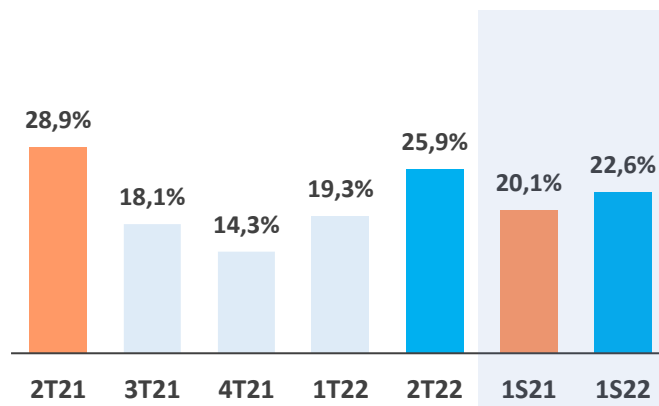
# Varejo

## Receita Bruta - Varejo

(R\$ milhões)



## Crescimento de Vendas



No 2T22 a receita bruta do varejo foi de R\$ 965,4 milhões, um crescimento de 25,9% sobre o mesmo período do ano anterior e, considerando que se dá sobre uma forte base de comparação, a evolução entre os períodos ganha ainda mais relevância.

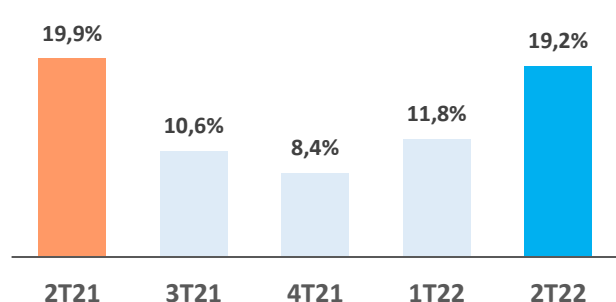
Para a Panvel, o 2T22 foi um período de crescimento nas vendas acima da média do setor. Esse comportamento é explicado por diversos fatores, dentre eles: o aumento no fluxo de clientes em nossas lojas físicas e em nossos canais digitais; foco no portfólio de medicamentos como Genéricos, OTCs e Medicamentos Especiais; além de uma gestão de estoques eficiente, garantindo um baixo nível de ruptura para o cliente.

Vale destacar que as lojas novas também contribuíram de forma relevante para este resultado, com taxas de maturação aceleradas em relação à média da rede, reforçando o sucesso de nossa estratégia de expansão.

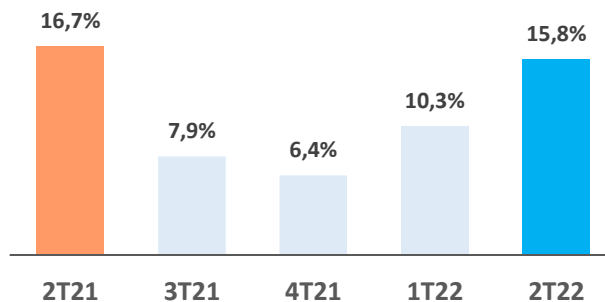
A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 19,2% no 2T22 em comparação ao 2T21. Trata-se de uma taxa muito robusta, considerando que o crescimento se dá sob uma forte base de comparação.

O desempenho das Lojas Maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) também foi relevante e teve ótimo desempenho, com um crescimento de 15,8% em relação ao 2T21, percentual bastante superior à inflação do período.

## Crescimento Mesmas Lojas



## Crescimento Lojas Maduras

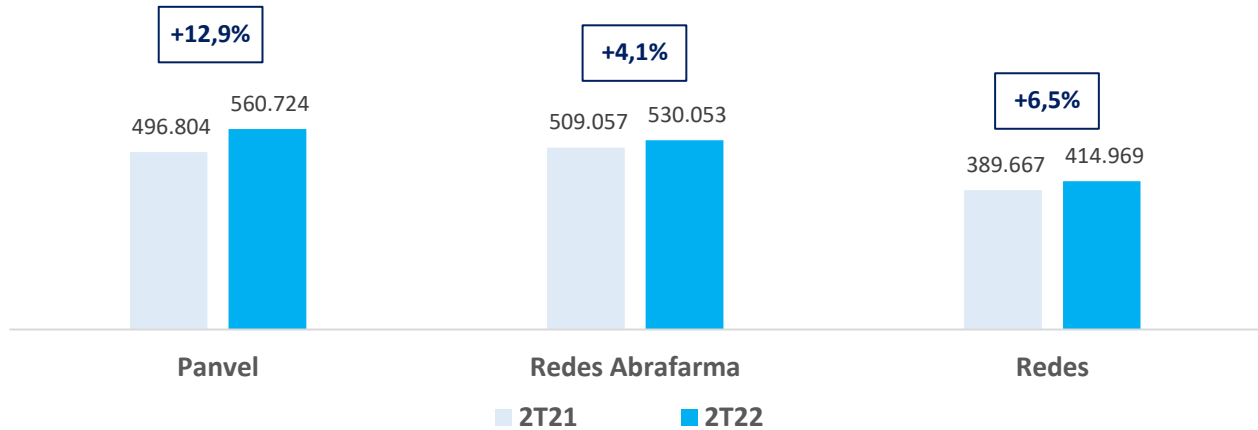


Ao longo do 2T22 apresentamos uma venda média de R\$ 598 mil/loja, 15,6% acima do mesmo período do ano passado, e 16,9% acima da média do ano de 2021. Importante ressaltar que no mês de Jun/22 a venda média alcançou R\$ 616 mil/loja, marco importante para Panvel.

Destacamos que esse crescimento foi alcançado em um trimestre que encontra uma base forte de comparação e com a abertura de 65 lojas nos últimos 12 meses, reforçando como as novas safras vem apresentando um *ramp up* acelerado.

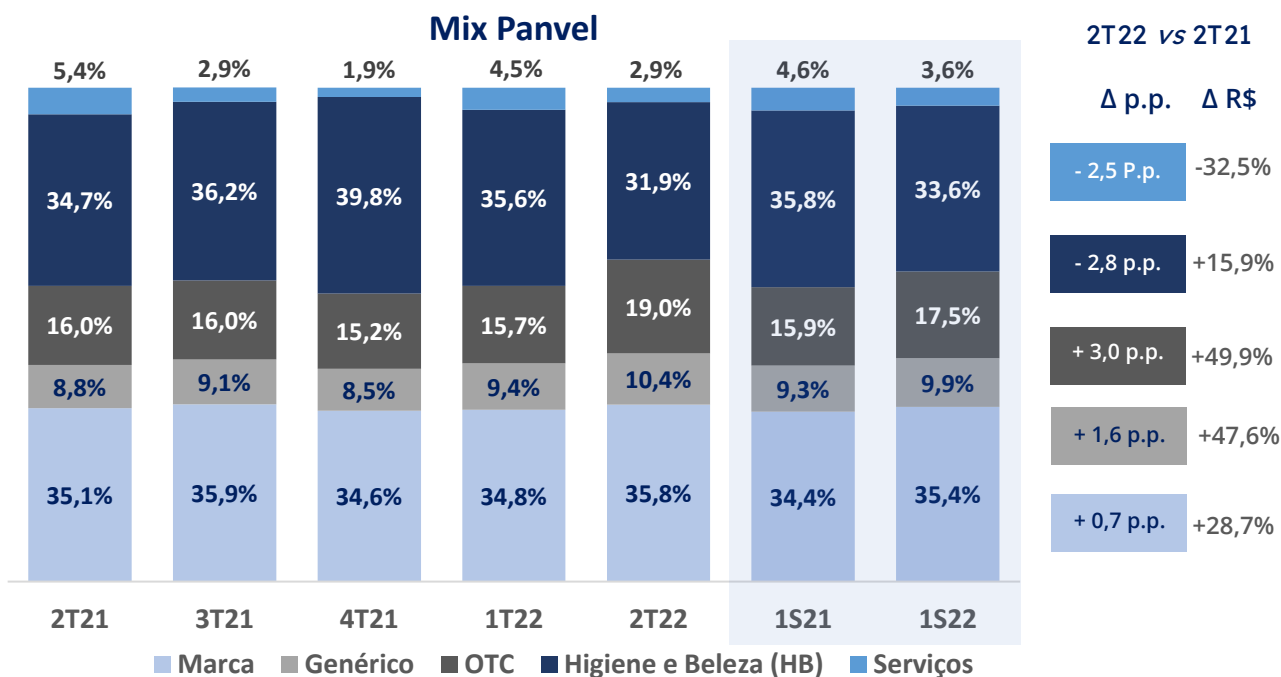
Ao analisar os dados de venda média na Região Sul do IQVIA, onde a Panvel apresenta uma evolução de venda média superior às Redes e aos Associativistas e Independentes, fica caracterizada a qualidade do nosso projeto de expansão e da nossa produtividade.

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



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

# Mix de vendas do varejo



Neste trimestre vimos os medicamentos em geral apresentarem um crescimento muito forte, em linha com a estratégia da Panvel, tendo relação direta com importantes projetos da Companhia, como o acompanhamento da jornada de clientes que possuem doenças Crônicas e o projeto de Genéricos, além da forte procura por produtos da categoria OTC.

O pilar de Serviços manteve participação relevante, alcançando uma representatividade de 2,9% das vendas do Varejo, e continua sendo uma importante ferramenta de incremento de margem bruta e de recorrência nas lojas físicas. A involução em volume da receita de Serviços se dá em razão da forte base de comparação do 2T21, e está em linha com as expectativas da Companhia a luz da redução da busca por testes de Covid.

A categoria de OTC foi um dos grandes destaques, apresentando crescimento de 49,9% em relação ao 2T21. Dentro desta categoria o destaque foi dos grupos de Gripes e Resfriados (+141,3%), Dor e Febre (+36,1%), Gastrointestinais (+30,9%), Ferimentos e Contusões (36,9%), Nutrição Especializada (+39,1%) e Diabetes (43,2%).

A categoria de Genéricos foi outro grande destaque do período, tendo apresentado um crescimento de 47,6% no trimestre, e uma expansão de 1,6 p.p. na representatividade dentro do Mix. Esse resultado demonstra o êxito do projeto de Genéricos, que teve início no ano anterior.

Já a categoria Higiene e Beleza (HB) apresentou um crescimento de 15,9% em relação ao 2T21. A perda de *share* dentro do mix se dá principalmente em razão do forte crescimento dos medicamentos em geral, além da redução na venda de produtos relacionados à cesta Covid. Destaque para a performance de categorias como Alimentos (+65,1%), Infantil (+30,1%), Maquiagem (+40,2%), Tratamento Facial (+25,7%), Cuidado Adulto (+26,4%) e Higiene Intima (+26,4%).

# Produtos Panvel



A venda de Produtos Panvel cresceu 9,8% em relação ao 2T21, com a participação no total de vendas do Varejo alcançando 6,4% e 17,9% sobre as vendas de Higiene e Beleza. Se excluirmos da base a venda de máscaras nos períodos, o crescimento seria de 22,2%. Esses patamares mantêm a Panvel como *benchmark* do varejo farma quando o assunto são produtos *Private Label*.

As marcas exclusivas da Panvel continuam sendo um forte diferencial do Grupo no 2T22. A fidelidade do público à marca própria Panvel tem

sido um dos principais destaques para a área de produtos. Conforme identificado nos canais físicos e digitais, cerca de 45% dos clientes ativos investem periodicamente em itens da marca.

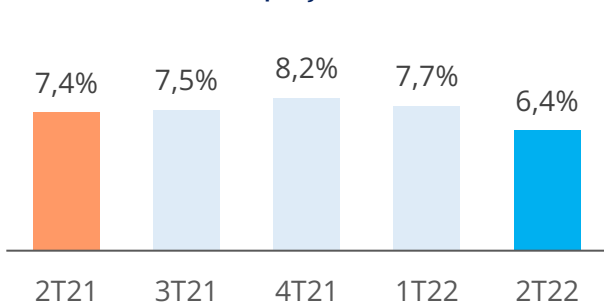
Esta procura comprova a confiança que o consumidor tem na marca Panvel e a identificação com um portfólio de mais de 950 *SKU's*, que além de *smart choice* entregam inovação e sustentabilidade. Destaque especial é a linha *Vert*, composta de itens naturais e veganos, que apresentou expressiva evolução em vendas de 130% neste segundo trimestre. O resultado reflete o movimento da marca em disponibilizar uma linha de produtos atuais, atendendo ao aumento da demanda e à tendência de um consumo mais consciente com a preservação do meio ambiente e do bem-estar animal.

Dentro do portfólio, os itens de dermocosméticos e faciais têm contribuído fortemente para a fidelização do público. Somente a linha *Dermativ* registrou evolução de 44% em vendas no último trimestre, o que evidencia um crescimento robusto em uma linha exclusiva e de valor agregado.

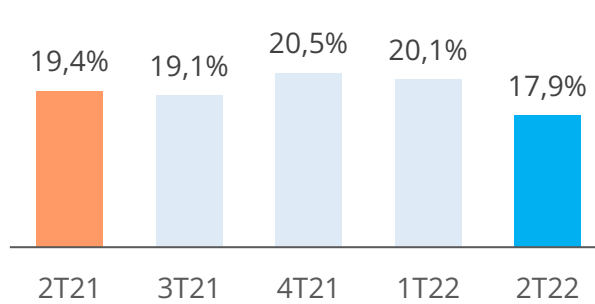
Além da manutenção da liderança de marca própria Panvel em categorias como Cuidado Adulto, Vitaminas e Tratamento Facial, refletindo a retomada do consumo de itens de HB, a marca *Panvel Make Up* consolida-se na liderança da categoria de maquiagem, um pilar estratégico para o grupo, com evolução de 64,4% nas vendas.

A estratégia de oferecer presenteáveis também é um sucesso para a rede. Além da venda importante realizada na campanha de Dia de Mães no segundo trimestre, as marcas exclusivas contam com opções de kits exclusivos no PDV durante o ano inteiro. É um mix completo que facilita a vida do consumidor para adquirir um presente de qualidade, rápido e de preço acessível.

**% Participação na Rede**



**% Participação PP no HB**

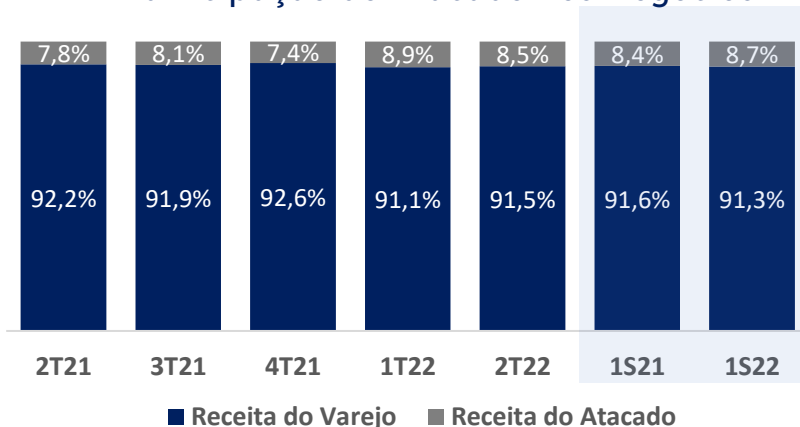




# Atacado

No 2T22, o Atacado representou 8,5% das vendas totais da Companhia, com um crescimento de 38,1% em sua receita. Conforme já observado no 1T22, os números de nossa operação de Atacado vêm apresentando forte crescimento, tanto em vendas quanto em Margem Bruta.

Participação do Atacado nos Negócios



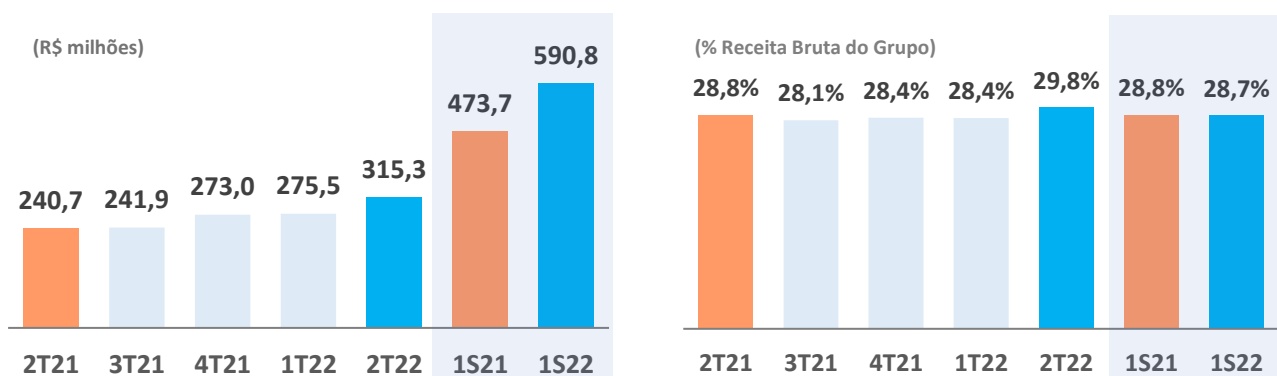
# Margem bruta

A Companhia entregou uma Margem Bruta Consolidada (incluindo operações de varejo, atacado e outras unidades de negócio) de R\$ 315,3 milhões no 2T22, o que representa 29,8% da receita bruta do período, uma expansão de 1,0 p.p. na comparação com o 2T21.

A Margem Bruta do Varejo foi de R\$ 300,7 milhões, o que equivale a 31,1% da Receita Bruta no 2T22, com uma expansão de 0,9 p.p. em relação ao 2T21. Essa expansão é explicada em parte pelo reajuste de preços de medicamentos ocorrido em Abril/22 e em parte pelo forte desempenho de categorias como OTCs e Genéricos, que mais que compensaram a redução observada na participação de Serviços e de Higiene e Beleza no total de vendas do Varejo.

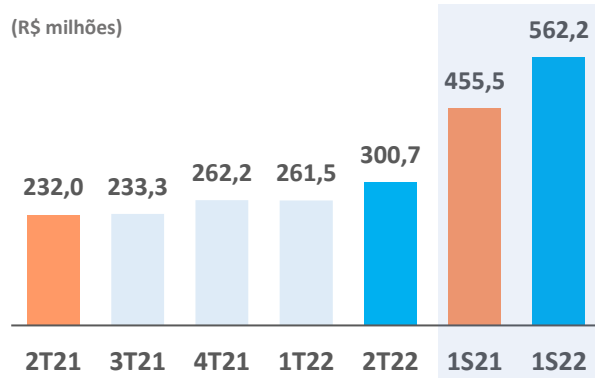
Já a Margem Bruta do Atacado atingiu patamar recorde, representando 13,7% da receita bruta desta unidade de negócios no 2T22, um forte crescimento de 2,4 p.p. em relação ao 2T21. Essa evolução de margem tem relação com o reajuste de preços de medicamentos e com a venda de um mix de produtos mais saudável, impactado principalmente por Genéricos. Esperamos que este efeito favorável no mix de produtos do Atacado permaneça nos próximos trimestres.

MARGEM BRUTA - GRUPO

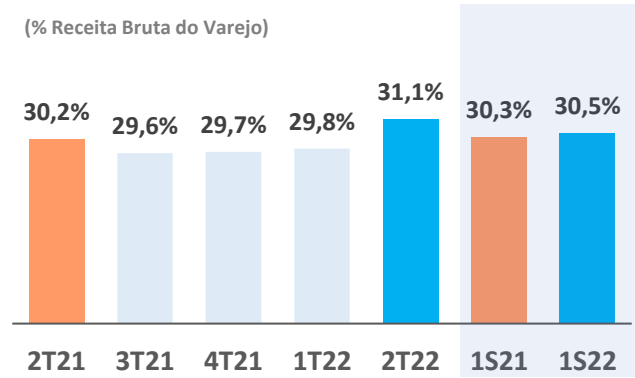


MARGEM BRUTA - VAREJO

(R\$ milhões)

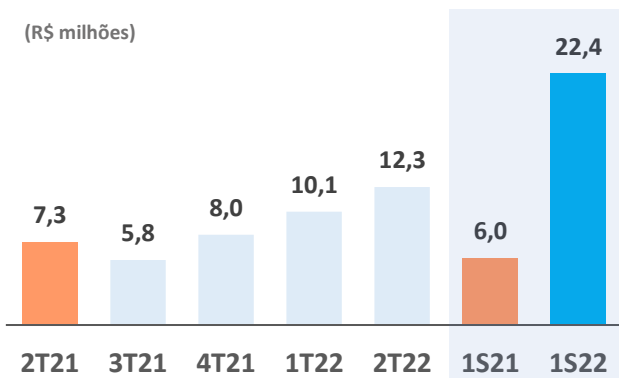


(% Receita Bruta do Varejo)

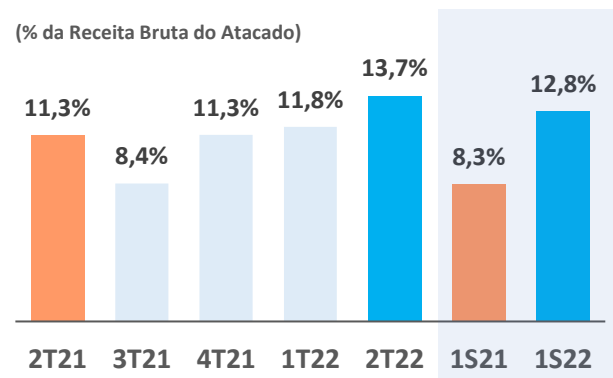


MARGEM BRUTA - ATACADO

(R\$ milhões)



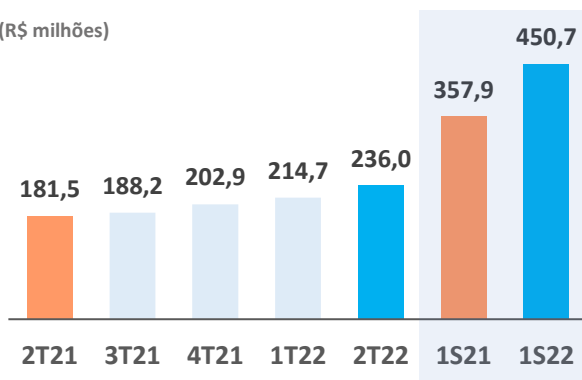
(% da Receita Bruta do Atacado)



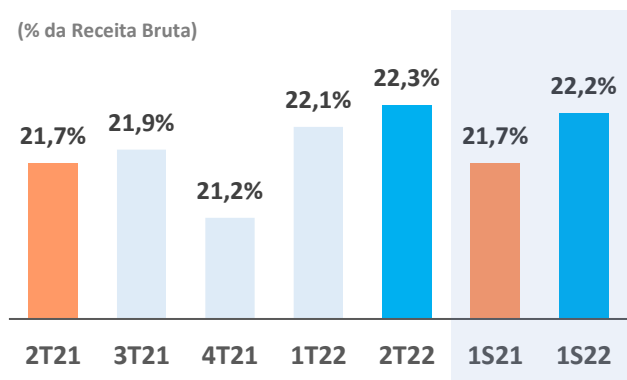
## Despesas com vendas

O total de Despesas com Vendas no 2T22 somou R\$ 236,0 milhões, o que representou 22,3% da Receita Bruta, um acréscimo de 0,6 p.p. em relação ao 2T21. As despesas com vendas neste patamar têm relação com efeitos inflacionários que impactaram principalmente contas como Pessoal e Aluguéis, além do ritmo acelerado da expansão de lojas. Também observamos no período o impacto de produtos vencidos de 0,2 p.p., em decorrência do aumento do nível de serviço dos nossos estoques.

(R\$ milhões)

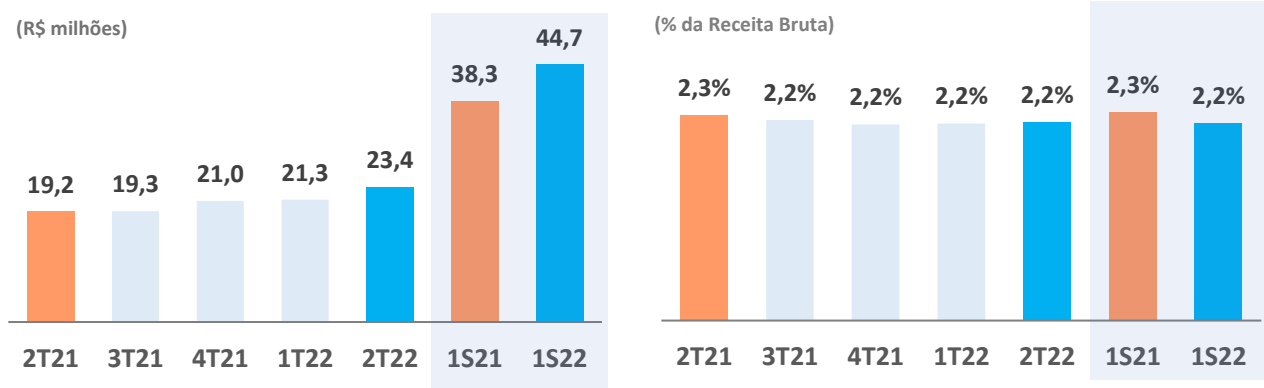


(% da Receita Bruta)



# Despesas gerais e administrativas

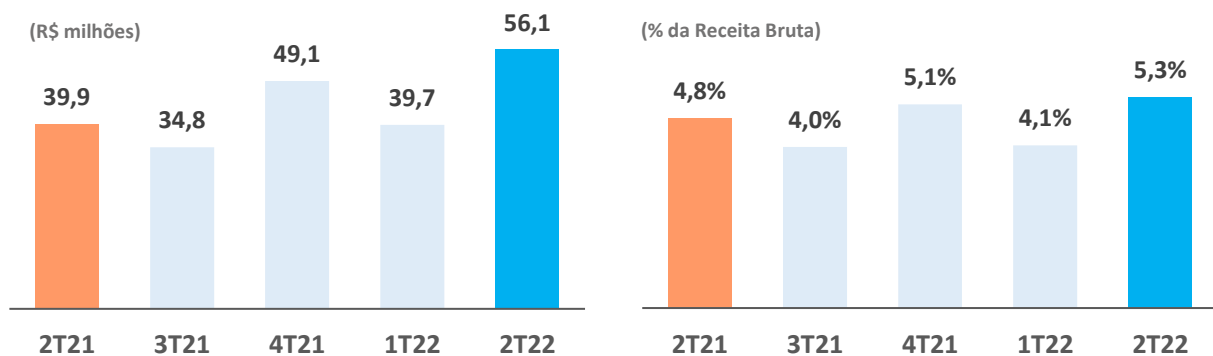
As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 23,4 milhões no 2T22, representando 2,2% da Receita Bruta e uma redução de 0,1 p.p. sobre o mesmo período no ano anterior. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia com o controle de despesas e com a busca constante por mais eficiência operacional, mesmo em um cenário de pressão inflacionária.



# EBITDA

No 2T22, atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 56,1 milhões, 40,7% superior ao mesmo período de 2021, e com uma margem equivalente a 5,3% da Receita Bruta, uma expansão de 0,5 p.p. no período. Essa forte expansão de margem está relacionada com os efeitos mencionados anteriormente, como o crescimento da Receita Bruta aliado à expansão da Margem Bruta.

## EBITDA AJUSTADO



Reconciliação EBITDA	2T21	2T22	Var. %
(R\$ milhões)			
<b>Lucro Líquido</b>	<b>22,6</b>	<b>26,8</b>	<b>18,5%</b>
(+) Imposto de Renda	3,5	3,2	(9,3%)
(+) Resultado Financeiro	(4,1)	6,0	(247,3%)
<b>EBIT</b>	<b>22,00</b>	<b>36,1</b>	<b>63,6%</b>
(+) Depreciação e amortização	11,2	14,1	25,5%
<b>EBITDA</b>	<b>33,2</b>	<b>50,2</b>	<b>50,7%</b>
Participações/Distribuições	1,9	4,8	152,6%
Baixas de Ativos	0,7	0,5	(27,3%)
Outros Ajustes	4,0	0,6	(85,0%)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>39,9</b>	<b>56,1</b>	<b>40,7%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	<b>4,8%</b>	<b>5,3%</b>	<b>0,5 pp</b>

## 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 2T22 foi de R\$ 109,5 milhões, equivalente a 11,3% da Receita Bruta, com um crescimento de 0,9 p.p. na comparação anual. Esse crescimento é resultado da expansão da Margem Bruta do Varejo no período e do excelente desempenho da base madura de lojas, que compensaram os efeitos da aceleração da expansão de lojas.

### Receita Bruta Varejo

(-) CMV/Impostos/

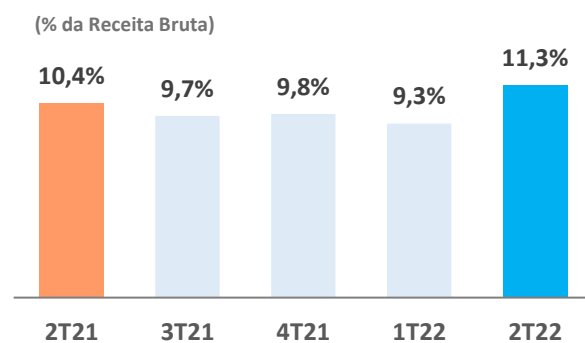
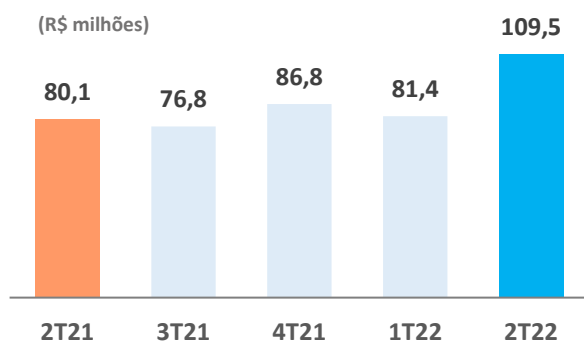
Descontos/Devoluções

= Margem Bruta Varejo

(-) Despesas com vendas de lojas

(+) Depreciação de lojas

= EBITDA Varejo

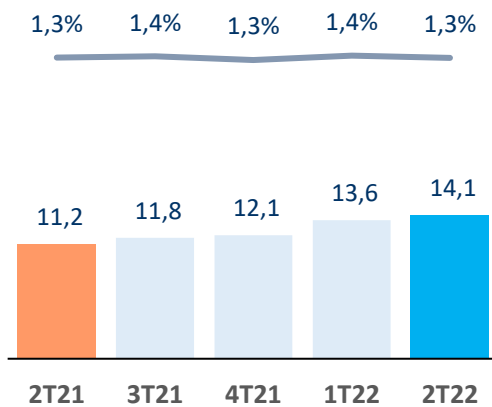


# Depreciação, resultado financeiro líquido e IR/CSLL

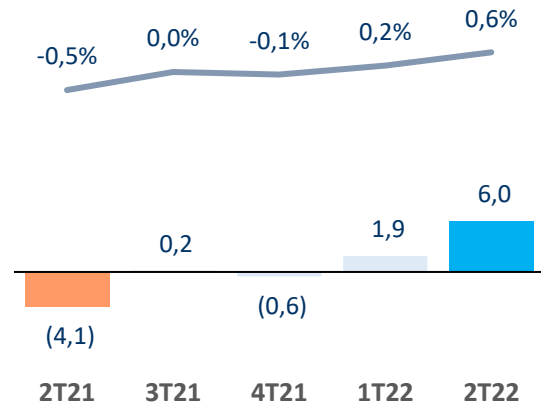
A depreciação se manteve estável no 2T22, mesmo com a manutenção de um forte ritmo de expansão de lojas, devido ao crescimento de vendas do período e a respectiva alavancagem operacional.

As despesas financeiras líquidas tiveram uma evolução de 1,1 pp na comparação trimestral, saindo de uma receita líquida de R\$ 4,1 milhões para uma despesa líquida de R\$ 6,0 milhões. Esse movimento é decorrência direta da redução da posição líquida de Caixa, em linha com a expectativa da Companhia.

## Depreciação

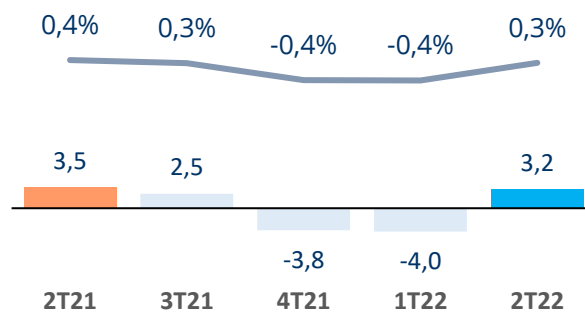


## Resultado Financeiro Líquido



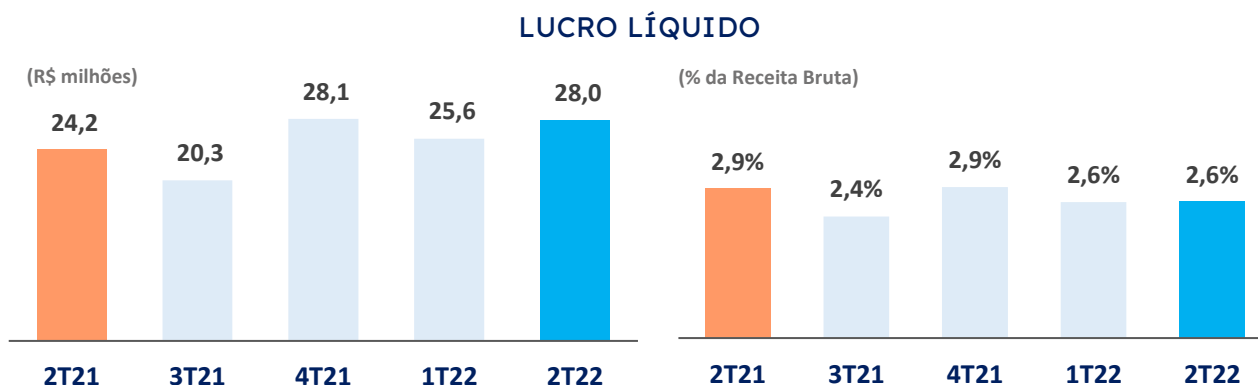
## IR/CSLL

(R\$ milhões, % Receita Bruta)



# Lucro Líquido

O lucro líquido ajustado no 2T22 foi de R\$ 28,0 milhões, representando uma margem líquida de 2,6%, e um crescimento de 15,8% em relação ao 2T21. O crescimento do lucro líquido em proporção menor que o EBITDA tem relação principalmente com o aumento das despesas financeiras, efeito esperado para o período. Esse indicador, dentro de um cenário de desafios inflacionários relevantes, reforça a capacidade do Grupo Panvel de entregar resultados consistentes trimestre após trimestre.

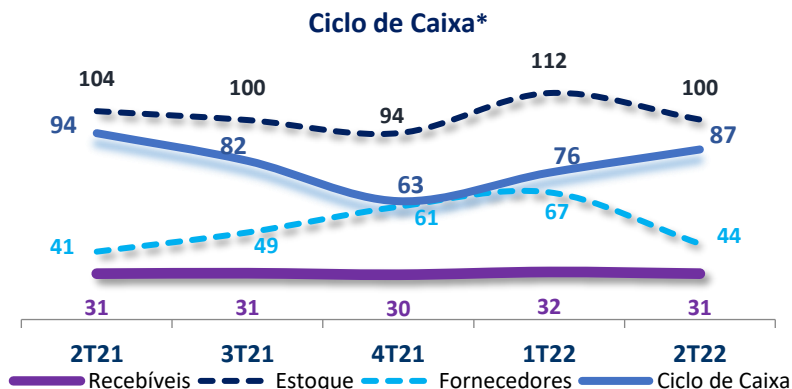


Na tabela abaixo realizamos a reconciliação do Lucro Líquido e dos ajustes não recorrentes no período.

Reconciliação Lucro Líquido	2T21	2T22	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	22,6	26,8	18,7%
Baixas de Ativos	0,7	0,5	(24,1%)
Outros Ajustes	0,9	0,6	(29,7%)
Lucro Líquido Ajustado	24,2	28,0	15,8%
Margem Líquida Ajustada	2,9%	2,6%	-0,3 pp

# Ciclo de caixa

A Companhia reduziu seu ciclo de caixa em 7 dias na comparação com o 2T21, reforçando o compromisso com o aumento da eficiência de nossa operação. Os dias de estoque tiveram redução de 4 dias em relação ao 2T21, e os dias de fornecedores expandiram 3 dias no período. A expectativa é de continuar melhorando o ciclo de caixa ao longo do segundo semestre.



\*Ciclo de caixa considera os dados somente da controladora.

## Fluxo de caixa

A Companhia apresentou um fluxo de caixa livre negativo de R\$ 79,5 milhões no 2T22, melhora em relação ao mesmo período de 2021.

Fluxo de caixa	2T21	2T22	Var.
Lucro líquido do período	22.628	26.821	18,5%
IRPJ/CSLL	3.517	3.201	-9,0%
Resultado Financeiro	(4.125)	6.041	-246,4%
EBIT	22.021	36.063	63,8%
Depreciações e Amortizações	11.212	14.058	25,4%
EBITDA	33.233	50.121	50,8%
Ciclo de Caixa	(67.782)	(133.453)	96,9%
Demais variações nos ativos e passivos	(18.325)	44.256	-341,5%
Fluxo de caixa Operacional	(52.873)	(39.076)	-26,1%
Investimentos	(32.907)	(40.435)	22,9%
Fluxo de Caixa Livre	(85.780)	(79.511)	-7,3%
Juros sobre o Capital Próprio	(11.988)	(11.687)	-2,5%
Ações em tesouraria	-	1.448	-
Fluxo de Caixa Total	(97.768)	(89.750)	-8,2%

## Endividamento

O nível de endividamento bruto da Companhia no fechamento do 2T22 foi de R\$ 261,2 milhões e, depois de descontadas as disponibilidades em Caixa (R\$ 127,0 milhões), a Dívida Líquida encerrou o período em R\$ 134,2 milhões. Esse aumento do nível de endividamento bruto é explicado pela Emissão de Debêntures pela Companhia, aprovada em 25 de abril de 2022, que totalizou uma captação de R\$ 150,0 milhões.

Consideramos que a estrutura de capital permanece sólida, com baixa alavancagem, e oferece suporte para a continuidade do plano de expansão da Companhia. Entendemos que esse baixo nível de endividamento representa um diferencial da Companhia dentro do atual cenário macroeconômico do país.

Dívida Líquida	2T21	3T21	4T21	1T22	2T22
Dívida de Curto Prazo	55,2	57,3	56,0	59,5	58,3
Dívida de Longo Prazo	107,6	107,3	80,4	80,1	202,9
Dívida Bruta	162,8	164,6	136,4	139,6	261,2
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	172,2	205,5	209,7	95,9	127,0
Dívida Líquida / Caixa Líquido	(9,3)	(41,0)	(73,2)	43,7	134,2
Dívida Líquida / EBITDA LTM	n/a	n/a	n/a	0,3x	0,7x

## Investimentos

Em linha com o planejamento da Companhia, foi realizado um investimento total de R\$ 40,4 milhões no segundo trimestre, crescimento de 29,8% em relação ao 2T21. Continuamos em um forte ciclo de investimentos, com foco em abertura de lojas, tecnologia e logística, e entendemos que os impactos no resultado de curto prazo são um passo necessário para a construção de nossa visão de futuro para a Companhia.

R\$ milhares	2T21	2T22	Δ	1S21	1S22	Δ
Abertura Lj.	18.099.378	20.686.949	14,3%	28.491.709	37.666.450	32,2%
Reforma Lj.	3.048.612	3.169.385	4,0%	5.348.268	5.580.430	4,3%
TI	6.871.881	7.275.208	5,97%	11.975.566	14.423.537	20,4%
Logística e Outros	3.124.422	9.303.458	197,8%	13.172.750	35.040.583	166,0%
Total	31.144.293	40.435.000	29,8%	58.988.293	92.711.000	57,2%

## Responsabilidade corporativa, social e ambiental (ESG)

Conforme informado na última divulgação de resultados, estamos caminhando a passos largos nos 4 pilares de nossa plataforma de responsabilidade ambiental, social e corporativa, que são Nossa Gente, Nossa Casa, Nossos Clientes e Nossos Parceiros. Já tivemos importantes conquistas ao longo desse ano, e vale destacar alguns pontos nesse trimestre:

- Somos signatários dos Women's Empowerment Principles (WEPs) da ONU Mulheres, onde reforçamos nossos compromissos e ações de equidade de gênero e empoderamento das mulheres. Atualmente 72% dos nossos colaboradores são mulheres e 435 ocupam cargos de liderança;
- Finalizamos nosso primeiro Inventário dos Gases do Efeito Estufa, que é o primeiro passo para criarmos um plano estratégico de redução e compensação de emissões diretas e indiretas. Nossa meta é neutralizar/compensar 100% das emissões de carbono de escopo 1 e 2 até 2030, atualmente neutralizamos 38% destas emissões;
- No compromisso Impacto Ambiental, reciclamos 418 toneladas de resíduos no nosso Centro de Distribuição, Sede de Eldorado do sul e Logística São José dos Pinhais;
- Nosso programa Destino Certo já coletou e tratou mais de 7 toneladas de medicamentos, com isso, evitamos o descarte incorreto nas residências que poderiam causar riscos ao meio ambiente e a saúde;
- No dia 05 de junho celebramos o Dia Mundial do Meio Ambiente, e foram distribuídas 1.500 mudas para nossos colaboradores. Vale destacar que as mudas entregues foram produzidas com o composto orgânico dos resíduos de alimentos coletados em nosso restaurante de Eldorado do Sul, e os quais são transportados para uma usina de compostagem parceira transformados em Biometano e em Composto Orgânico.



### Metas 2022

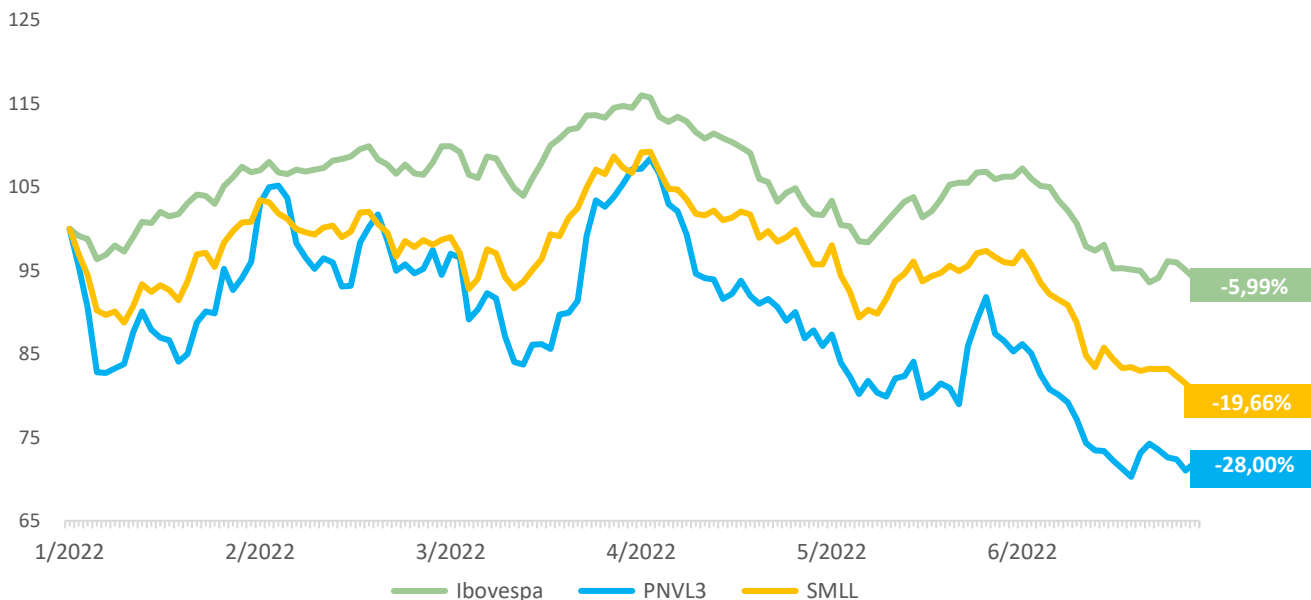
Temos 8 metas de ESG para 2022, das quais vale destacar algumas:

- Nossa CASA – a meta é abastecer com energias renováveis 70% das nossas lojas de rua abertas no ano anterior e 100% do centro de distribuição de Eldorado do Sul. Hoje mais de 80% de nossas lojas são de rua, e cerca de 49% dessas já são atendidas por Usinas Fotovoltaicas. Além disso, tínhamos como meta utilizar iluminação LED em 100% das instalações das lojas até o final de 2022, e já atingimos este objetivo;
- Nossos CLIENTES – considerar como verba em publicidade campanhas que estimulem a saúde e a sustentabilidade e em 100% das campanhas da marca Panvel, considerar a diversidade de pessoas em sua pluralidade, refletindo a diversidade da sociedade;
- Nossa GENTE – Criar Grupos de Afinidade (raciais/étnicos, LGBTQIA+, PCD, equidade de gênero, geracional) para definir políticas e iniciativas que tornem o grupo ainda mais diverso e inclusivo.

## Mercado de capitais

No segundo trimestre de 2022, a ação da Companhia acompanhou o movimento de empresas do setor de varejo, bem como das empresas qualificadas como *small caps*. Neste mesmo período (YTD 06/2022) a ação da Companhia apresentou queda de 28,0%

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	2T22		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhões)			
<b>Receita Bruta</b>	<b>1.057.225</b>	-	<b>1.057.225</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>315.344</b>	-	<b>315.344</b>
% RB	29,8%	0,0%	29,8%
Despesas com Vendas	(235.913)	<b>37.958</b>	(197.954)
Despesas Administrativas	(23.334)	-	(23.334)
<b>Total das Despesas</b>	<b>(259.246)</b>	<b>37.958</b>	<b>(221.288)</b>
% RB	24,5%	-3,6%	20,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>56.098</b>	<b>37.958</b>	<b>94.056</b>
% RB	5,3%	3,6%	8,9%
Depreciação e amortização	(14.058)	(33.226)	(47.284)
Part. Adm/PLR	(4.812)	-	(4.812)
Outros ajustes	(1.164)	-	(1.164)
Resultado Financeiro	(6.041)	(9.974)	(16.015)
IRPJ/CSLL	(3.201)	1.782	(1.419)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>26.822</b>	<b>(3.460)</b>	<b>23.362</b>
% RB	2,5%	-0,3%	2,2%

Balço Patrimonial	2T22		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhões)			
<b>Ativo</b>	<b>1.922.809</b>	<b>581.825</b>	<b>2.504.634</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.411.566</b>	-	<b>1.411.566</b>
Clientes	361.871	-	361.871
<b>Ativo não Circulante</b>	<b>511.243</b>	<b>581.825</b>	<b>1.093.068</b>
Ativo Diferido	27.506	14.463	41.969
Imobilizado	401.323	567.361	968.684
<b>Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>1.922.809</b>	<b>581.825</b>	<b>2.504.634</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>616.868</b>	<b>146.148</b>	<b>763.016</b>
Arrendamentos Mercantil	0	146.148	146.148
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>197.151</b>	<b>464.889</b>	<b>662.040</b>
Arrendamentos Mercantil	0	464.889	464.889
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>1.108.790</b>	<b>(29.212)</b>	<b>1.079.578</b>
Lucros Acumulados	73.182	(29.212)	43.970

# Balanço

ATIVO	Norma Antiga (IAS 17)		
	2T21	2T22	Var. %
<b>(em milhares)</b>			
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.247.790</b>	<b>1.411.566</b>	<b>13,1%</b>
Caixa e equivalentes de caixa	47.351	11.680	-75,3%
Aplicações Financeiras	124.809	115.290	-7,6%
Clientes	286.111	361.871	26,5%
Estoque	680.909	809.419	18,9%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	22.071	27.831	26,1%
Tributos a recuperar	28.313	27.281	-3,6%
Outras contas a receber	58.226	58.194	-0,1%
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>403.524</b>	<b>511.243</b>	<b>26,7%</b>
Tributos diferidos	22.682	27.506	21,3%
Impostos a recuperar	7.606	8.466	11,3%
Depósitos judiciais	5.274	3.956	-25,0%
Créditos com partes relacionadas	3.541	2.030	-42,7%
Outros ativos	367	652	77,7%
Investimentos	5	4	-20,0%
Imobilizado	312.152	401.323	28,6%
Intangível	51.897	67.307	29,7%
<b>Ativo Total</b>	<b>1.651.314</b>	<b>1.922.809</b>	<b>16,4%</b>

Norma Antiga (IAS 17)			
PASSIVO	2T21	2T22	Var. %
<b>(em milhares)</b>			
<b>Passivo Circulante</b>	<b>477.652</b>	<b>616.868</b>	<b>29,1%</b>
Fornecedores	260.747	348.952	33,8%
Empréstimos e financiamentos	53.740	88.331	64,4%
Arrendamento - IFRS 16	1.453	0	-100,0%
Salários e encargos sociais	57.544	71.584	24,4%
Participações a pagar	2.698	5.114	89,5%
Impostos, taxas e contribuições	32.980	42.755	29,6%
Dividendos e juros s/capital próprio	1.563	1.595	2,0%
Outras contas a pagar	64.814	56.233	-13,2%
Outras Provisões	2.113	2.304	9,0%
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>132.523</b>	<b>197.151</b>	<b>48,8%</b>
Empréstimos e financiamentos	105.714	172.857	63,5%
Arrendamento - IFRS 16	1.916	0	-100,0%
Outras Obrigações	1.356	6.793	100,0%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	23.537	17.501	-25,6%
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>1.041.139</b>	<b>1.108.790</b>	<b>6,5%</b>
Capital social	918.000	943.000	2,7%
Transações de capital com os sócios	(43.012)	(14.448)	-66,4%
Reserva de Capital	-	(30.606)	
Reserva de lucros	109.181	137.662	26,1%
Lucros Acumulados	56.970	73.182	28,5%
<b>Passivo Total e Patrimônio líquido</b>	<b>1.651.314</b>	<b>1.922.809</b>	<b>16,4%</b>

# Demonstração de resultados

DRE	Norma Antiga (IAS 17)		
	2T21	2T22	Var. %
<b>(em milhares)</b>			
<b>Receita bruta</b>	<b>834.720</b>	<b>1.057.225</b>	<b>26,7%</b>
Impostos e devoluções	(57.953)	(70.949)	22,4%
<b>Receita líquida</b>	<b>776.767</b>	<b>986.276</b>	<b>27,0%</b>
Custo das mercadorias vendidas	(536.092)	(670.932)	25,2%
<b>Lucro bruto</b>	<b>240.675</b>	<b>315.344</b>	<b>31,0%</b>
<b>Despesas</b>	<b>(218.653)</b>	<b>(279.281)</b>	<b>27,7%</b>
Com vendas	(206.459)	(259.255)	25,6%
Gerais e administrativas	(24.264)	(26.158)	7,8%
Outras receitas operacionais	12.070	6.132	-49,2%
<b>Resultado financeiro</b>	<b>4.125</b>	<b>(6.041)</b>	<b>-246,4%</b>
Despesas financeiras	(2.852)	(9.527)	234,0%
Receitas financeiras	6.977	3.486	-50,0%
<b>Lucro antes do IR e contribuição social e das participações</b>	<b>26.147</b>	<b>30.023</b>	<b>14,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(3.519)	(3.201)	-9,0%
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>22.628</b>	<b>26.822</b>	<b>18,5%</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 do Grupo Panvel 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

11 de agosto de 2022 – quinta-feira

11:00 (Horário de Brasília) / 10:00 (EDT)

O *call* será realizado em português com tradução simultânea para inglês.

[Link Call de Resultados](#)