

grupo panvel

Divulgação de Resultados 3T23



Call PNVL3

Call de Resultados

10 de novembro de 2023 – sexta-feira
09:30 (Horário de Brasília) / 08:30 (EDT)

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

Link: [Clique Aqui](#)

Eldorado do Sul, RS, 09 de novembro de 2023

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 3º trimestre de 2023 (3T23). 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 3T23 usam como base o 3T22, 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).



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.

Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp

Diretor Financeiro e de RI

Ismael Rohrig

Coordenador de RI

Lucas Martini

Analista de RI

Pedro Bernardes

Assistente de RI

Pedro Gazzana

Assistente de RI

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

Resultados 3T23

Destaques/Quadro Resumo



Receita Bruta do Grupo

R\$ 1.216M (+11,8% vs 3T22)



Receita Bruta do Varejo

R\$ 1.102M (+10,7% vs 3T22)



EBITDA Ajustado

R\$ 56,6M (+16,8% vs 3T22)
Margem de 4,7%



Endividamento

Baixa alavancagem de
0,8x EBITDA



Lucro Líquido do Grupo

R\$ 27,2M (+15,1% vs 3T22)



Digital

20,7% de participação
nas vendas do Varejo no 3T23



Market Share

+0,1 p.p. na Região Sul vs 3T22



Ciclo de Caixa

Melhora de 7 dias vs 3T22

Descrição	3T22	4T22	1T23	2T23	3T23	9M22	9M23
Nº de Lojas	548	556	556	565	585	548	585
Nº de funcionários	9.414	9.300	9.300	9.121	9.666	9.414	9.666
Em reais mil							
Receita Bruta TT	1.087.775	1.165.011	1.105.719	1.166.969	1.216.126	3.114.770	3.488.806
Margem Bruta TT	315.143	336.580	313.758	343.743	342.805	905.959	1.000.306
% da Receita Bruta	29,0%	28,9%	28,4%	29,5%	28,2%	29,1%	28,7%
Receita Bruta Varejo	995.322	1070.306	1.002.361	1.056.748	1.102.043	2.838.128	3.161.152
Margem Bruta Varejo	303.502	321.089	300.494	327.643	330.432	865.670	958.569
% da Receita Bruta Varejo	30,5%	30,0%	30,0%	31,0%	30,0%	30,5%	30,3%
EBITDA Ajustado TT	48.458	58.647	49.971	57.795	56.595	144.220	164.360
% da Receita Bruta	4,5%	5,0%	4,5%	5,0%	4,7%	4,6%	4,7%
Lucro Líquido Ajustado TT	23.610	24.294	22.647	26.781	27.175	77.221	76.604
% da Receita Bruta	2,2%	2,1%	2,0%	2,3%	2,2%	2,5%	2,2%
Fluxo de Caixa Livre	35.727	29.575	(74.793)	12.212	(6.144)		
Endividamento	0.5x	0.4x	0.8x	0.9x	0.8x		

grupo panvel

PanVel

DIMED
distribuidora

LIFAR

Mensagem da administração

Encerramos o terceiro trimestre de 2023 entregando excelentes resultados e demonstrando mais uma vez a capacidade de execução de nosso planejamento estratégico. Após um ciclo de investimentos recordes e de aceleração da expansão, que iniciou após nosso *follow-on* em 2020, seguimos em uma fase de colheita de ganhos de produtividade, em especial sob a forma de diluição de despesas com vendas, principalmente das lojas e de nossos centros de distribuição.

Durante esse período a Receita Bruta do Varejo cresceu 10,7% na comparação com o 3T22, acelerando em relação ao segundo trimestre do ano. Importante destacar que **a Panvel vem apresentando um crescimento médio ponderado (CAGR) muito robusto nos últimos três exercícios, atingindo o patamar de 18,3% entre o 3T21 e o 3T23**. Esse bom desempenho de vendas no trimestre aconteceu mesmo contra uma forte base de comparação, visto que o terceiro trimestre do ano passado ainda contava com efeitos de uma reetiquetagem de medicamentos de dois dígitos e com fortes vendas de itens e serviços relacionados à gripe. Também precisamos levar em consideração que **as fortes chuvas que atingiram a Região Sul no período causaram inúmeros prejuízos para as comunidades locais** e reduziram o potencial de vendas neste período.

Reforçando o comentário acima, cabe destacar que esse crescimento de vendas se traduziu em mais um trimestre consecutivo de **ganhos de *market share* na Região Sul, atingindo no 3T23 uma participação de mercado de 12,1%**, um crescimento de 0,1 p.p. sobre o mesmo período de 2022. Importante destacar os crescimentos nos Estados de Santa Catarina e Paraná (+0,8 p.p. e + 0,2 p.p., respectivamente). Esse resultado confirma mais uma vez a qualidade da execução da expansão da Panvel em sua região ao longo do período.

O **Digital** novamente foi um dos grandes destaques do Varejo, atingindo o patamar recorde de participação nas vendas totais da rede (**20,7% no trimestre**) e melhorando cada vez mais a sua capacidade de entrega de última milha. Seguimos evoluindo nas ferramentas de *social commerce*, que aumentam nossa capacidade de impactar clientes e realizar novas vendas digitais, além de trazer maior poder de conversão de clientes físicos para o perfil *Omni*, incrementando indicadores como recorrência e fidelidade.

Outro destaque importante do trimestre foi o sucesso na estratégia de gestão de despesas, a qual compensou a pressão sazonal de margem bruta (efeito da forte reetiquetagem do ano passado e a redução da participação de serviços e de outros itens relacionados à cesta da gripe). Com isso, a **Panvel apresentou uma diluição de 1,2 p.p. nas despesas com vendas no 3T23, liberando potencial de crescimento na margem EBITDA**. Assim, seguimos uma tendência já observada nos últimos trimestres, capturando ganhos de eficiência em nossas despesas com vendas através tanto da maturação das lojas quanto das despesas logísticas.

Dentro deste contexto, **a Margem EBITDA ajustada representou 4,7% da Receita Bruta, uma expansão de 0,2 p.p. em relação ao 3T22, com um crescimento de 16,8% em relação ao ano anterior, atingindo R\$ 56,6 milhões no trimestre**.

A qualidade da gestão de caixa foi outro ponto alto do trimestre. **Melhoramos o ciclo de caixa em 7 dias, mesmo em um cenário de aberturas de lojas, investimentos em logística e em tecnologia, tudo isso aliado a uma das mais baixas alavancagens financeiras do varejo. Assim, encerramos o terceiro trimestre com dívida e alavancagem baixas, equivalente a 0,8x EBITDA**. Essa situação do caixa dá fôlego para continuar investindo e crescendo, mesmo em um cenário de taxas de juros ainda elevadas.

Graças ao bom desempenho operacional e ao rígido controle do caixa, **o Lucro Líquido ajustado da Companhia cresceu 15,1% no trimestre**, representando 2,2% da Receita Bruta.

Vale lembrar que esse crescimento em vendas também veio acompanhado de excelentes indicadores de atendimento ao cliente, cujo principal *KPI* é o **NPS** (*Net Promoter Score*), que **apresentou crescimento em**

relação ao período anterior, atingindo 82 pontos, sendo um dos maiores do setor. Essa é a melhor tradução possível do nosso propósito de “Proporcionar Saúde e Bem-estar”, com o cliente sempre no centro das nossas decisões.

Gostaríamos de agradecer a todos os nossos stakeholders por mais um trimestre de evolução nos resultados e em todos os nossos pilares estratégicos. Conforme comentado anteriormente, nossa capacidade de execução foi muito testada pela situação climática enfrentada pela Região Sul, e tivemos a oportunidade de superar as limitações impostas e ao mesmo tempo de apoiar as comunidades carentes, sob a forma de doações e de prestações de serviço aos mais necessitados.

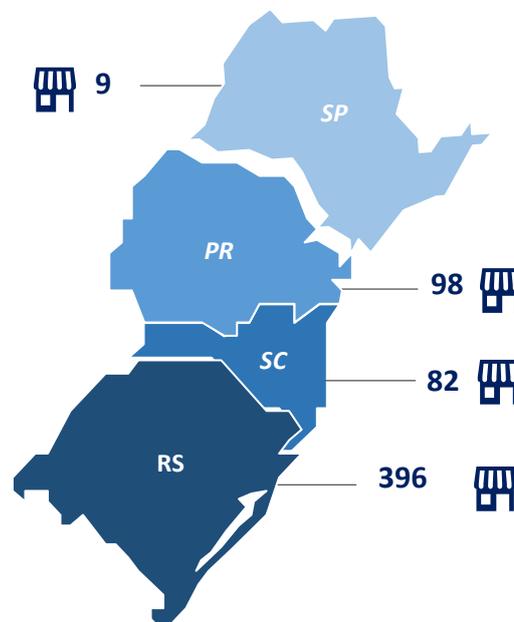
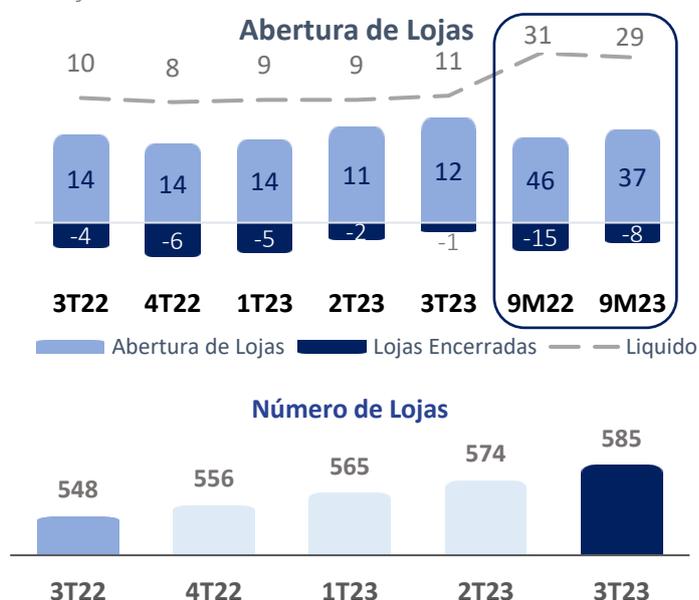
Portfólio de Lojas

No 3T23 inauguramos 12 lojas, sendo 9 unidades no RS e 3 unidades em SC, alcançando a marca de 585 lojas em operação, mantendo a consistência e a capacidade de execução de nosso ritmo de expansão. Destacamos que, mesmo com uma redução pontual no número de aberturas brutas, o número de aberturas líquidas se manteve em linha com os últimos trimestres, em razão da redução dos fechamentos/transferências.

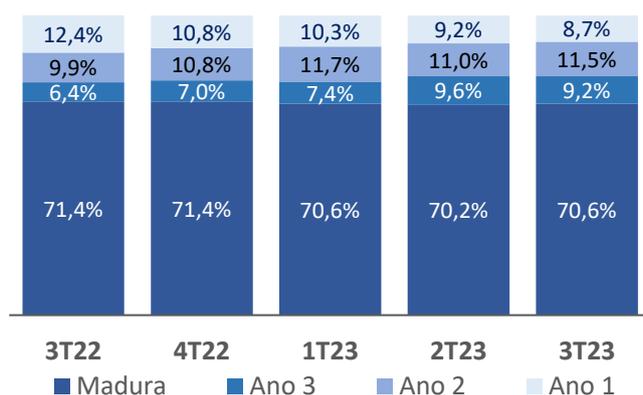
No período, realizamos a transferência de uma filial madura para um ponto com maior potencial de venda. O encerramento/transferência de filiais desalinhadas com a atual estratégia da Companhia é uma ferramenta para otimização do uso de nossos ativos, liberando recursos e aumentando as taxas de retorno dos nossos investimentos.

O ritmo da expansão segue em linha com a estratégia da companhia de adensamento na Região Sul, principalmente fora das capitais, somado ao incremento da capacidade de atendimento dos canais digitais.

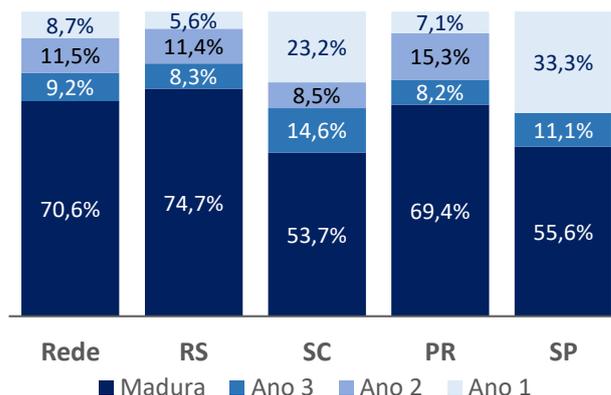
Ao final do período, a Companhia contava com 70,6% de lojas maduras e 29,4% em processo de maturação.



Portfólio de Lojas por Maturidade



Maturidade por UF



Market Share

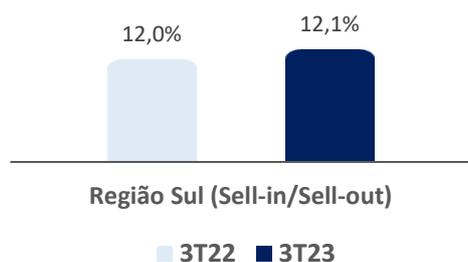
No 3T23 a Companhia seguiu apresentando ganhos consecutivos de participação de mercado na Região Sul, em linha com sua estratégia de expansão para cada um dos Estados da região. Esse ganho de *market share* são frutos de uma estratégia de expansão assertiva e da qualidade da operação das lojas já existentes, com foco no interior dos estados da Região.

Panvel apresenta ganho de 0,1 p.p. de *Market Share* na Região Sul em trimestre com forte base de comparação, com ganhos vindos principalmente de SC e PR, em linha com sua estratégia de expansão.

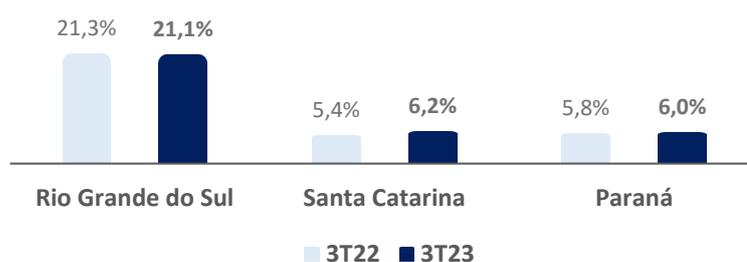
No 3T23 a Panvel alcançou um *market share* de 12,1% na Região Sul, uma evolução de 0,1 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior, com destaque para o Estado de Santa Catarina onde ganhamos 0,8p.p. vs 3T22 e atingimos a marca de 6,2% de participação. No Paraná obtivemos ganho de 0,2 p.p., com mais um trimestre consecutivo de ganho de *market share*.

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

Market Share - Região Sul



Market Share por UF



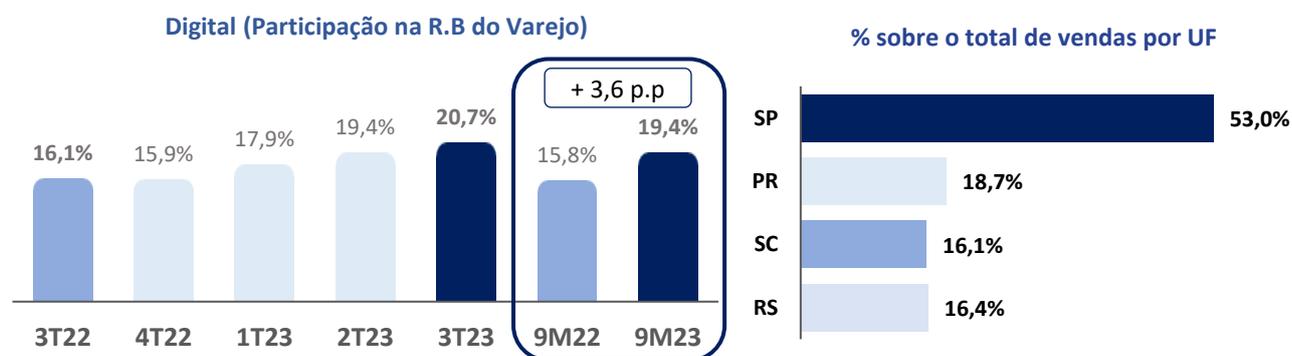
Fonte: IQVIA – *Conceito sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo

E-commerce e Iniciativas Digitais

Em mais um trimestre de forte desempenho do Digital, mantivemos nossa posição de *benchmark* do varejo farma brasileiro, com a maior participação de canais digitais na venda do Varejo. Entendemos que esse é um dos diferenciais competitivos da Panvel, fruto de uma experiência fluída e totalmente *omni*, fornecida em todos nossos canais de venda não presencial (App, Site, *Marketplaces*, Alô Panvel e *Social Commerce*).

As vendas do Digital foram um dos grandes destaques do período, atingindo uma participação recorde de 20,7% nas vendas do varejo, representando um crescimento de 43,0% em comparação ao 3T22 e uma evolução de 36,9% se olharmos o período acumulado do ano em comparação ao ano anterior.

Na parte de *Social Commerce*, seguimos otimistas com os resultados dos projetos de digitalização da loja e dos clientes, como, por exemplo, os Gerentes Digitais, iniciativa de digitalização dos nossos colaboradores, que através das plataformas, transformam nossos Gerentes de Loja em influenciadores digitais nas suas comunidades. Atualmente são mais de 400 lojas, com mais de 90 mil postagens e mais de 61 milhões de impressões, que ampliam muito a capacidade de comunicação de cada uma de nossas lojas, oferecendo produtos, serviços, cupons e promoções.



Esses resultados seguem demonstrando a qualidade do nosso modelo de negócio e de nossa estrutura de entrega de última milha, além do compromisso com a inovação e contínua melhoria da experiência de nossos clientes. Além de suas plataformas, a Panvel também se destaca por possuir a entrega de última milha mais rápida do varejo farma brasileiro e a melhor experiência *omnichannel*. Os investimentos nessas estruturas se traduzem em indicadores sólidos e consistentes que geram um crescimento saudável e que não afetam a rentabilidade da Companhia, na medida em que funcionam como uma alavanca de crescimento para a produtividade das lojas.

Em linha com nossa estratégia para cada uma das localidades nas quais estamos presentes, executamos mais um trimestre com equilíbrio na 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 da operação.

Destaques do Digital



Clique e Retire
585 lojas



Entregas 3T23
+540.000



Lojas Delivery
161



Nível de Serviço
97% (3T23)



Entrega Rápida
até 1h



Mini CD/
Darkstore 9

Ecosistema de Saúde

A Panvel se mantém como referência em serviços de saúde na Região Sul do país, dado refletido no elevado *market share* na realização de serviços, como testes, vacinas e outros serviços que integram nosso portfólio. Assim, cada vez mais os clientes identificam as lojas da Panvel como um local para tratar e solucionar os mais diversos assuntos relacionados à saúde.

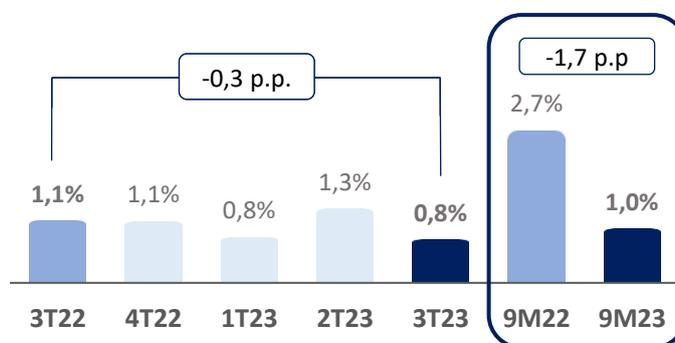
Panvel Clinic

Panvel Clinic 359 lojas (+12 salas vs 3T22)	Salas de Vacinação 91 (+5 salas vs 3T22)	Serviços Prestados + de 84 mil (3T23)
---	--	---

Com estrutura robusta e *expertise* na prestação de serviços, aliadas à qualidade de atendimento, a Panvel manteve seu papel de referência no setor, com um *market share* de **49,9% de vacinação na Região Sul no 3T23, conforme IQVIA.**

Em linha com a expectativa da Companhia, ao longo do 3T23 os serviços alcançaram uma participação menor nas vendas do Varejo, com 0,8% de penetração. Essa queda de participação foi compensada pelo crescimento de outras categorias dentro do nosso mix de vendas, principalmente produtos de higiene e beleza.

Serviços (Participação na RB do Varejo)



Exames Rápidos

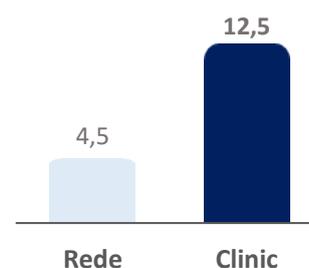
Na Panvel o *Hub* de Saúde já é uma realidade, através do Panvel Clinic atendemos mais de 2,0 milhões de clientes, buscando sempre manter o elevado padrão de atendimento e inovação na prestação de serviços.

Em linha com a novidade lançada pela Anvisa (RDC 786/23), que permite às farmácias participarem de maneira mais ativa da prevenção e rastreamento de doenças para a sociedade como um todo, a Panvel toma a posição de farmácia com o maior portfólio de Exames Rápidos disponíveis, indo de encontro com a proposta **de levar soluções de saúde ao cliente.**

Atualmente contamos com mais de 50 salas para realização destes exames, além de uma estrutura com mais de 91 salas de vacinação, cobrindo assim toda a Região Sul e a cidade de São Paulo/SP. Todas essas filiais passam a oferecer através do Panvel Clinic mais de 16 tipos de exames rápidos, a maior parte com os resultados disponibilizados em no máximo 30 minutos. Entre os exames oferecidos estão os de gravidez, fertilidade, tireoide, hepatite, colesterol, hemoglobina glicada e dengue, a partir da coleta de um pequeno volume de amostras, cujo método permite a execução, leitura, e interpretação do exame em um único atendimento, com resultados rápidos e aplicados sempre por farmacêutico especializado.

Mais uma vez o pilar de serviços da Panvel se mostra um recurso importante para que o consumidor tenha cada vez mais personalização e conveniência em sua jornada de cuidados de saúde, tudo isso com um atendimento de qualidade e de um amplo leque de recursos para resolver todas as suas demandas em único lugar, na Panvel, sendo, também, um *driver* de recorrência para nossos clientes.

Frequência Semestral Cliente Clinic

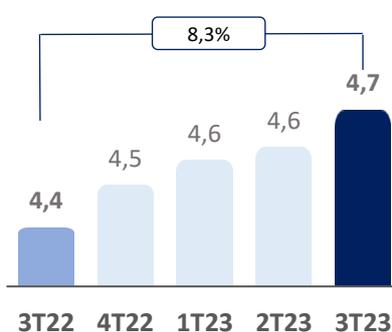


CRM

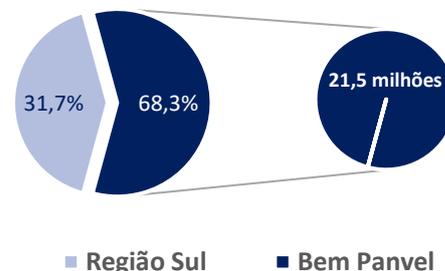
Evolução Clientes Bem Panvel (Em milhões)



Evolução Clientes Ativos* (Em milhões)



Bem Panvel - População Região Sul (IBGE 2022)

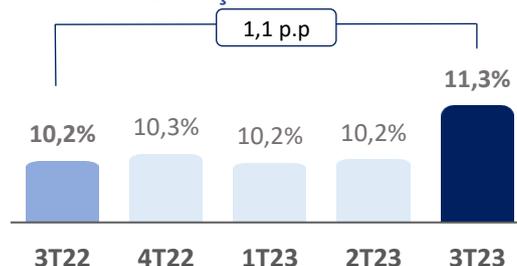


*Cliente Ativo = realizou ao menos uma compra em 6 meses;

No 3T23 o número de clientes cadastrados na base unificada do Programa Bem Panvel apresentou um crescimento de 46,1% (+6,8 milhões de novos clientes) vs 3T22, totalizando 21,5 milhões de clientes cadastrados. Esse crescimento reflete o sucesso das estratégias de parcerias e convênios realizadas pela Panvel, possibilitando, assim, melhores condições de personalização da jornada de nossos clientes e melhores possibilidades de engajamento desta base.

Seguimos focados no processo de digitalização de nossos clientes e de nossas operações. Para sustentar essa estratégia Omni, trabalhamos em ações que estimulem a digitalização e a personalização da experiência de nossos clientes. No 3T23, a participação de clientes Omni (cliente que compra em mais de um de nossos canais) chegou ao patamar de 11,3% sobre a base total de clientes, participação recorde que representou um crescimento de 19,9% em comparação ao 3T22, número que demonstra nossa capacidade de digitalização da jornada da Panvel e de seus clientes.

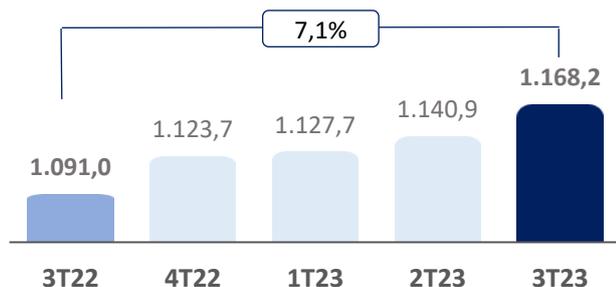
Evolução Cliente Omni



Cliente Omni = Cliente que compra nos canais físico e digital.

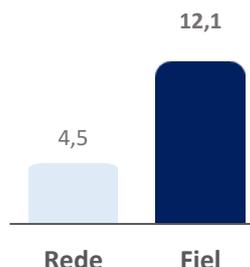
Outra importante frente de trabalho é a de fidelização, assim vimos o número de clientes fiéis na Panvel crescer 7,1% no 3T23 vs 3T22. Entendemos que os diferenciais de nível de serviço, atendimento de qualidade e mix, aliados à uma experiência verdadeiramente omni e personalizada são grandes diferenciais da Panvel, que a partir de uma base de clientes robusta e engajada, pode cada vez mais trabalhar olhando para dentro de sua operação, o que demonstra o potencial que há em nossa própria base de clientes. Importante destacar, também, que o cliente fiel possui uma frequência 3 vezes maior que um cliente normal.

Cliente Fiel (Mil)

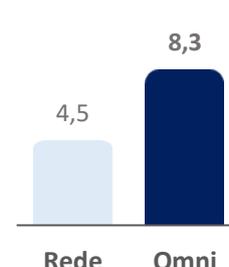


Cliente Fiel = Cliente que frequenta/consome a cada 15 dias.

Frequência Semestral (Cliente Fiel)



Frequência Semestral (Cliente Omni)



Qualidade no Atendimento

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



82,1

NPS - Panvel



82,1

NPS - Loja



83,7

NPS - App



84,5

NPS - Site



90,6

NPS – Alô Panvel



4,8

App



4,8

Play



9,1

Reclame Aqui

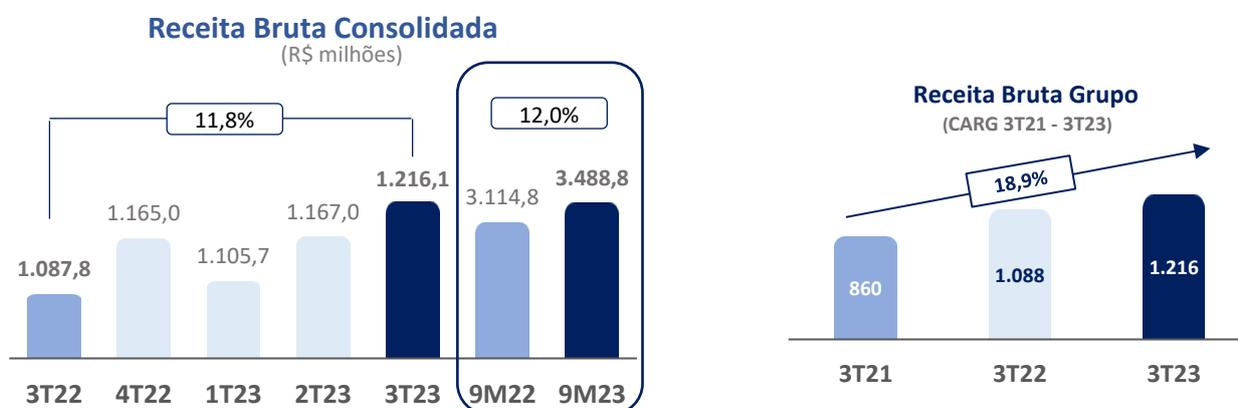


O NPS da Panvel se manteve em patamar elevado no 3T23, com 82,1 pontos. A Panvel é única rede do varejo farma brasileiro que alia alta penetração dos canais digitais à entrega de produtos mais rápida do segmento, e um elevado nível de NPS.

Receita Bruta

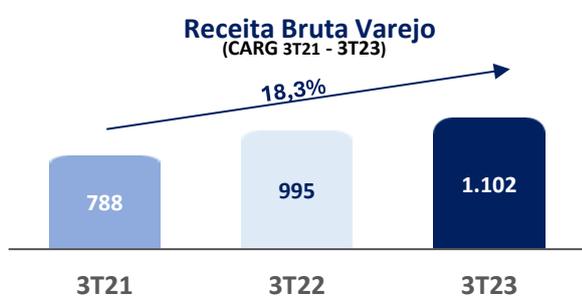
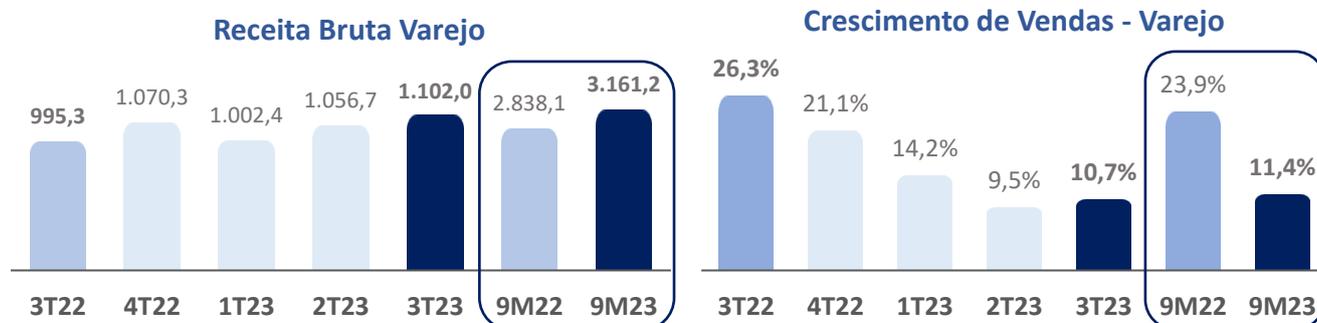
A receita bruta consolidada (que contempla as vendas do varejo, do atacado e de outras unidades de negócio da Companhia) foi de R\$ 1.216,1 milhões no 3T23, o que representa um crescimento de 11,8% em relação ao 3T22.

Se analisarmos a taxa de crescimento composto da Companhia para o período de 2021 a 2023 esta será de 18,9%. Entendemos que esses resultados demonstram a qualidade, consistência e disciplina da Companhia na execução de sua estratégia de crescimento.



Varejo

No 3T23 a Panvel apresentou um crescimento de vendas de 10,7% em relação ao mesmo período do ano anterior, em linha com a expectativa da Companhia para o período. O crescimento se dá sobre uma forte base de comparação, que no ano passado foi afetada por fatores sazonais, como produtos relacionados à Covid-19, bem como gripes e resfriados, além de um reajuste no preço dos medicamentos muito acima da média histórica.



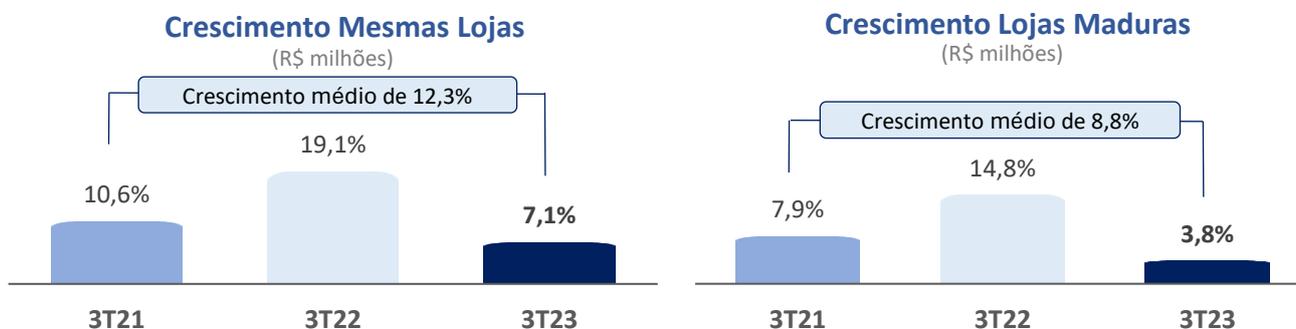
Ao analisarmos a taxa de crescimento composta do 3T21 ao 3T23, encontraremos uma taxa média (CAGR) de 18,3% ao longo do período, número muito robusto e que reforça o forte desempenho das operações da Companhia (conforme gráfico ao lado).

Os resultados obtidos nas vendas do período têm relação direta com uma gestão eficiente de mix, absorvendo os impactos da redução de categorias como serviços e produtos relacionados à Covid e outras

gripes. Destaque para a categoria de Higiene e Beleza que mais uma vez apresentou um crescimento superior à média da rede, com a retomada de importantes categorias dentro do mix.

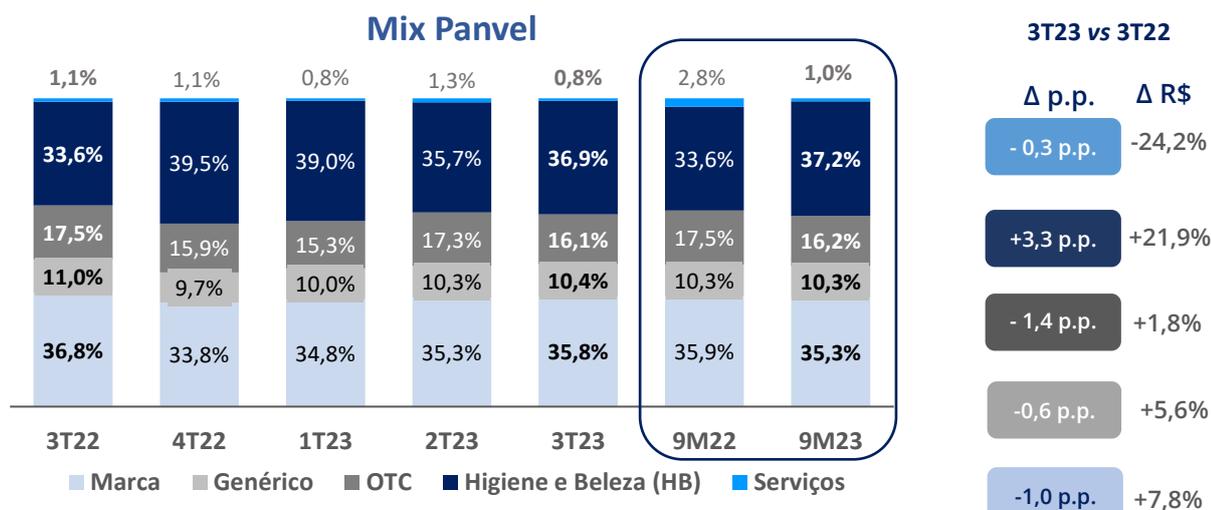
Vale destacar também que mais uma vez as novas lojas contribuíram de forma positiva para este resultado, com taxas de maturação aceleradas, reforçando o sucesso da nossa estratégia de expansão.

A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 7,1% no 3T23 em comparação ao 3T22. O desempenho das Lojas Maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) apresentou um crescimento de 3,8% em relação ao 3T22, em linha com o planejado pela Companhia para o período em questão, considerando a forte base de comparação. No gráfico abaixo há uma visão histórica do crescimento do período.



Ao longo do 3T23 atingimos uma venda média de R\$ 628mil/loja, 3,7% acima do mesmo período do ano anterior. Considerando que a Companhia possui atualmente um grande volume de lojas em maturação, principalmente nos estados de Santa Catarina e Paraná, entendemos que os resultados de venda média entregues pela nossa operação demonstram a eficiência de nosso projeto de expansão e os ganhos de produtividade na base de lojas já existentes.

Mix de Vendas do Varejo



No 3T23, seguimos observando uma mudança na composição do mix, continuando o movimento visto ao longo do ano. A categoria de Higiene e Beleza, manteve uma forte taxa crescimento, expandindo 3,3 p.p. em relação ao 3T22, com uma evolução de 21,9%, enquanto as demais categoria foram naturalmente diluídas pelo forte crescimento de HB.

Em um trimestre onde o perfil de consumo foi significativamente alterado em relação ao ano anterior, a eficiência de nossa estratégia de gestão de categorias e de mix foi o principal fator de adequação ao mercado, através de um mix completo e bem dimensionado.

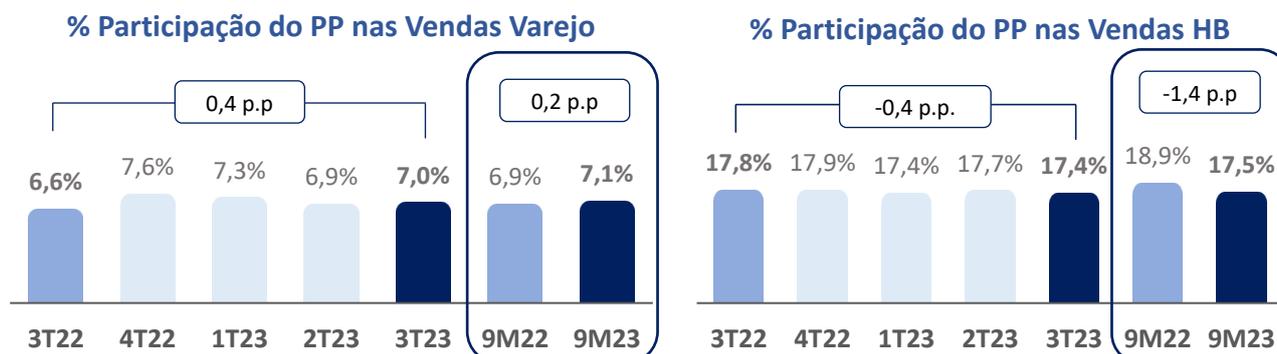
A categoria de **OTC** retraiu -1,4 p.p. em relação ao 3T22, impactada por uma forte base de comparação. Dentro desta categoria os destaques positivos foram os grupos de Diabetes (+21,0%), Nutrição Adulta (+12,4%) e Gastrointestinais (+9,1%). Em contrapartida em razão da base de comparação houve uma forte pressão em grupos relevantes como o de Grippes e Resfriados (-2,7%) e Dor e Febre (+0,2).

A categoria de **Genéricos** apresentou um crescimento de 5,6% em relação ao 3T22, mantendo sua representatividade praticamente estável dentro do mix no 3T23. Esta categoria tem um papel importante ao trazer mais clientes para as lojas, além de ser uma alavanca chave para a manutenção de uma margem bruta saudável.

A categoria de **Higiene e Beleza (HB)** foi o principal destaque do trimestre, apresentando um crescimento de 21,9% em relação ao 3T22 e uma expansão de 3,3 p.p. de *share* dentro do mix, crescimento que foi impulsionado principalmente por grupos como Infantil (+36,5%), Maquiagem (+18,6%), Alimento (+39,3%), Tratamento Facial (+41,7%) e Cabelos (+25,7%).

O pilar de **Serviços** representou 0,8% das vendas do Varejo no 3T23, em linha com a expectativa da Companhia. Mesmo apresentando uma redução, os serviços permanecem sendo um importante pilar estratégico da Panvel, que neste trimestre realizou mais de 80 mil serviços de saúde e segue sendo um importante *driver* de incremento da recorrência de nossos clientes.

Produtos Panvel



A venda de Produtos Panvel cresceu 18,2% em relação ao 3T22, alcançando uma participação de 7,0% no total das vendas do Varejo no 3T23. Em relação ao mix de Higiene e Beleza, a marca própria alcançou uma representatividade de 17,4%, números que reforçam o posicionamento dos Produtos Panvel como *benchmark* do varejo farma brasileiro.

A partir do quarto trimestre deste ano, a base de comparação passará a estar livre dos efeitos sazonais causados pela forte venda de produtos relacionados à Covid 19 em 2022, fazendo com que o crescimento da participação de produtos *Private Label* nas vendas da Panvel fique cada vez mais evidente.

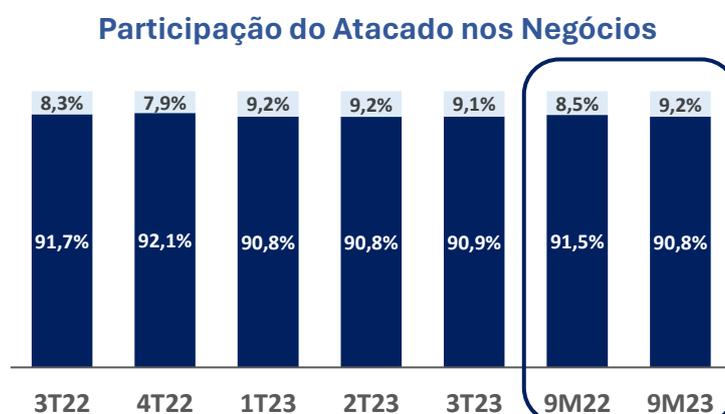
Refletindo o aumento da demanda por produtos de cuidado e beleza, a marca *Panvel Make Up* apresentou crescimento de 32,3% nas vendas em relação ao 3T22, consolidando-se na liderança de categoria de maquiagem mais uma vez. Produtos relacionados ao cuidado com a pele também apresentaram excelentes resultados e demonstraram, novamente, crescimento consistente. Dentre as categorias que se destacaram está a linha *Panvel Faces* (+13,2%).

A marca *Panvel Baby*, linha de produtos para cuidados de bebês e uma das principais marcas do grupo, apresentou crescimento robusto de 46,3% em relação ao 3T22. Também, a linha *Panvel Acessórios* apresentou um crescimento 21,5% no 3T23, demonstrando que a força de nossos produtos de marca própria está para além dos cuidados e de higiene pessoais.

Ainda, com movimento da marca em disponibilizar uma linha de produtos atuais, em linha com a tendência de um consumo mais consciente (vegano), a linha *Vert*, composta de itens naturais e veganos apresentou crescimento de 25,7% no período.

Atacado

No 3T23, o Atacado representou 9,1% das vendas totais da Companhia, com um crescimento de 22,7% em sua receita. Ao longo dos últimos trimestres, o Atacado vem apresentando um bom desempenho, sendo um importante aliado na diluição de despesas.



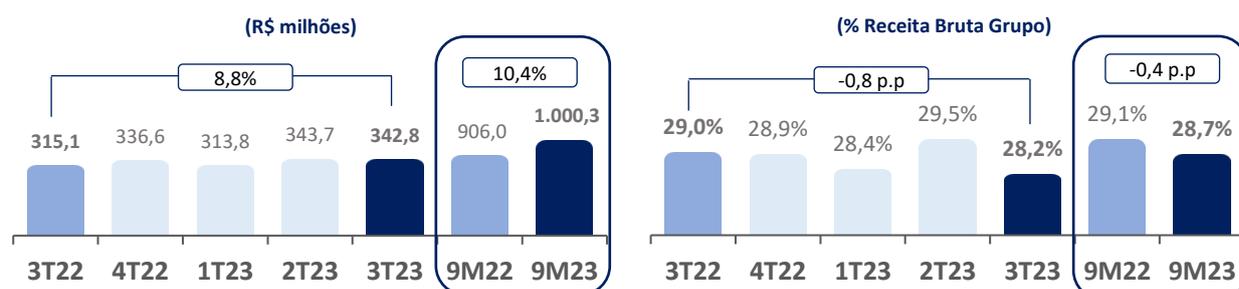
Margem Bruta

A Companhia entregou uma Margem Bruta Consolidada (incluindo operações de varejo, atacado e outras unidades de negócio) de R\$ 342,8 milhões no 3T23 (+8,8% vs 3T22), o que representa 28,2% da receita bruta do período, com uma pressão de 0,8 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

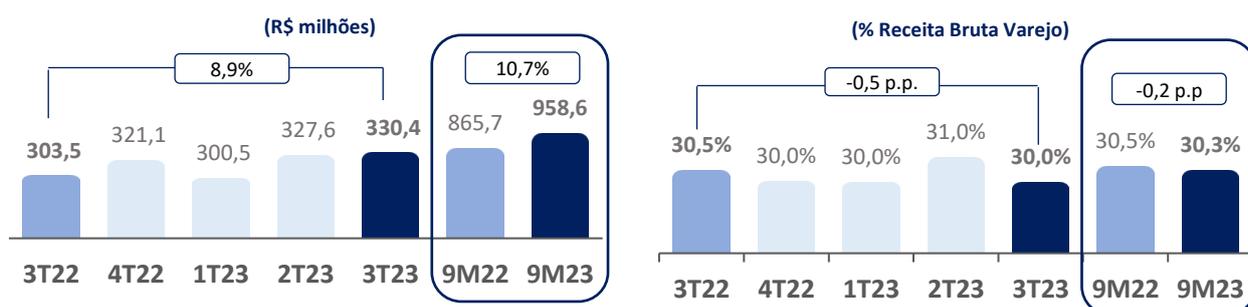
A Margem Bruta do Varejo foi de R\$ 330,4 milhões, o que equivale a 30,0% da Receita Bruta do Varejo no 3T23, com um crescimento de 8,9% e uma pressão de 0,5 p.p. em relação ao 3T22. Por um lado, essa pressão de margem bruta tem relação direta com a base de comparação, pois com um reajuste de medicamentos menor do que no ano anterior, investimos menos na compra de medicamentos no período de pré alta, e, portanto, os efeitos positivos desta reetiquetagem ficaram restritos ao 2T23. Por outro lado, aceleramos a venda de categorias importantes dentro de Higiene e Beleza que possuem margens menores, como é o caso da linha infantil. Entretanto, importante destacar que a margem da Panvel se mantém em níveis saudáveis e que possuímos ótimas alavancas para que nos próximos trimestres se retome o crescimento.

A Margem Bruta do Atacado foi de R\$ 11,5 milhões, o que representa 10,4% da Receita Bruta desta unidade de negócios no 3T23, uma redução de 1,6 p.p. em relação ao 3T22, em razão dessa operação ter maior representatividade de medicamentos em seu mix de vendas, e, portanto, ser mais afetada pela redução no percentual de reajuste dos medicamentos e pelo menor volume de venda de categorias como genéricos.

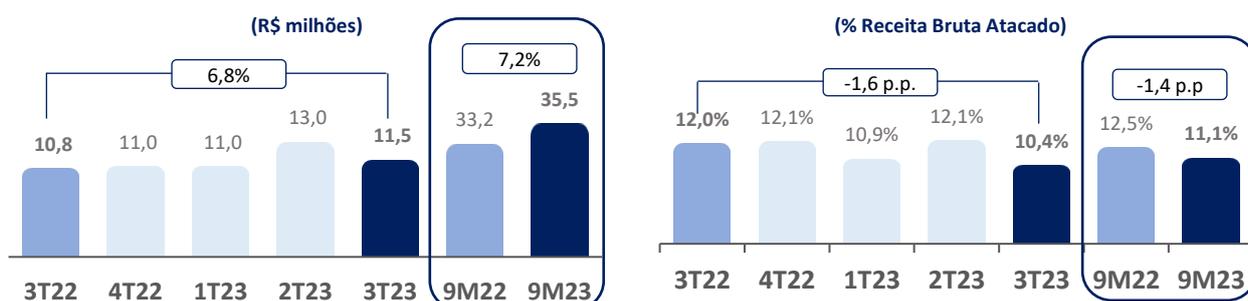
MARGEM BRUTA – GRUPO



MARGEM BRUTA – VAREJO

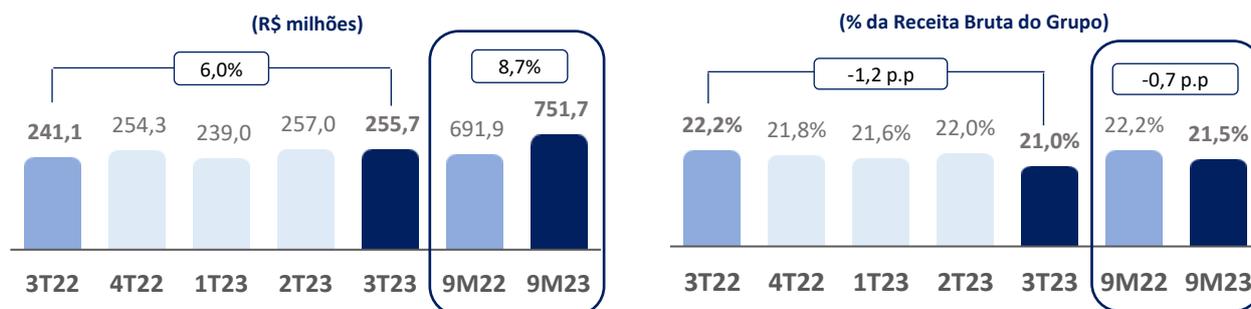


MARGEM BRUTA – ATACADO



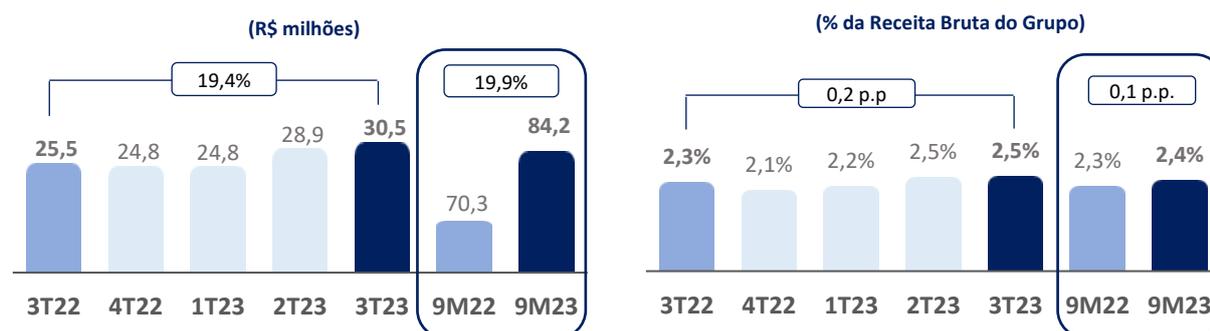
Despesas com Vendas

O total de Despesas com Vendas no 3T23 somou R\$ 255,7 milhões, o que representou 21,0% da Receita Bruta, uma redução de 1,2 p.p. em relação ao 3T22. Essa forte redução das despesas mais do que compensou a pressão na margem bruta, um movimento em linha com um de nossos principais compromissos para o ano. Esse resultado é fruto do processo de colheita de ganhos de produtividade nas despesas de lojas, em especial nas contas de Pessoal, Energia, Materiais, Perdas de Estoque e nas despesas de logística.



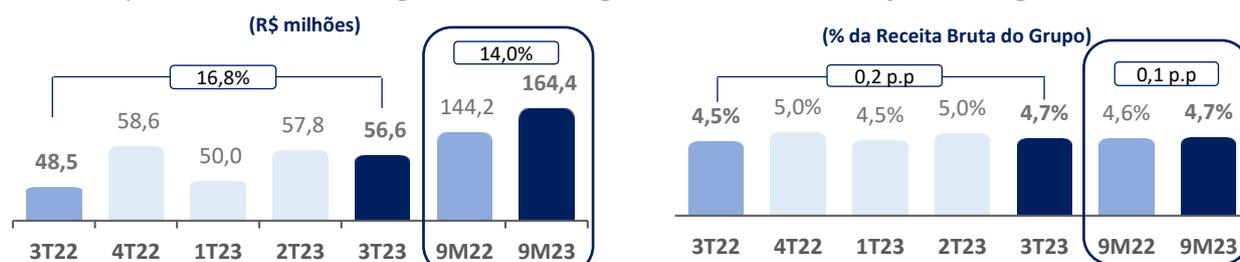
Despesas Gerais e Administrativas

As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 30,5 milhões no 3T23, representando 2,5% da Receita Bruta, uma expansão de 0,2 p.p. em relação ao mesmo período no ano anterior. A menor alavancagem operacional proporcionada pela venda, assim como a estruturação de áreas estratégicas na Companhia ao longo deste ano, fizeram com que as despesas administrativas reduzissem neste trimestre a sua capacidade de diluição. Entretanto, a Companhia segue detendo o menor patamar de despesas dessa natureza no setor em que atua, e mantém uma perspectiva de retorno desse indicador aos patamares históricos médios.



EBITDA

No 3T23 atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 56,6 milhões (+16,8% em relação ao 3T22), com uma margem equivalente a 4,7% da Receita Bruta (+0,2 p.p.), resultado de um excelente trabalho na diluição das despesas com vendas, que foram fundamentais para amenizar os efeitos sazonais de pressão na margem bruta. No acumulado, obtivemos uma expansão de margem de 0,1 p.p. Expandir a margem ao longo destes nove meses contra uma forte base de comparação em 2022, que contava com uma reetiquetagem de dois dígitos percentuais, e enfrentando uma situação climática totalmente atípica em 2023, deixa claro o sucesso de nossa estratégia. Dessa forma, reforçamos nosso compromisso de continuar expandindo nossas margens através de ganhos de escala em lojas e na logística.

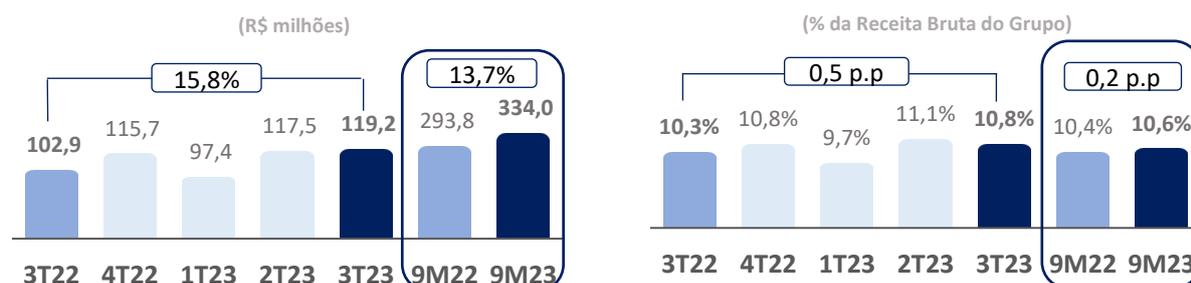


RECONCILIAÇÃO EBITDA AJUSTADO

Reconciliação EBITDA	3T22	3T23	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	22,7	26,1	15,1%
(+) Imposto de Renda	2,8	1,2	(55,6%)
(+) Resultado Financeiro	5,0	6,3	26,5%
EBIT	30,5	33,7	10,4%
(+) Depreciação e amortização	14,3	17,0	19,0%
EBITDA	44,8	50,7	13,2%
Participações/Distribuições	2,7	4,8	77,6%
Baixas de Ativos	0,3	0,2	(43,8%)
Outros Ajustes	0,6	0,9	36,6%
EBITDA Ajustado	48,5	56,6	16,8%
Margem EBITDA Ajustada	4,5%	4,7%	0,2 p.p.

EBITDA Varejo

O EBITDA do varejo representa a geração de resultado das lojas e é calculado a partir da fórmula descrita abaixo¹. No 3T23 o EBITDA do Varejo foi de R\$ 119,2 milhões, equivalente a 10,8% da Receita Bruta do Varejo, com um ganho de 0,5 p.p. na comparação anual. No acumulado do ano, a margem se expandiu em 0,2 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. Esses ganhos são resultado do bom trabalho na diluição de despesas, gestão eficiente de mix e aumento de produtividade por loja. Novamente, é importante destacar que esse excelente resultado se dá contra uma forte base de comparação em 2022, e em um período durante o qual as operações da Região Sul foram afetadas por fortes chuvas.



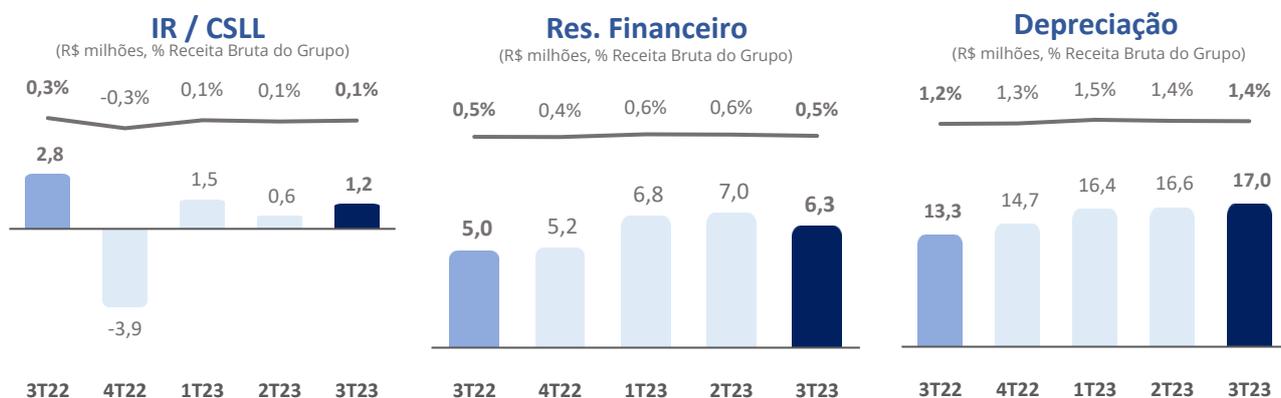
¹ Receita Bruta do Varejo (-) CMV/Impostos/Descontos/Devoluções = Margem Bruta Varejo (-) Despesas com Vendas de Lojas (+) Depreciação de Lojas = EBITDA do Varejo.

Depreciação, Resultado Financeiro Líquido e IR/CSLL

A Depreciação apresentou um crescimento de 0,2 p.p. na comparação trimestral, mantendo sua tendência de crescimento para o ano, em função dos investimentos realizados em expansão de lojas e na logística.

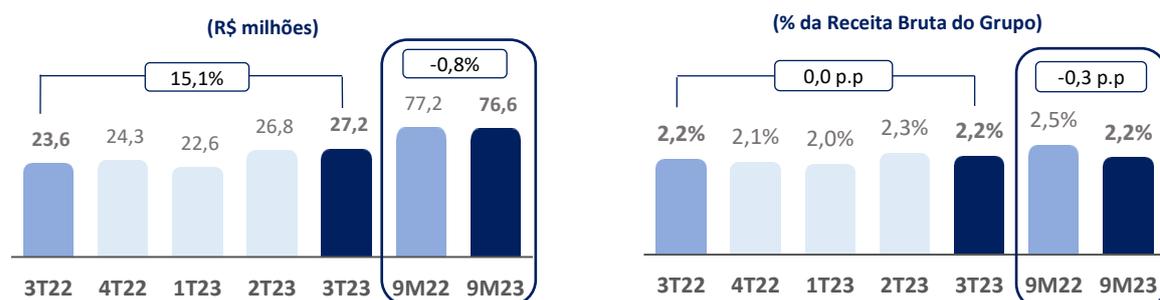
As Despesas Financeiras Líquidas se mantiveram estáveis, representando 0,5% da Receita Bruta do Grupo. Essas despesas são decorrência direta da posição líquida de Caixa, em linha com a expectativa da Companhia para o período.

O IR/CSLL, na comparação trimestral, trouxe um impacto positivo de 0,2 p.p no resultado, em razão da deliberação de distribuição de R\$ 11,9 milhões sob a forma de Juros Sobre Capital Próprio no período.



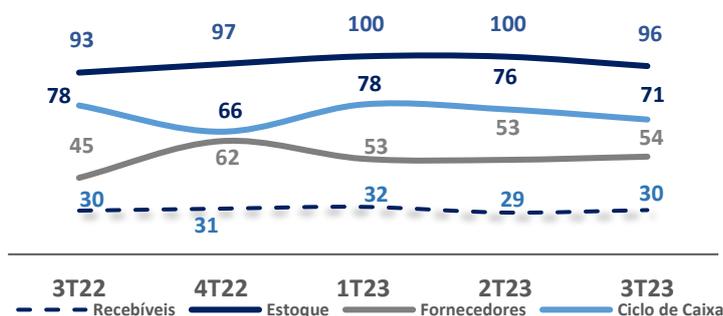
Lucro Líquido

O Lucro Líquido Ajustado no 3T23 foi de R\$ 27,2 milhões, um crescimento de 15,1%, equivalente a uma margem líquida de 2,2%, estável em relação ao mesmo período do ano anterior. O bom resultado do lucro está diretamente relacionado aos impactos operacionais já mencionados, bem como com uma gestão eficiente do caixa, que eliminou novas pressões sobre as despesas financeiras.



Reconciliação Lucro Líquido	3T22	3T23	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	22,7	26,1	15,1%
Baixas de Ativos	0,3	0,2	-43,8%
Outros Ajustes	0,6	0,9	45,7%
Lucro Líquido Ajustado	23,6	27,2	15,1%
Margem Líquida Ajustada	2,2%	2,2%	0 p.p.

Ciclo de Caixa



No 3T23 a Companhia manteve a tendência de melhora no seu Ciclo de Caixa, apresentando uma redução de 7 dias na comparação com o 3T22. Essa melhora é reflexo direto do sucesso na estratégia de alongar os prazos de pagamento dos fornecedores e de manter um estoque equilibrado e consistente. Seguimos com o objetivo de melhorar nossa eficiência de caixa ao longo dos próximos trimestres.

Fluxo de Caixa

A Companhia apresentou um fluxo de caixa livre negativo de R\$ 6,1 milhões no 3T23.

Fluxo de caixa	3T22	3T23
Lucro líquido do período	22.661	26.110
IRPJ/CSLL	2.750	1.243
Resultado Financeiro	5.035	6.364
EBIT	30.446	33.717
Depreciações e Amortizações	14.331	17.865
EBITDA	44.777	51.582
Ciclo de Caixa	38.304	(8.874)
Demais variações nos ativos e passivos	(239)	(12.834)
Fluxo de caixa Operacional	82.842	29.875
Investimentos	(47.115)	(36.019)
Fluxo de Caixa Livre	35.727	(6.144)
Juros sobre o Capital Próprio	(8.004)	(7.237)
Ações em tesouraria	(3)	(8)
Fluxo de Caixa Total	27.720	(13.389)

Endividamento

Dívida Líquida (em R\$ milhões)	3T22	4T22	1T23	2T23	3T23
Dívida de Curto Prazo	97,9	118,4	302,3	293,7	128,9
Dívida de Longo Prazo	172,9	116,4	116,4	60,0	310,0
Dívida Bruta	270,7	234,8	418,8	353,7	438,9
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	164,3	157,4	257,6	193,2	265,0
Dívida / Caixa Líquido	106,5	77,5	161,1	160,5	173,9
Dívida Líquida / EBITDA LTM	0,5x	0,4x	0,8x	0,9x	0,8x

O nível de endividamento bruto da Companhia no fechamento do 3T23 foi de R\$ 438,9 milhões e, depois de descontadas as disponibilidades em Caixa (R\$ 265 milhões), a Dívida Líquida encerrou o período em R\$ 173,9 milhões. Consideramos que a estrutura de capital da Companhia permanece sólida e com baixa alavancagem, mesmo em um cenário de investimentos e expansão acelerada e entendemos que esse baixo nível de endividamento representa um diferencial competitivo dentro do atual cenário macroeconômico do país e do segmento de varejo.

Investimentos

Após dois anos de fortes níveis de investimentos, realizamos no 3T23 investimentos que somaram R\$ 36,0 milhões, apresentando uma redução de 24,6% em relação ao 3T22.

R\$	3T22	3T23	Δ	9M22	9M23	Δ
Abertura Lj.	25.106.354	18.871.916	-24,8%	67.769.804	53.247.490	-15,2%
Reforma Lj.	2.822.040	4.447.075	57,6%	8.402.469	11.315.443	34,7%
TI	8.899.641	6.953.543	-21,9%	24.003.368	18.213.062	-24,1%
Logística e Outros	10.984.508	5.746.259	-47,7%	45.344.420	15.052.020	-66,8%
Total	47.812.543	36.018.794	-24,6%	140.520.062	97.828.015	-30,4%

ESG

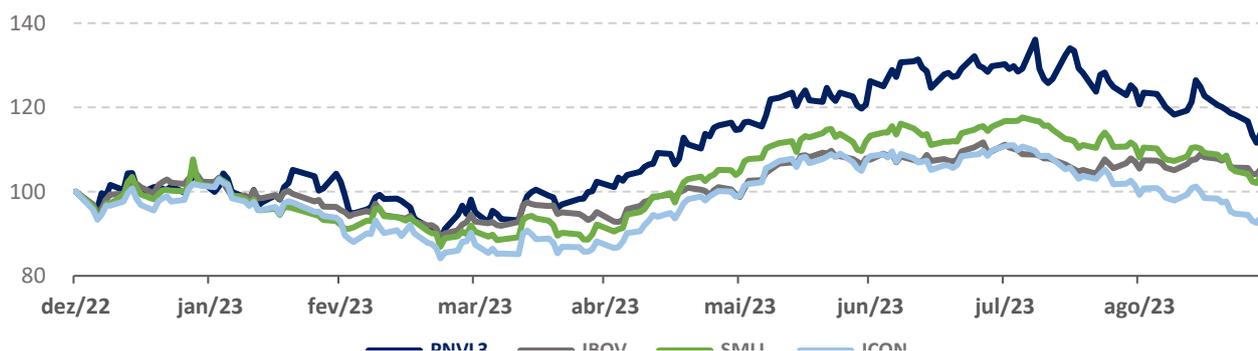
No âmbito das práticas de ESG, a Companhia atingiu marcos significativos ao longo do ano de 2023, refletindo nosso compromisso com a sustentabilidade. Em 18 de agosto, lançamos o 1º Relatório de Sustentabilidade da empresa, oferecendo uma visão abrangente de nossas iniciativas e conquistas nessa área. Destacamos também o impacto positivo de nossa abordagem à energia renovável, com nove usinas operando e fornecendo energia limpa para 71% de nossas filiais de rua, bem como para nossas instalações administrativas e centro de distribuição em Eldorado do Sul. Além disso, temos a perspectiva de expandir esse compromisso e atender 96% de nossas filiais de rua até o final de 2023. Para saber mais sobre nossa plataforma de sustentabilidade, basta apontar a câmara do seu celular no QR Code ao lado.



Além de nosso foco em energia renovável, a Companhia demonstrou sua responsabilidade social ao apoiar a comunidade local em tempos difíceis. Após as enchentes causadas por um ciclone extratropical no Vale do Taquari, a Companhia doou para as regiões afetadas pelas cheias 12.114 itens de medicamentos e produtos de higiene, que totalizaram R\$ 637 mil, além de R\$ 103 mil e 4.746 itens de medicamentos e higiene fornecidos por nossos fornecedores. A solidariedade dos clientes também desempenhou um papel fundamental, uma vez que mais de R\$ 1 milhão foi arrecadado pela campanha "Troco Amigo SOS Vale do Taquari," na qual os clientes puderam fazer doações de qualquer valor através de canais digitais ou nas lojas da Pannel. Esses recursos estão sendo direcionados para a operacionalização do Hospital de Roca Sales e do Hospital Beneficente Nossa Senhora Aparecida, em Muçum.

Mercado de capitais

No 3T23, a ação da Companhia acompanhou o movimento das empresas do setor de varejo, bem como das empresas qualificadas como *small caps*. No período YTD, a ação da Companhia apresentou valorização de 15,4%, desempenho superior aos índices Ibovespa e *Small Caps*, que no período apresentaram valorização de 6,22% e 5,0%, respectivamente.



*A métrica de comparação YTD utiliza o último pregão do ano de 2022 como base de comparação

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	3T23		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhares)			
Receita Bruta	1.216.126	-	1.216.126
Lucro Bruto	342.805	-	342.805
% RB	28,2%	0,0%	28,2%
Despesas com Vendas	(255.701)	41.390	(214.311)
Despesas Administrativas	(30.508)	-	(30.509)
Total das Despesas	(286.210)	41.390	(244.820)
% RB	23,5%	-3,4%	20,1%
EBITDA Ajustado	56.595	41.390	97.985
% RB	4,7%	3,4%	8,1%
Depreciação e amortização	(17.018)	(32.503)	(49.520)
Part. Adm/PLR	(4.795)	-	(4.795)
Outros ajustes	-	-	-
Resultado Financeiro	(6.364)	(12.619)	(18.983)
IRPJ/CSLL	(1.243)	1.269	26
Lucro Líquido	27.176	(2.463)	24.712
% RB	2,2%	-0,2%	2,0%

Balanco Patrimonial	3T23		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhares)			
Ativo	2.351.053	594.652	2.945.704
Ativo Circulante	1.736.558	(1.402)	1.735.156
Clientes	409.032	(1.402)	407.630
Ativo não Circulante	614.495	596.054	1.210.549
Ativo Diferido	26.264	21.171	47.435
Imobilizado	487.144	574.882	1.062.027
Passivo e Patrimônio Líquido	2.351.053	594.652	2.945.704
Passivo Circulante	851.102	160.954	1.012.056
Arrendamentos Mercantil	-	160.954	160.954
Passivo não Circulante	319.794	474.796	794.590
Arrendamentos Mercantil	-	474.796	474.796
Patrimônio Líquido	1.180.156	(41.097)	1.139.059
Lucros Acumulados	85.089	(41.097)	43.992

Balanço

ATIVO	Norma Antiga (IAS 17)		
	3T22	3T23	Var. %
(em milhares)			
Ativo Circulante	1.432.342	1.736.558	21,2%
Caixa e equivalentes de caixa	9.362	10.067	7,5%
Aplicações Financeiras	154.888	254.964	64,6%
Clientes	361.863	409.032	13,0%
Estoque	796.732	931.111	16,9%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	25.433	22.219	-12,6%
Tributos a recuperar	22.779	11.612	-49,0%
Outras contas a receber	61.285	97.554	59,2%
Ativo Não Circulante	542.513	614.496	13,3%
Tributos diferidos	25.810	26.264	1,8%
Impostos a recuperar	9.260	11.398	23,1%
Depósitos judiciais	3.865	2.453	-36,5%
Créditos com partes relacionadas	1.530	1.330	-13,1%
Outros ativos	534	264	-50,5%
Despesas antecipadas	-	4.752	100,0%
Investimentos	4	4	-1,8%
Imobilizado	429.276	487.144	13,5%
Intangível	72.234	80.888	12,0%
Ativo Total	1.974.855	2.351.054	19,0%

PASSIVO	3T22	3T23	Var. %
(em milhares)			
Passivo Circulante	661.071	851.102	28,7%
Fornecedores	373.646	512.595	37,2%
Empréstimos e financiamentos	97.870	128.915	31,7%
Salários e encargos sociais	80.496	86.021	6,9%
Impostos, taxas e contribuições	39.637	35.311	-10,9%
Dividendos e juros s/capital próprio	666	12.203	1732,3%
Outras contas a pagar	65.606	73.195	11,6%
Outras Provisões	3.105	2.864	-9,0%
Passivo Não Circulante	189.157	319.794	69,1%
Empréstimos e financiamentos	172.857	310.000	79,3%
Outras Obrigações	6.793	7.087	4,3%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	9.507	2.707	-71,5%
Patrimônio líquido	1.124.626	1.180.156	4,9%
Capital social	943.000	970.116	2,9%
Transações de capital com os sócios	(14.448)	(14.448)	0,0%
Reserva de Capital	(29.429)	(24.492)	-16,8%
Reserva de lucros	137.662	163.892	19,1%
Lucros Acumulados	87.841	85.088	-3,1%
Passivo Total e Patrimônio líquido	1.974.854	2.351.054	19,0%

Demonstração de Resultados

DRE	Norma Antiga (IAS 17)		
	3T22	3T23	Var. %
(em milhares)			
Receita bruta	1.087.787	1.216.126	11,8%
Impostos e devoluções	(70.743)	(85.977)	21,5%
Receita líquida	1.017.044	1.130.149	11,1%
Custo das mercadorias vendidas	(701.903)	(787.344)	12,2%
Lucro bruto	315.141	342.805	8,8%
Despesas	(284.696)	(309.088)	8,6%
Com vendas	(258.249)	(278.666)	7,9%
Gerais e administrativas	(28.695)	(34.003)	18,5%
Outras receitas operacionais	2.248	3.580	59,3%
Resultado financeiro	(5.035)	(6.364)	26,4%
Despesas financeiras	(11.574)	(19.150)	65,5%
Receitas financeiras	6.539	12.786	95,5%
Lucro antes do IR e contribuição social e das participações	25.410	27.353	7,6%
Imposto de renda e contribuição social	(2.750)	(1.243)	-54,8%
Lucro líquido do exercício	22.660	26.110	15,1%