

grupo panvel

Divulgação de Resultados 3T22

Call de Resultados

11 de novembro de 2022 – sexta-feira

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

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

Link: [Clique Aqui](#)

Eldorado do Sul, RS, 10 de novembro 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 3º trimestre de 2022 (3T22). 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 3T22 usam como base o 3T21, exceto quando indicado de outra forma. Para fins de comparabilidade com períodos anteriores, os números deste relatório são demonstrados de acordo com a norma IAS 17/CPC 06. Os valores financeiros mencionados são referentes a valores em R\$ (Real).



Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp

Diretor Financeiro e de RI

Ismael Rohrig

Especialista de RI

Pedro Bernardes

Assistente de RI

Pedro Gazzana

Estagiário de RI

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

Resultados 3T22

Receita Bruta do Grupo R\$ 1.088M (+26,5%)	Receita Bruta do Varejo R\$ 995M (+26,3%)
EBITDA Ajustado R\$ 48,5M (+39,1%) Margem de 4,5%	Expansão +14 novas lojas no 3T22 + 68 novas lojas LTM
Lucro Líquido Ajustado R\$ 23,6M (+16,3%) Margem de 2,2%	Digital (% nas vendas do Varejo) 16,1% (+25,8% vs 3T21)

Descrição	3T21	4T21	1T22	2T22	3T22	9M21	9M22
Nº de Lojas	500	517	527	538	548	500	548
Nº de funcionários	7.805	8.646	8.550	9.026	9.414	7.805	9.414
Em reais mil							
Receita Bruta TT	860.213	959.918	969.334	1.057.661	1.087.775	2.506.763	3.114.770
Margem Bruta TT	241.875	272.976	275.474	315.342	315.143	715.623	905.959
% da Receita Bruta	28,1%	28,4%	28,4%	29,8%	29,0%	28,5%	29,1%
Receita Bruta Varejo	787.863	883.890	877.411	965.395	995.322	2.290.469	2.838.128
Margem Bruta Varejo	233.319	262.214	261.504	300.664	303.502	688.780	865.670
% da Receita Bruta Varejo	29,6%	29,7%	29,8%	31,1%	30,5%	30,1%	30,5%
EBITDA Ajustado TT	34.833	49.041	39.664	56.098	48.458	112.175	144.142
% da Receita Bruta	4,0%	5,1%	4,1%	5,3%	4,5%	4,5%	4,6%
Lucro Líquido Ajustado TT	20.333	28.126	25.625	27.986	23.610	64.216	77.221
% da Receita Bruta	2,4%	2,9%	2,6%	2,6%	2,2%	2,6%	2,5%

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.

Mensagem da administração

O terceiro trimestre de 2022 foi novamente marcado por um desempenho muito forte em nossas vendas e em nosso resultado, dentro de um contexto econômico e político desafiador.

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 dos 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 26,3% 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, a superação da marca de R\$ 600 mil/mês de venda média por loja.

Resultado forte, com crescimento de vendas, ganhos de *market share*, aceleração da expansão.

A expansão da nossa rede física de lojas manteve um ritmo forte e saudável. Abrimos 14 lojas no terceiro trimestre e 68 lojas nos últimos doze meses, mais um recorde histórico. Além de estarmos alinhados com nosso planejamento, estamos orgulhosos 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 terceiro trimestre foi mais uma vez acompanhado pela alta penetração dos canais digitais no Varejo (16,1% de *share*), atingindo a participação mais elevada do ano até o momento. 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 81 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, sendo reconhecidos pelo IBEVAR como farmácia mais admirada do país.

É importante destacar, também, que ao longo deste trimestre 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, uma política comercial eficiente e a implementação de projetos estratégicos voltados aos medicamentos, permitiram que o Varejo da Panvel atingisse uma Margem Bruta de 30,5% 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 relativas ao ritmo de expansão. Dessa forma, entregamos uma Margem EBITDA ajustada de 4,5% no trimestre, com um crescimento expressivo de 39,1% em relação ao ano anterior.

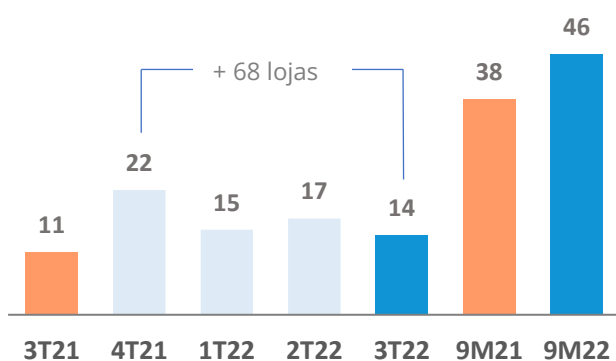
Todas essas importantes entregas reforçam nossa consistência e confiança para o fechamento deste ano. Vamos continuar investindo e inovando em nosso negócio e vamos colher os frutos de projetos e investimentos passados. Temos plena consciência de que para alcançar nossos objetivos de longo prazo ainda teremos muito trabalho pela frente, 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, gostaríamos de agradecer todos os *stakeholders* que fazem parte do nosso Grupo e que contribuem para que cada trimestre seja de superação.

Portfólio de lojas

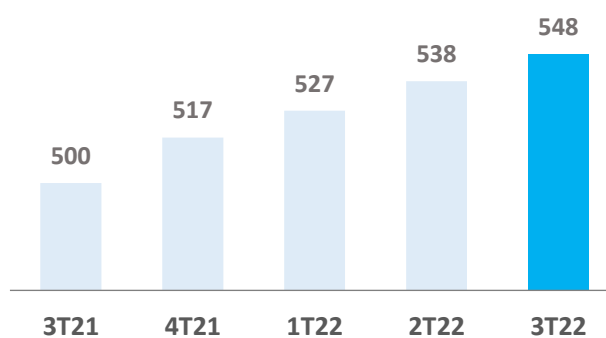
No 3T22 a Companhia inaugurou 14 lojas, sendo 8 unidades no RS, 4 no PR e 2 em SC. Assim, ao final do trimestre alcançamos a marca de 548 lojas em operação. Foram 68 lojas abertas nos últimos 12 meses, sendo 46 lojas abertas nos primeiros nove meses desse ano, números que representam dois recordes históricos da Panvel. Para o ano de 2022, nosso plano segue em linha com a estratégia de adensamento na Região Sul, principalmente fora das Capitais, somado ao 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. Outra filial (madura) foi encerrada porque não atendia mais ao perfil, nem ao potencial de venda e de rentabilidade determinados pelos padrões de operação da Companhia, considerando indicadores como localização, vagas de estacionamento e metragem. Lembramos que o encerramento de filiais desalinhadas com a estratégia da Companhia é uma ferramenta para otimização do uso de nossos ativos, liberando recursos e aumentando as taxas de retorno dos nossos investimentos.

Abertura de Lojas

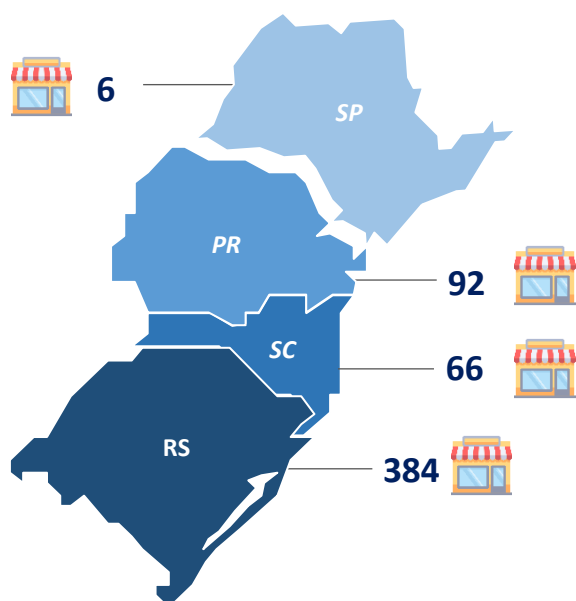


Número de Lojas

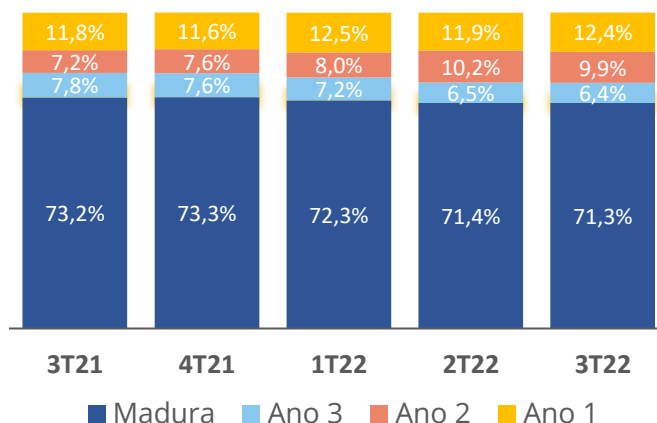


	3T21	4T21	1T22	2T22	3T22
Lojas Abertas	11	22	15	17	14
Transf./Encer.	(5)	(5)	(5)	(6)	(4)

Ao final do período, a Companhia contava com 71,3% de lojas maduras e 28,7% em processo de maturação.



Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade

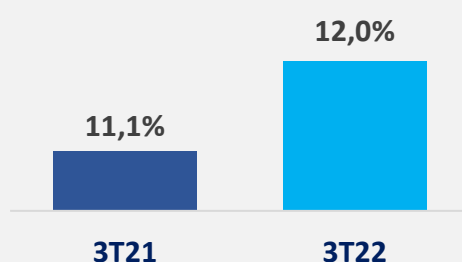


Market share

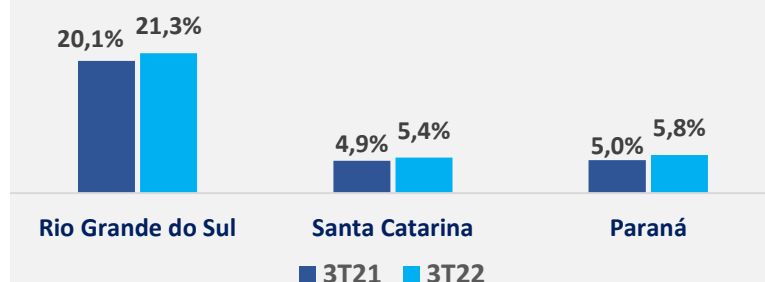
No terceiro trimestre de 2022 a Panvel se destacou mais uma vez, com a participação na Região Sul atingindo 12,0%, uma evolução de 0,9 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior. Vale destacar que o crescimento de participação ocorreu em todos os Estados, mostrando mais uma vez a consistência de nossa operação. 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 foi o ganho de *share* em todas as categorias de medicamentos, em linha com a estratégia traçada para o acompanhamento da jornada de pacientes de doenças crônicas e de uso contínuo e para a maior participação de genéricos.

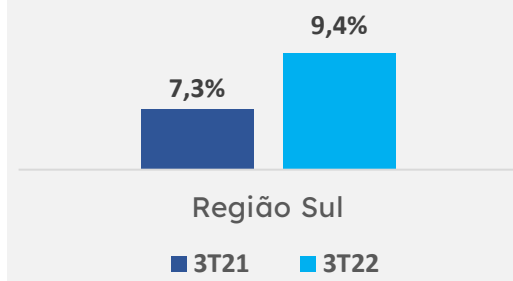
Market Share - Região Sul



Market Share por UF

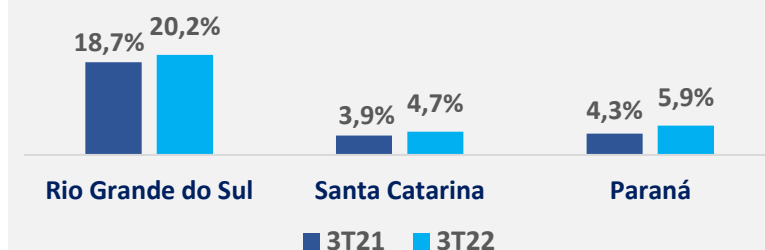


Market Share - Genéricos



Market Share - Medicamentos

* Dados de Medicamentos totais RX do IQVIA

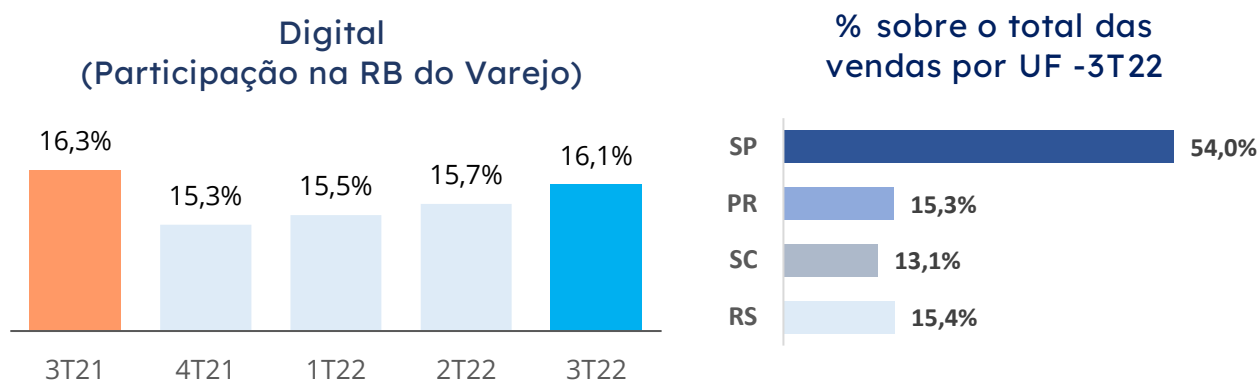


Fonte: IQVIA – *Conceito sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo

E-commerce e iniciativas digitais

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 não presencial (App, Site, Marketplaces, Alô Panvel). Nesta participação não estão incluídas as vendas atribuídas a ferramentas de *Social Commerce* (WhatsApp), nem vendas atribuídas a cupons digitais de desconto aplicados nas lojas físicas.

Mesmo com uma base de comparação forte, as vendas do Digital cresceram 25,8% no 3T22, atingindo sua maior participação no ano de 2022, 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 3T22: 133 lojas híbridas + 9 Mini CDs (*dark stores*)

Participação do Digital nas Vendas do Varejo 3T22: 16,1% (crescimento de 25,8% sobre o 3T21)

Número de Entregas 3T22: 875 mil (crescimento de 54,1% vs 3T21, e média de 291 mil entregas/mês)

Nível de Serviços: 97% das entregas dentro do prazo (3T22)

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.

Digital mantém um elevado *share* nas vendas da Panvel, alcançando 16,1% no 3T22, participação muito acima da média do mercado, com um crescimento de 25,8% vs 3T21

No 3T22, 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. Atualmente já estamos com oito *sellers* conectados, representando um incremento de 3.000 *SKU's*, sempre com o objetivo de complementar a cesta de compras dos nossos clientes com novos produtos que se relacionem com os pilares de saúde e bem-estar.

Ecossistema de saúde

A Panvel é referência em serviços de saúde na Região Sul do país, dado refletido no elevado *market share* na realização serviços como testes e vacinas, além de 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.

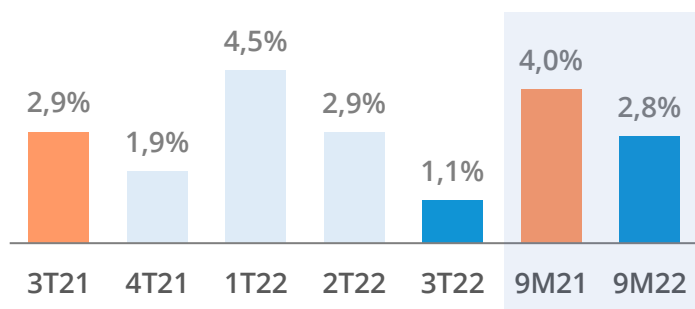
Panvel Clinic

Panvel Clinic 347 lojas (+50 salas vs 3T21)	Salas de Vacinação 86 (+14 salas vs 3T21)	Serviços Prestados: + de 144 mil (3T22)
--	--	--

Com estrutura robusta e *expertise* na prestação de serviços, aliadas à qualidade de atendimento, mantivemos a liderança em serviços, com um *market share* de 53,5% de vacinação na Região Sul no 3T22, conforme IQVIA.

Em linha com a expectativa da Companhia, ao longo do 3T22 os serviços reduziram sua participação nas vendas do Varejo, atingindo 1,1% de penetração. Essa queda de participação foi compensada pelo crescimento de outras categorias dentro do nosso mix de vendas, principalmente medicamentos.

Serviços
(Participação na RB do Varejo)

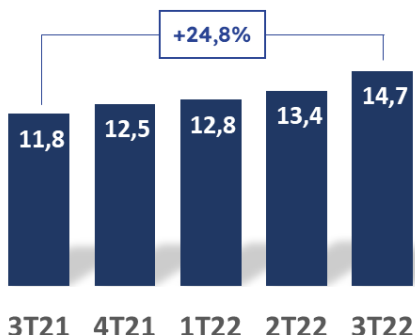
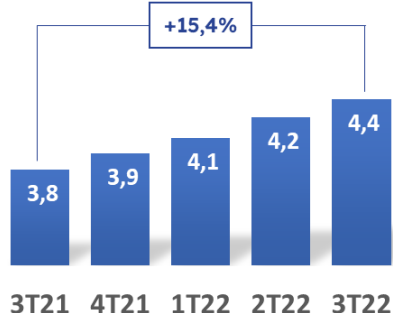
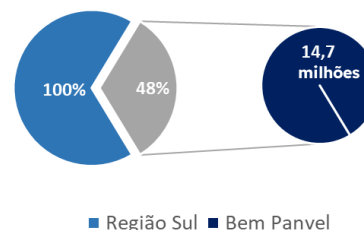


Panvel Saúde Empresarial

O Panvel Saúde Empresarial oferece um programa de benefícios aos colaboradores das empresas conveniadas e às próprias empresas. Com um olhar especial para Operadoras de Planos de Saúde, Autogestões e Medicinas de Grupo, oferecemos a gestão e o acompanhamento dos seus beneficiários, o fornecimento de medicamentos especiais e de todos os produtos necessários para a melhoria da qualidade de vida desta população. Neste contexto, a categoria de Medicamentos Especiais apresentou um crescimento de 54,5% no 3T22 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, aliados a um modelo de negócio único.

Nossos convênios atualmente totalizam cerca de 6,4 milhões de vidas sob gestão, representando 45,5% das vendas totais da Panvel neste 3T22. Ao longo do trimestre mantivemos um forte ritmo de crescimento da base de clientes e de convênios, através de parcerias que representam uma das principais fortalezas da Panvel na Região Sul.

CRM

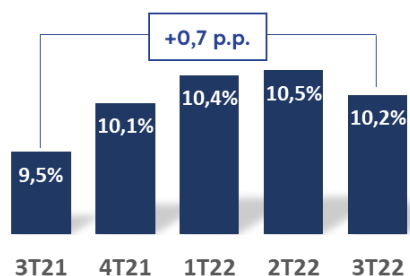
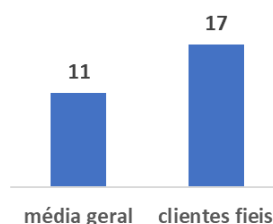
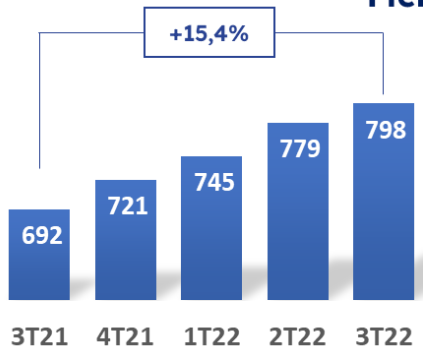
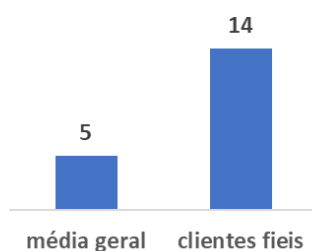
Evolução Clientes
Bem Panvel (em Milhões)Evolução Clientes
Ativos* (em Milhões)Bem Panvel - População
Região Sul (IBGE 2021)

A base unificada do Programa Bem Panvel conta com mais de 14,7 milhões de clientes. Esta base de clientes representa 48% da população da Região Sul do país (dados do IBGE, 2021), conforme gráfico acima. Vimos neste último trimestre nossa base ativa de clientes crescer mais de 15% em relação ao ano anterior, a frequência aumentar mais de 5% e a compra média crescer quase 10%. Nossa venda é alavancada tanto pelo crescimento da quantidade de clientes, bem como pelo aumento da frequência desses clientes em loja.

Para sustentar a estratégia Omni da empresa, trabalhamos ações para estimular a digitalização do cliente, tais como a ativação de cupons no App para uso em loja, a divulgação dos itens de cauda longa e o marketplace. No 3T22, a participação de clientes Omni cresceu 0,7 pp em relação ao ano anterior. Estamos munindo nossos atendentes com ferramentas de personalização, para ampliar a venda e fidelizar os clientes, tais como a lembrança de recompra de medicamentos, aviso de itens na cesta dos canais digitais e outras réguas de CRM.

Digitalização do Cliente

Evolução Cliente Omni

Frequência Semestral
(Cliente Omni)Evolução Cliente
FielFrequência
Semestral

É importante destacar o crescimento de clientes segmentados como fiéis em nossa base. Esses clientes têm uma frequência em loja 180% maior do que um cliente médio da Panvel. No caso dos clientes Omni, a base de fiéis tem uma frequência ainda maior, conforme dados no gráfico. Estes elementos conversam diretamente com o crescimento que estamos vivenciando em nossas vendas.

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 (dados de setembro de 2022):



81

NPS - Panvel



80

NPS - Loja



82

NPS - App



86

NPS - Site



72

NPS - Alô Panvel



4,7

App



4,8

Play



8,6

Reclame Aqui



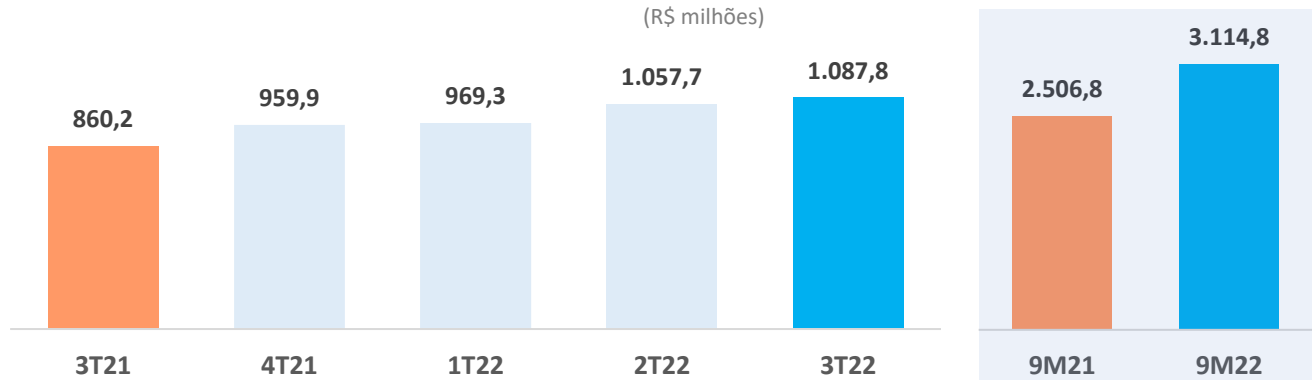
O NPS da Panvel se manteve em patamar elevado no 3T22, atingindo 81 pontos. A Panvel é única rede do varejo farma brasileiro que alia alta penetração dos canais digitais à entrega de produtos mais rápida do Brasil e uma qualidade invejável, quantificada por um NPS elevado.

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 3T22, o que representa um crescimento de 26,5% em relação ao 3T21. Nos 9 meses acumulados do ano receita bruta total foi de R\$ 3,1 bilhões, representando um crescimento de 24,3% 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.

Receita Bruta Consolidada

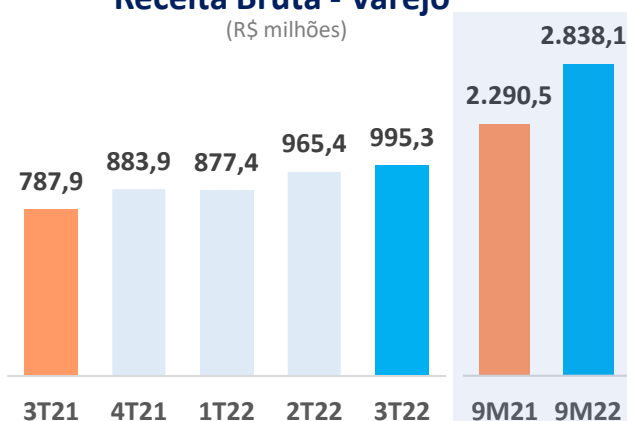
(R\$ milhões)



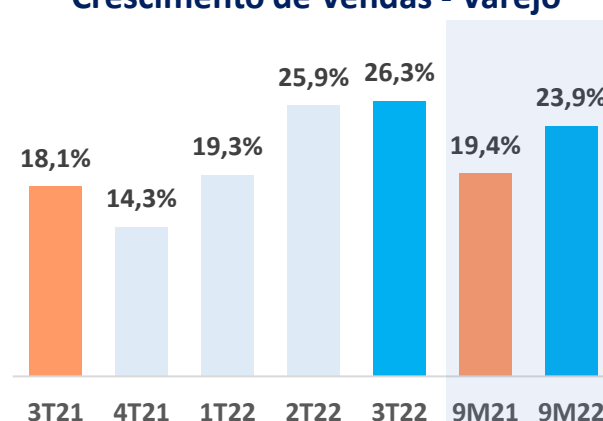
Varejo

Receita Bruta - Varejo

(R\$ milhões)



Crescimento de Vendas - Varejo



No 3T22 a receita bruta do varejo foi de R\$ 995,3 milhões, um crescimento de 26,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Importante destacar que esse desempenho se deu sobre uma forte base de comparação.

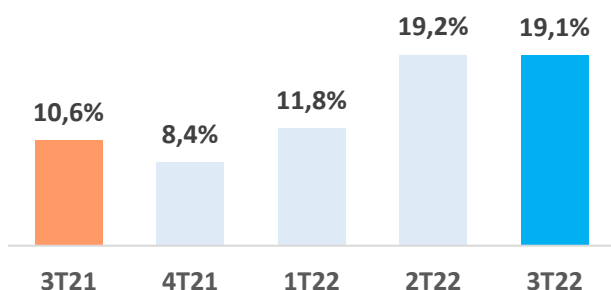
Para a Panvel, este trimestre foi mais um período de crescimento de vendas acima da média do setor. Esse comportamento é traduzido pelo aumento do fluxo de clientes em nossas lojas físicas e em nossos canais digitais, graças a fatores como uma estratégia de medicamentos com portfólio bem dimensionado e uma gestão de estoques eficiente, garantindo um baixo nível de ruptura para o cliente, além da manutenção de elevados indicadores de qualidade de atendimento.

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

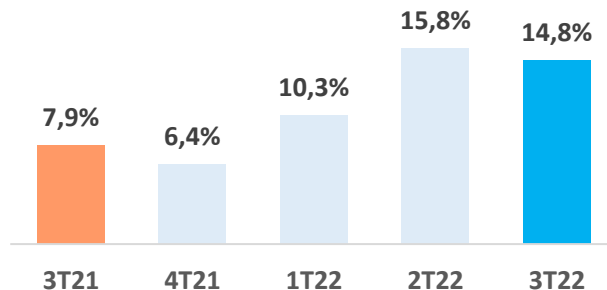
A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 19,1% no 3T22 em comparação ao 3T21. Trata-se de uma taxa muito robusta, considerando que o crescimento se dá novamente sob uma forte base de comparação.

O desempenho das Lojas Maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) também foi muito robusto, com um crescimento de 14,8% em relação ao 3T21, percentual bastante superior à inflação do período.

Crescimento Mesmas Lojas



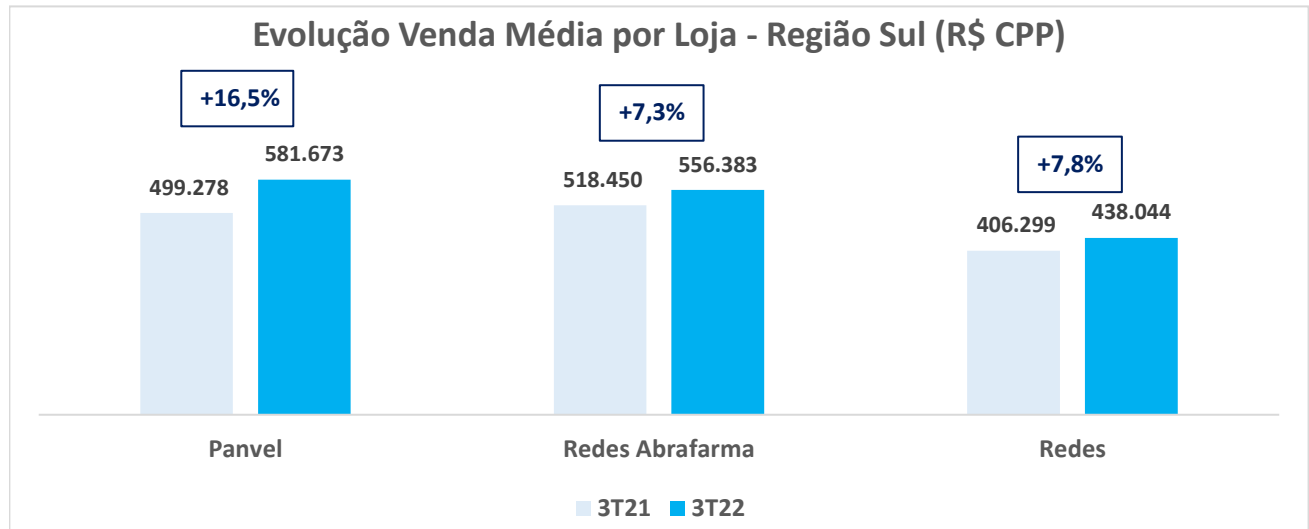
Crescimento Lojas Maduras



Ao longo do 3T22 atingimos uma venda média de R\$ 605 mil/loja, 15,3% acima do mesmo período do ano passado, e 18,3% acima da média do ano de 2021. Importante ressaltar que este é o primeiro trimestre completo em que a venda média ultrapassa a faixa de R\$ 600 mil/loja, marco importante para a Companhia e que reforça o compromisso estratégico de elevar nossa produtividade.

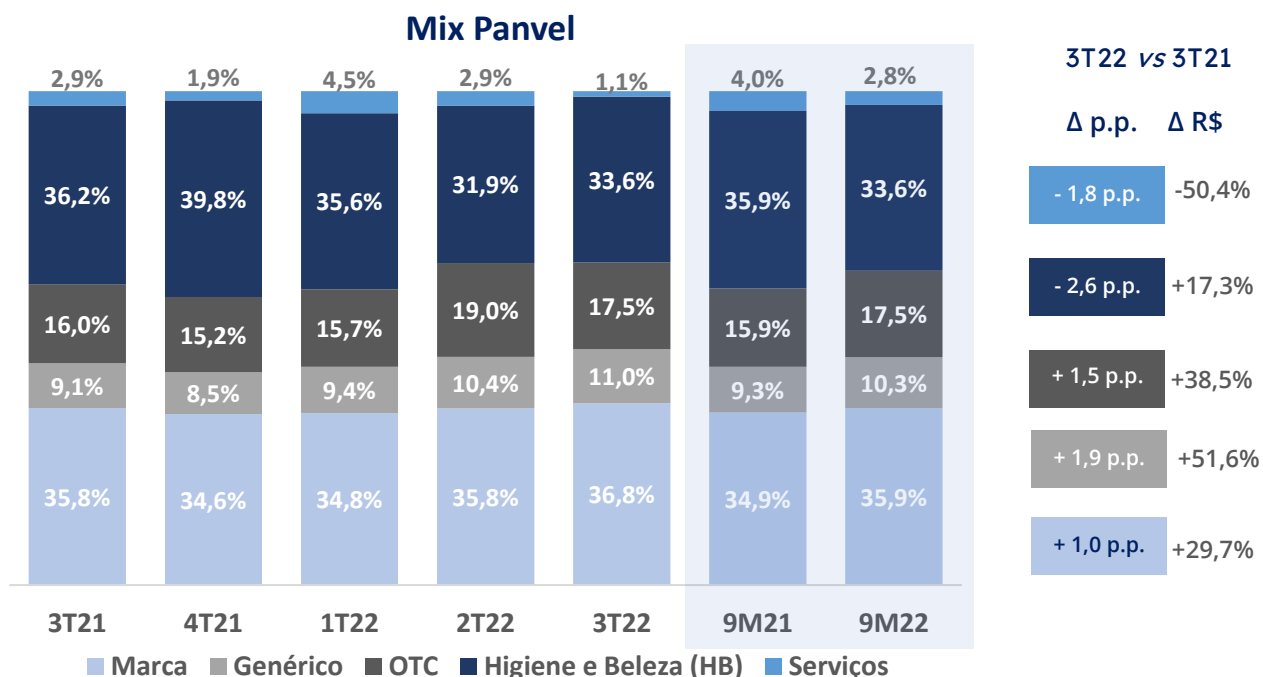
Destacamos que esse crescimento foi alcançado em um trimestre que encontra uma base forte de comparação e com a abertura de 68 lojas nos últimos 12 meses, demonstrando como as novas safras de lojas vêm apresentando um *ramp up* acelerado.

A análise dos dados de venda média na Região Sul do IQVIA, comparando a Panvel com seus concorrentes, reforça o sucesso de nossa estratégia, pois apresentamos uma taxa de crescimento de venda que é mais que o dobro dos demais *players* da região.



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

Mix de vendas do varejo



Neste trimestre vimos mais uma vez os medicamentos em geral apresentarem um crescimento muito forte, em linha com a estratégia da Companhia e com os projetos em curso. Os medicamentos apresentaram um crescimento de 31,5% em relação ao 3T21.

Cabe destacar que a Companhia tem sido eficaz na gestão do seu mix de produtos, visto que a rápida redução na venda de Testes de Covid e Vacinas foi mais que compensada pelo crescimento de outras categorias, não afetando a taxa de crescimento de vendas da Panvel.

O pilar de Serviços alcançou uma representatividade de 1,1% das vendas do Varejo, queda que já era esperada. Mesmo com esta redução, os Serviços permanecem sendo um importante pilar estratégico da Companhia

A categoria de OTC foi um dos grandes destaques do período, apresentando crescimento de 38,5% em relação ao 3T21. Dentro desta categoria o destaque foi dos grupos de Gripes e Resfriados (+89,3%), Dor e Febre (+24,5%), Gastrointestinais (+27,4%), Ferimentos e Contusões (32,5%), Nutrição Especializada (+36,2%) e Diabetes (46,3%).

A categoria de Genéricos também foi um grande destaque do período, tendo apresentado um crescimento de 51,6% no trimestre, e uma expansão de 1,9 p.p. na representatividade dentro do Mix. Além de um papel importante ao trazer mais clientes para as lojas, esta categoria é uma alavanca chave para a manutenção de uma Margem Bruta saudável.

Já a categoria de Higiene e Beleza (HB) apresentou um crescimento de 17,3% em relação ao 3T21. A perda de *share* dentro do mix se dá principalmente em razão do forte crescimento dos medicamentos, além da redução na venda de produtos relacionados à cesta Covid, como máscaras. Destaque para a performance de categorias como Alimentos (+62,4%), Infantil (+28,1%), Maquiagem (+43,9%), Tratamento Facial (+22,0%), Higiene Bucal (+20,2%) e Higiene Intima (+26,6%).

Produtos Panvel



A venda de Produtos Panvel cresceu 10,8% em relação ao 3T21, alcançando uma participação de 6,5% no total das vendas do Varejo. Em relação ao mix de Higiene e Beleza, a marca própria alcançou uma representatividade de 18,9%. Estes números reforçam o posicionamento dos Produtos Panvel como *benchmark* do varejo farma brasileiro.

Refletindo o aumento da demanda por produtos de cuidado e beleza, a marca *Panvel Make Up*, um pilar estratégico do grupo, apresentou crescimento de 51,5% nas vendas,

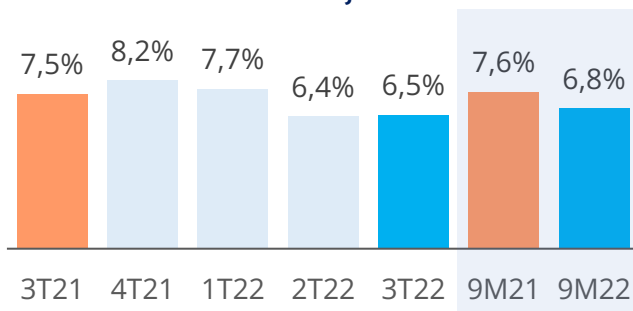
consolidando-se na liderança de categoria de maquiagem. Nossa linha de cuidado para o rosto, *Panvel Faces*, também apresentou um crescimento robusto de 31%, assim como a linha de Cuidados Básicos que apresentou crescimento de 38,3%.

A qualidade dos produtos de nossa marca própria preserva a confiança e a fidelidade do público. A marca *Panvel Baby*, linha de produtos para cuidados de bebês e uma das principais marcas do grupo, apresentou crescimento de 24,5% no período.

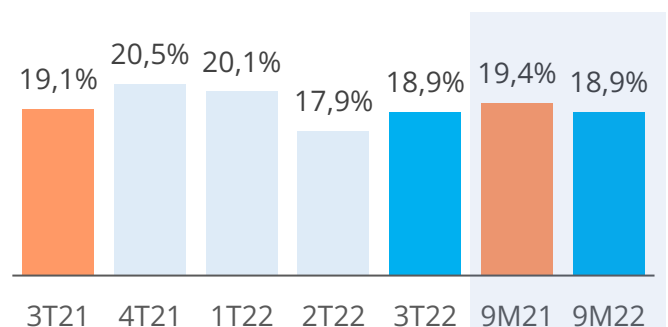
Refletindo o movimento da marca em disponibilizar uma linha de produtos atuais, em linha com a tendência de um consumo mais consciente com a preservação do meio ambiente e com o bem-estar animal, a linha *Vert*, composta de itens naturais e veganos, apresentou expressiva evolução em vendas de 203,1% neste terceiro trimestre.

Ainda, vimos as linhas *Panvel Casa* e *Panvel Acessórios* apresentarem um crescimento de 77,5%, e 52,6%, respectivamente, demonstrando que a força de nossos produtos de marca própria estão para além dos cuidados pessoais e de higiene.

% Participação do PP nas Vendas Varejo



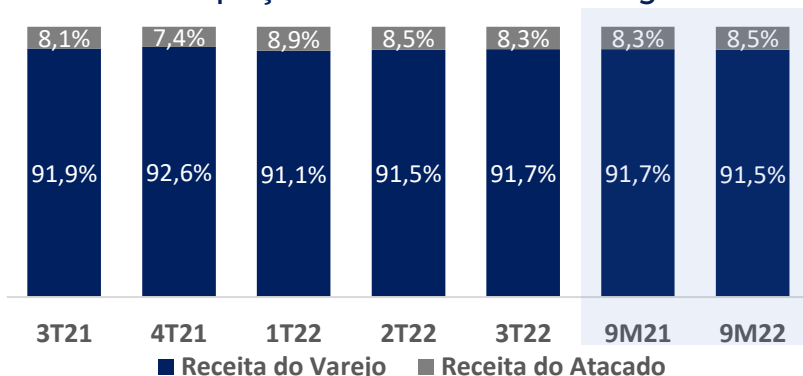
% Participação PP no HB



Atacado

No 3T22, o Atacado representou 8,3% das vendas totais da Companhia, com um crescimento de 30,6% em sua receita. Conforme já observado ao longo desse ano, os números de nossa operação de Atacado vêm apresentando crescimento, tanto em vendas quanto em Margem Bruta, aumentando a saudabilidade do negócio.

Participação do Atacado nos Negócios



Margem bruta

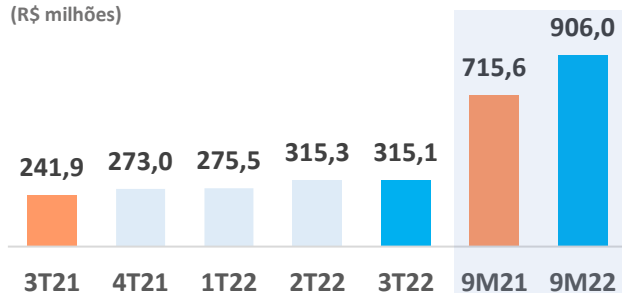
A Companhia entregou uma Margem Bruta Consolidada (incluindo operações de varejo, atacado e outras unidades de negócio) de R\$ 315,1 milhões no 3T22, o que representa 29,0% da receita bruta do período, uma expansão de 0,9 p.p. na comparação com o 3T21.

A Margem Bruta do Varejo foi de R\$ 303,5 milhões, o que equivale a 30,5% da Receita Bruta no 3T22, com uma expansão de 0,9 p.p. em relação ao 3T21. Essa expansão é explicada pelo forte desempenho de categorias como OTCs e Genéricos, além do crescimento de importantes categorias de Higiene e Beleza, as quais compensaram a redução observada na participação de Serviços no total de vendas do Varejo.

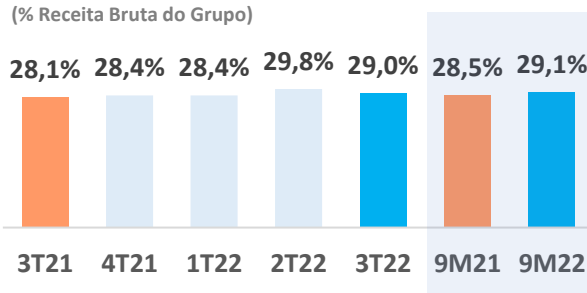
Já a Margem Bruta do Atacado se manteve em um patamar elevado, representando 12,0% da Receita Bruta desta unidade de negócios no 3T22, um forte crescimento de 3,6 p.p. em relação ao 3T21. Essa evolução está relacionada com a venda de um mix de produtos mais saudável, impactado principalmente por Genéricos. Esperamos que este efeito favorável no mix de produtos do Atacado permaneça ao longo dos próximos trimestres.

MARGEM BRUTA - GRUPO

(R\$ milhões)

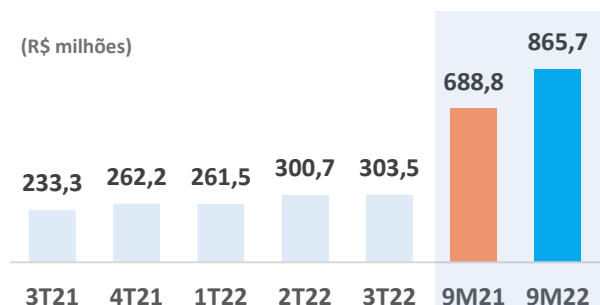


(% Receita Bruta do Grupo)

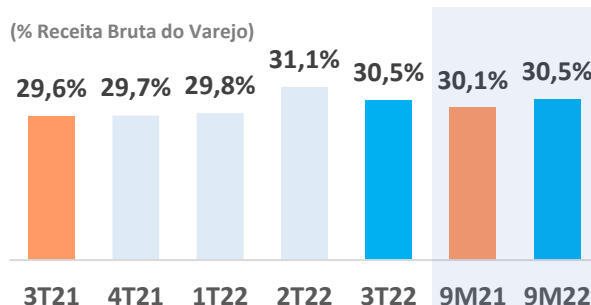


MARGEM BRUTA - VAREJO

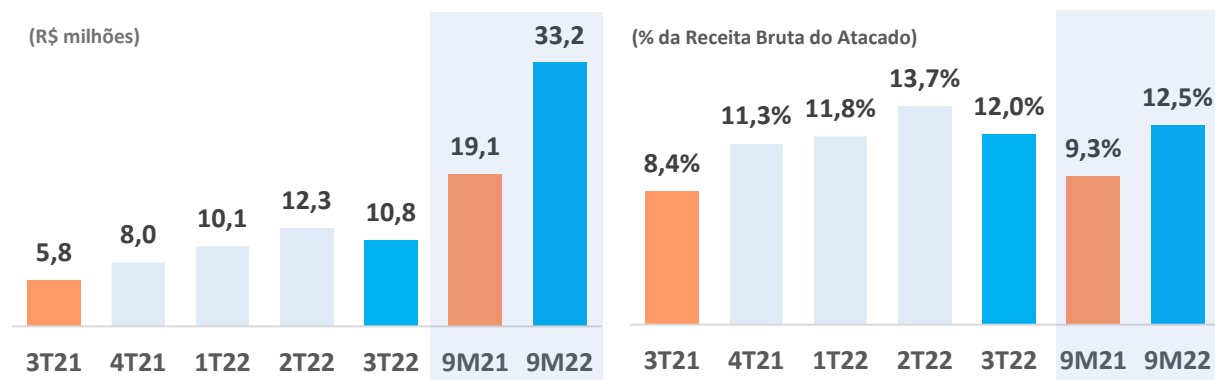
(R\$ milhões)



(% Receita Bruta do Varejo)

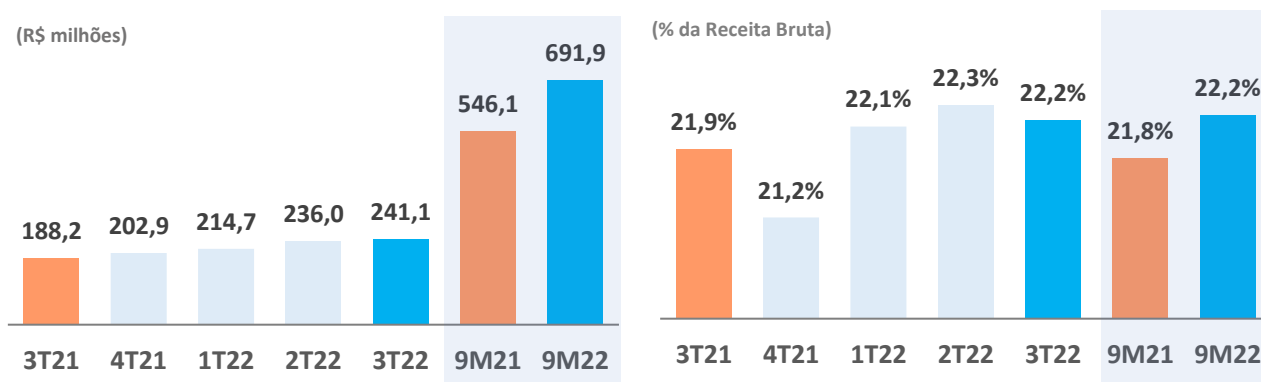


MARGEM BRUTA – ATACADO



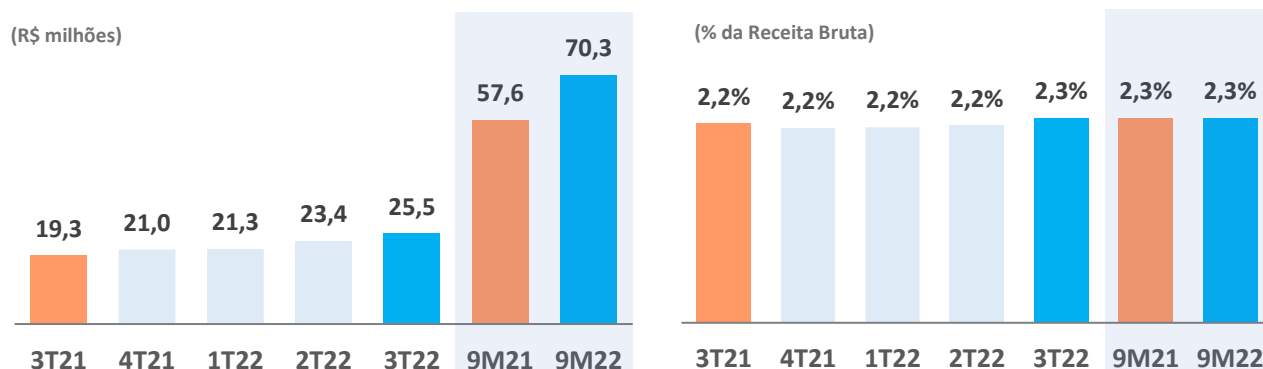
Despesas com vendas

O total de Despesas com Vendas no 3T22 somou R\$ 241,1 milhões, o que representou 22,2% da Receita Bruta, um acréscimo de 0,3 p.p. em relação ao 3T21 e uma redução de 0,1 p.p. em relação ao 2T22. A manutenção das despesas com vendas neste patamar nos últimos trimestres têm relação com efeitos inflacionários que impactaram principalmente contas como pessoal, aluguéis e logística, além do ritmo acelerado da expansão de lojas.



Despesas gerais e administrativas

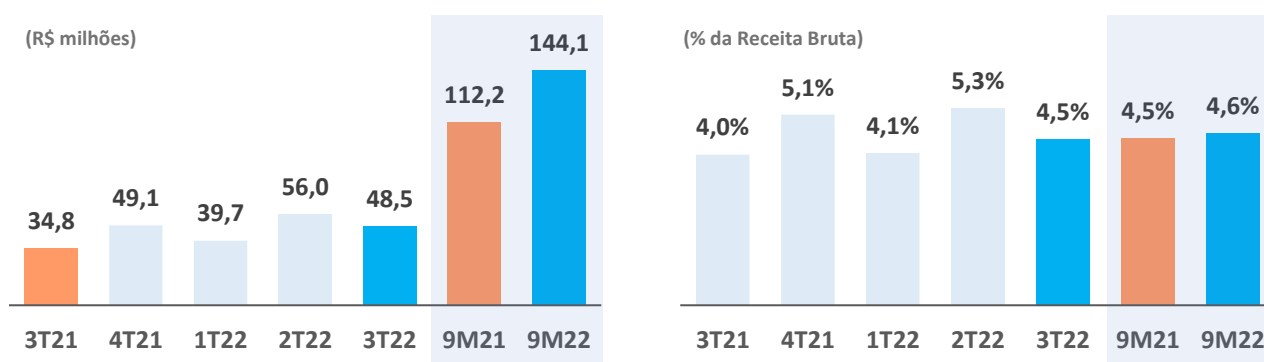
As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 25,5 milhões no 3T22, representando 2,3% da Receita Bruta e um crescimento de apenas 0,1 p.p. sobre o mesmo período no ano anterior, mantendo-se em patamares saudáveis. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia com o controle de despesas e com a busca constante por mais eficiência operacional, mesmo em um cenário de pressão inflacionária.



EBITDA

No 3T22, atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 48,5 milhões, 39,1% superior ao mesmo período de 2021, e com uma margem equivalente a 4,5% da Receita Bruta, uma expansão de 0,5 p.p. no período. Essa forte expansão de margem está relacionada com os efeitos mencionados anteriormente, e reflete a excelência operacional do Grupo Panvel.

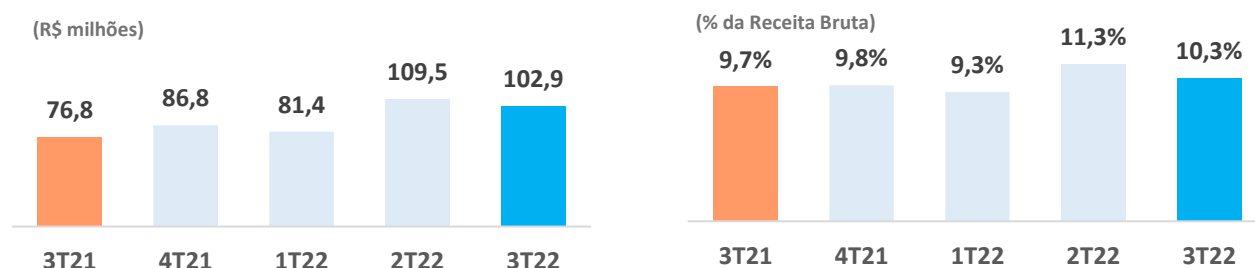
EBITDA AJUSTADO



Reconciliação EBITDA	3T21	3T22	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	18,4	22,7	23,4%
(+) Imposto de Renda	2,5	2,8	10,0%
(+) Resultado Financeiro	0,2	5,0	-
EBIT	21,1	30,4	44,1%
(+) Depreciação e amortização	11,8	14,3	21,2%
EBITDA	32,9	44,8	36,2%
Participações/Distribuições	0,0	2,7	-
Baixas de Ativos	0,8	0,3	(56,6%)
Outros Ajustes	1,1	0,6	(45,2%)
EBITDA Ajustado	34,8	48,5	39,1%
Margem EBITDA Ajustada	4,0%	4,5%	0,5 pp

EBITDA Varejo

O EBITDA do varejo representa a geração de resultado das lojas e é calculado a partir da fórmula descrita abaixo:



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

O EBITDA do varejo no 3T22 foi de R\$ 102,9 milhões, equivalente a 10,3% da Receita Bruta do Varejo, com um crescimento de 0,6 p.p. na comparação anual. Esse crescimento é resultado da expansão da Margem Bruta do Varejo no período e do forte desempenho da base madura de lojas, que compensaram os efeitos da aceleração da expansão.

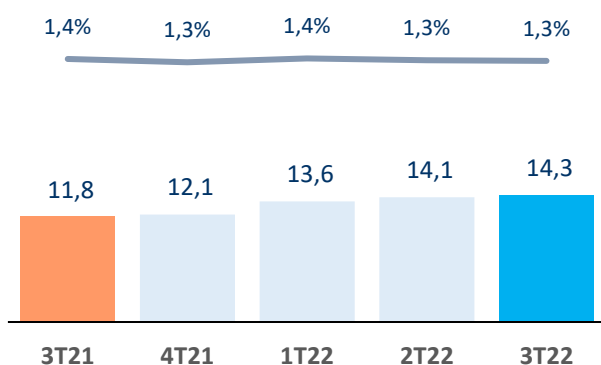
Depreciação, resultado financeiro líquido e IR/CSLL

A Depreciação se manteve estável no 3T22, mesmo com a expansão de lojas, devido ao forte crescimento de vendas do período e a respectiva alavancagem operacional.

As Despesas Financeiras Líquidas tiveram uma evolução de 0,5 p.p. na comparação trimestral, saindo de uma despesa líquida de R\$ 0,2 milhões para uma despesa líquida de R\$ 5,0 milhões. Esse movimento é decorrência direta da redução da posição líquida de Caixa, em linha com a expectativa da Companhia.

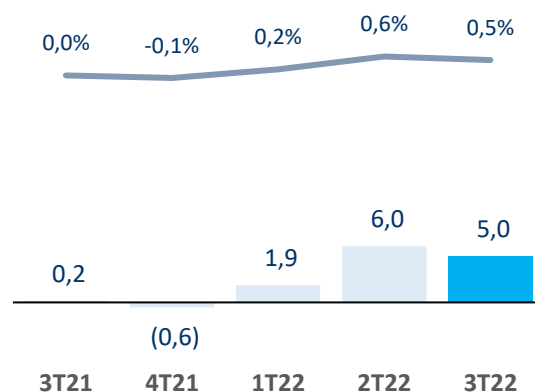
Depreciação

(R\$ milhões, % Receita Bruta)



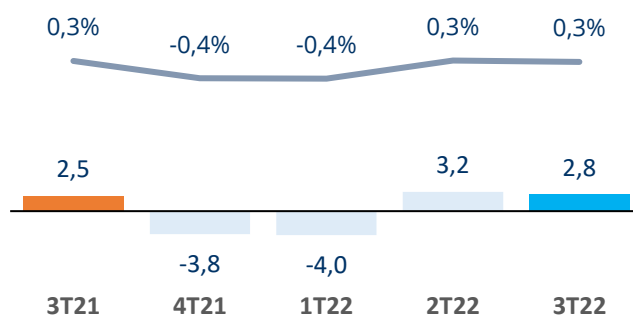
Resultado Financeiro Líquido

(R\$ milhões, % Receita Bruta)



IR/CSLL

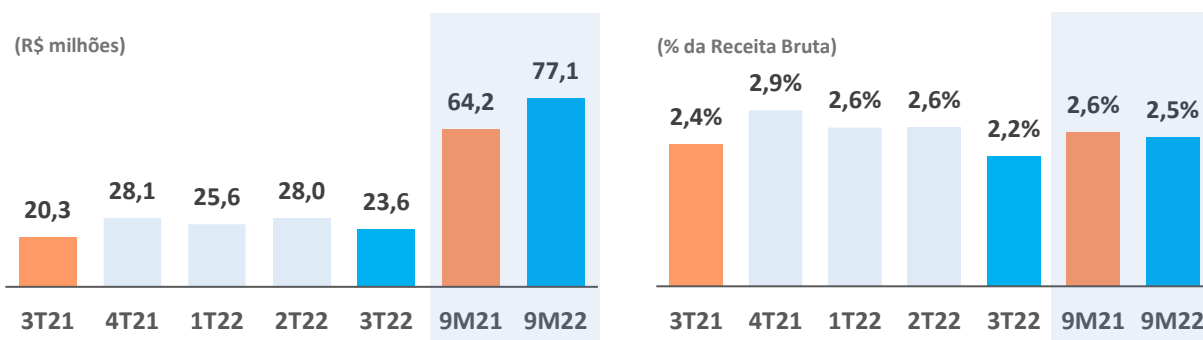
(R\$ milhões, % Receita Bruta)



Lucro líquido

O Lucro Líquido ajustado no 3T22 foi de R\$ 23,6 milhões, representando uma margem líquida de 2,2%, e um crescimento de 16,3% em relação ao 3T21. O crescimento do lucro líquido em proporção menor que o EBITDA tem relação 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.

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

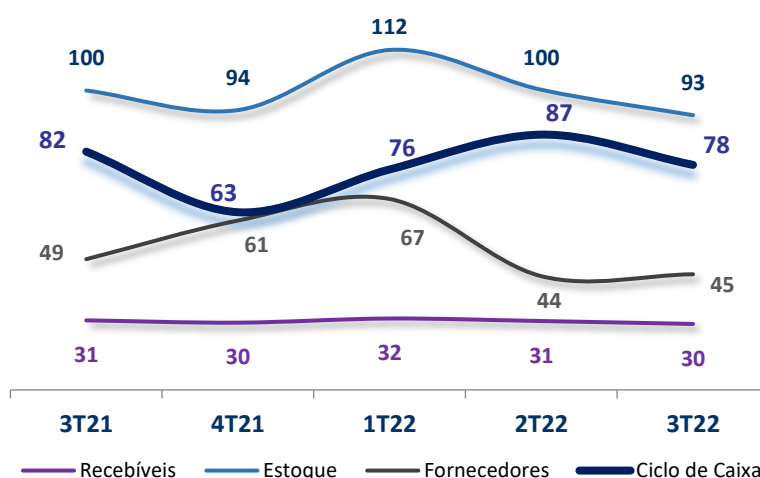


Na tabela abaixo realizamos a reconciliação do Lucro Líquido e dos ajustes não recorrentes no período.

Reconciliação Lucro Líquido	3T21	3T22	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	18,4	22,7	23,4%
Baixas de Ativos	0,8	0,3	(62,5%)
Outros Ajustes	1,1	0,6	(45,5%)
Lucro Líquido Ajustado	20,3	23,6	16,3%
Margem Líquida Ajustada	2,4%	2,2%	-0,2 pp

Ciclo de caixa

A Companhia reduziu seu ciclo de caixa em 4 dias na comparação com o 3T21, reforçando o compromisso com o aumento da eficiência da operação. Os dias de estoque tiveram redução de 7 dias em relação ao 3T21, parcialmente compensada pela redução dos dias de fornecedores no período. A expectativa da Companhia é de continuar melhorando o seu ciclo de caixa nos próximos trimestres.



Fluxo de caixa

A Companhia apresentou um fluxo de caixa livre positivo de R\$ 35,7 milhões no período.

Fluxo de caixa	3T21	3T22	Var.
Lucro líquido do período	18.411	22.661	23,1%
IRPJ/CSLL	2.507	2.750	9,7%
Resultado Financeiro	160	5.035	-
EBIT	21.078	30.446	44,4%
Depreciações e Amortizações	11.833	14.331	21,1%
EBITDA	32.911	44.777	36,1%
Ciclo de Caixa	41.866	38.304	(8,5%)
Demais variações nos ativos e passivos	7.415	(239)	(96,5%)
Fluxo de caixa Operacional	82.192	82.842	1,4%
Investimentos	(35.660)	(47.115)	32,1%
Fluxo de Caixa Livre	46.532	35.727	(22,1%)
Juros sobre o Capital Próprio	(5.945)	(8.004)	34,6%
Ações em tesouraria	(6.061)	(3)	-
Fluxo de Caixa Total	34.526	27.720	(18,3%)

Endividamento

O nível de endividamento bruto da Companhia no fechamento do 3T22 foi de R\$ 270,7 milhões e, depois de descontadas as disponibilidades em Caixa (R\$ 164,2 milhões), a Dívida Líquida encerrou o período em R\$ 106,5 milhões. A geração de caixa permitiu a redução da Dívida Líquida e da alavancagem em relação ao segundo trimestre do ano, em linha com o planejamento.

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 (em R\$ milhões)	3T21	4T21	1T22	2T22	3T22
Dívida de Curto Prazo	57,3	56,0	60,5	88,2	97,9
Dívida de Longo Prazo	107,3	80,4	80,1	172,9	172,9
Dívida Bruta	164,6	136,4	139,6	261,2	270,7
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	205,5	209,7	95,9	127,0	164,2
Dívida Líquida / Caixa Líquido	(41,0)	(73,2)	43,7	134,2	106,5
Dívida Líquida / EBITDA LTM	n/a	n/a	0,27x	0,75x	0,55x

Investimentos

Em linha com o planejamento da Companhia, foi realizado um investimento total de R\$ 47,1 milhões no 3T22, crescimento de 32,1% em relação ao 3T21. 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	3T21	3T22	Δ	9M21	9M22	Δ
Abertura Lj.	19.359.953	25.106.354	29,7%	47.851.663	62.769.804	31,2%
Reforma Lj.	3.007.995	3.275.053	8,9%	8.356.263	8.855.482	6,0%
TI	7.510.142	8.899.641	18,5%	19.485.708	23.323.178	19,7%
Logística e Outros	5.778.829	9.833.539	70,2%	15.111.638	44.874.122	197,0%
Total	35.656.919	47.114.587	32,1%	90.805.272	139.822.587	54,0%

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.

Nossa casa

- Concluímos a instalação da iluminação em LED em 100% de nossas lojas, diminuindo assim o impacto ambiental no consumo de energia e meio ambiente causado pelas lâmpadas convencionais e, também, proporcionando conforto visual nos ambientes.
- No compromisso Impacto Ambiental, reciclamos 710 toneladas de resíduos nos nossos Centros de Distribuição e da sede de Eldorado do Sul.
- Nosso programa Destino Certo já coletou e tratou 9 toneladas de medicamentos, com isso, evitamos o descarte incorreto nas residências que poderiam causar riscos ao meio ambiente e à saúde.

Nossa gente

- Atualizamos o Programa Troco Amigo com uma grande novidade: a possibilidade de realizar doações através de Cartão de Crédito e de Pix. Com essa funcionalidade, iremos acelerar a arrecadação do programa e contribuir ainda mais para os hospitais das regiões atendidas pela Panvel.

Mercado de capitais

No 3T22, a ação da Companhia acompanhou o movimento das empresas do setor de varejo, bem como das empresas qualificadas como *small caps*. Neste mesmo período (YTD 09/2022) a ação da Companhia apresentou queda de 11,71%

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), IGMN (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 (R\$ milhões)	3T22		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
Receita Bruta	1.087.787	-	1.087.787
Lucro Bruto	315.141	-	315.141
% RB	29,0%	0,0%	29,0%
Despesas com Vendas	(241.137)	37.986	(203.151)
Despesas Administrativas	(25.546)	-	(25.546)
Total das Despesas	(266.683)	37.986	(228.696)
% RB	24,5%	-3,5%	21,0%
EBITDA Ajustado	48.458	37.986	86.445
% RB	4,5%	3,5%	7,9%
Depreciação e amortização	(14.331)	(34.118)	(48.448)
Part. Adm/PLR	(2.732)	-	(2.732)
Outros ajustes	(950)	-	(950)
Resultado Financeiro	(5.035)	(10.560)	(15.595)
IRPJ/CSLL	(2.750)	2.275	(475)
Lucro Líquido	22.660	(4.416)	18.244
% RB	2,1%	-0,4%	1,7%

Balanco Patrimonial (R\$ milhões)	3T22		
	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
Ativo	1.974.855	594.660	2.569.515
Ativo Circulante	1.432.342	(230)	1.432.112
Clientes	361.863	(230)	361.633
Ativo não Circulante	542.513	594.890	1.137.403
Ativo Diferido	25.810	16.738	42.548
Imobilizado	429.276	578.152	1.007.428
Passivo e Patrimônio Líquido	1.974.855	594.660	2.569.515
Passivo Circulante	661.071	148.450	809.521
Arrendamentos Mercantil	0	148.450	148.450
Passivo não Circulante	189.157	479.839	668.996
Arrendamentos Mercantil	(0)	479.839	479.839
Patrimônio Líquido	1.124.626	(33.628)	1.090.998
Lucros Acumulados	87.841	(33.628)	54.213

Balanço

	Norma Antiga (IAS 17)		
ATIVO	3T21	3T22	Var. %
(em milhares)			
Ativo Circulante	1.314.466	1.432.112	9,0%
Caixa e equivalentes de caixa	18.672	9.362	-49,9%
Aplicações Financeiras	186.855	154.888	-17,1%
Clientes	303.193	361.633	19,3%
Estoque	696.776	796.732	14,3%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	14.750	25.433	72,4%
Tributos a recuperar	32.402	22.779	-29,7%
Outras contas a receber	61.819	61.285	-0,9%
Ativo Não Circulante	433.051	555.578	28,3%
Tributos diferidos	22.802	28.085	23,2%
Impostos a recuperar	7.429	9.260	24,6%
Depósitos judiciais	5.287	3.865	-26,9%
Créditos com partes relacionadas	10.738	1.530	-85,8%
Outros ativos	321	534	66,4%
Investimentos	5	4	-20,0%
Imobilizado	330.908	440.067	33,0%
Intangível	55.559	72.234	30,0%
Ativo Total	1.747.517	1.987.690	13,7%
Norma Antiga (IAS 17)			
PASSIVO	3T21	3T22	Var. %
(em milhares)			
Passivo Circulante	562.065	663.373	18,0%
Fornecedores	335.031	373.646	11,5%
Empréstimos e financiamentos	55.867	97.870	75,2%
Arrendamento - IFRS 16	1.453	2.302	58,4%
Salários e encargos sociais	66.148	80.496	21,7%
Participações a pagar	100	-	-
Impostos, taxas e contribuições	35.638	39.637	11,2%
Dividendos e juros s/capital próprio	1.583	666	-57,9%
Outras contas a pagar	64.592	65.606	1,6%
Outras Provisões	1.653	3.150	90,6%
Passivo Não Circulante	136.954	204.107	49,0%
Empréstimos e financiamentos	105.714	172.857	63,5%
Arrendamento - IFRS 16	1.539	14.950	871,4%
Outras Obrigações	7.709	6.793	-11,9%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	21.992	9.507	-56,8%
Patrimônio líquido	1.048.499	1.120.210	6,8%
Capital social	918.000	943.000	2,7%
Transações de capital com os sócios	-48.118	-14.448	-70,0%
Reserva de Capital	-	-29.429	-
Reserva de lucros	109.181	137.662	26,1%
Lucros Acumulados	69.436	83.425	20,1%
Passivo Total e Patrimônio líquido	1.747.517	1.987.690	13,7%

Demonstração de resultados

DRE (Norma Antiga – IAS 17)	3T21	3T22	Var. %	9M21	9M22	Var. %
(em milhares)						
Receita bruta	860.143	1.087.787	26,5%	2.506.693	3.114.783	24,3%
Impostos e devoluções	(57.670)	(70.743)	22,7%	(175.115)	(209.913)	19,9%
Receita líquida	802.473	1.017.044	26,7%	2.331.578	2.904.870	24,6%
Custo das mercadorias vendidas	(560.600)	(701.903)	25,2%	(1.615.956)	(1.998.911)	23,7%
Lucro bruto	241.873	315.141	30,3%	715.622	905.959	26,6%
Despesas	(220.795)	(284.696)	28,9%	(651.103)	(817.151)	25,5%
Com vendas	(203.147)	(258.249)	27,1%	(609.608)	(752.507)	23,4%
Gerais e administrativas	(21.048)	(28.695)	36,3%	(68.582)	(78.727)	14,8%
Outras receitas operacionais	3.400	2.248	-33,9%	27.087	14.083	-48,0%
Resultado financeiro	(160)	(5.035)	-	10.504	(12.946)	-223,2%
Despesas financeiras	(3.555)	(11.574)	225,6%	(9.168)	(27.332)	198,1%
Receitas financeiras	3.395	6.539	92,6%	19.672	14.386	-26,9%
Lucro antes do IR e contribuição social e das participações	20.918	25.410	21,5%	75.023	75.862	1,1%
Imposto de renda e contribuição social	(2.507)	(2.750)	9,7%	(12.639)	(1.971)	-84,4%
Lucro líquido do exercício	18.411	22.660	23,1%	62.384	73.891	18,4%