

grupo panvel

Divulgação de Resultados 1T24



Call PNVL3

Call de Resultados

16 de maio de 2024 - quinta-feira

09:30 (Horário de Brasília) / 08:30 (US EDT)

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

Link: [Clique Aqui](#)

Eldorado do Sul, RS, 15 de maio de 2024

A Dimed S.A. Distribuidora de Medicamentos (B3 S.A. - BRASIL, BOLSA, BALCÃO: PNVL3), uma das principais varejistas e distribuidoras de produtos farmacêuticos do País, anuncia os resultados do 1º trimestre de 2024 (1T24). 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 1T24 usam como base o 1T23, 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

Head 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/>

Enchentes no Rio Grande do Sul

O Rio Grande do Sul passa por um momento muito difícil por conta das enchentes que provocaram mortes e muitas perdas, deixando milhares de desabrigados. O Grupo Panvel se solidariza com cada pessoa impactada. Desde o início da calamidade, a empresa vem atuando em diferentes frentes para auxiliar no socorro às vítimas. Em Eldorado do Sul, onde fica sua sede, auxiliou funcionários e suas famílias no atendimento às suas primeiras necessidades, deslocando-os para locais seguros. A empresa mantém contato com a Defesa Civil e entidades assistenciais da Região Metropolitana e do Interior, com objetivo de atender as necessidades das pessoas e está realizando a doação de medicamentos, alimentos e produtos de higiene.

O nosso Centro de Distribuição em Eldorado do Sul não foi atingido, mas está com seus acessos prejudicados por conta dos alagamentos. Dessa forma, o abastecimento de nossas lojas no RS conta com o apoio do nosso Centro de Distribuição em São José dos Pinhais (PR) e também de outros distribuidores. Mesmo com essa situação dramática, estamos abastecidos com produtos e atendendo a população

Seguem abaixo as ações tomadas até o presente momento para dar mais conforto para os nossos colaboradores e para a população em geral. Muitas outras ações ainda virão para apoiar o Estado do Rio Grande do Sul.

Nossas Pessoas

- **Disponibilização de Kit Saúde**, para todos os colaboradores atingidos;
- **Antecipação do 13º salário**, para todos os colaboradores do Rio Grande do Sul;
- **Cestas básicas**, para colaboradores atingidos;
- **Vale Colchão**, para colaboradores atingidos;

Nossas Comunidades

- **Congelamento total dos preços** de medicamentos;
- **Doação de itens de higiene e primeiros socorros**, através das nossas lojas, atendendo diretamente as comunidades atingidas;
- Descontos em todos os itens de higiene e primeiros socorros da marca Panvel;
- **Kit Panvel**: milhares de kits de higiene doados para abrigos;
- **Medicamentos**: doação de 3 mil caixas de medicamentos para leptospirose para distribuição àqueles que foram impactados pelas enchentes;
- **Doação de 200.000 fraldas**;
- **Troco Amigo**. Lançamos o S.O.S Rio Grande do Sul, modalidade do Troco Amigo que tem como dinâmica o compromisso por parte da Companhia em dobrar os valores doados por nossos clientes.

1T24

**Receita Bruta do Grupo**

R\$ 1.323M(+19,6% vs 1T23)

Ex Venda de Ativo

RS 1.283M (+16,1% vs 1T23)

**EBITDA Ajustado**

R\$ 60,3M (+20,7% vs 1T23)

Margem de 4,6%

**Lucro Líquido do Grupo**

R\$ 26,6M (+17,3% vs 1T23)

Margem de 2,0%

**Receita Bruta do Varejo**

R\$ 1.167M (+16,4% vs 1T23)

**Endividamento**Baixa alavancagem de
0,86x EBITDA**Digital**19,3% de participação
nas vendas do Varejo
(+25,3% vs 1T23)**Market Share**

+0,6 p.p. na Região Sul vs 1T23

Descrição	1T23	2T23	3T23	4T23	1T24
Nº de Lojas	565	574	585	600	606
Nº de funcionários	9.121	9.522	9.666	10.284	9.944
Em reais mil					
Receita Bruta TT	1.105.711	1.166.969	1.216.126	1.315.106	1.322.900
Margem Bruta TT	313.758	343.743	342.805	376.901	394.010
% da Receita Bruta	28,4%	29,5%	28,2%	28,7%	29,8%
Receita Bruta Varejo	1.002.361	1.056.748	1.102.043	1.205.413	1.166.528
Margem Bruta Varejo	300.494	327.643	330.432	359.203	344.592
% da Receita Bruta Varejo	30,0%	31,0%	30,0%	29,8%	29,4%
EBITDA Ajustado TT	49.971	57.795	56.595	68.657	60.317
% da Receita Bruta	4,5%	5,0%	4,7%	5,2%	4,6%
Lucro Líquido Ajustado TT	22.647	26.084	27.175	33.047	26.558
% da Receita Bruta	2,0%	2,3%	2,2%	2,5%	2,0%
Fluxo de Caixa Livre	(74.793)	12.212	(6.144)	38.514	(58.830)
Endividamento	0,76x	0,75x	0,78x	0,59x	0,86x

Mensagem da administração

Encerramos mais um trimestre com excelentes resultados, demonstrando a capacidade de execução de nosso planejamento estratégico. Após um ciclo de investimentos recordes e de aceleração de expansão, que teve início após nosso *follow-on* em 2020, seguimos em uma fase de colheita de ganhos de produtividade, sob a forma de aumento da receita média por loja e de diluição de despesas com vendas, principalmente das nossas lojas.

Em um trimestre que encontrou uma base de comparação forte com o ano passado, a **Receita Bruta do Grupo apresentou um crescimento de 19,6% em relação ao 1T23**. Importante ressaltar que devemos excluir desta Receita o efeito da venda de um terreno de propriedade de uma empresa Controlada (Dimesul Gestão Imobiliária), no montante de **R\$ 39 milhões**. Fazendo este ajuste, o crescimento da Receita Bruta do Grupo segue robusto, atingindo 16,1% versus 1T23. Esse crescimento foi puxado pela Pannel, cuja venda cresceu 16,4% no período, acompanhada por uma boa performance de SSS (12,0% vs 1T23) e de MSSS (8,1% vs 1T23).

Vale também destacar a **abertura de 12 novas lojas no 1T24**, mantendo o ritmo e consistência observados nos trimestres anteriores. Esse crescimento robusto de vendas se traduziu no décimo sexto trimestre consecutivo de **ganhos de market share em todos os Estados da Região Sul**, atingindo no 1T24 uma participação de mercado de 12,3%, um forte crescimento de 0,6 p.p. sobre o mesmo período de 2023. Esse desempenho de vendas está baseado no foco que a Companhia está dando **para o crescimento da venda de medicamentos em suas lojas físicas e digitais**, que se traduz em mais investimentos em tecnologias para redução de atrito no atendimento e no treinamento das nossas pessoas para cuidar cada vez mais dos clientes, em especial daqueles classificados como crônicos e de uso contínuo. Isso sem descuidar das categorias de Higiene e Beleza, em especial Produtos Pannel, que seguem sendo diferenciais competitivos importantes.

O **Digital** também foi um grande destaque da Pannel, atingindo uma participação nas vendas totais da rede de **19,3% no trimestre**, com um crescimento de 25,3% sobre o ano passado. Ao longo do primeiro trimestre de 2024, foram realizadas mais de **530 mil entregas**, com grande destaque para a modalidade de entrega turbo (em até 30 minutos), que já representa parcela relevante do nosso total de entregas em domicílio. Seguimos evoluindo também nas ferramentas de *social commerce*, que aumentam nossa capacidade de impactar clientes e realizar novas vendas digitais.

Digital da Pannel cresce 25,3% em relação ao 1T23, impulsionado pelo download do App.

EBITDA Ajustado cresce 20,7% com margem de 4,6% (+0,1 p.p. vs 1T23)

O crescimento da venda foi acompanhado pela expansão da margem EBITDA. Por um lado, conforme comentado anteriormente, o crescimento na venda de medicamentos e dos canais digitais trouxe uma pressão adicional na Margem Bruta da Pannel, que atingiu 29,5% no 1T24

(redução de 0,5 p.p. em relação ao 1T23). Por outro lado, a forte alavancagem operacional trazida pela venda permitiu capturar ganhos de eficiência relevantes em nossas despesas com vendas, que foram mais que suficientes para compensar os efeitos da Margem Bruta. Dentro deste contexto, **a Margem EBITDA ajustada representou 4,6% da Receita Bruta, com um crescimento de 20,7% em relação ao ano anterior, atingindo a marca de R\$ 60,3 milhões no trimestre.**

A qualidade da gestão de caixa foi outro ponto alto do trimestre. Crescemos venda, abrimos lojas, investimos em logística e em tecnologia e seguimos apresentando uma das mais baixas alavancagens financeiras do varejo. Encerramos o primeiro trimestre com dívida e alavancagem baixas, equivalente a 0,9x EBITDA. Essa situação do caixa dá fôlego para continuar investindo e crescendo, mesmo em um cenário de taxas de juros elevadas.

Pannel cresce mantendo uma das menores alavancagens financeiras do varejo.

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*). Esse indicador se manteve em 80 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.

Portfólio de Lojas

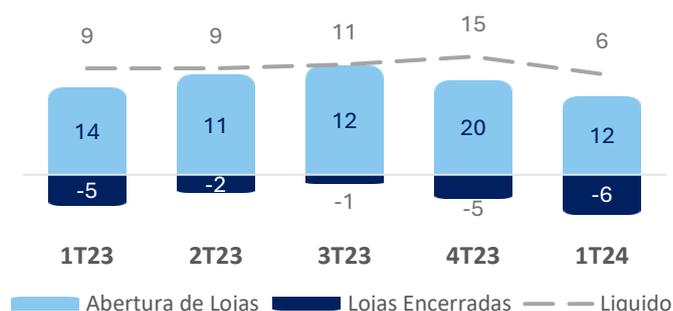
No 1T24 inauguramos 12 lojas, sendo 10 unidades no RS, 1 em SC e 1 unidade no PR, alcançando a marca de 606 lojas em operação, mantendo a consistência e a capacidade de execução de nosso ritmo de expansão. Ao longo dos últimos 12 meses, abrimos 55 lojas.

No período, realizamos a transferência de 3 filiais, 2 maduras e 1 em maturação para pontos com maior potencial de venda. Outras 3 filiais maduras foram encerradas porque não atendiam mais ao perfil, nem ao potencial de venda e de rentabilidade determinados pelos padrões de operação da Companhia, considerando indicadores como localização, vagas de estacionamento e metragem. O 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.

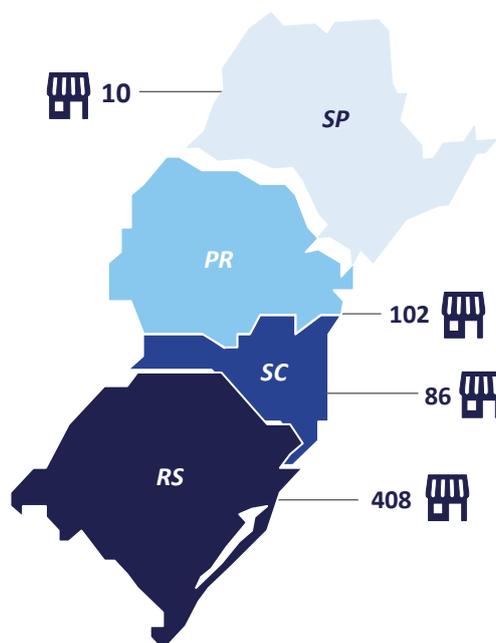
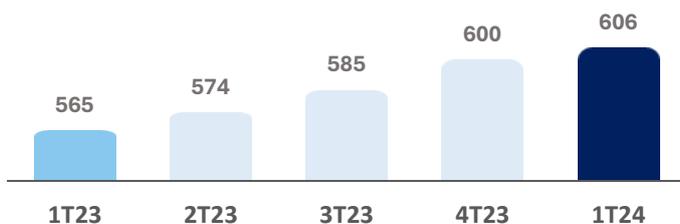
O ritmo da expansão segue em linha com a estratégia da Companhia de adensamento na Região Sul, principalmente fora das capitais, somado ao incremento da capacidade de atendimento dos canais digitais.

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

Abertura de Lojas



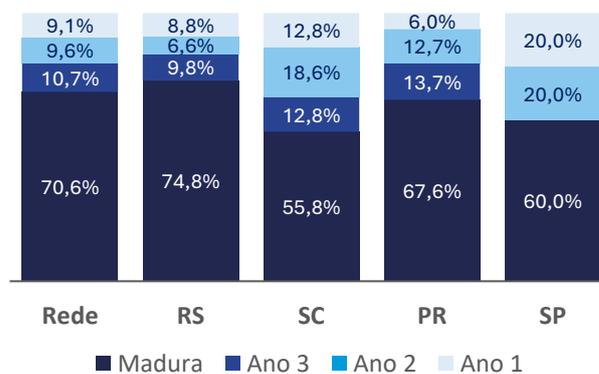
Número de Lojas



Portfólio de Lojas por Maturidade



Maturidade por UF



Market Share

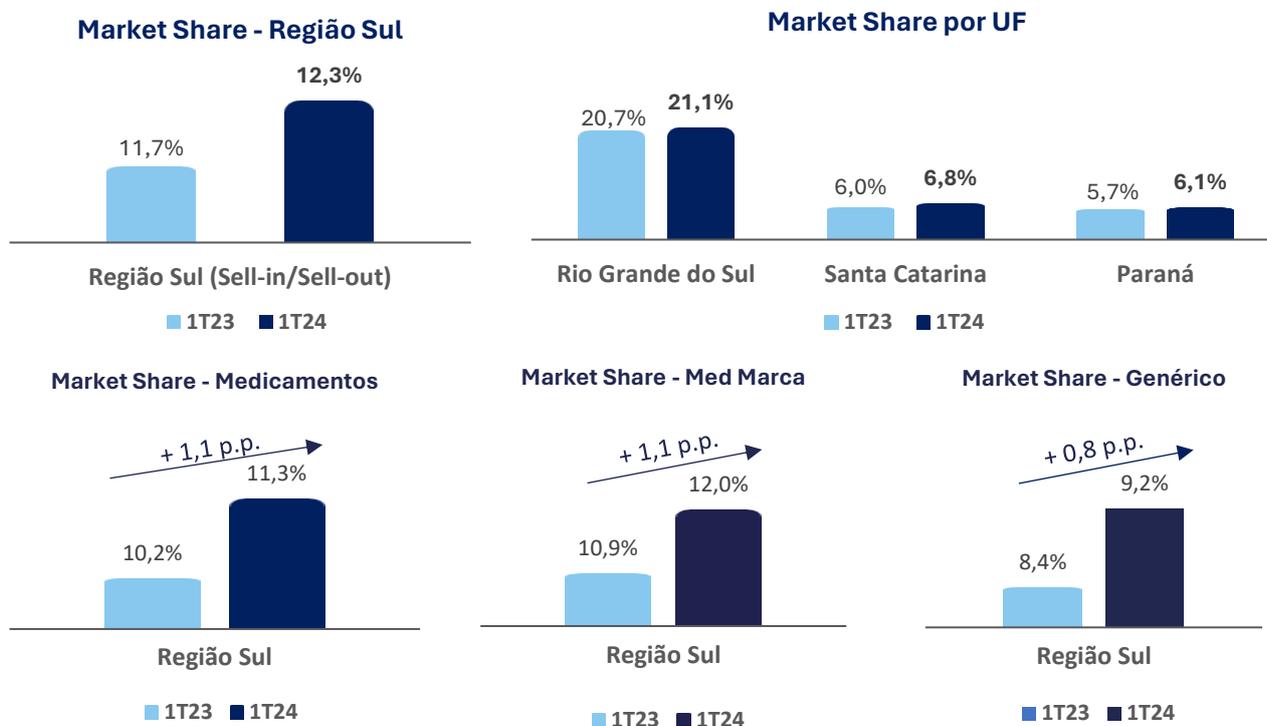
No 1T24 a Companhia alcançou o décimo sexto trimestre consecutivo de ganho de participação de mercado na Região Sul. Esse ganho de *market share* é fruto de uma estratégia de expansão assertiva e da qualidade da operação das lojas já existentes, com foco no interior dos estados da Região.

Panvel apresenta ganho recorde de 0,6 p.p. de Market Share na Região Sul, com ganhos em todos os Estados, em linha com a estratégia de expansão da Companhia.

No 1T24 a Panvel alcançou um *market share* de 12,3% na Região Sul, uma evolução de 0,6 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior, com destaque para o Estado de Santa Catarina onde ganhamos 0,8 p.p. vs 1T23 e atingimos a marca de 6,8% de participação. No Paraná obtivemos ganho de 0,4 p.p., atingindo a marca de 6,1% de participação.

Destaque para a performance da categoria de Medicamentos que apresentou um ganho recorde de 1,1 p.p. em relação ao 1T23, resultado impulsionado principalmente pelos medicamentos de marca (RX).

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.



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

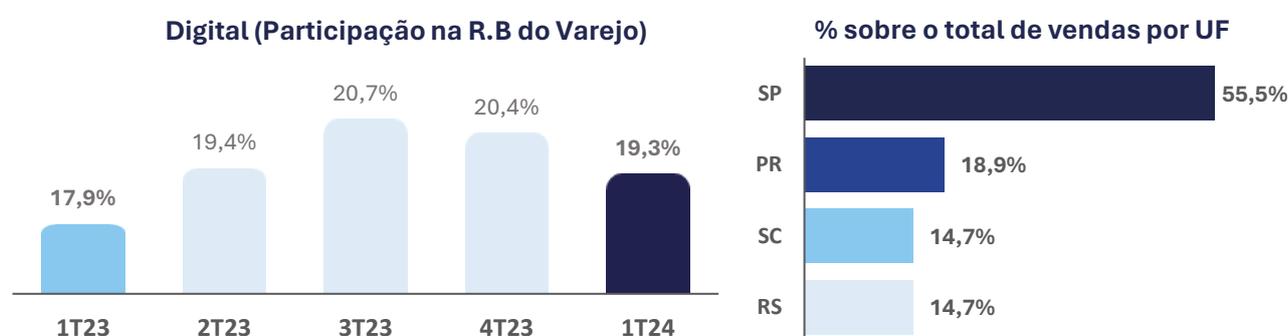
E-commerce e Iniciativas Digitais

Novamente os canais digitais da Panvel foram destaque, consolidando nossa posição como referência no varejo farmacêutico brasileiro com a maior participação de canais digitais nas transações do setor.

As vendas do Digital atingiram 19,3% das vendas do varejo no 1T24, com um crescimento de 25,3% em comparação ao 1T23 e uma expansão de 1,4 p.p.

Digital da Panvel cresce 25,3% em relação ao 1T23, impulsionado pelo download do App, com MAU de 45%.

Esta performance demonstra a eficiência do nosso modelo de negócio e a qualidade da nossa estrutura de entrega de última milha. Na Panvel, oferecemos uma experiência fluida e completamente *omnichannel* em todos os nossos canais de venda não presenciais, como aplicativo, site, *marketplace*, atendimento telefônico e *Social Commerce*, reforçando nosso compromisso com a inovação e a melhoria contínua da experiência do cliente. Além disso, destacamo-nos por possuir a entrega de última milha mais rápida do varejo farmacêutico brasileiro e a melhor experiência *omnichannel*.



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.

Estrutura Digital

 Clique e Retire 606 lojas	 Entregas 1T24 530.000	 Lojas Delivery 189
 Nível de Serviço 97% (1T24)	 Entrega Rápida até 1h	 Mini CD/ Darkstore 9

Mantendo nosso compromisso com a excelência e melhor experiência para nossos clientes, estamos evoluindo diversas frentes estratégicas para os canais digitais. Aqui cabe destacar os projetos que envolvem **Inteligência Artificial**. A Panvel tem direcionado muitos esforços para uma variedade de iniciativas voltadas ao aumento da produtividade dos seus processos e melhorias ao atendimento de seus clientes. Isso tem sido possível por meio da exploração de oportunidades proporcionadas pelo desenvolvimento de inteligência artificial, como a criação de assistentes virtuais para atendimento em loja, auxiliando nossos colaboradores nos questionamentos levantados pelos nossos clientes no atendimento presencial, bem como pela implementação de ferramentas de IA Generativa em nossos mecanismos de

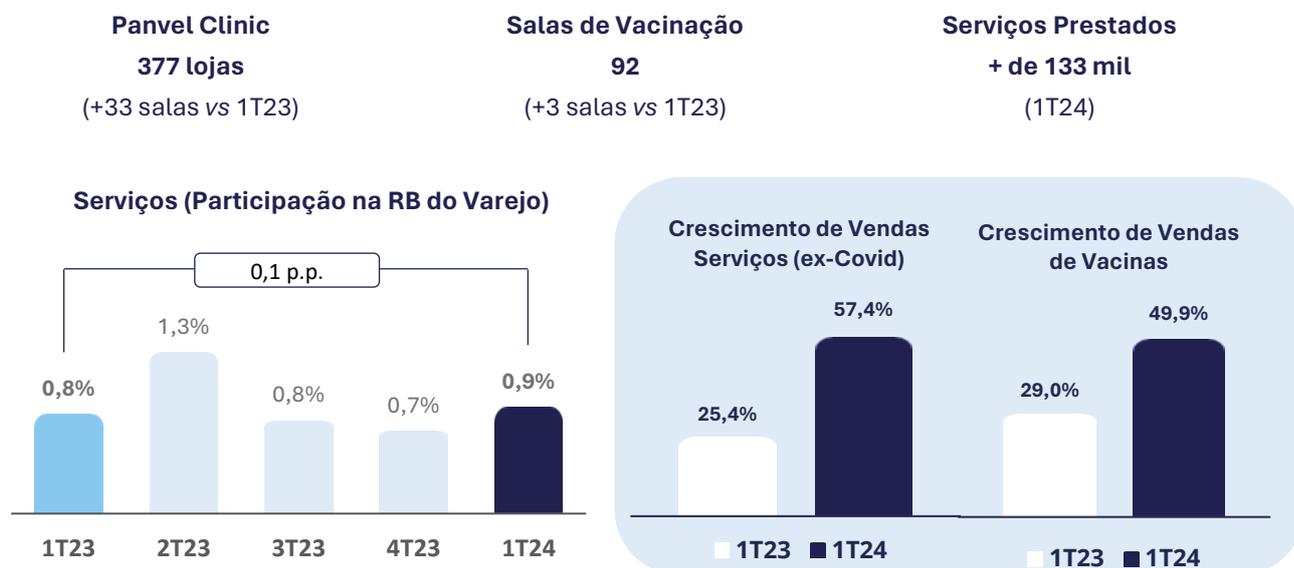
busca e vitrines personalizadas. Essa é uma jornada que está apenas começando e a Panvel está muito bem posicionada para capturar mais oportunidades.

Ecosistema de Saúde

A Panvel mantém sua posição de liderança como referência em serviços de saúde na Região Sul do Brasil, consolidando sua presença com um substancial *market share* na prestação de serviços, incluindo testes, vacinas e outros serviços essenciais que compõem nosso portfólio. Durante o 1T24, a Companhia conquistou um impressionante *market share* de 47,9% na vacinação na Região Sul, de acordo com dados do IQVIA. Esse fato tem levado cada vez mais os consumidores a identificarem as lojas da Panvel como um local de confiança para abordar e resolver uma ampla variedade de questões relacionadas à saúde.

Panvel Clinic

Por meio do Panvel Clinic, a Panvel consolida-se como um verdadeiro Hub de Saúde, mantendo os mais elevados padrões de atendimento e inovação na prestação de serviços para as comunidades em que atua.



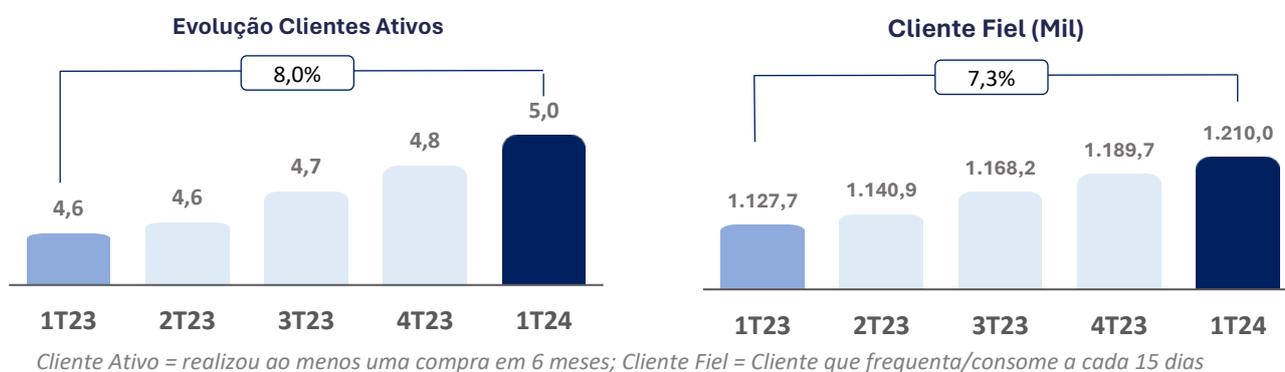
O início de 2024 mostrou que os clientes reconhecem a farmácia como um local para realizar testes, vacinas e outros serviços de saúde. A venda de serviços (ex-Covid) aumentou 57,4% neste trimestre, com destaque para os testes da dengue, que tiveram alta procura no período. Assim, o Panvel Clinic elevou sua participação na Receita Bruta em 0,1 p.p. vs 1T23, representando 0,9%.

Outro papel fundamental deste pilar tem sido o incremento da recorrência. Os clientes que realizam algum serviço possuem uma frequência 3x maior que um cliente que não realiza serviços. Além disso, esses clientes também consomem um número maior de itens por nota, o que fortalece o papel estratégico dos serviços nas farmácias como vetor de recorrência e fidelização.

CRM

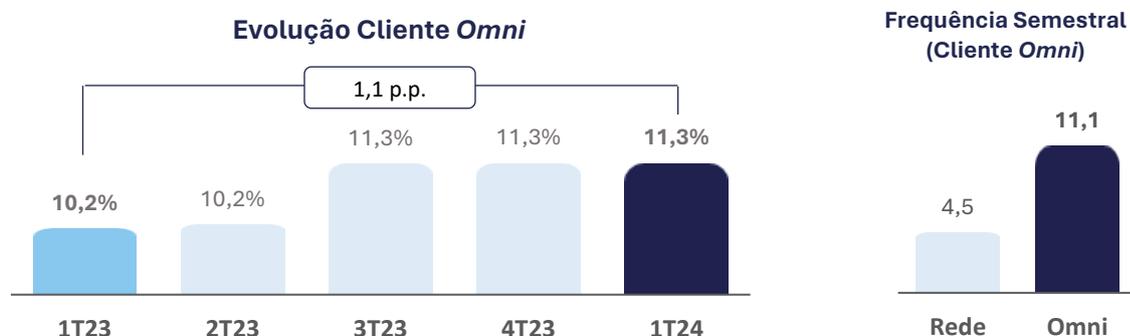
No 1T24 o Programa Bem Panvel manteve sua tendência de captura e incremento de nossa base de clientes, dessa forma, nossa base unificada apresentou um crescimento de 42,4% em relação ao 1T23 (+6,9 milhões de novos clientes em 12 meses), atingindo um total de 23,4 milhões de clientes cadastrados. Este aumento é um reflexo da expansão física executada ao longo dos últimos anos, bem como do sucesso das estratégias de comunicação, de parcerias e de convênios adotadas pela Panvel.

Neste universo de clientes que se encontram em nossa base, identificamos um total de 5,0 milhões de Clientes Ativos, grupo que apresentou um crescimento de 8,0% nos últimos 12 meses (+400 mil novos clientes) em linha com nossa estratégia de incremento da base ativa de clientes. Esse grupo de clientes que atualmente representa 16% da nossa base total, tem papel fundamental na estratégia de fidelização e aumento de recorrência da Panvel, pois representa a etapa inicial da conversão de novos clientes e da recuperação de clientes inativos.



Paralelamente, a estratégia de fidelização da Panvel demonstrou resultados positivos, com o número de Clientes Fiéis crescendo 7,3% no mesmo período e alcançando o 1,2 milhão de clientes. Essa evolução reforça os diferenciais competitivos da Panvel, como o nível de serviço, o atendimento de qualidade e a variedade do mix de produtos, além de uma experiência verdadeiramente *omnichannel* e personalizada. Esses fatores são cruciais para a Panvel, que, a partir de uma base de clientes robusta e engajada, pode olhar para dentro de sua operação e identificar ainda mais potenciais de crescimento.

Assim, seguimos avançando em estratégias de fidelização, em especial dos clientes que utilizam medicamentos de uso crônico e contínuo, esses clientes são 5x mais valiosos que demais clientes devido a sua frequência 4x maior e gasto 1,3x maior por visita (25%). A expectativa da Companhia é que essa alavanca de crescimento contribua cada vez mais para o ganho de produtividade das lojas, principalmente da venda média por loja.



Uma das principais ferramentas para esse processo de fidelização é a digitalização de nossos clientes. Crescemos mais uma vez a participação de clientes *Omni* (clientes que compram pelos canais físicos e digitais) em nossa base, atingindo 11,3% de *share*.

Qualidade no Atendimento

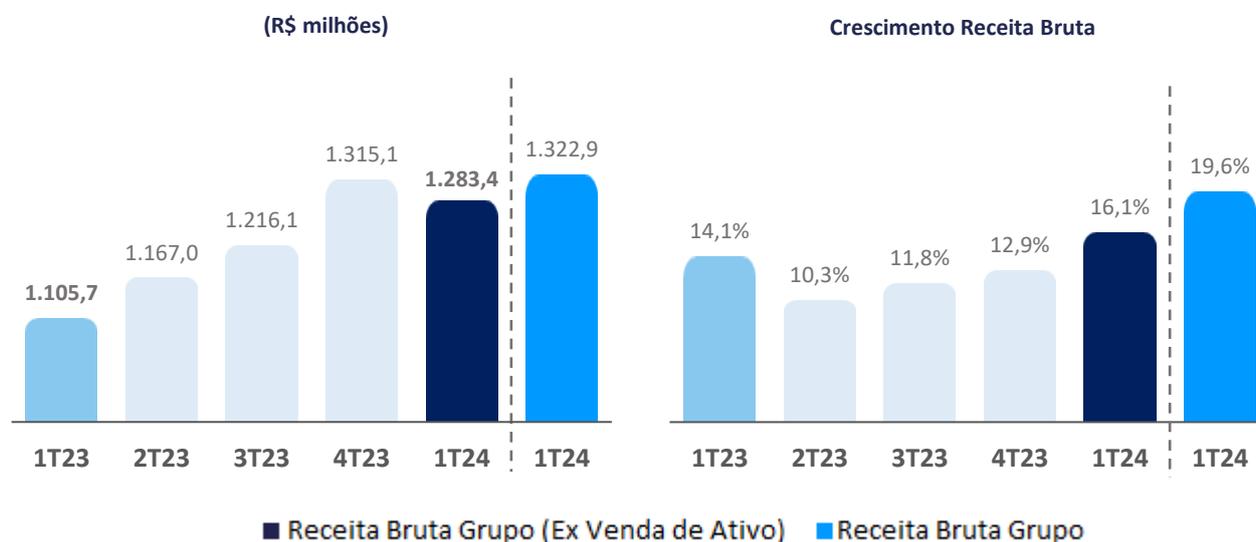
A Panvel continua a oferecer para seus clientes uma jornada única de satisfação, qualidade e experiência, independentemente do canal onde a compra ocorre. Por essa razão, a Panvel é reconhecida pelos consumidores por oferecer a melhor experiência do varejo farma, conforme indicadores abaixo:



O NPS da Panvel permaneceu alto no 1T24, atingindo 80 pontos, conforme metodologia da *Bain Company*. A Panvel se destaca no varejo farma brasileiro com alta presença digital, entrega rápida e excelente NPS.

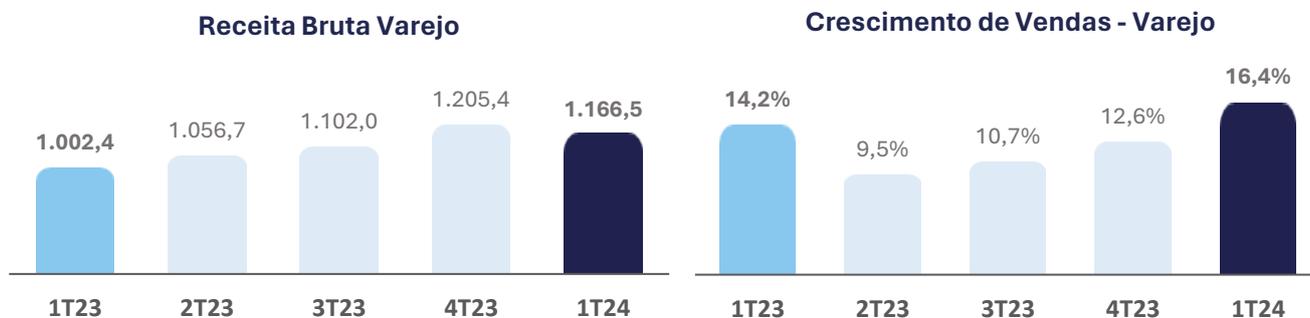
Receita Bruta

A receita bruta consolidada (que contempla as vendas do varejo, do atacado e de outras unidades de negócio da Companhia) foi de R\$ 1.322,9 milhões no 1T24, o que representa um crescimento de 19,6% em relação ao 1T23. Importante ressaltar que o montante engloba a quantia proveniente da alienação de um ativo (terreno), cuja propriedade pertence a empresa controlada denominada Dimesul, que totalizou R\$ 39,0 milhões. Excluindo esse valor não recorrente, a Companhia apresentou um crescimento de 16,1%.



Varejo

No 1T24 a Panvel apresentou um crescimento de vendas de 16,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, apresentando uma Receita Bruta de R\$ 1.166,5 milhões.

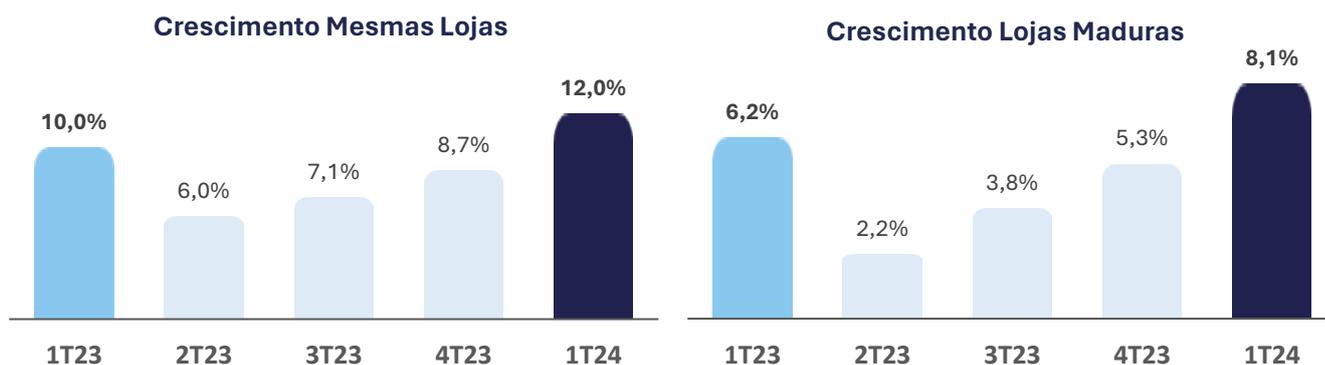


Ao analisarmos a taxa de crescimento composta do 1T21 ao 1T24, encontraremos uma taxa média (CAGR) de 16,6% ao longo do período, número muito robusto e que reforça a consistência das operações da Panvel.

Os resultados obtidos nas vendas do período têm relação direta com o crescimento na categoria de medicamentos, impulsionando a recorrência do cliente na farmácia, através de ações de CRM, Digital e Serviços, ferramentas importantes de diferencial competitivo e de fidelização da base de clientes.

Vale ressaltar 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.

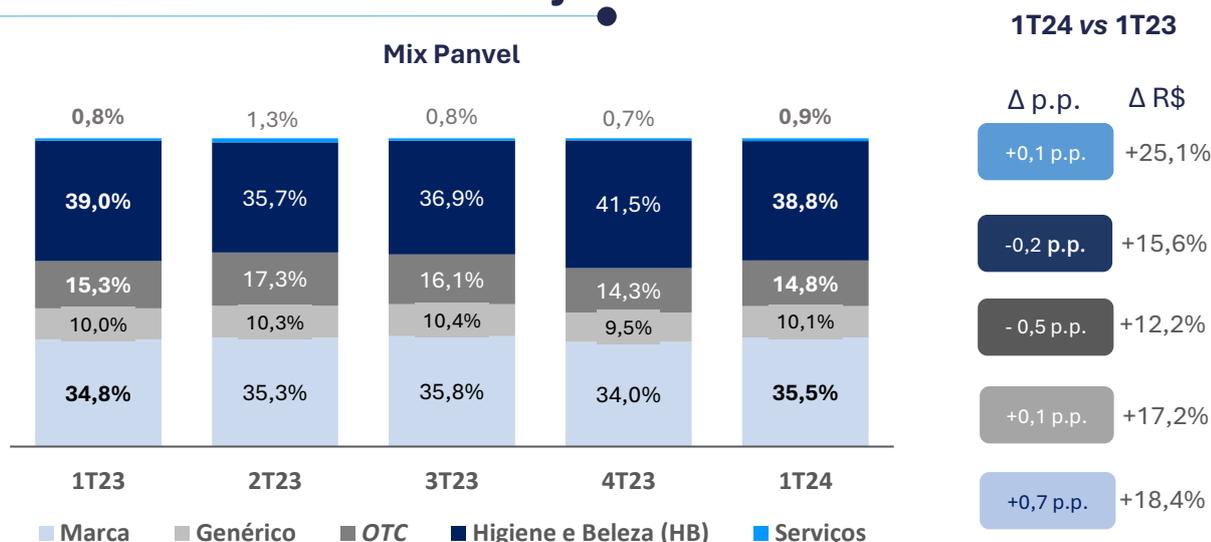
A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 12,0% no 1T24 em comparação ao 1T23. O desempenho das Lojas Maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) apresentou um crescimento de 8,1% em relação ao 1T23, crescimento muito acima da taxa de inflação do período. No gráfico abaixo apresentamos uma visão histórica do crescimento do período.



Venda Média da Panvel atinge marca de R\$ 642 mil loja/mês (+8,5% vs 1T23).

Ao longo do 1T24 atingimos uma venda média de R\$ 642 mil/loja, crescimento de 8,5% vs 1T23. Considerando que a Panvel 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 1T24, a categoria de **Medicamentos de Marca (RX)** apresentou uma forte taxa de crescimento, expandindo 0,7 p.p. em relação ao 1T23, com uma evolução de 18,4%. Esses resultados são frutos de uma estratégia que busca ampliar o foco da Companhia nos clientes de medicamentos de uso Crônico e Contínuo.

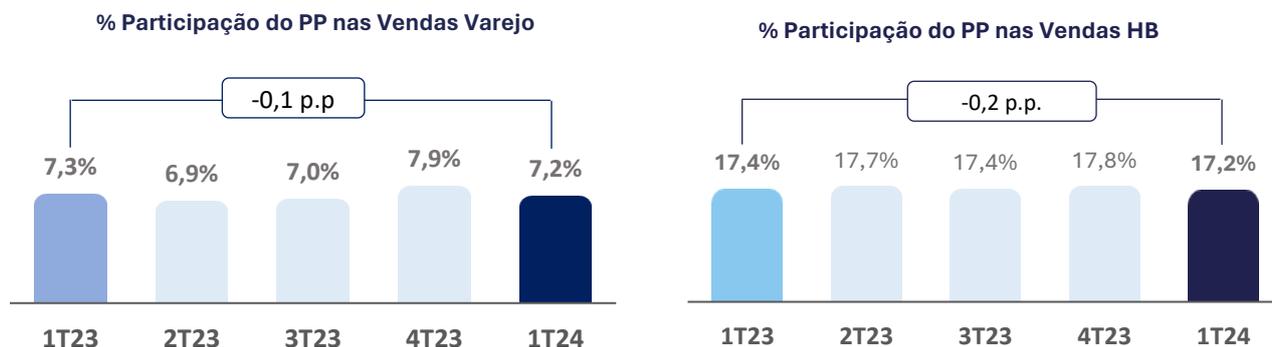
A categoria de **OTC** voltou a apresentar crescimento (+12,2%). Dentro desta categoria os destaques positivos foram os grupos de *Diabetes* (+28,3%), *Gripes e Resfriados* (+21,0%) e *Vitaminas e Suplementos* (+20,5%).

A categoria de **Genéricos** apresentou um crescimento de 17,2% em relação ao 1T23, mantendo sua representatividade praticamente estável dentro do mix no 1T24. Esta categoria tem um papel fundamental ao trazer mais clientes para as lojas, além de ser uma alavanca chave para a manutenção de uma margem bruta saudável.

A categoria de **Higiene e Beleza (HB)** manteve o desempenho apresentado nos últimos trimestres, apresentando uma evolução de 15,6% em relação ao 1T23. Crescimento que foi impulsionado principalmente por grupos como *Tratamento Facial* (+26,7%), *Linhas Especiais* (+30,0%), *Alimento* (+23,4%) e *Cuidado Adulto* (+17,3%).

O pilar de **Serviços** representou 0,9% das vendas do Varejo no 1T24. Ao analisarmos essa categoria excluindo o efeito de testes de covid, encontraremos um crescimento de 57,4% em relação ao 1T23, dado que reforça a relevância da Categoria nos novos hábitos dos consumidores, bem como confirma os serviços em farmácia como uma forte alavanca de crescimento a ser explorada.

Produtos Panvel e Marcas Exclusivas



Produtos Panvel apresentaram um crescimento de 14,2% em relação ao 1T23, alcançando uma participação de 7,2% no total das vendas do Varejo. Em relação ao mix de Higiene e Beleza, a marca própria alcançou uma representatividade de 17,2%, números que 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* apresentou crescimento de 25,6% nas vendas em relação ao 1T23, 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* (+17,7%).

A marca *Panvel Baby*, linha de produtos para cuidados de bebês e uma das principais marcas do grupo, apresentou crescimento robusto de 27,7% em relação ao 1T23. Também, a linha *Panvel Casa* apresentou um crescimento de 27,3% no 1T24, demonstrando que a força de nossos produtos de marca própria está para além das categorias de cuidado e de higiene pessoal.

Buscando disponibilizar produtos em linha com uma tendência de consumo mais consciente, a linha *Vert*, composta de itens naturais e veganos, apresentou crescimento de 42,6% no período.

O total de Marcas Exclusivas do Grupo Panvel representaram 8,9% das vendas do Varejo no 1T24.

A partir desse trimestre passaremos a compartilhar os resultados não apenas de Produtos Panvel, mas também das outras marcas exclusivas do Grupo Panvel que são vendidas em nossas lojas. Nesta outra categoria, estão inclusas marcas como *Lifar*, *Sanitas* e *Vivaz*. No 1T24 as outras marcas exclusivas do Grupo Panvel representaram 1,7% da Receita Bruta

do Varejo, que somados à participação de Produtos Panvel compõe uma participação de 8,9% sobre as vendas totais do varejo. Essa participação destaca ainda mais a Panvel em relação ao restante do mercado.

Atacado

No 1T24, o Atacado representou 8,7% das vendas totais da Companhia, com um crescimento de 10,7% em sua receita. Ao longo dos últimos trimestres, o Atacado segue apresentando um bom desempenho, sendo um importante aliado na diluição de despesas.

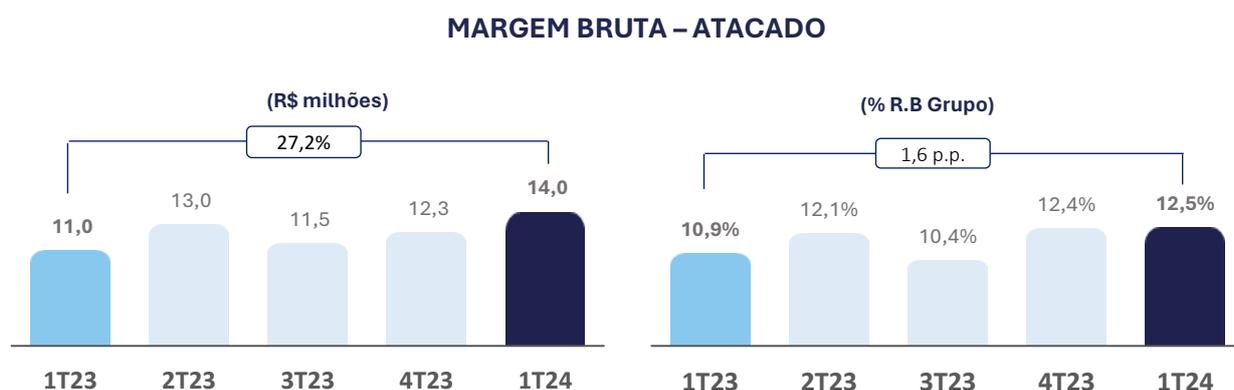
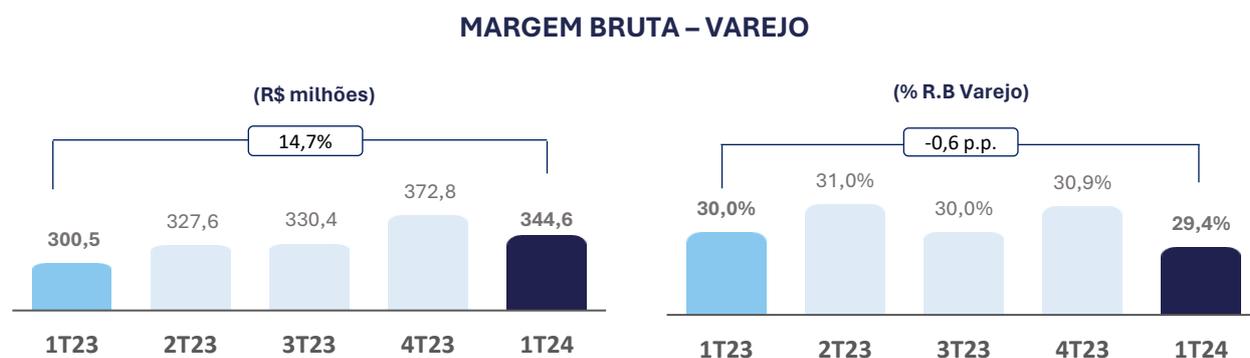
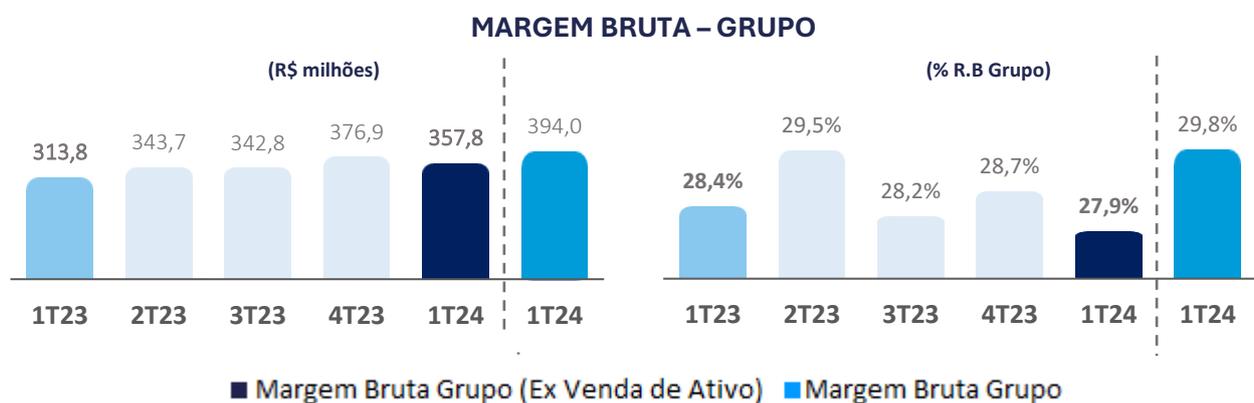


Margem Bruta

A Companhia apurou uma Margem Bruta Consolidada (incluindo operações de varejo, atacado e outras unidades de negócio) de R\$ 394,0 milhões no 1T24 (+25,6% vs 1T23), o que representa 29,8% da receita bruta do período, com um crescimento de 1,4 p.p. Excluindo o efeito da venda do ativo, a Companhia apresentou uma margem de 27,9%, uma pressão de 0,5 p.p. em relação ao 1T23.

A Margem Bruta do Varejo foi de R\$ 344,6 milhões, o que equivale a 29,4% da Receita Bruta no 1T24, com um crescimento de 14,7%, sofrendo uma pressão de 0,6 p.p contra 1T23. Essa pressão na rentabilidade é fruto de um crescimento mais acelerado da venda de medicamentos de marca, bem como do crescimento dos canais digitais. Entretanto, esses efeitos foram mais do que compensados pela diluição das despesas com vendas.

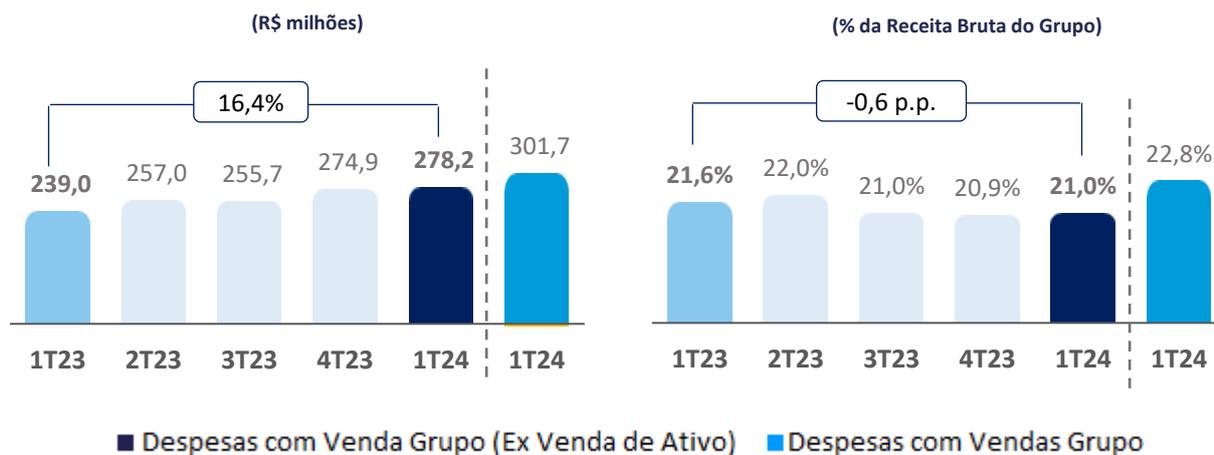
A Margem Bruta do Atacado foi de R\$ 14,0 milhões, o que representa 12,5% da Receita Bruta desta unidade de negócios no 1T24, uma expansão de 1,6 p.p. em relação ao 1T23, em razão do crescimento da participação no mix de vendas da categoria Higiene e Beleza, trazendo uma melhor performance na margem.



Despesas com Vendas

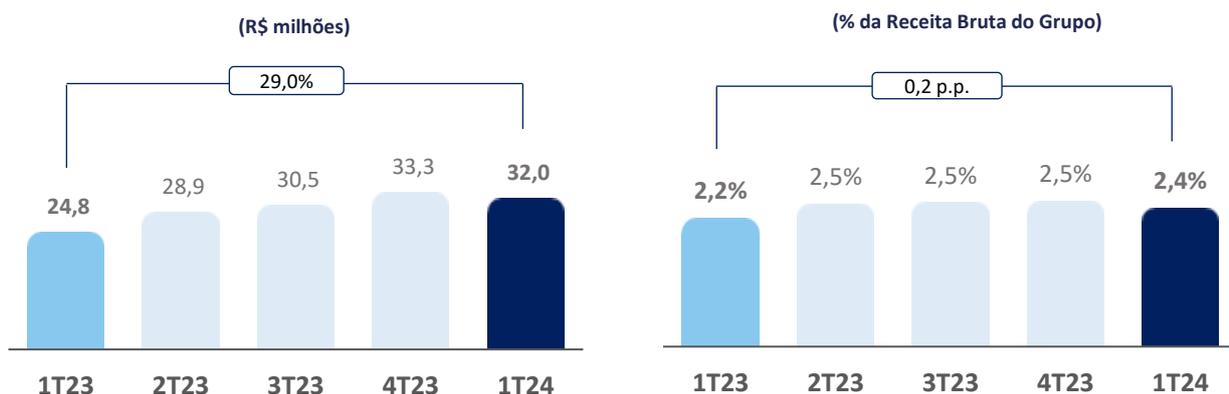
O total de Despesas com Vendas no 1T24 somaram 278,2 milhões, o que representou 21,0% da Receita Bruta, uma diluição de 0,6 p.p. em relação ao 1T23. Essa diluição está relacionada com ganhos de produtividade em lojas, em especial nas contas de Pessoal, Aluguel, Perdas de Estoque e Materiais.

Vale destacar que no 1T24 a Companhia realizou a venda de um ativo de uma de suas controladas. Como já comentado, os efeitos dessa operação acabaram impactando positivamente as linhas de Receita e Margem Bruta, mas ao mesmo tempo trouxeram despesas não recorrentes para este trimestre. Estes efeitos estão devidamente ajustados neste relatório para facilitar a análise.



Despesas Gerais e Administrativas

As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 32,0 milhões no 1T24, representando 2,4% da Receita Bruta, uma expansão de 0,2 p.p. em relação ao 1T23. Após três trimestres consecutivos em patamar mais elevado, iniciamos o ciclo de diluição das despesas administrativas, conforme esperado.



EBITDA Ajustado

No 1T24 apuramos um *EBITDA* ajustado de R\$ 60,3 milhões, um crescimento de 20,7% em relação ao 1T23, com uma margem equivalente a 4,6% da Receita Bruta (+0,1 p.p.). É importante lembrar que essa expansão da margem é fruto do ganho de produtividade que resultou na diluição das despesas com vendas. Mantemos a visão otimista sobre a expansão de margem para o ano.



RECONCILIAÇÃO EBITDA AJUSTADO

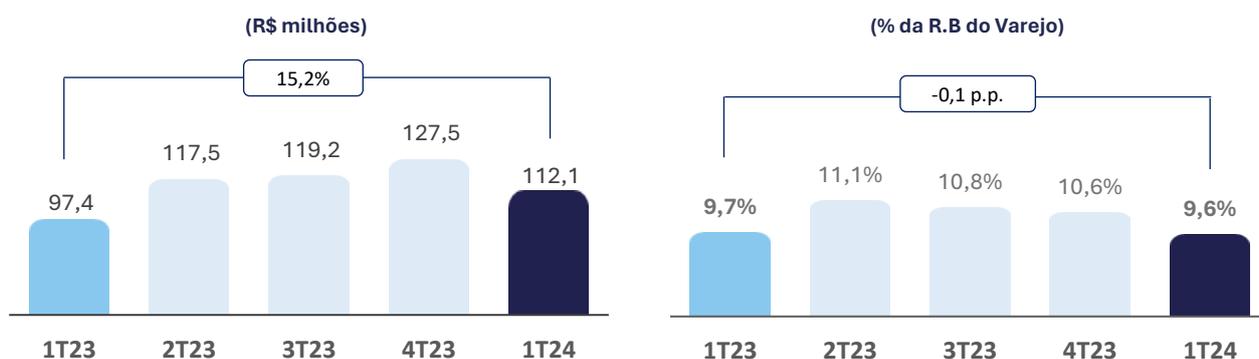
Reconciliação EBITDA	1T23	1T24	Var. %
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	20,3	35,2	73,6%
(+) Imposto de Renda	2,0	(3,6)	(278,4%)
(+) Resultado Financeiro	6,8	7,9	15,6%
EBIT	29,2	39,5	35,4%
(+) Depreciação e amortização	16,4	19,1	16,5%
EBITDA	45,6	58,6	28,6%
Participações/Distribuições	2,0	3,8	90,0%
Venda de Ativo ¹ (terreno)	-	(25,6)	-
Baixas de Ativos	0,7	0,8	8,1%
Outros Ajustes	1,6	1,7	6,3%
Provisões não Recorrentes	-	17,5	-
PCLD Atacado ²	-	3,4	-
EBITDA Ajustado	50,0	60,3	20,7%
Margem EBITDA Ajustada	4,5%	4,6%	0,1 p.p.

¹ Valor líquido do efeito, que considera receitas e despesas relativas à transação de venda do ativo.

² De acordo com o CPC 48 - Instrumentos Financeiros, a companhia avaliou o risco ou a probabilidade de ocorrência de perdas nos créditos a receber de clientes, determinando o valor exposto ao risco na data do balanço com base em eventos passados, condições atuais e projeções das condições econômicas futuras.

EBITDA Varejo

No 1T24, o EBITDA do varejo foi de R\$ 112,1 milhões, uma evolução de 15,2% contra o primeiro trimestre do ano anterior, com uma pressão de 0,1 p.p. em relação ao 1T23. Essa pressão foi influenciada pelo mix de produtos, com um forte crescimento da categoria de medicamentos de marca, que levou a uma menor margem bruta. Entretanto essa redução foi mitigada pela diluição das despesas de vendas, seja pela maior alavancagem operacional, seja pela maturação acelerada das lojas novas.



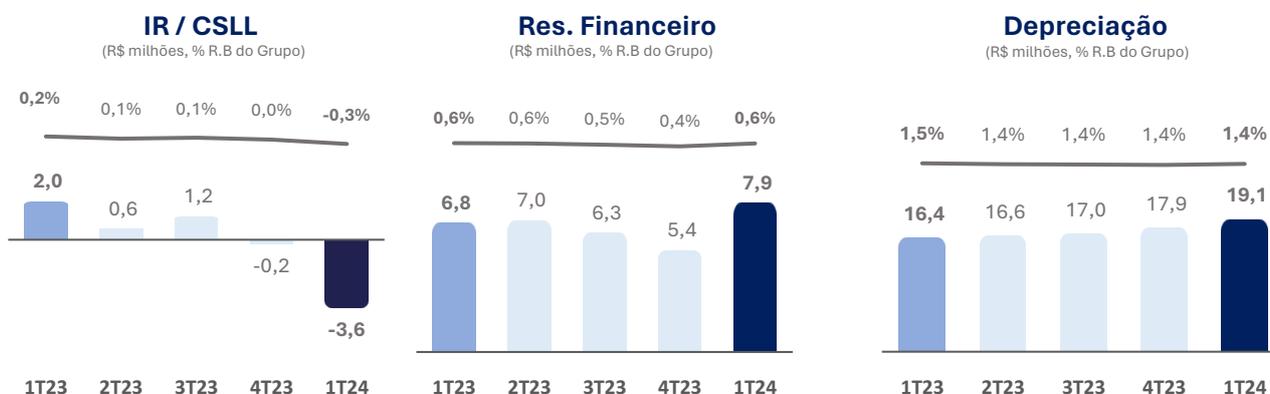
¹ Receita Bruta do Varejo (-) CMV/Impostos/Descontos/Devoluções = Margem Bruta Varejo (-) Despesas com Vendas de lojas (+) Depreciação de lojas = EBITDA do Varejo.

Depreciação, Resultado Financeiro Líquido e IR/CSLL

A Depreciação apresentou uma diluição de 0,1 p.p. na comparação trimestral, devido a maior alavancagem operacional.

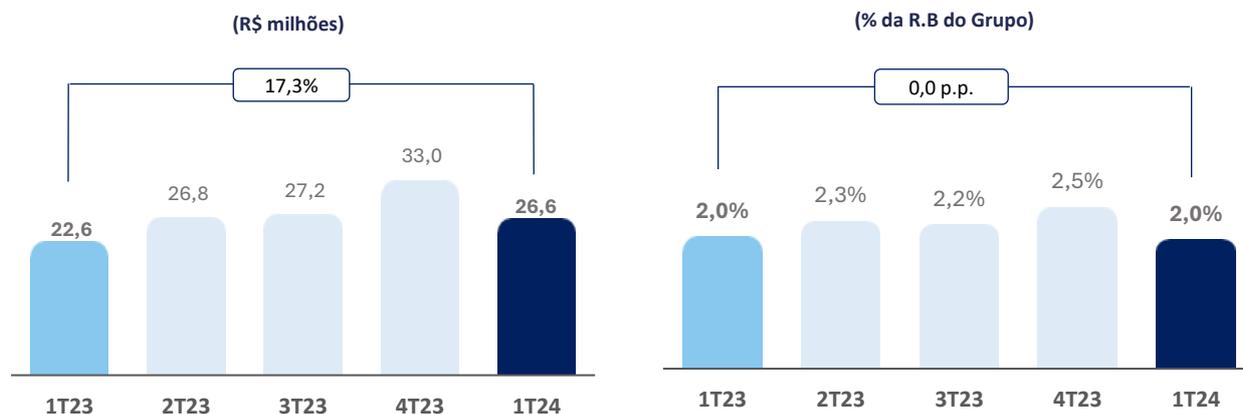
As Despesas Financeiras Líquidas se mantiveram estáveis, representando 0,6% da Receita Bruta do Grupo. Essas despesas são decorrência direta da posição líquida de Caixa, em linha com a expectativa da Companhia para o período. Ao longo do ano a expectativa da Companhia é de melhora desse indicador.

O IR/CSLL, na comparação trimestral, trouxe um impacto positivo de 0,5 p.p no resultado, em razão do maior volume de imposto de renda diferido, bem como do efeito oriundo da distribuição de JSCP no período (não houve distribuição no 1T23).



Lucro Líquido

O Lucro Líquido Ajustado no 1T24 foi de R\$ 26,6 milhões, um crescimento de 17,3%, equivalente a uma margem líquida de 2,0%, (estável em relação ao 1T23). Entendemos que esse bom resultado está relacionado com os ganhos operacionais já mencionados e com uma gestão eficiente de caixa, que eliminou novas pressões sobre as despesas financeiras. Importante destacar que o Lucro Líquido antes dos ajustes realizados apresentou um crescimento de 73,6% em relação ao 1T23.

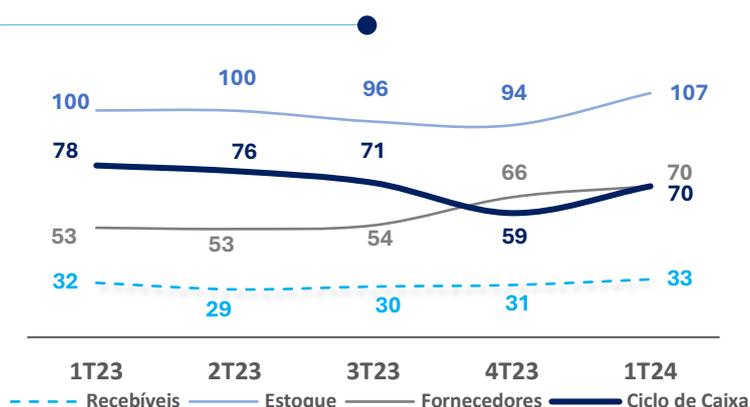


Reconciliação Lucro Líquido	1T23	1T24	Var.%
(R\$ milhões)			
Lucro Líquido	20,3	35,2	73,6%
Venda de Ativo ³ (terreno)	0,0	(25,6)	-
Baixas de Ativos	0,7	0,8	8,1%
Outros Ajustes	1,6	1,7	6,3%
Provisões não Recorrentes	0,0	17,5	-
PCLD Atacado ⁴	0,0	3,4	-
Efeito IRPJ diferido sobre eventos não recorrentes	0,0	(6,6)	-
Lucro Líquido Ajustado	22,6	26,6	17,3%
Margem Líquida Ajustada	2,0%	2,0%	0,0 p.p.

³ Valor líquido do efeito, que considera receitas e despesas relativas à transação de venda do ativo.

⁴ De acordo com o CPC 48 - Instrumentos Financeiros, a companhia avaliou o risco ou a probabilidade de ocorrência de perdas nos créditos a receber de clientes, determinando o valor exposto ao risco na data do balanço com base em eventos passados, condições atuais e projeções das condições econômicas futuras.

Ciclo de Caixa



No 1T24 a Companhia manteve a tendência de melhora no seu Ciclo de Caixa, apresentando uma redução de 8 dias na comparação com o 1T23. 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.

Fluxo de Caixa

A Companhia apresentou um fluxo de caixa livre negativo de R\$58,8 milhões no 1T24, uma melhora significativa de 21,3% em relação ao mesmo período do ano anterior.

FLUXO DE CAIXA	1T23	1T24	Var %
Lucro Líquido do período	20.877	35.243	68,8%
IRPJ/CSLL	1.468	(3.639)	-
Resultado Financeiro	6.842	7.904	15,5%
EBIT	29.187	39.508	35,4%
Depreciações e Amortizações	16.486	19.081	15,7%
EBITDA	45.674	58.589	28,3%
Ciclo de Caixa	(69.372)	(91.162)	31,4%
Demais variações (ativos e passivos)	(21.794)	(1.655)	(92,4%)
Fluxo de Caixa Operacional	(45.492)	(34.228)	(24,8%)
Investimentos	(29.300)	(24.602)	(16,0%)
Fluxo de Caixa Livre	(74.792)	(58.830)	(21,3%)
Juros sobre Capital Próprio	(8.126)	(10.644)	31,0%
Ações em Tesouraria	(705)	-	-
Fluxo de Caixa Total	(83.263)	(69.474)	(16,9%)

Endividamento

Dívida Líquida (em R\$ milhões)	1T23	2T23	3T23	4T23	1T24
Dívida de Curto Prazo	302,3	293,7	128,9	102,5	188,9
Dívida de Longo Prazo	116,4	60,0	310,0	280,0	280,0
Dívida Bruta	418,8	353,7	438,9	382,5	468,9
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações Financeiras	257,6	193,2	265,0	245,4	262,3
Dívida / Caixa Líquido	161,1	160,5	173,9	137,1	206,6
Dívida Líquida / EBITDA LTM	0,76x	0,75x	0,78x	0,59x	0,86x

A estrutura de capital da Companhia permanece sólida e com baixa alavancagem (0,86x *EBITDA LTM*), mesmo em um cenário de fortes investimentos e de expansão acelerada. Entendemos que esse baixo nível de endividamento representa um diferencial competitivo dentro do atual cenário macroeconômico do país e do segmento de varejo.

Investimentos

R\$	1T23	1T24	Δ
Abertura de Lojas	16.219	12.617	-22,2%
Reforma de Lojas	1.766	1.771	0,3%
TI	5.740	7.639	32,1%
Logística e Outros	5.575	2.574	-53,8%
Total	29.300	24.602	-16,0%

Realizamos no 1T24 investimentos que somaram R\$ 24,6 milhões, uma redução de 16,0% em relação ao 1T23. Nos últimos três anos (2021-2023), a Companhia investiu mais de R\$ 450 milhões de reais na aceleração do ritmo de abertura de novas lojas, na ampliação de sua capacidade logística e nos investimentos em tecnologia.

Mercado de Capitais e Retorno aos Acionistas

No período de 12 meses acumulados (Mar/23 à Mar/24), a ação da Companhia apresentou uma valorização de 24,8%. Além disso, no 1T24 realizamos a aprovação da distribuição de R\$ 11,6 milhões de Juros Sobre Capital Próprio.

A Companhia vem trabalhando de forma constante para ampliar os retornos aos acionistas, monitorando principalmente a evolução do indicador do ROIC consolidado da Companhia. No 1T24 LTM o indicador ficou em 10,1% vs 9,7% no 1T23 LTM, uma expansão de 0,4 p.p. Esse indicador nos últimos três anos vem demonstrando tendência de crescimento, após o impacto dos fortes investimentos realizados no mesmo período, após o nosso *Follow-On* de 2020.



IFRS 16: impactos

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

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

DRE	1T24		
	IFRS	Ajuste	IAS 17
(em milhares)			
Receita Bruta	1.322.900	-	1.322.900
Lucro Bruto	394.011	-	394.011
% Receita Bruta	29,8%	0,0%	29,8%
Despesas com Vendas	(258.754)	(42.976)	(301.710)
Despesas Administrativas	(31.985)	-	(31.985)
Total Despesas	(290.719)	(42.976)	(333.694)
% Receita Bruta	22,0%	-3,2%	25,2%
EBITDA Ajustado	103.292	(42.976)	60.317
% Receita Bruta	7,8%	-3,2%	4,6%
Depreciação e amortização	(51.242)	32.191	(19.051)
Participação Administradores/PLR	(3.842)	-	(3.842)
Outros Ajustes	2.084	-	2.084
Resultado Financeiro	(21.253)	13.349	(7.904)
IRPJ/CSLL	4.511	(872)	3.639
Lucro Líquido	33.550	1.693	35.243
% Receita Bruta	2,5%	0,1%	2,6%

Balanço Patrimonial

ATIVO	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	1T23	1T24	Var. %	1T23	1T24	1T23	1T24	Var. %
<i>(em milhares)</i>								
Ativo Circulante	1.622.645	1.948.367	20,1%	79	1.544	1.622.724	1.949.911	20,2%
Caixa e equivalentes de caixa	14.367	22.126	54,0%			14.367	22.126	54,0%
Aplicações Financeiras	243.280	240.196	(1,3%)			243.2880	240.196	(1,3%)
Clientes	390.493	469.608	20,3%	79	1.544	390.572	471.152	20,6%
Estoque	874.483	1.078.053	23,3%			874.483	1.078.053	23,3%
I.R e CSLL a recuperar	24.754	9.670	(60,9%)			24.754	9.670	(60,9%)
Tributos a recuperar	13.192	23.171	75,6%			13.192	23.171	75,6%
Outras contas a receber	62.076	105.129	69,4%			62.076	105.129	69,4%
Propriedades disponíveis para venda	-	414	-			-	414	-
Ativo Não Circulante	1.193.922	1.255.931	5,2%	(614.668)	(600.020)	579.254	655.911	13,2%
Tributos diferidos	47.141	59.565	26,4%	(18.290)	(22.770)	28.851	36.795	27,5%
Impostos a recuperar	10.165	12.544	23,4%			10.165	12.544	23,4%
Depósitos judiciais	3.066	2.247	(26,7%)			3.066	2.247	(26,7%)
Créditos com partes relacionadas	1.330	-	-			1.330	-	-
Outros ativos	404	7.753	-			404	7.753	-
Despesas antecipadas	-	4.017	-			-	4.017	-
Investimentos	4	-	-			4	-	-
Imobilizado	1.053.584	1.083.588	2,8%	(596.378)	(577.250)	457.206	506.338	10,7%
Intangível	78.228	86.217	10,2%			78.228	86.217	10,2%
Ativo Total	2.816.567	3.204.298	13,8%	(614.589)	(598.475)	2.201.978	2.605.822	18,3%
PASSIVO								
<i>(em milhares)</i>								
Passivo Circulante	1.066.097	1.190.938	11,7%	(157.376)	(122.928)	908.721	1.068.010	17,5%
Fornecedores	456.113	690.036	51,3%			456.113	690.036	51,3%
Empréstimos e financiamentos	302.337	188.887	(37,5%)			302.337	188.887	(37,5%)
Instrumentos Financeiros	-	218	-			-	218	-
Arrendamento – IFRS 16	157.376	122.928	-	(157.376)	(122.928)	-	-	-
Salários e encargos sociais	66.529	78.529	18,0%			66.529	78.529	18,0%
Participações a pagar	1.617	3.137	94,0%			1.617	3.137	94,0%
Impostos, taxas e contribuições	28.216	29.062	3,0%			28.216	29.062	3,0%
Dividendos e JSCP	(2.608)	6.020	-			(2.608)	6.020	-
Outros Passivos	56.517	72.121	27,6%			56.517	72.121	27,6%
Passivo Não Circulante	623.644	816.536	30,9%	(492.718)	(519.748)	130.926	296.788	126,7%
Empréstimos e financiamentos	116.429	280.000	140,5%			116.429	280.000	140,5%
Arrendamento – IFRS 16	492.718	519.748	5,5%	(492.718)	(519.748)	-	-	-
Outras Obrigações	6.820	7.343	100,0%			6.820	7.343	100,0%
Provisões	7.677	9.445	23,0%			7.677	9.445	23,0%
Patrimônio líquido	1.126.826	1.196.824	6,2%	35.505	44.200	1.162.331	1.241.024	6,8%
Capital social	943.000	970.116	2,9%			943.000	970.116	2,9%
Transações de capital com os sócios	(14.448)	(14.448)	0,0%			(14.448)	(14.448)	-
Reserva de Capital	(28.920)	(21.699)	(25,0%)			(28.920)	(21.699)	(25,0%)
Reserva de lucros	208.978	240.905	15,3%			208.978	240.905	15,3%
Lucros Acumulados	18.216	21.950	20,5%	35.505	44.200	53.721	66.150	23,1%
Passivo Total e Patrimônio líquido	2.816.567	3.204.298	13,8%	(614.589)	(598.475)	2.201.978	2.605.822	18,3%

Demonstração de Resultados

DRE TRIMESTRE (em milhares)	IFRS			Impactos IFRS		Norma Antiga (IAS 17)		
	1T23	1T24	Var. %	1T23	1T24	1T23	1T24	Var. %
Receita Bruta	1.105.711	1.322.900	19,6%			1.105.711	1.322.900	19,6%
Impostos e devoluções	(78.299)	(96.797)	23,6%			(78.299)	(96.797)	23,6%
Receita Líquida	1.027.411	1.226.103	19,3%			1.027.411	1.226.103	19,3%
Custos das mercadorias vendidas	(713.653)	(832.092)	16,6%			(713.653)	(832.092)	16,6%
Lucro Bruto	313.758	394.011	25,6%			313.758	394.011	25,6%
Despesas	(276.195)	(343.719)	24,4%	(8.377)	(10.784)	(284.572)	(354.503)	24,6%
Com Vendas	(255.222)	(306.506)	20,1%	(8.377)	(10.784)	(263.599)	(317.290)	20,4%
Gerais e Administrativas	(27.350)	(37.982)	38,9%			(27.350)	(37.982)	38,9%
Outras receitas operacionais	6.377	769	(87,9%)			6.377	769	(87,9%)
Resultado Financeiro	37.563	(21.253)	15,6%	11.544	13.349	(6.842)	(7.904)	15,5%
Despesas Financeiras	(28.848)	(30.187)	21,5%	11.544	13.349	(13.304)	(16.838)	26,6%
Receitas Financeiras	6.462	8.934	38,3%			6.462	8.934	38,3%
Lucro antes do IR, CSLL e Participações	19.177	29.039	51,4%	3.167	2.565	22.344	31.604	41,4%
IR e CSLL	(961)	4.511	-	(1.077)	(872)	(2.038)	(3.639)	(278,6%)
Lucro Líquido do exercício	18.216	33.550	84,2%	2.090	1.693	20.306	35.243	73,6%

Demonstração do Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa das atividades operacionais	1T23	1T24	Var %
Lucro Líquido do exercício	18.216	33.550	84,2%
Ajustes por:			
Depreciação/amortização ativo imobilizado e intangível	49.606	51.472	3,8%
Provisão para passivos contingentes	(1.336)	2.814	-
Resultado da equivalência patrimonial	-	-	-
Custo do imobilizado e intangível baixado	1.828	807	(55,9%)
Provisão para devedores duvidosos	211	4.604	-
Provisão para perdas de estoque	(446)	(510)	14,3%
Opção de compra ou subscrição de ações	1.153	1.458	26,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.457	6.679	-
Despesa de juros de empréstimos e financiamentos	10.299	12.497	21,3%
Despesa de juros de arrendamento	11.544	13.349	15,6%
Imposto de renda e contribuição social correntes	(496)	(2.168)	-
Receita de juros de aplicações financeiras	(5.656)	(6.450)	14,0%
Instrumentos financeiros derivativos	-	218	-
Outros	295	-	-
Total de Ajustes	68.459	84.770	23,8%
Variações nos ativos e passivos			
Contas a receber de clientes	8.174	(22.199)	-
Estoques	22.498	(78.138)	-
Fornecedores	(99.339)	10.273	-
Impostos e contribuições sociais a pagar	4.553	10.037	-
Depósitos judiciais	58	(183)	-
Impostos a recuperar	1.440	(10.417)	-
Demais grupos do ativo	4.309	(1.869)	-
Demais grupos do passivo	(27.799)	(18.210)	(34,5%)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(1.060)	(2.188)	-
Caixa Líquido gerado (usado) nas atividades operacionais	(491)	5.426	-
Fluxo de caixa das atividades de Investimento			
Aquisição de ativo imobilizado	(23.061)	(16.432)	(28,7%)
Aquisição de ativo intangível	(6.239)	(8.292)	32,9%
Aplicações financeiras	(105.984)	(16.310)	(84,6%)
Caixa líquido usado nas atividades de investimento	(135.284)	(41.034)	(69,7%)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento			
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio	(8.126)	-	-
Aquisição de ações próprias	(705)	-	-
Captações de empréstimos/financiamentos (principal)	175.000	90.000	(48,6%)
Pagamento de arrendamentos mercantis	(40.385)	(44.074)	9,1%
Amortização de principal de financiamento	(1.357)	(16.145)	-
Caixa líquido gerado (usado) nas atividades de financiamento	124.427	29.781	(76,1%)
Aumento (redução) líquido do saldo/equivalentes de caixa	(11.348)	(5.827)	(48,7%)
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	25.715	27.953	8,7%
Saldo de caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	14.367	22.126	54,0%