

# grupo panvel

Divulgação de  
Resultados 3T23



#TodoCuidadoAoCuidar

# TODO O CUIDADO AO CUIDAR.

## MISSÃO

Proporcionar saúde e bem-estar às pessoas.

**Isso é cuidar.**

## VISÃO

Ser a melhor em produtos e serviços de saúde e bem-estar de forma sustentável e inovadora.

**Isso é cuidado.**

## VALORES

A forma como colocamos tudo em prática. **Isso é como cuidamos.**

## NOSSOS VALORES





**Receita Bruta do Grupo**  
R\$ 1.216M (+11,8% vs 3T22)



**Receita Bruta do Varejo**  
R\$ 1.102M (+10,7% vs 3T22)



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



**Endividamento**  
Baixa alavancagem de  
0,8x EBITDA



**Lucro Líquido do Grupo**  
R\$ 27,2M (+15,1% vs 3T22)



**Digital**  
Recorde de participação nas  
vendas do Varejo: 20,7%



**Market Share**  
+0,1 p.p. na Região Sul vs 3T22



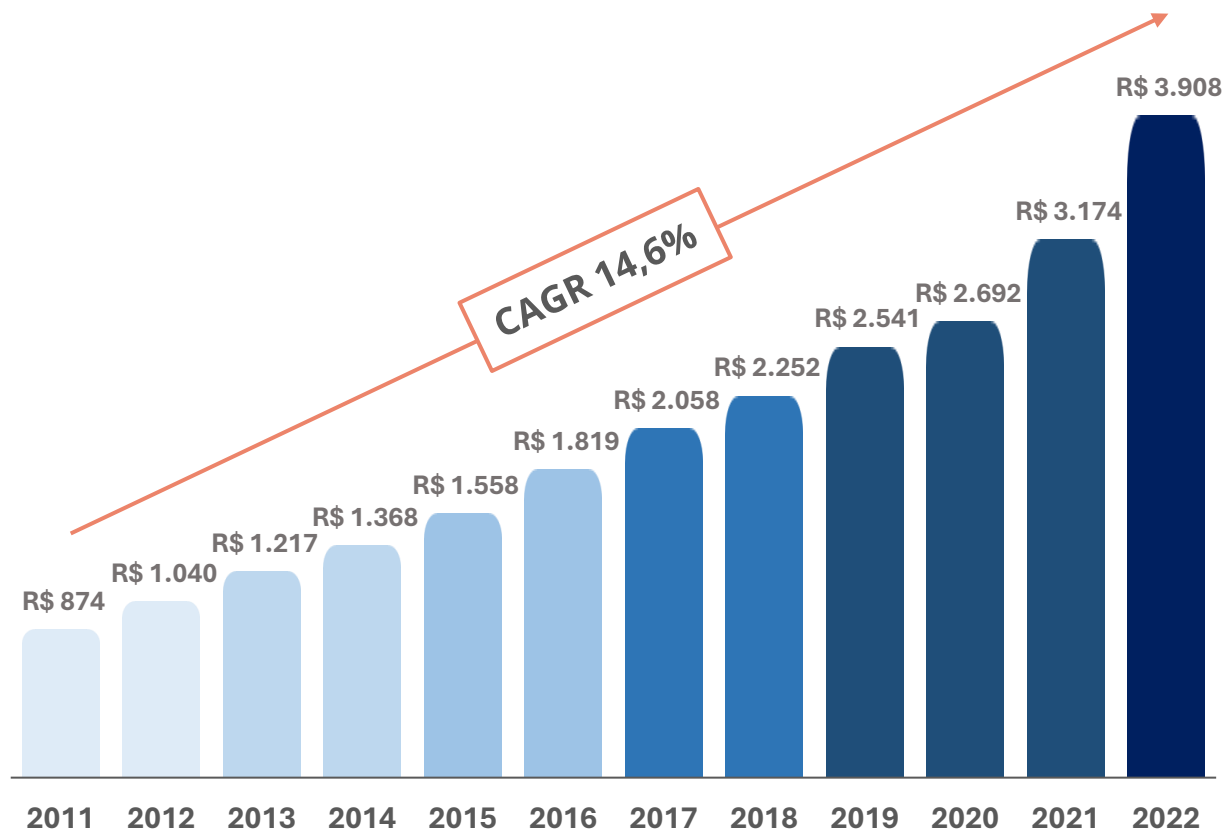
**Ciclo de Caixa**  
Melhora de 7 dias vs 3T22

## DESTAQUES

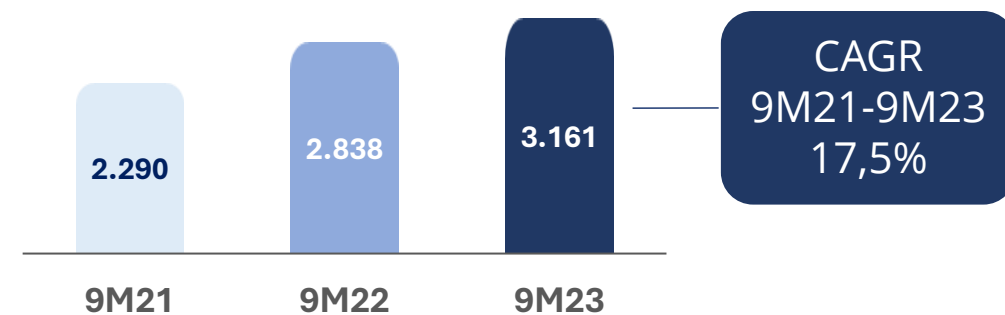
# 3T23



## Histórico de Evolução - Receita Bruta do Varejo

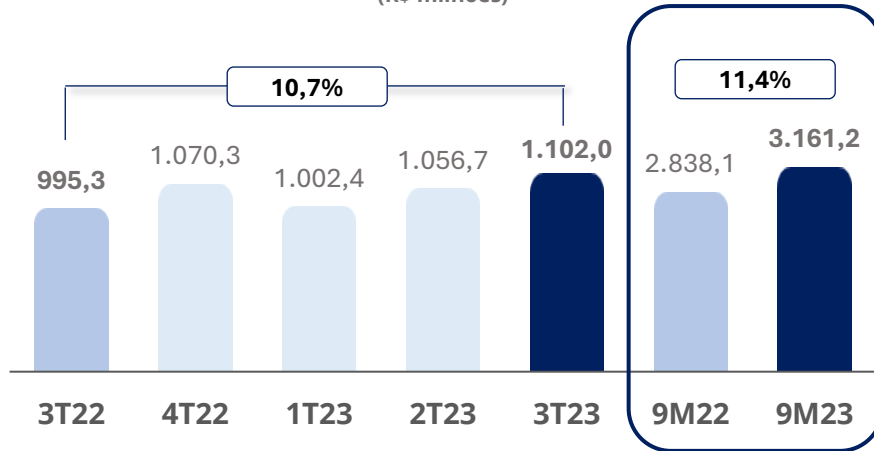


## Receita Bruta Varejo (R\$ milhões)

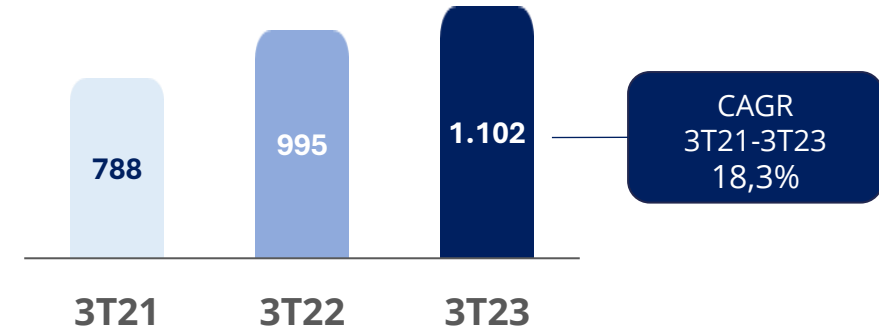


# PANVEL TEM CRESCIMENTO DE VENDAS DE 10,7% VS 3T22, COM CAGR DE 18,3% ENTRE 3T21 E 3T23, MESMO COM FORTE BASE DE COMPARAÇÃO

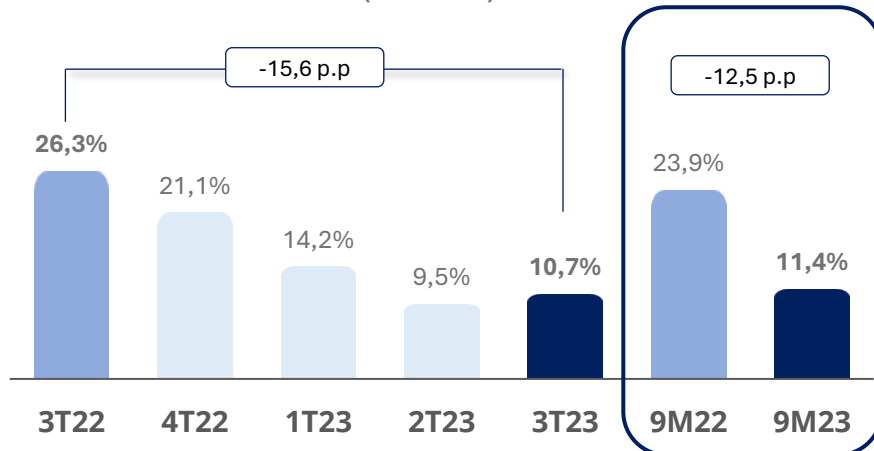
**Receita Bruta Varejo**  
(R\$ milhões)



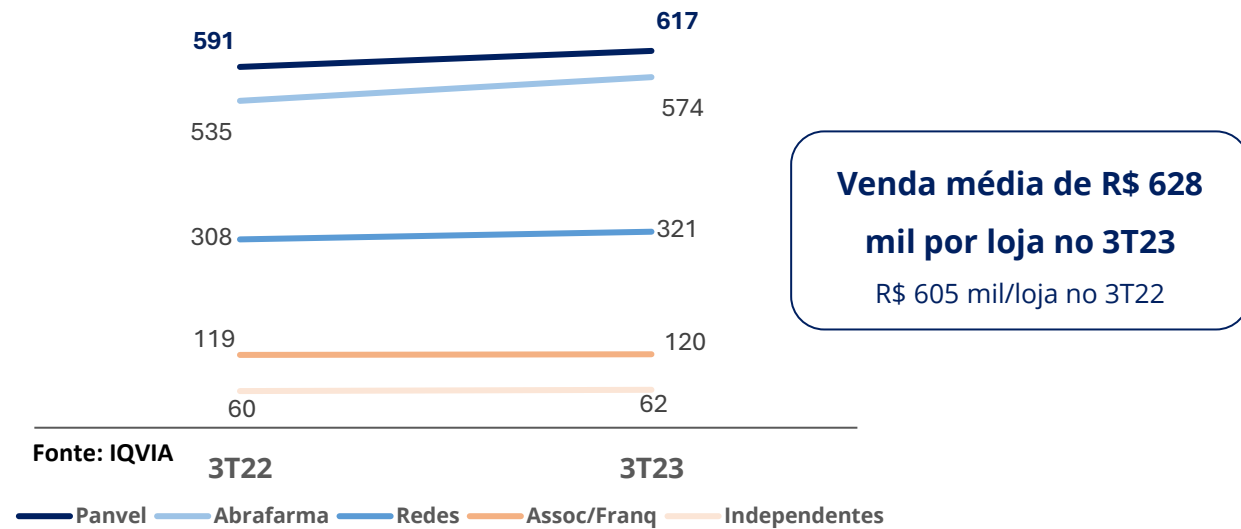
**Receita Bruta Varejo**  
(R\$ milhões)



**Crescimento de Vendas - Varejo**  
(R\$ milhões)

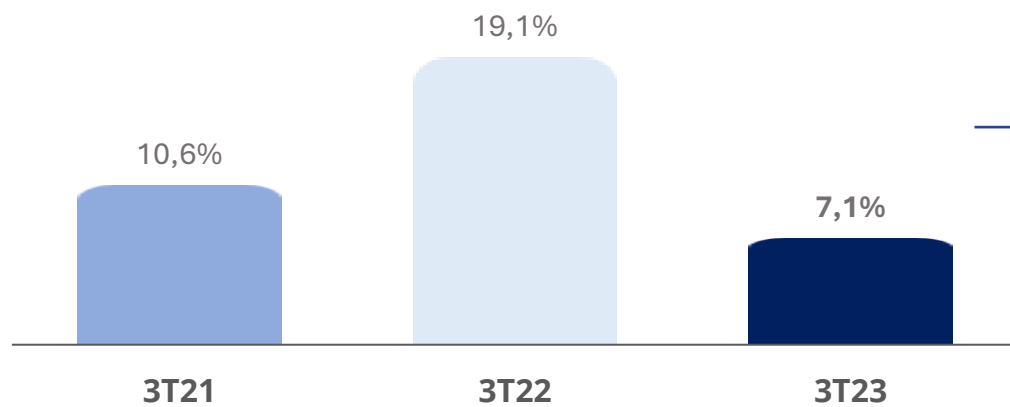


**Evolução Venda Média por Loja Região Sul (R\$ CPP)**



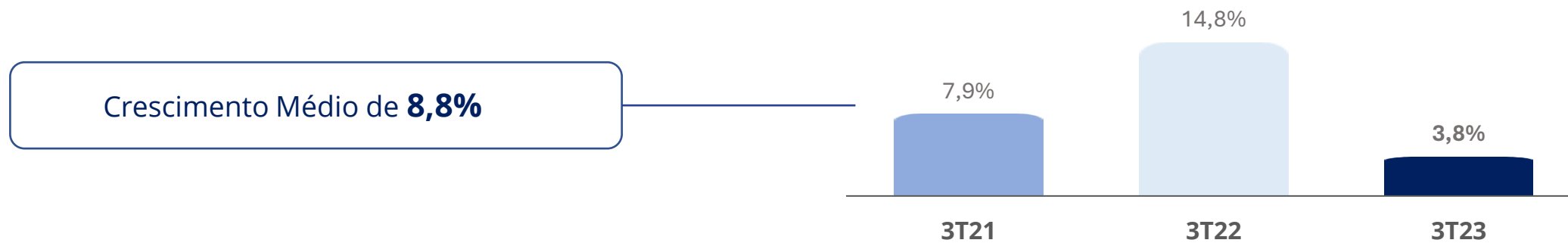
# DESEMPENHO DE SSS E MSSS NO 3T23 IMPACTADO POR FORTE BASE DE COMPARAÇÃO

## Crescimento Mesmas Lojas



Crescimento Médio de **12,3%**

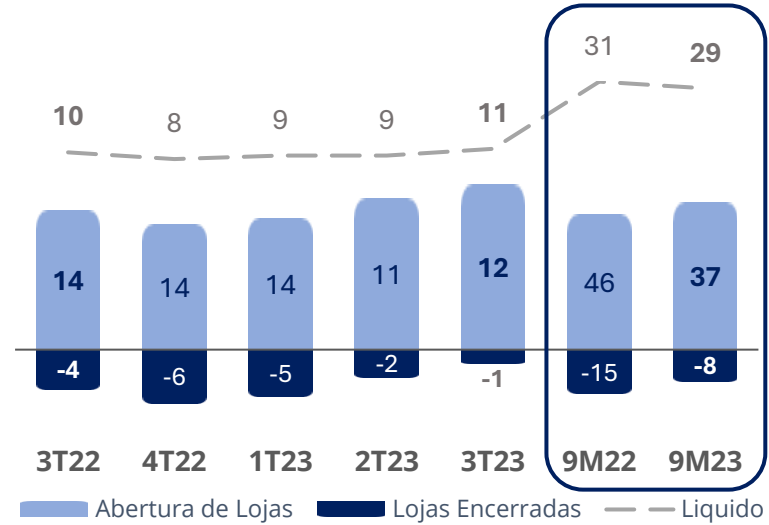
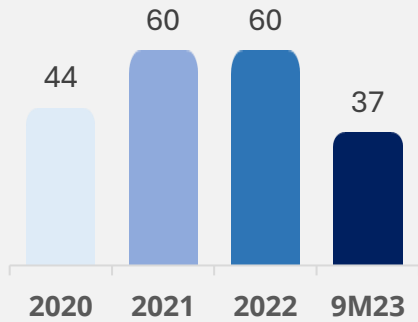
## Crescimento Lojas Maduras



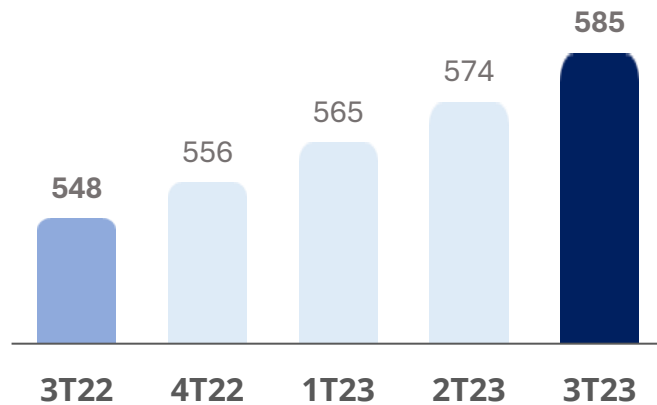
Crescimento Médio de **8,8%**

# CONSISTÊNCIA E CAPACIDADE DE EXECUÇÃO: PANVEL INAUGURA 12 LOJAS NO 3T23, COM 11 ABERTURAS LÍQUIDAS

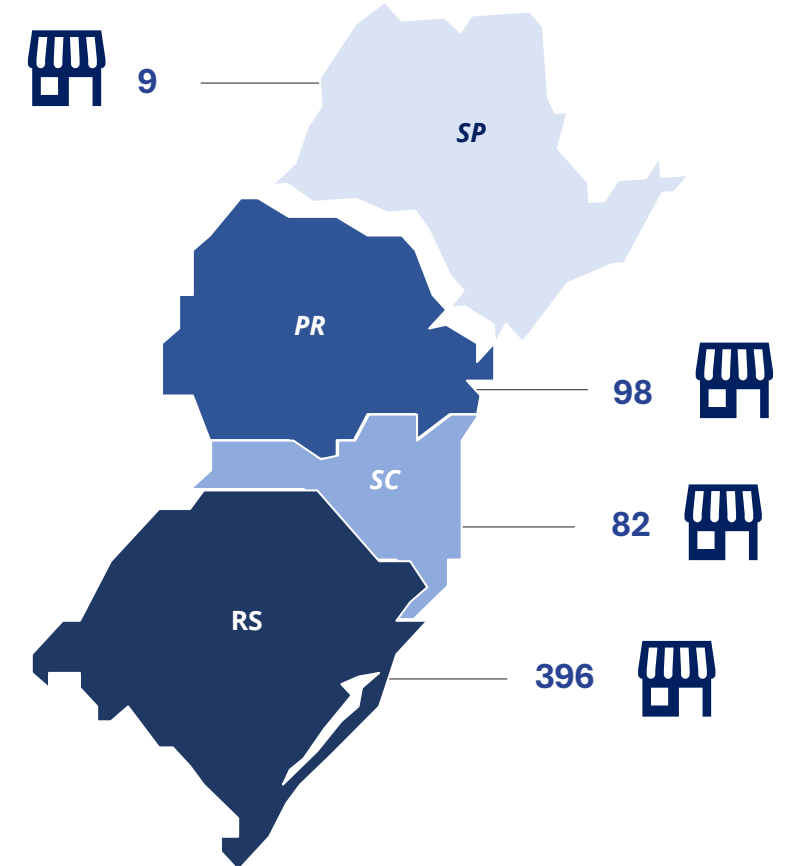
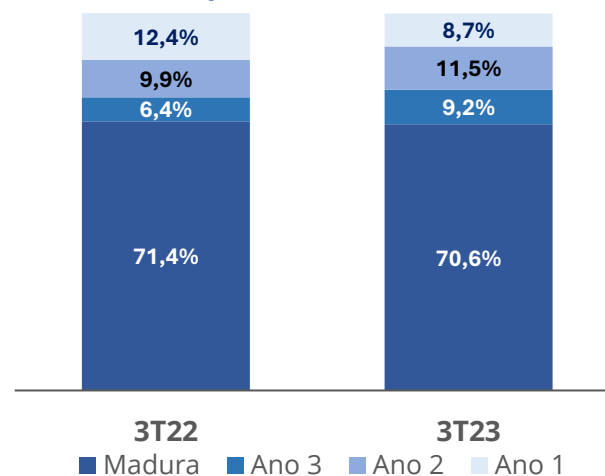
## 201 Aberturas desde o Re-IPO



## Número de Lojas



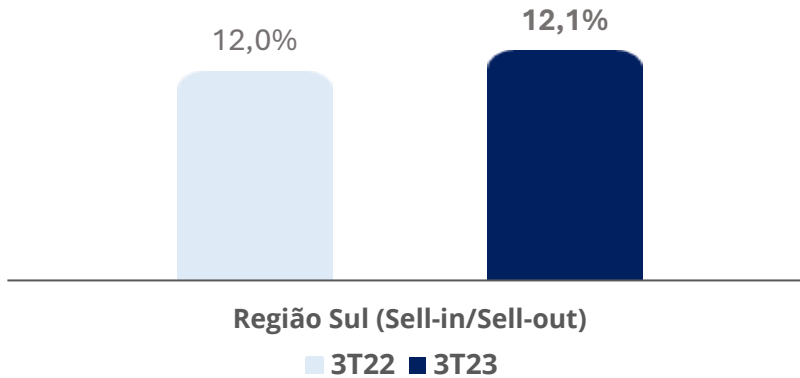
## Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade



# PANVEL SEGUE APRESENTANDO GANHOS CONSECUTIVOS DE PARTICIPAÇÃO DE MERCADO, EVOLUINDO 0,1 PP NO TRIMESTRE

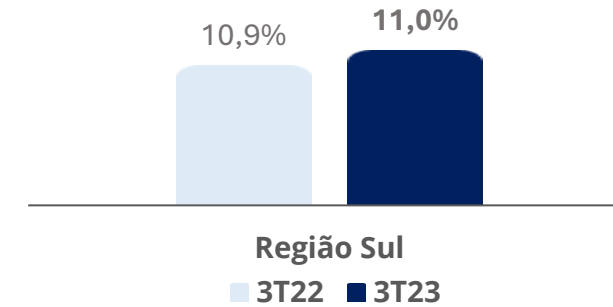
## Ganho de 0,1 p.p. em *Market Share*

### *Market Share*

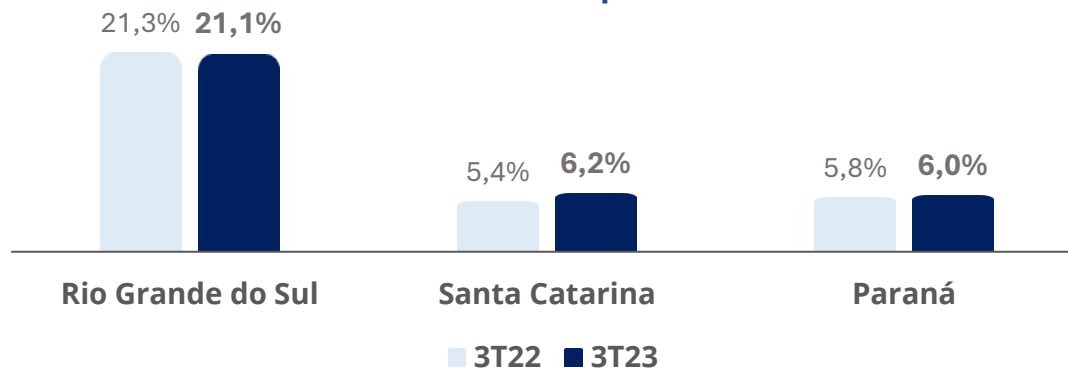


### *Market Share - Medicamentos*

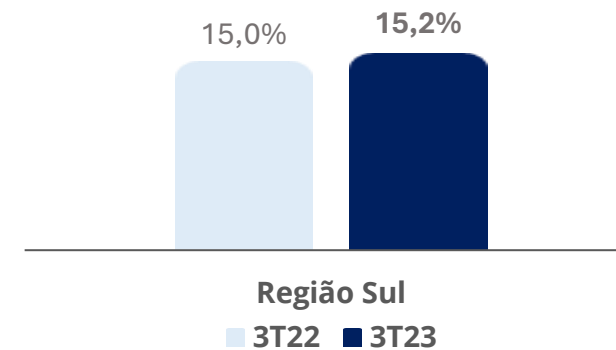
\* Dados de Medicamentos totais RX do IQVIA



### *Market Share por UF*



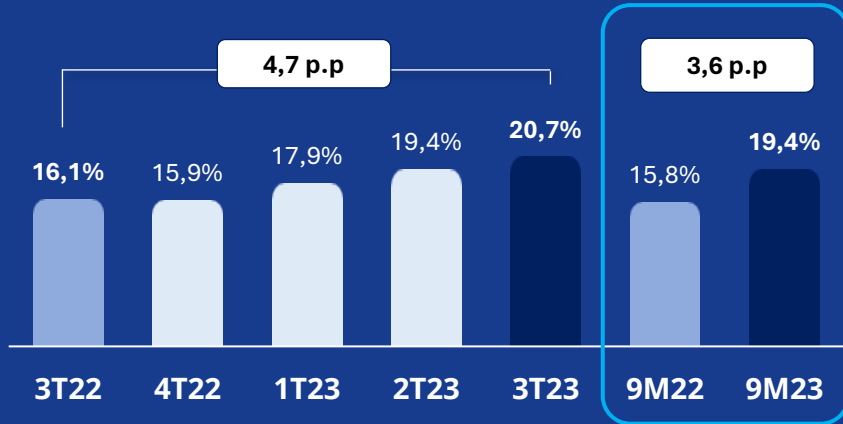
### *Market Share - "Não Medicamentos"*



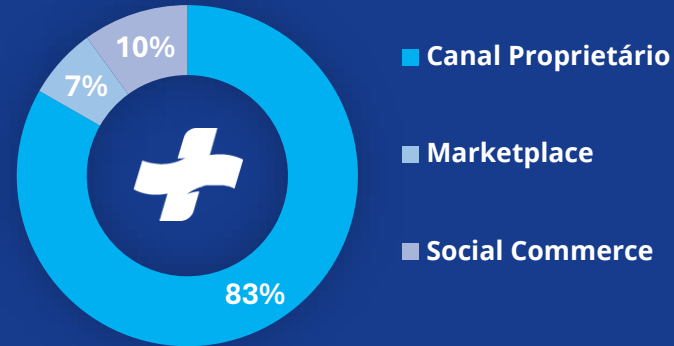


# PANVEL MANTÉM SUA POSIÇÃO DE REFERÊNCIA NO VAREJO FARMA BRASILEIRO, COM RECORDE DE PARTICIPAÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS NA VENDA E A ENTREGA MAIS RÁPIDA DO BRASIL

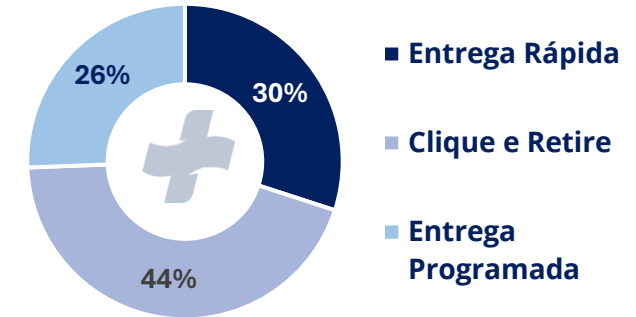
## Participação Canais Digitais cresce 43,0% vs 3T22



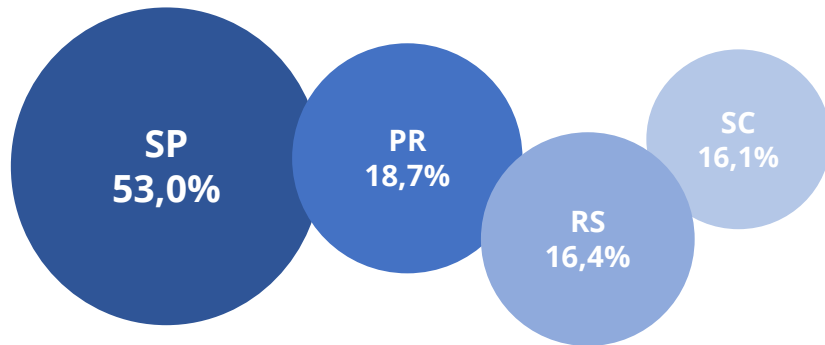
## Mix de Canais



## Entregas por Modalidade



## % vendas digitais por UF - 3T23

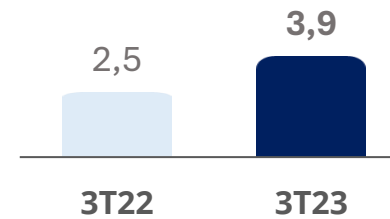


**1,6 mm**  
(+62,6% vs 3T22)  
de Usuário Ativos

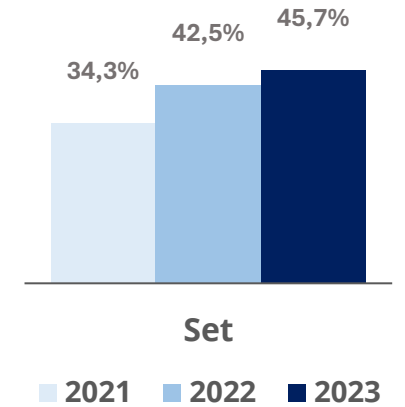
MAU de 43,9%  
(+ 6,1 p.p. vs 3T22)



**3,9mm**  
Download app  
(+56,0% vs 3T22)



## % Entregas em 60 min



\* Não inclui dados de Clique e Retire



Clique e Retire  
585 lojas



Entregas 3T23  
+540.000



Mini CD/  
Darkstore 9



Nível de Serviço  
97% (3T23)



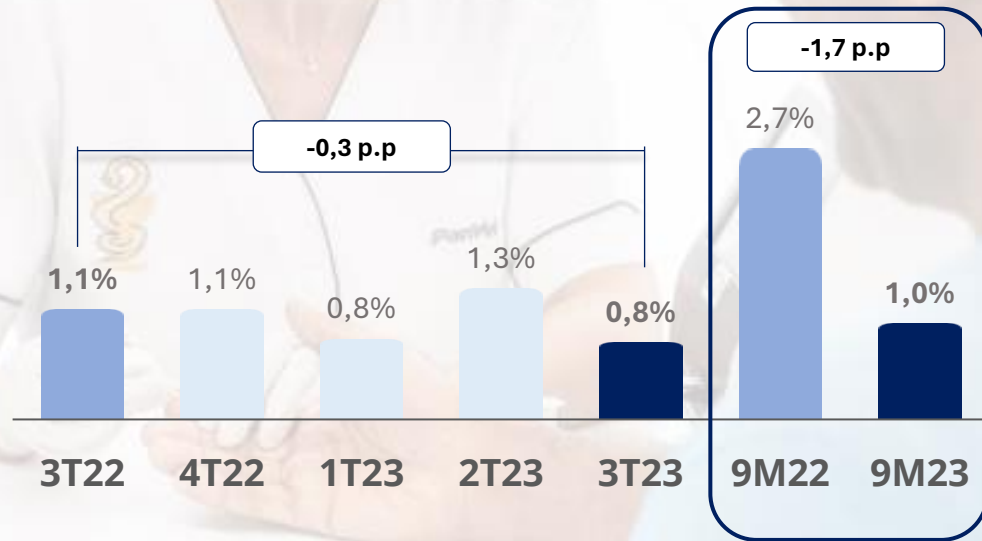
Lojas Delivery  
161



Entrega Rápida  
até 1h

# PANVEL SE MANTÉM COMO REFERÊNCIA EM SERVIÇOS DE SAÚDE NA REGIÃO SUL

## Serviços (Participação na RB do Varejo)



**Liderança** em serviços na Região Sul (3T23)  
21,6% de *Market Share*

**Líder** em vacinação na Região Sul (3T23)  
49,9% de *Market Share*  
Fonte: IQVIA

**359** Lojas Clinic (+12 salas vs 3T22)

**91** Salas de Vacinas (+5 salas vs 3T22)

**50** Salas para realização de Exames Rápidos

MARCA PANVEL REPRESENTA **45,2% DO MERCADO PRIVATE LABEL PHARMA (1,1 P.P. VS 3T22)**

Fonte: IQVIA

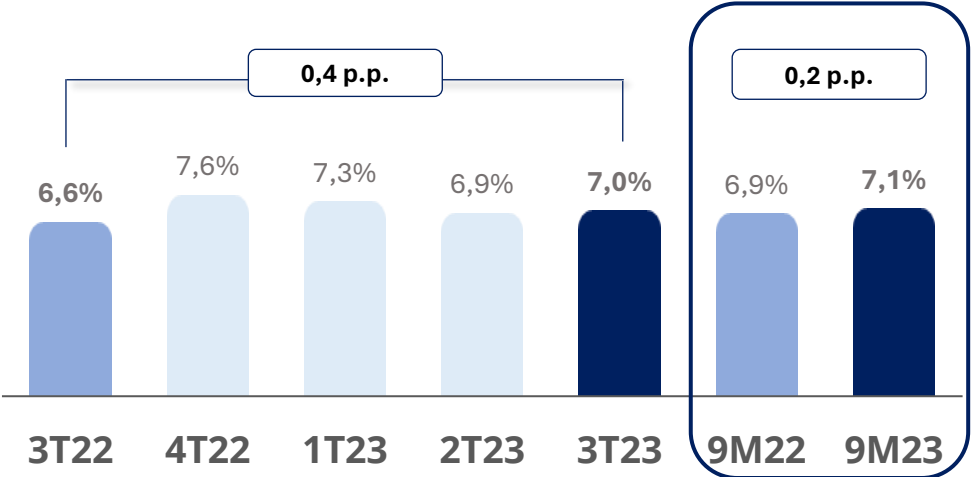
- ✓ +1.000 SKU's ativos
- ✓ Margem Bruta superior
- ✓ Líder em 40% das categorias da rede

PARTICIPAÇÃO DE **7,0%** DO TOTAL DE VENDAS DA PANVEL

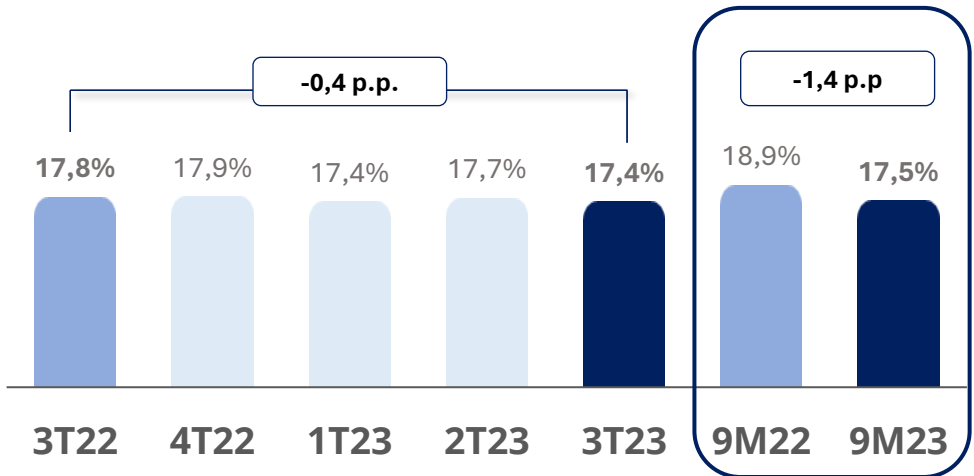
PARTICIPAÇÃO DE **17,4%** DO TOTAL DE VENDAS EM HB

LANÇAMENTOS LTM REPRESENTAM **27,0% DA VENDA DE PRODUTO PANVEL NA VENDA DO VAREJO NO 3T23**

% Participação do PP nas Vendas Varejo

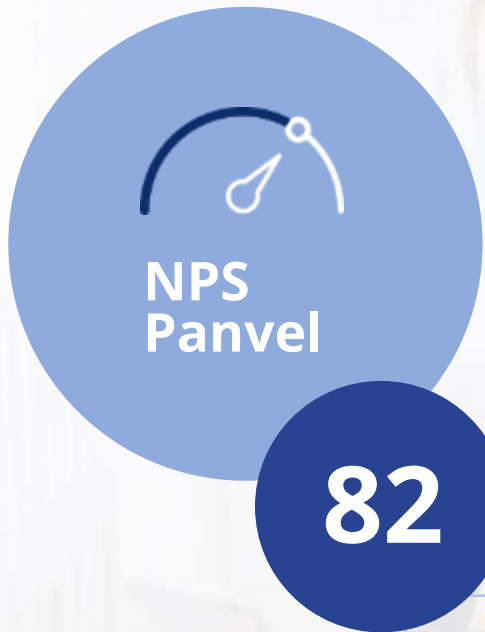


% Participação do PP nas Vendas HB





# PANVEL OFERECE A MELHOR EXPERIÊNCIA PARA O CLIENTE



NPS Site  
85



NPS App  
84



NPS Alô  
91



NPS Loja  
82



NPS Dark Stores  
78



NPS Clinic  
87



Reclame  
Aqui  
9,1



E-bit  
95%



App Store  
4,8



Play Store  
4,8

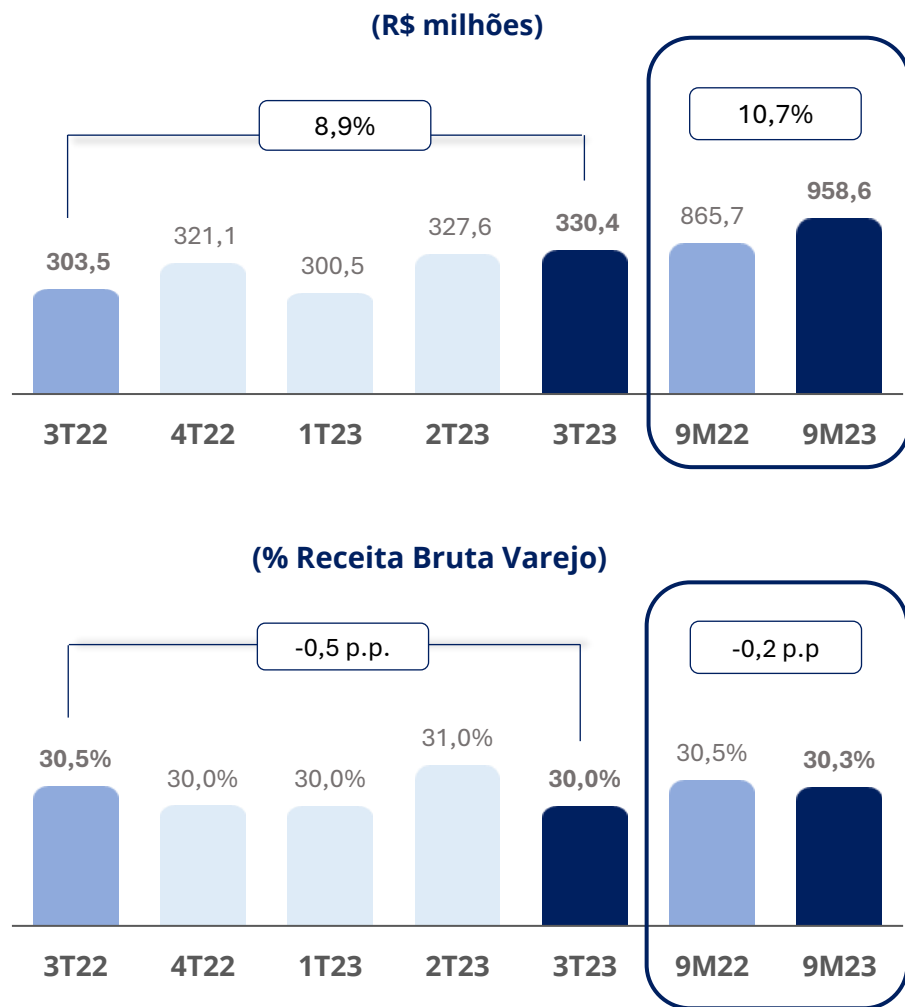


NS Alô  
91%



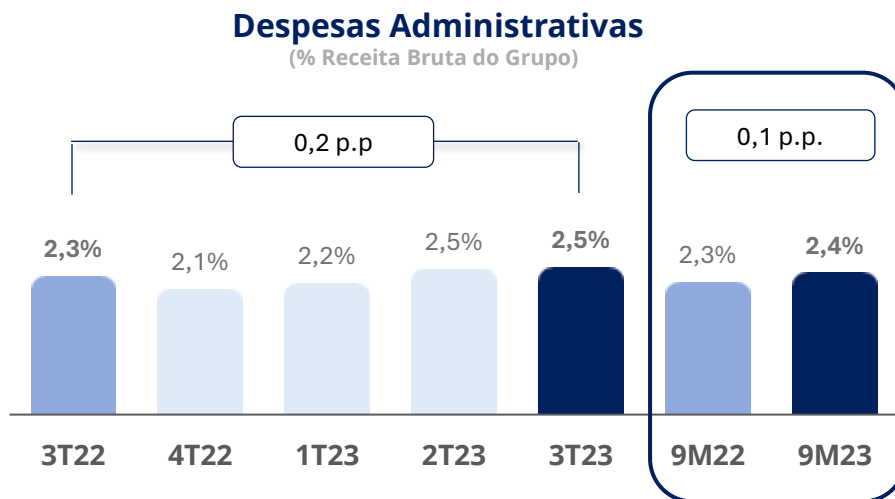
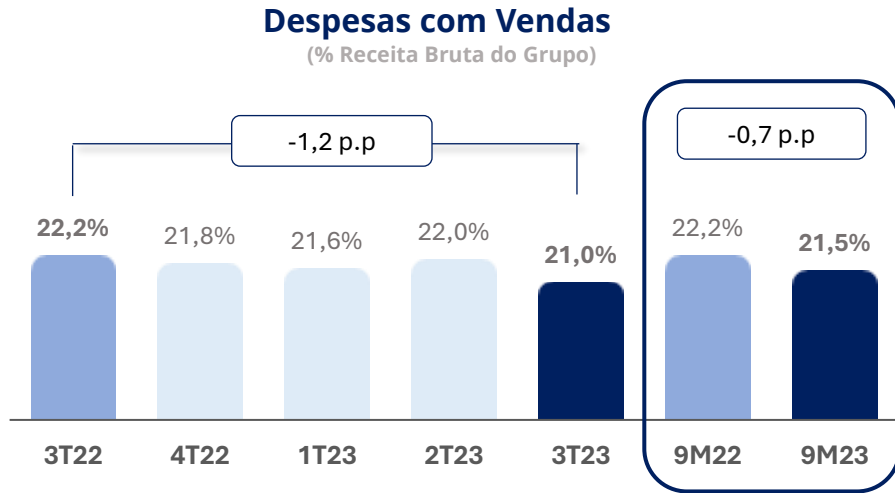
NS Sac  
93%

# MARGEM BRUTA DO VAREJO PERMANECE EM NÍVEL SAUDÁVEL, MESMO COM PRESSÃO SAZONAL



- ✓ Margem Bruta do Varejo atinge R\$ 330,4 milhões no 3T23, um crescimento de 8,9% vs 3T22;
- ✓ Pressão sazonal relacionada diretamente com a base de comparação, principalmente por um menor reajuste de medicamentos e baixa performance de OTC;
- ✓ Aceleração da venda de categorias importantes dentro de H&B que possuem margens menores, como a linha Infantil.

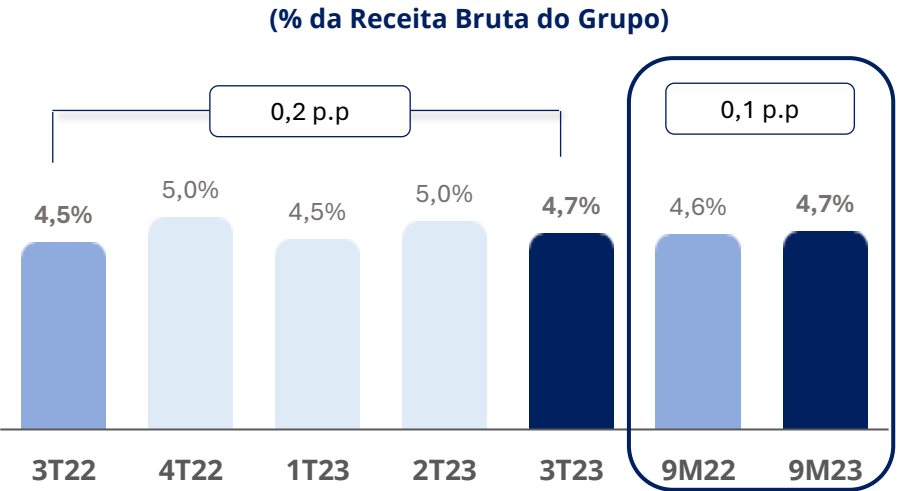
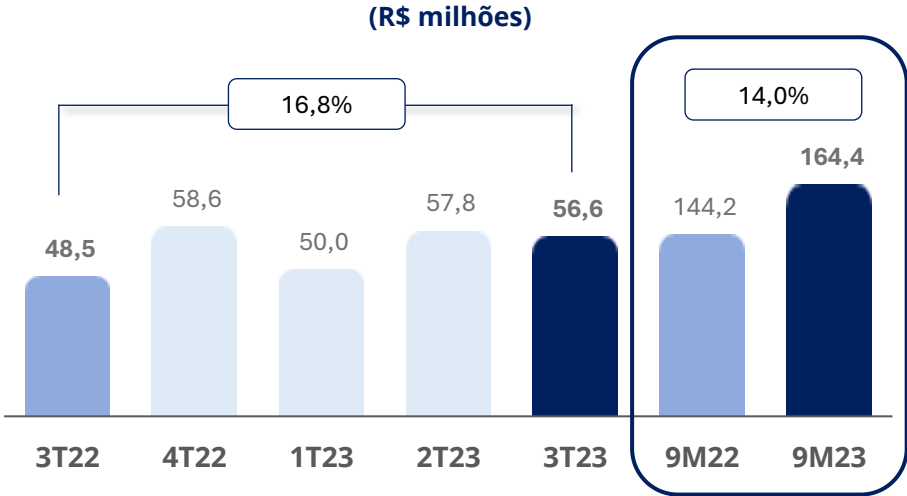
# PANVEL MANTÉM FORTE TENDÊNCIA DE DILUIÇÃO DE DESPESAS COM VENDAS E CONTROLE DE DESPESAS ADMINISTRATIVAS



- ✓ Despesa com vendas representa **21,0%** da Receita Bruta, fruto do processo de colheitas de ganhos de produtividade;
- ✓ Diluição de **1,2 p.p.** das despesas com vendas mais do que compensou a pressão sazonal na margem bruta.
- ✓ Panvel segue detendo o menor patamar de despesas administrativas, representando **2,5%** da Receita Bruta.

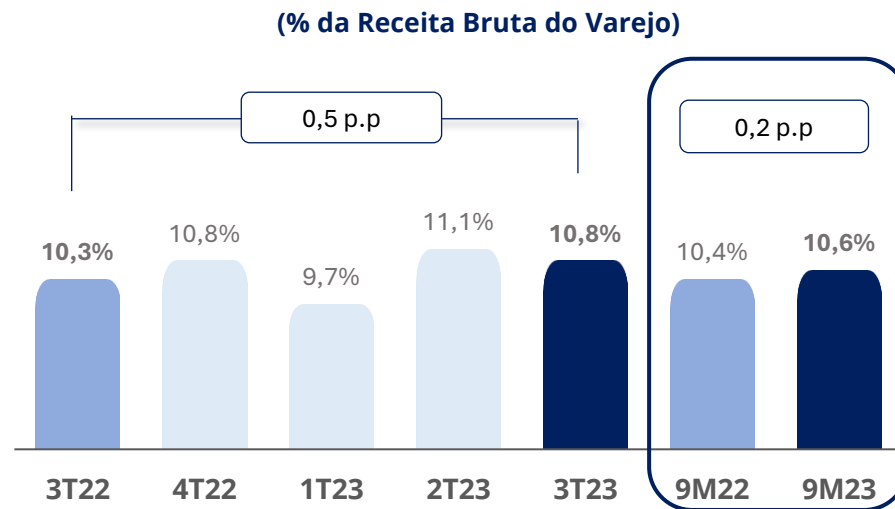
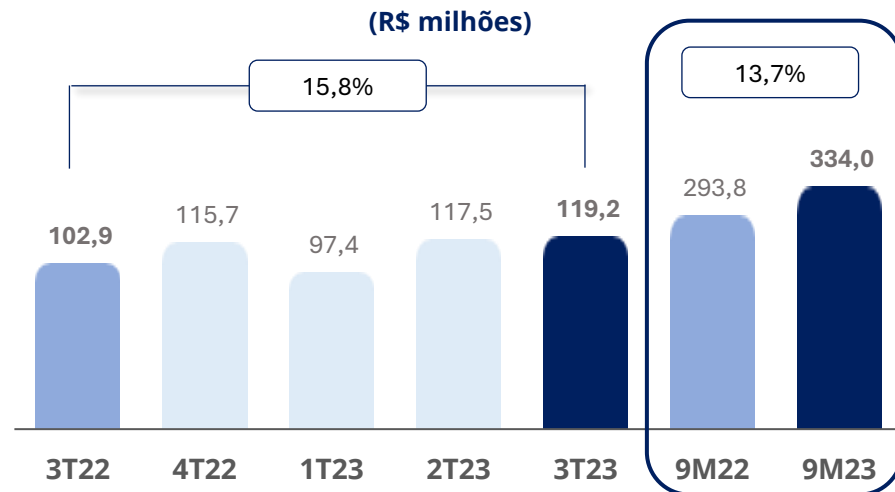
# EBITDA AJUSTADO DO GRUPO CRESCE 16,8% E EXPANDE 0,2 p.p. ATINGINDO 4,7% DA RECEITA BRUTA

- ✓ Execução eficiente nas Despesas com Vendas amenizaram a pressão sazonal na margem bruta no 3T23;
- ✓ EBITDA acumulado do ano apresenta uma expansão de **0,1 p.p.** vs. 2022;
- ✓ Companhia seguirá capturando ganhos de produtividade e espera uma base inflacionária favorável ao longo dos próximos trimestres.





# EBITDA DO VAREJO ALCANÇA R\$ 119,2 MILHÕES, EQUIVALENTE A 10,8% DA RECEITA BRUTA

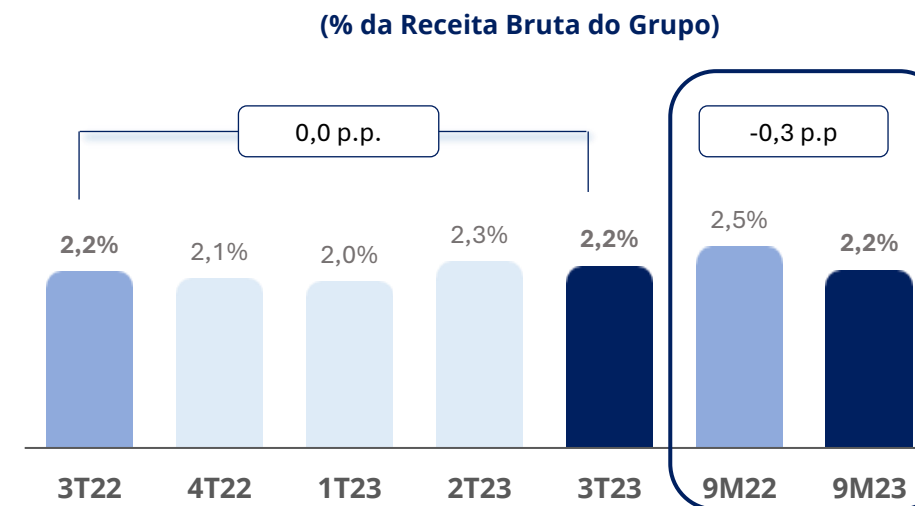
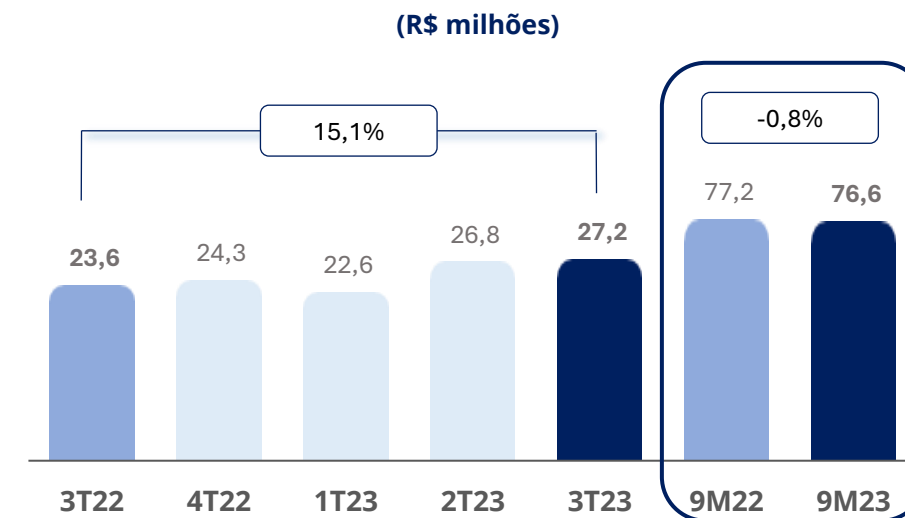


- ✓ Ganho de **0,5 p.p.** na comparação trimestral e **0,2 p.p.** na comparação anual;
- ✓ Resultado do bom trabalho na diluição de despesas e produtividade por loja;
- ✓ Resultado obtido contra forte base de comparação e em um período de fortes chuvas na Região Sul.

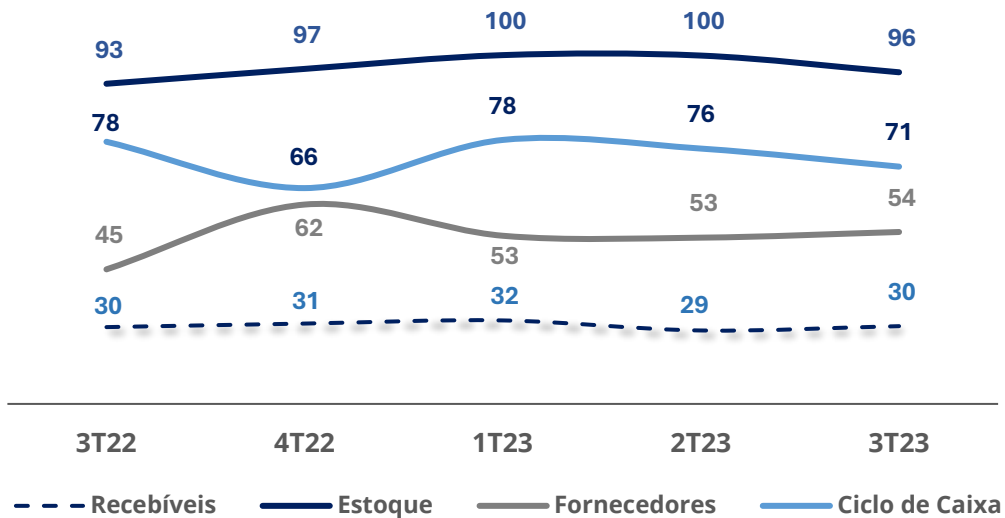
# LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO ATINGE R\$ 27,2 MILHÕES (+15,1%), REPRESENTANDO 2,2% DA RECEITA BRUTA

✓ Margem Líquida estável em relação ao mesmo período do ano anterior;

✓ Resultado diretamente relacionado ao bom desempenho operacional e o fim da pressão adicional das despesas financeiras (gestão eficiente de caixa).



## Ciclo de Caixa



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

- ✓ Alongamento no prazo de fornecedores;
- ✓ Manutenção de um estoque equilibrado e consistente.

- ✓ Baixa alavancagem em um cenário macroeconômico desafiador.

# PILARES ESTRATÉGICOS

EXPANSÃO



DIGITAL



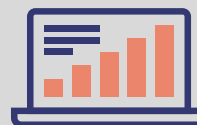
LOGÍSTICA



PRODUTOS  
PANVEL



CRM E  
ANALYTICS



ECOSSISTEMA  
DE SAÚDE



ESG



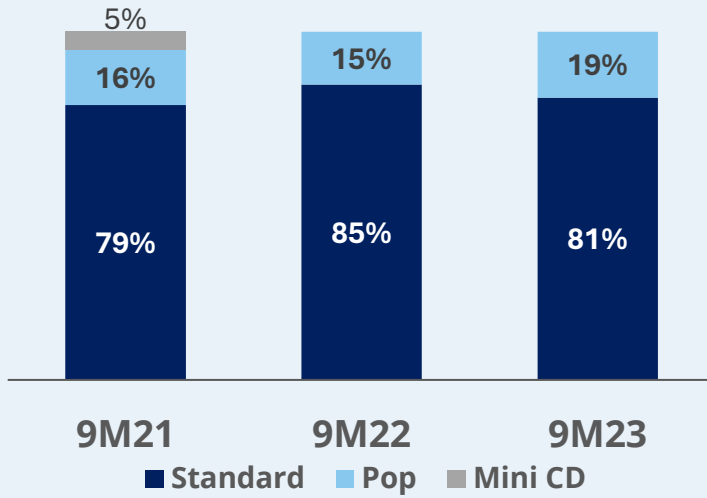
INOVAÇÃO & TECNOLOGIA

PESSOAS E CULTURA

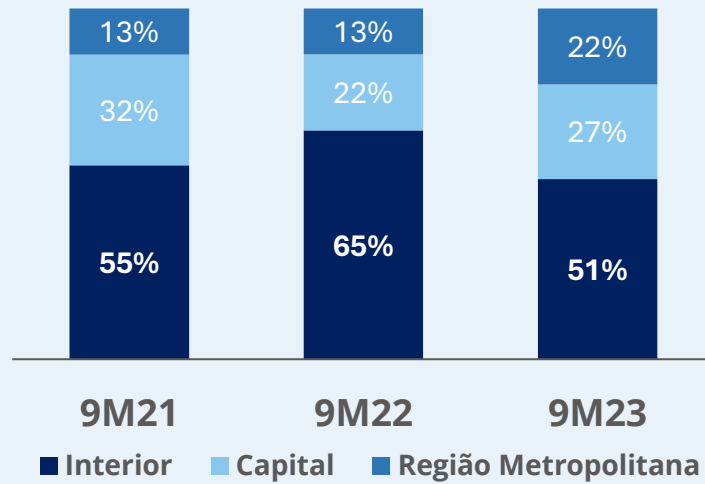


# EXPANSÃO ESTRATÉGICA

## Aberturas por Tipo de Loja

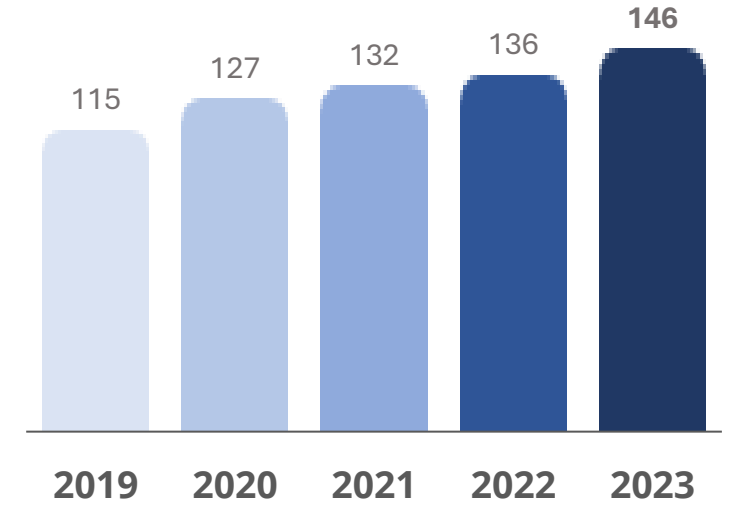


## Aberturas por Tipo de Cidade

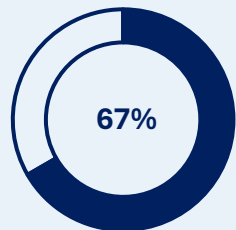


## Cidades com Lojas Panvel

Estimativa de +10 novas cidades em 2023



## Prospecção de Pontos 2024



■ Prospectados  
□ Em prospecção

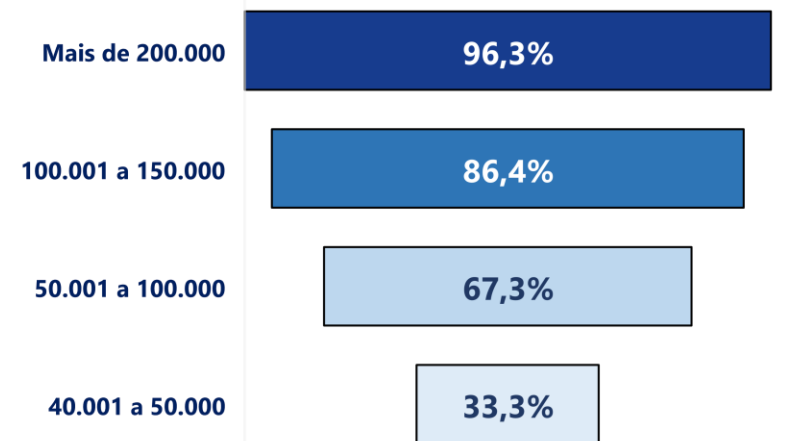


**Foco na Região Sul**

**Interiorização**



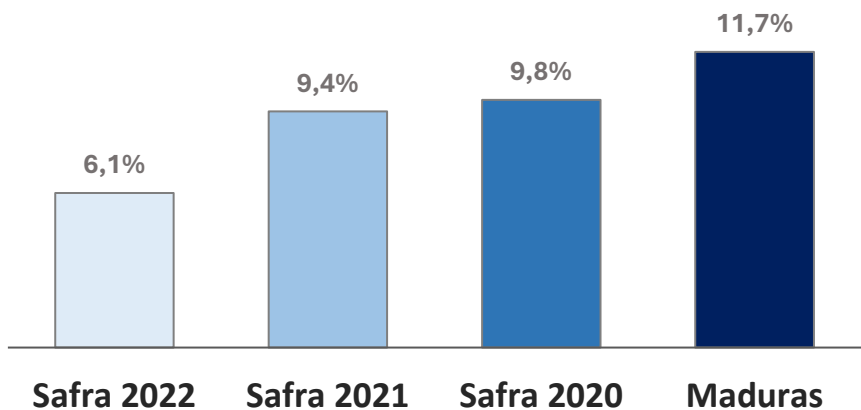
**Modelos Standard e Pop**



# EXPANSÃO ESTRATÉGICA – EBITDA DO VAREJO E ROIC

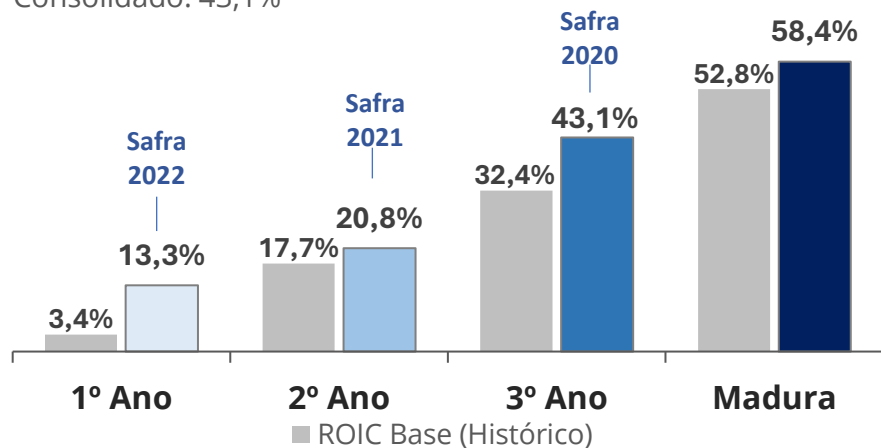
## EBITDA do Varejo por Safra

Consolidado 2023: 10,8%



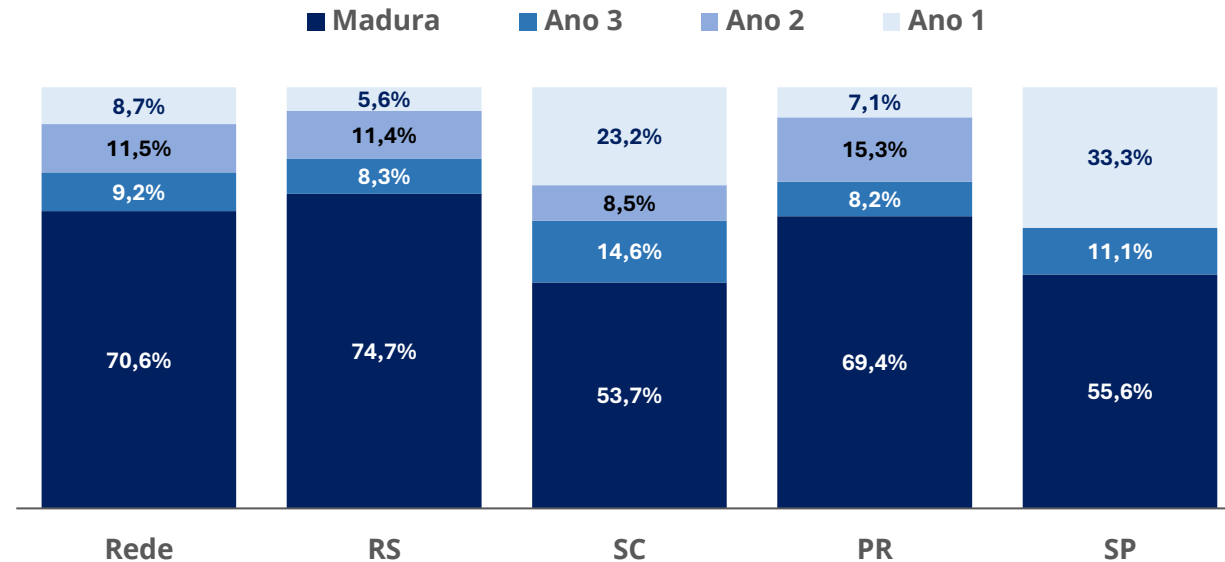
## ROIC Safra/Ano

Consolidado: 43,1%



1º ano = lojas com no mínimo 12 meses

## Maturidade por Estado



Market Share 3T23

21,1%

6,2%

6,0%

-

EBITDA LTM 3T23

12,1%

9,0%

8,9%

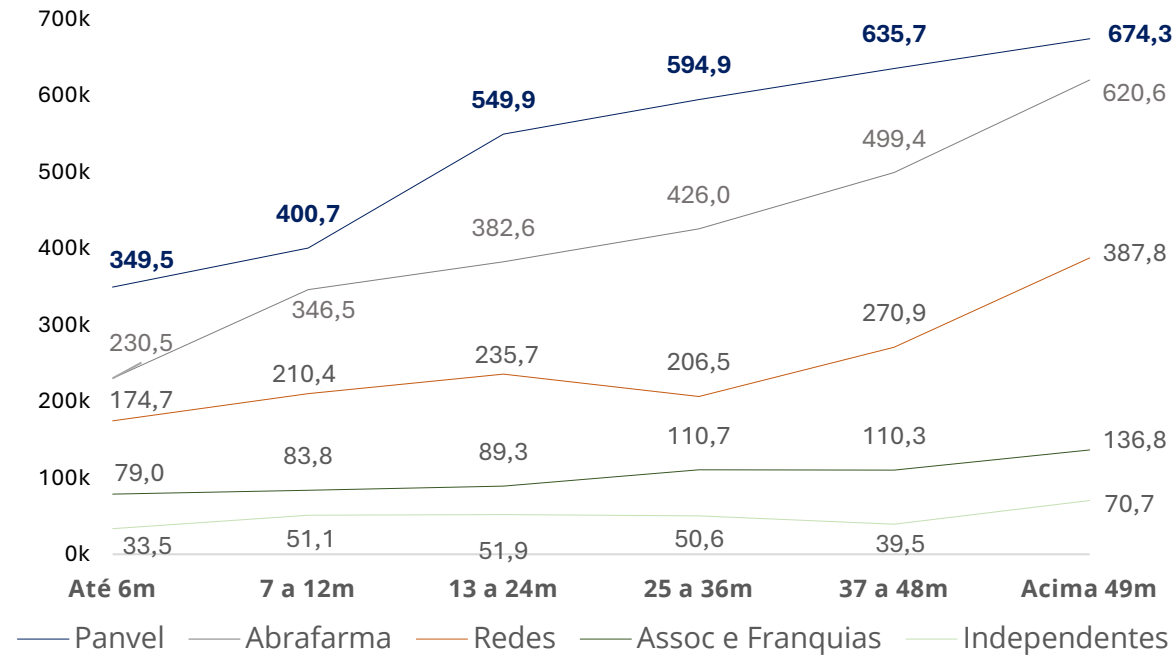
5,8%

LTM = últimos 12 meses

Pública

# EXPANSÃO ESTRATÉGICA – RAMP-UP DE MATURAÇÃO DE LOJAS SEGUE ACELERADO

Média Venda Mensal por Loja – R\$ CPP (base YTD 08/2023)

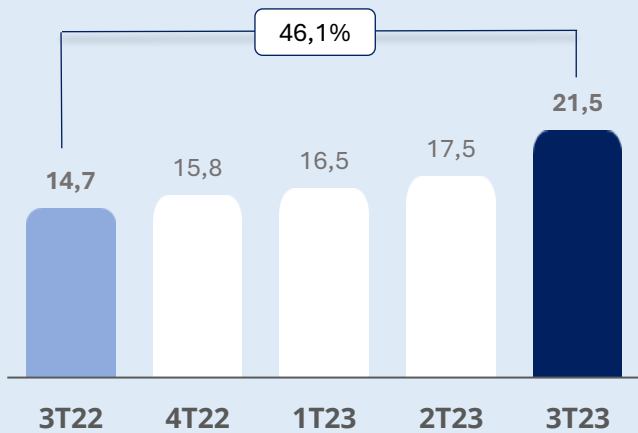


Fonte: IQVIA

- ✓ Maior Venda Média da Região Sul;
- ✓ Venda Média superior ao longo de todo o processo de maturação de lojas;
- ✓ Expansão eficiente como alavanca de crescimento.

# CRM & CLIENTES – BASE DE CLIENTES TEM CRESCIMENTO RECORDE DE 46,1%

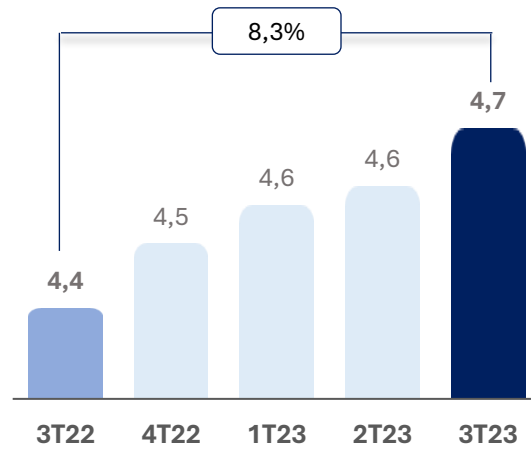
### Evolução Clientes Bem Panvel (em milhões)



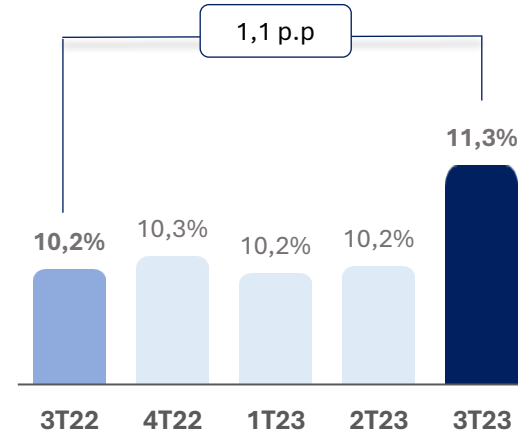
**+21 Milhões de Clientes**

- ✓ Crescimento da Base de Clientes
- ✓ Recorde de digitalização de Clientes
- ✓ Aumento da fidelização e recorrência

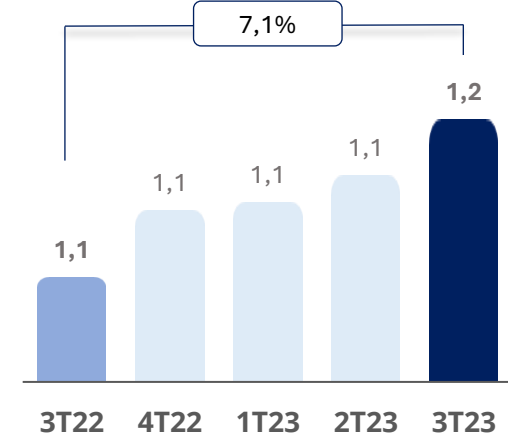
### Evolução Clientes Ativos (em milhões)



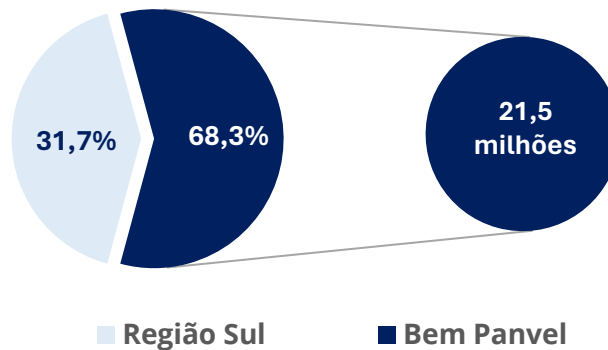
### Evolução Cliente Omni



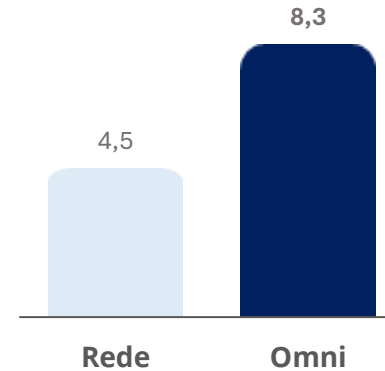
### Cliente Fiel (Mil)



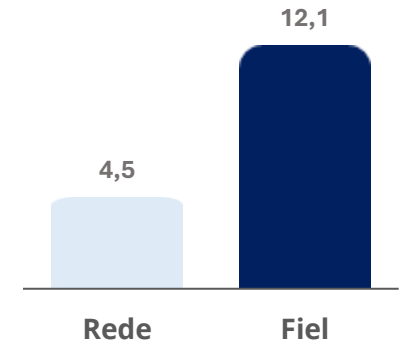
### Bem Panvel - População Região Sul (IBGE 2022)



### Frequência Semestral (Cliente Omni)



### Frequência Semestral (Cliente Fiel)



\*Cliente Ativo = realizou ao menos uma compra em 6 meses; Cliente Fiel = Cliente que Frequenta/consome a cada 15 dias.



# Personalização



## Vitrine Personalizada

Vitrines de acordo com perfil de buscas e histórico de compras

## Gerente Digital

- + 400 lojas
- + 90 mil postagens
- + 61 milhões de impressões
- + 50 % de tráfego em redes sociais

## Entrega Turbo

Modalidade de entrega em 30 minutos.



+ Awareness

+ Geração de Venda

+ Conversão

+ Retenção

Plataforma ESG Grupo  
Panvel  
**Todos bem**  
Cuidar de todos é cuidar de cada um.



**Publicação do 1º Relatório de Sustentabilidade da Companhia (2022)**

[Clique Aqui](#)



**SOS Vale do Taquari**

**R\$ +1 Milhão em apenas 40 dias**

**+ de 17 mil itens doados**  
(medicamentos e produtos de higiene)

**Auxílio aos hospitais das cidade de Roca Sales/RS e Muçum/RS**

## **Crescimento da Receita** ✓

- Manutenção do ritmo de Expansão, com maior nível de lojas líquidas do ano;
- Lojas novas seguem com *ramp-up* acelerado;
- Lojas maduras passam a ter uma base de comparação menos impactada por sazonalidades;
- Crescimento robusto da base de clientes e nível recorde de clientes *omni*.

## **Lucro Bruto** ✓

- Manutenção da Margem Bruta em níveis saudáveis, considerando o efeito da base de comparação do Mix, principalmente OTC.

## **Despesas** ✓

- Diluição nas despesas com venda mais do que compensou a pressão de margem bruta do período;
- Ganho de produtividade em loja e em eficiência logística como principais vetores de diluição de despesas com vendas;
- Despesa administrativa consistente e com melhores níveis do setor;
- Base inflacionária favorável passou a contribuir no segundo semestre para a diluição das despesas.

## **EBITDA do Varejo** ✓

- Absorção dos efeitos da Expansão;
- Parque de lojas com curva de maturação acelerada.

## **Endividamento** ✓

- Diluição do nível de endividamento;
- Menor nível de alavancagem do Setor;
- Estrutura de caixa como um diferencial competitivo.

# Perspectivas 2024



## Crescimento da Receita

- Manutenção do ritmo de Expansão, como foco no interior da Região Sul;
- Lojas novas com *ramp-up* acelerado;
- Lojas maduras crescendo acima da inflação;
  - Digital
  - Personalização



## Lucro Bruto

- Manutenção do nível de Margem Bruta;
- Genéricos, OTC e HB como alavancas de crescimento, com uma base de comparação livre de sazonalidades.



## Despesas

- Manutenção da colheita dos ganhos de escala e alavancagem operacional;
- Ganhos de eficiência logística e produtividade em loja;
- Despesas administrativas em patamares históricos e saudáveis.



## EBITDA

- Expansão de margem EBITDA

# grupo panvel

## Q&A

### Relações com Investidores

**Antônio Carlos Tocchetto Napp**

CFO e DRI

**Ismael Rohrig**

Coordenador de RI

**Lucas Martini**

Analista de RI

**Pedro Bernardes**

Assistente de RI

**Pedro Gazzana**

Assistente de RI

Tel.: +55 51 3481.9999 / 3481.9588

[reinvest@grupopanvel.com.br](mailto:reinvest@grupopanvel.com.br)

[grupopanvel.com.br/ri](http://grupopanvel.com.br/ri)

### Baixe o app



#### AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da DIMED são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Administração sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, da legislação, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.