

# Resultados 2T24



# TODO O CUIDADO AO CUIDAR.

## MISSÃO

Proporcionar saúde e bem-estar às pessoas.

**Isso é cuidar.**

## VISÃO

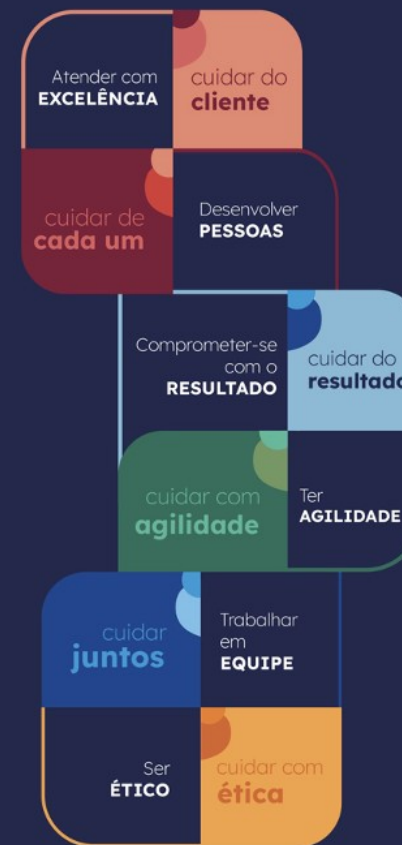
Ser a melhor em produtos e serviços de saúde e bem-estar de forma sustentável e inovadora.

**Isso é cuidado.**

## VALORES

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

## NOSSOS VALORES



grupo pavel

PanVel

DIMED

LIFAR

# Destques | 2T24

## grupo panvel



### Receita Bruta do Grupo

R\$ 1.224M (+4,9% vs 2T23)

Redução da venda do Atacado (-59,6%)



### Receita Bruta do Varejo

R\$ 1.178M (+11,5% vs 2T23)



### EBITDA Ajustado

Margem de 4,0%

R\$ 40,9M



### Lucro Líquido do Grupo

Margem de 1,6%

R\$ 20,1M



### MSSS / SSS

5,1% / 8,0%

(Inflação LTM 4,22%)



### Endividamento

Baixa alavancagem de  
0,89x EBITDA



### Market Share

+0,1 p.p na Região Sul  
vs 2T23



### Digital

Participação nas vendas  
do Varejo: 19,1% (+9,9%)

# Panvel sempre cuidando dos Gaúchos

Mesmo diante dessas adversidades, nosso compromisso com a comunidade gaúcha permaneceu inabalável. Desde o primeiro dia da tragédia, a diretoria da Panvel se mobilizou para promover ações de auxílio ao Rio Grande do Sul.

## Nossas pessoas

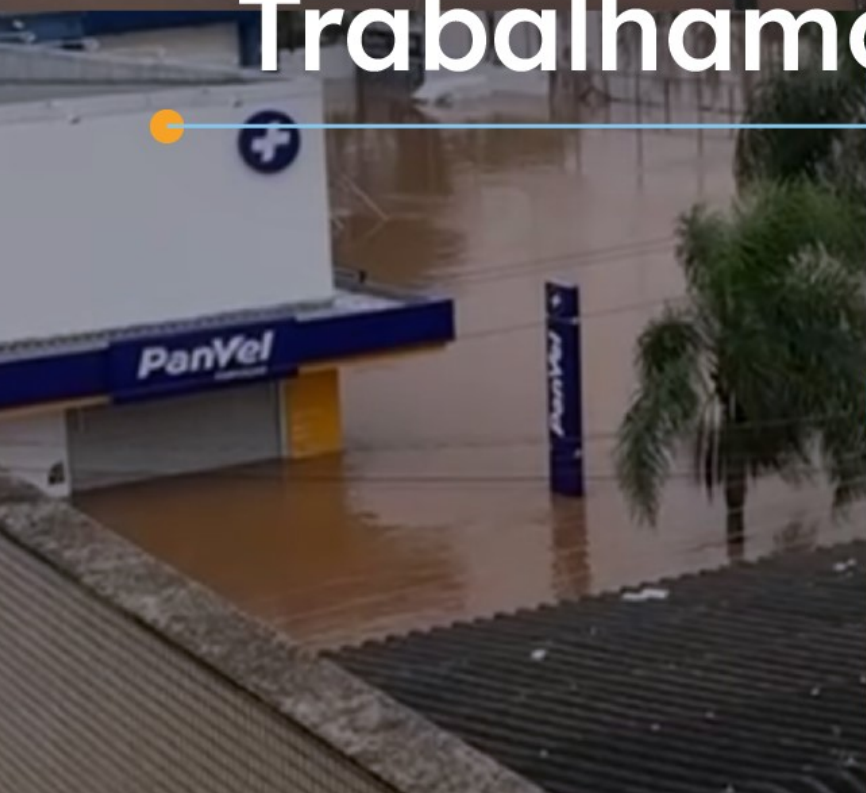
- ➔ **Disponibilização de Kit Saúde, cestas básicas e Vale Colchão** para colaboradores atingidos
- ➔ **Antecipação do 13º salário** e suporte financeiro para colaboradores do Rio Grande do Sul.
- ➔ Descontos em **todos os itens de higiene e primeiros socorros** da marca Panvel
- ➔ Distribuição de **mais de 1.000 kits de limpeza** em parceria com a Ypê
- ➔ **Distribuição de vouchers** para serem utilizados nas farmácias Panvel
- ➔ **Canal de direcionamento de doações** para colaboradores que sofreram perdas

## Nossa comunidade

- ➔ Doação de **3 mil caixas de medicamentos, itens de primeiros socorros e produtos de higiene.**
- ➔ Projeto **Troco Amigo SOS RS**, arrecadando um **total de R\$ 2 milhões em dinheiro.**
- ➔ Projeto "**Escuta que faz bem**", para **apoio psicológico** às vítimas da tragédia.
- ➔ **Disponibilização de helicópteros com ajuda humanitária** para a população mais atingida em Eldorado do Sul.
- ➔ **Desconto imediato** em itens de higiene e **congelamento de preços** em todas as farmácias gaúchas da rede Panvel.



Trabalhamos para que este cenário..





... se transformasse nesse.



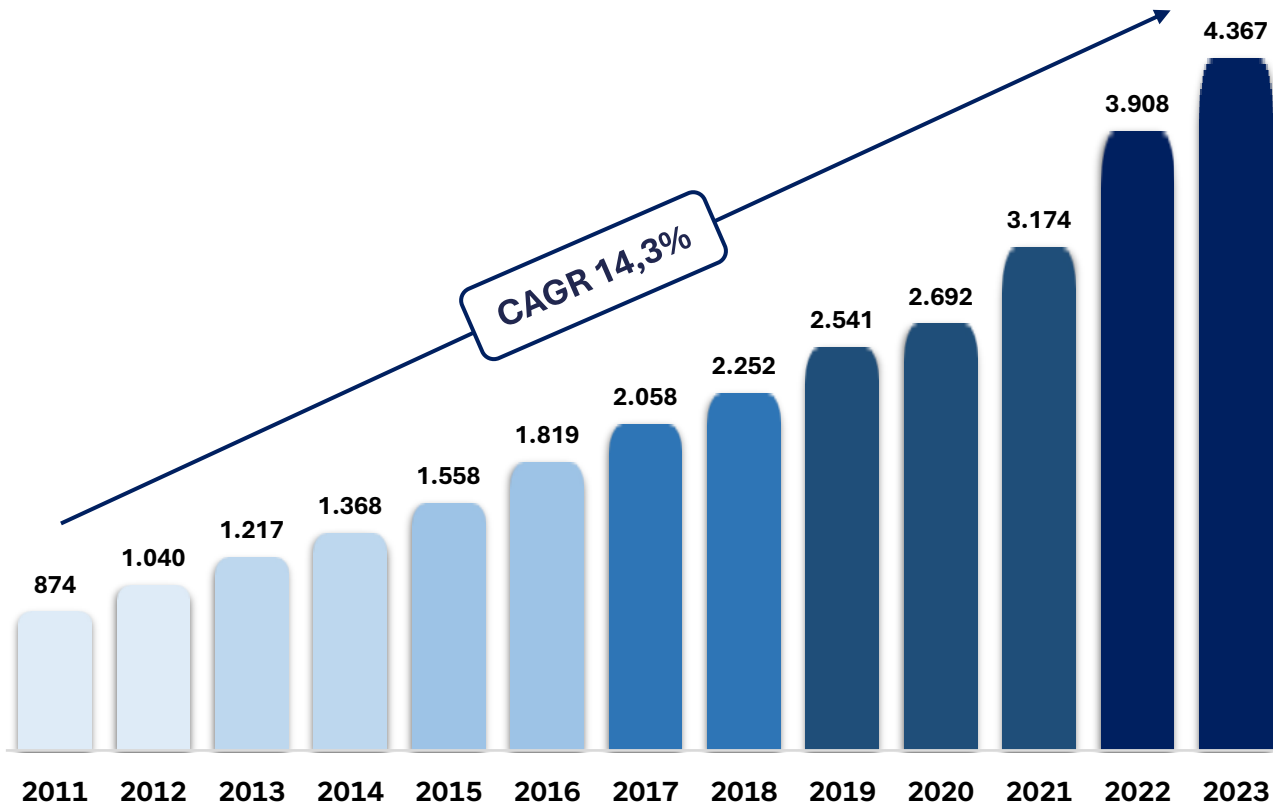
21 dias

40 dias

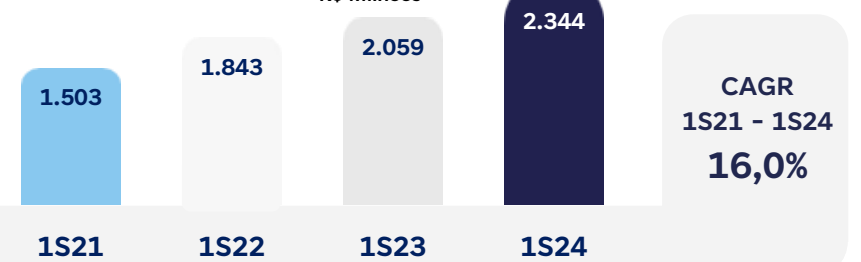
60 dias

70 dias

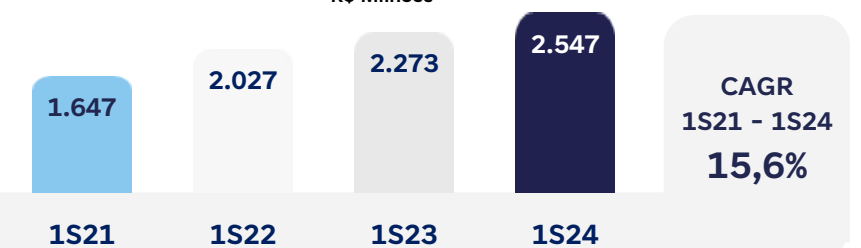
## Histórico de Evolução - Receita Bruta do Varejo



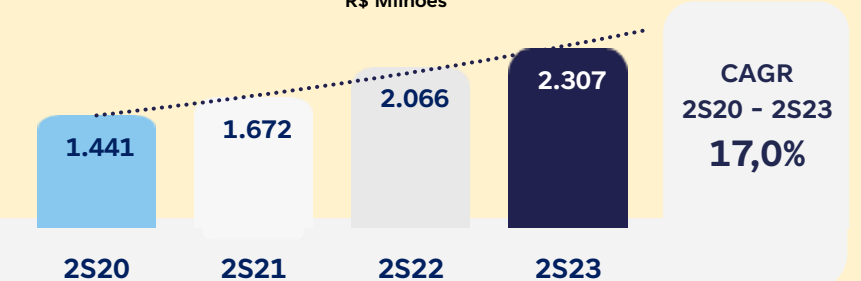
### Receita Bruta Varejo R\$ Milhões



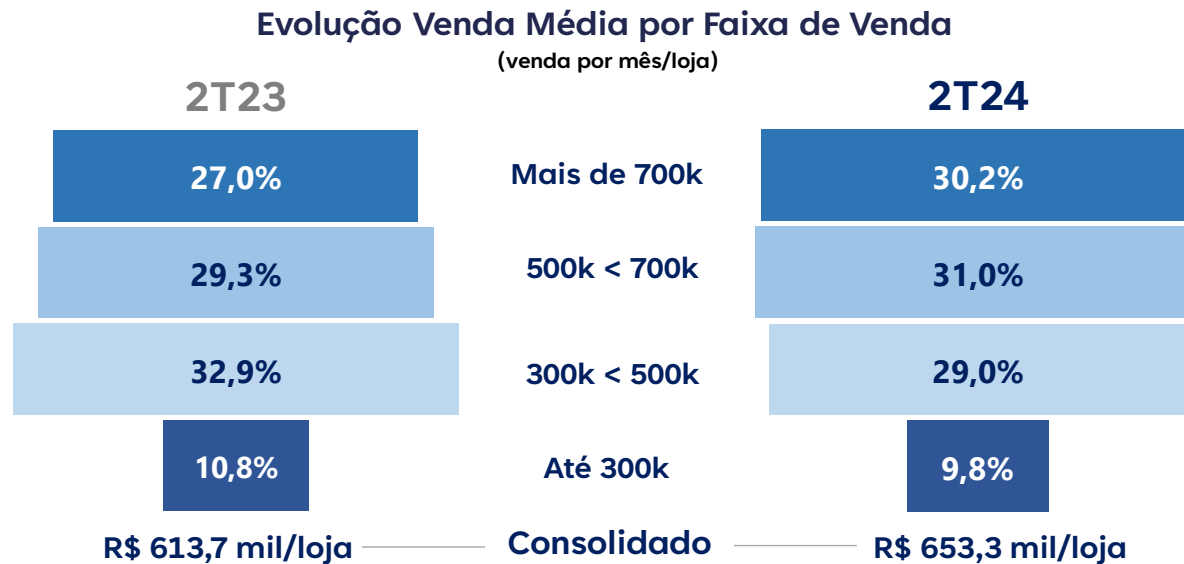
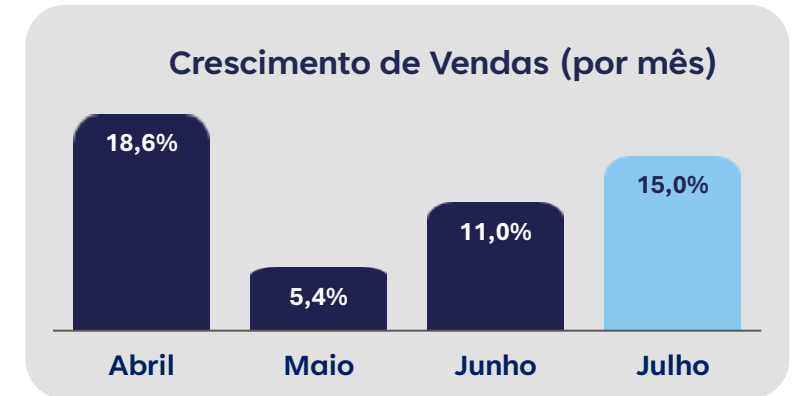
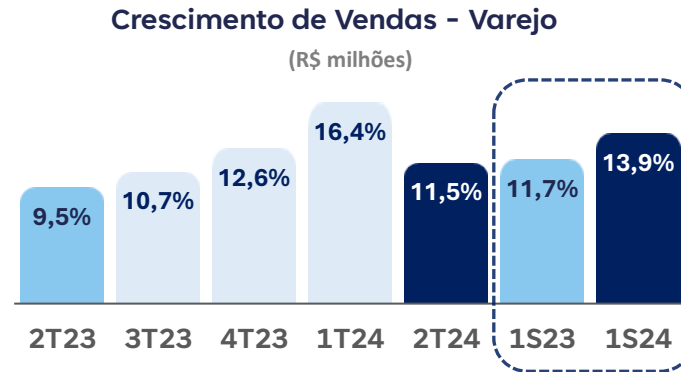
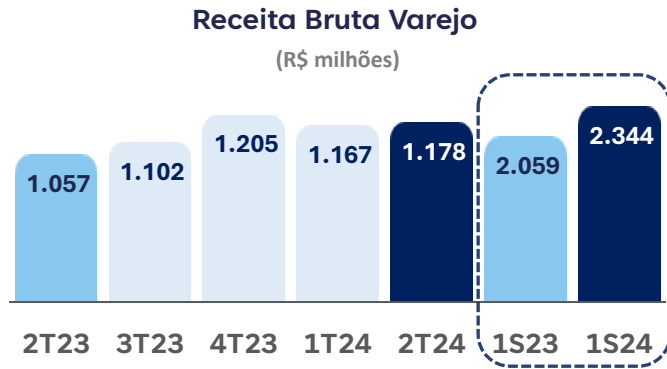
### Receita Bruta Grupo R\$ Milhões



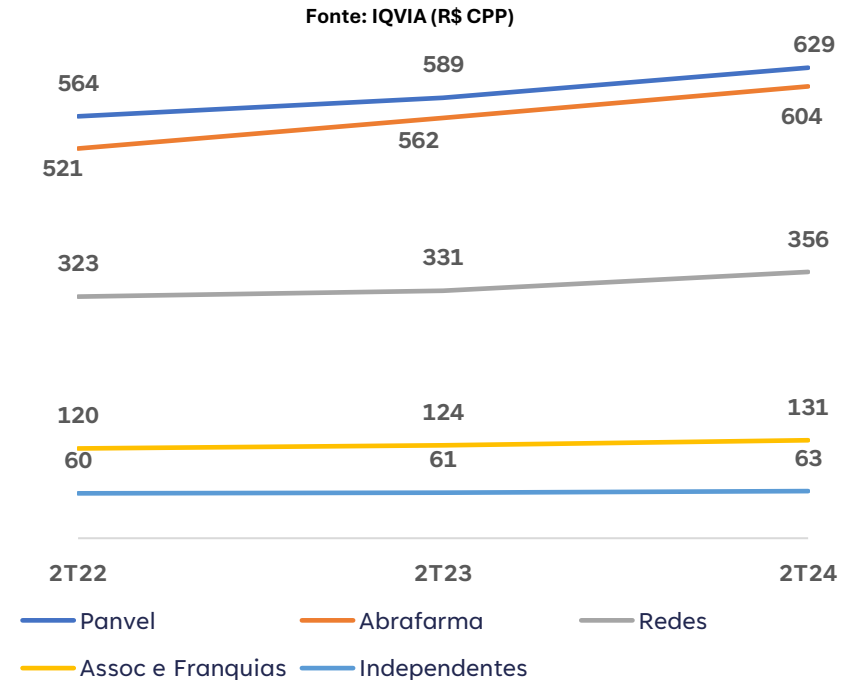
### Receita Bruta Varejo R\$ Milhões



# PANVEL APRESENTA CRESCIMENTO DE VENDAS DE 11,5% vs 2T23, EM TRIMESTRE IMPACTADO PELA MAIOR TRAGÉDIA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL.



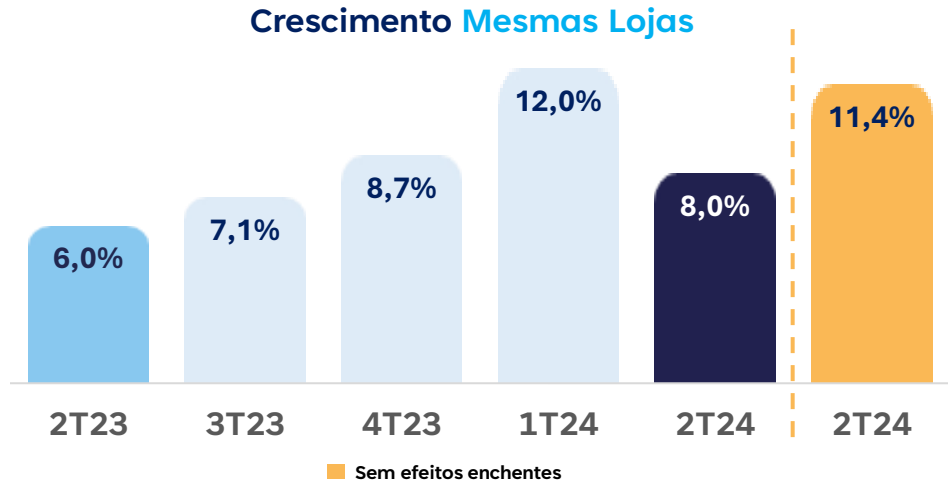
### Venda Média/Loja Região Sul



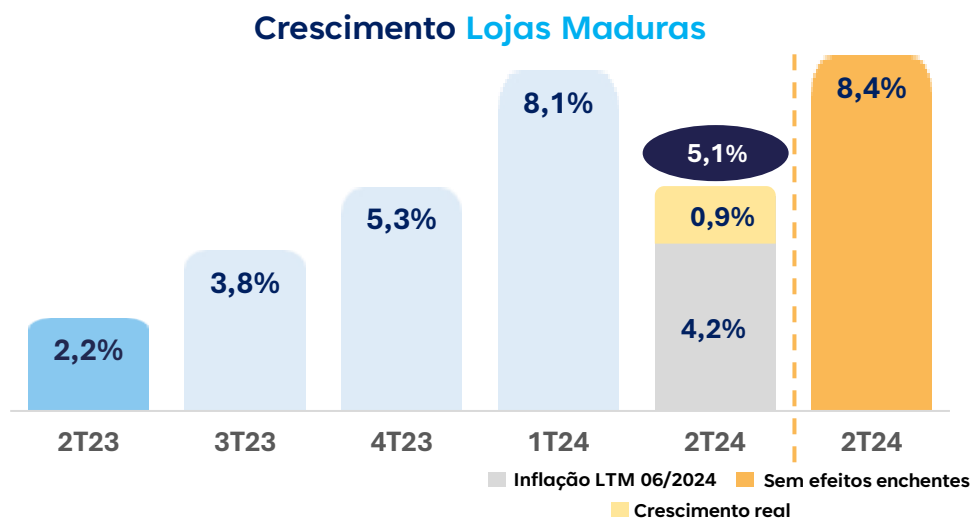
**Venda média/loja supera R\$ 700 mil no mês de jul/24 + 10,0% sobre jul/23.**



**SÓLIDO DESEMPENHO DE SSS (8,0%) E DE MSSS (5,1%), QUE CRESCERAM ACIMA DA INFLAÇÃO MESMO EM UM PERÍODO DESAFIADOR**



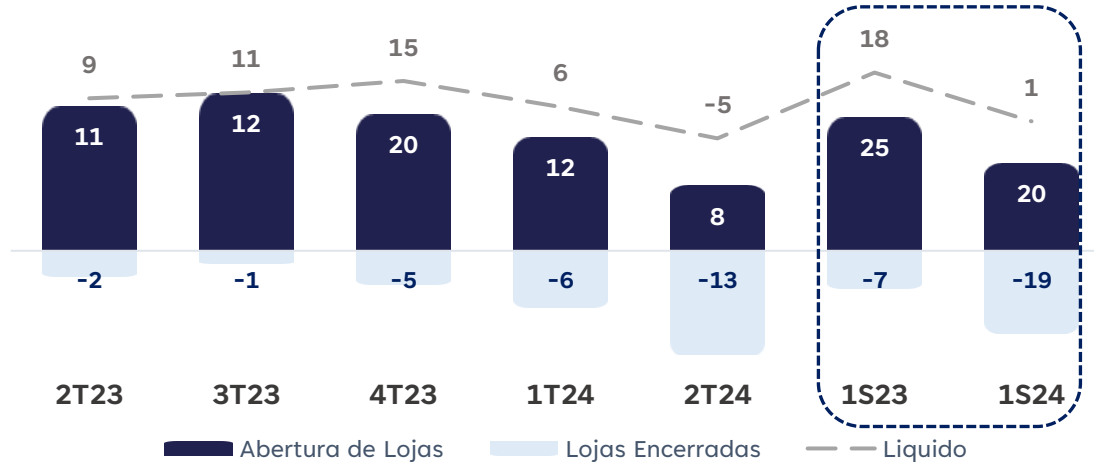
- Superando os efeitos das enchentes, **MSSS com crescimento acima da inflação**, com ganho real de 0,9 p.p.;



- Indicadores de **SSS e MSSS no 2T24** representam **11,4% e 8,4%**, respectivamente, se desconsideradas as lojas indiretamente impactadas pelas enchentes.

# AS ENCHENTES CAUSARAM ATRASOS NO CRONOGRAMA DE EXPANSÃO EM MAIS DE 45 DIAS, LEVANDO PARA ABERTURA DE 8 LOJAS NO SEGUNDO TRIMESTRE.

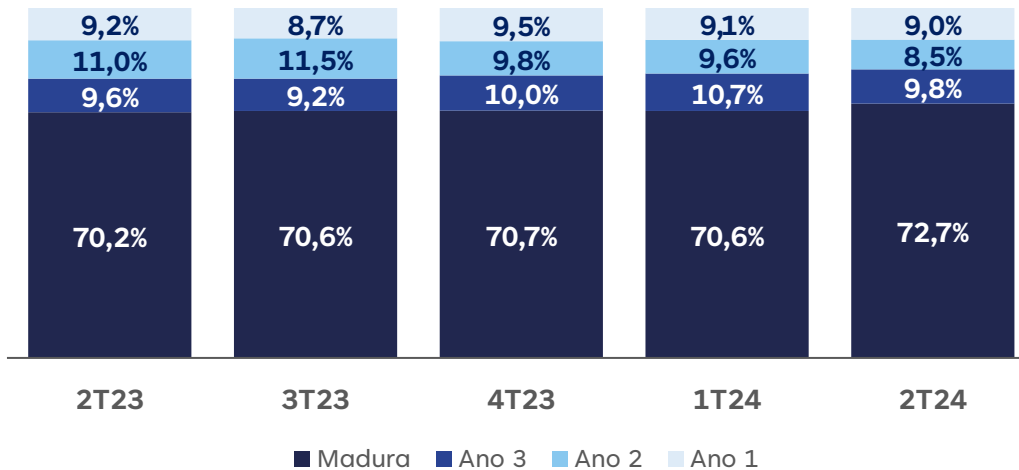
## Aberturas e Fechamentos de Lojas



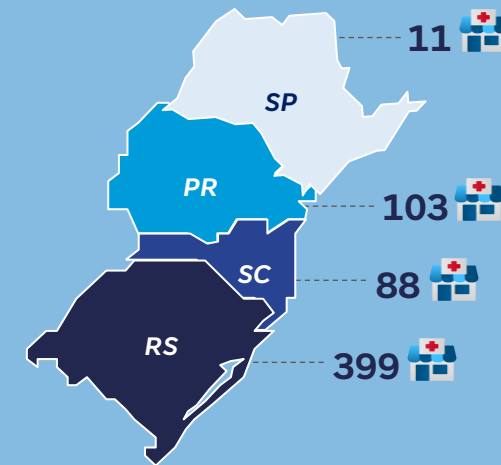
## Reconciliação – Fechamento de Lojas



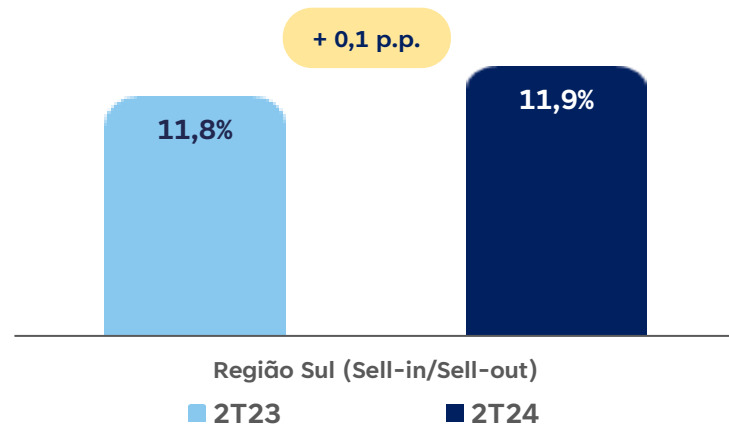
## Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade



## Portfólio de Lojas

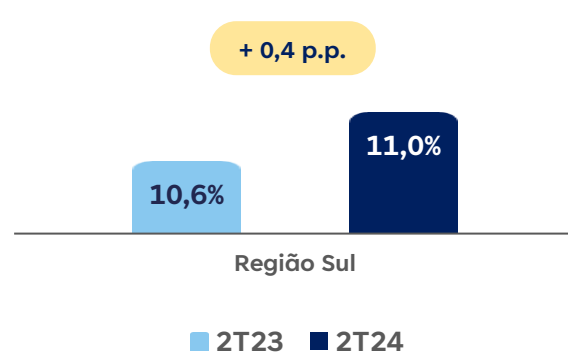


## Ganho de 0,1 p.p. em *Market Share* na Região Sul

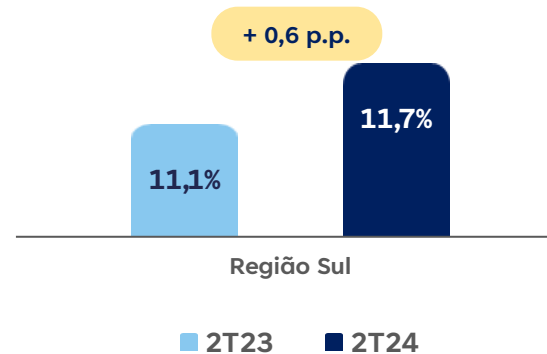


- ✓ Manutenção de *Share* no Rio Grande do Sul
- ✓ Expansão de 0,8 p.p. em Santa Catarina
- ✓ Expansão de 0,4 p.p. no Paraná

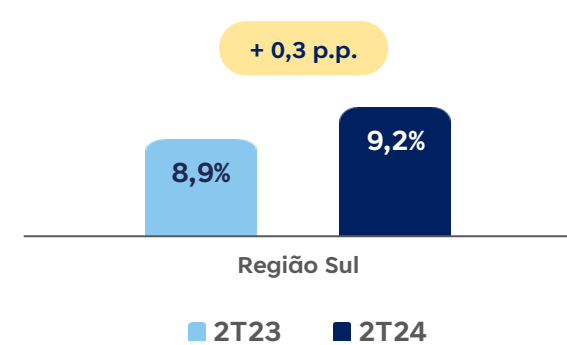
## Market Share de Medicamentos



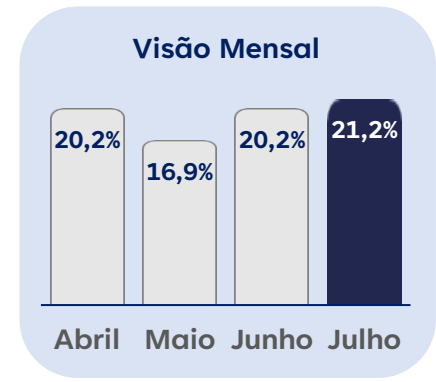
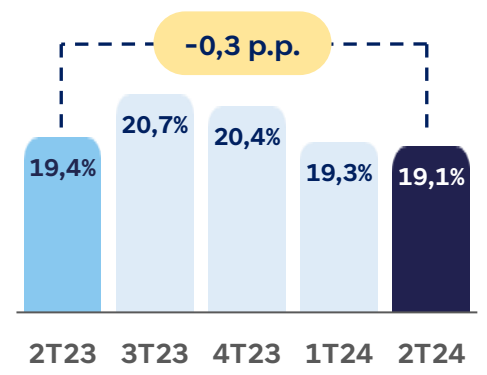
## Market Share – Med. Marca



## Market Share – Genérico



### Participação Canais Digitais

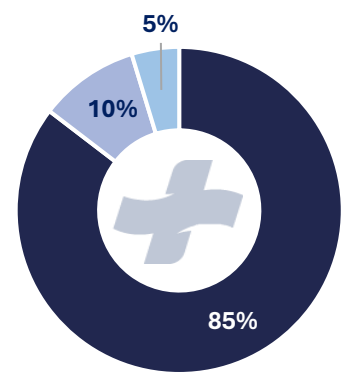


Maior Base Ativa de Clientes

**MAU de 43,2%**

Download App  
**5,1mm**

(+41,7% vs 2T23)



### Mix de Canais

- Canal Proprietário
- Mkt Place
- Social Commerce

### Entrega Mais Rápida do Brasil

% Entregas em 60 min

**49%**

\* Não inclui dados de Clique e Retire



**Entrega Turbo**

Pediu, chegou em **até 30 min.**



**Pediu, chegou.**

Entrega **em até 1 hora.**



Clique e Retire  
601 lojas



Entregas 2T24  
570.000



Mini CD/  
Darkstore 9



Nível de Serviço  
96% (2T24)



Lojas Delivery  
194

Panvel se mantém como referência em serviços de saúde na região sul.



## LIDERANÇA

em serviços na Região Sul (2T24)  
20,6% de Market Share



## LÍDER

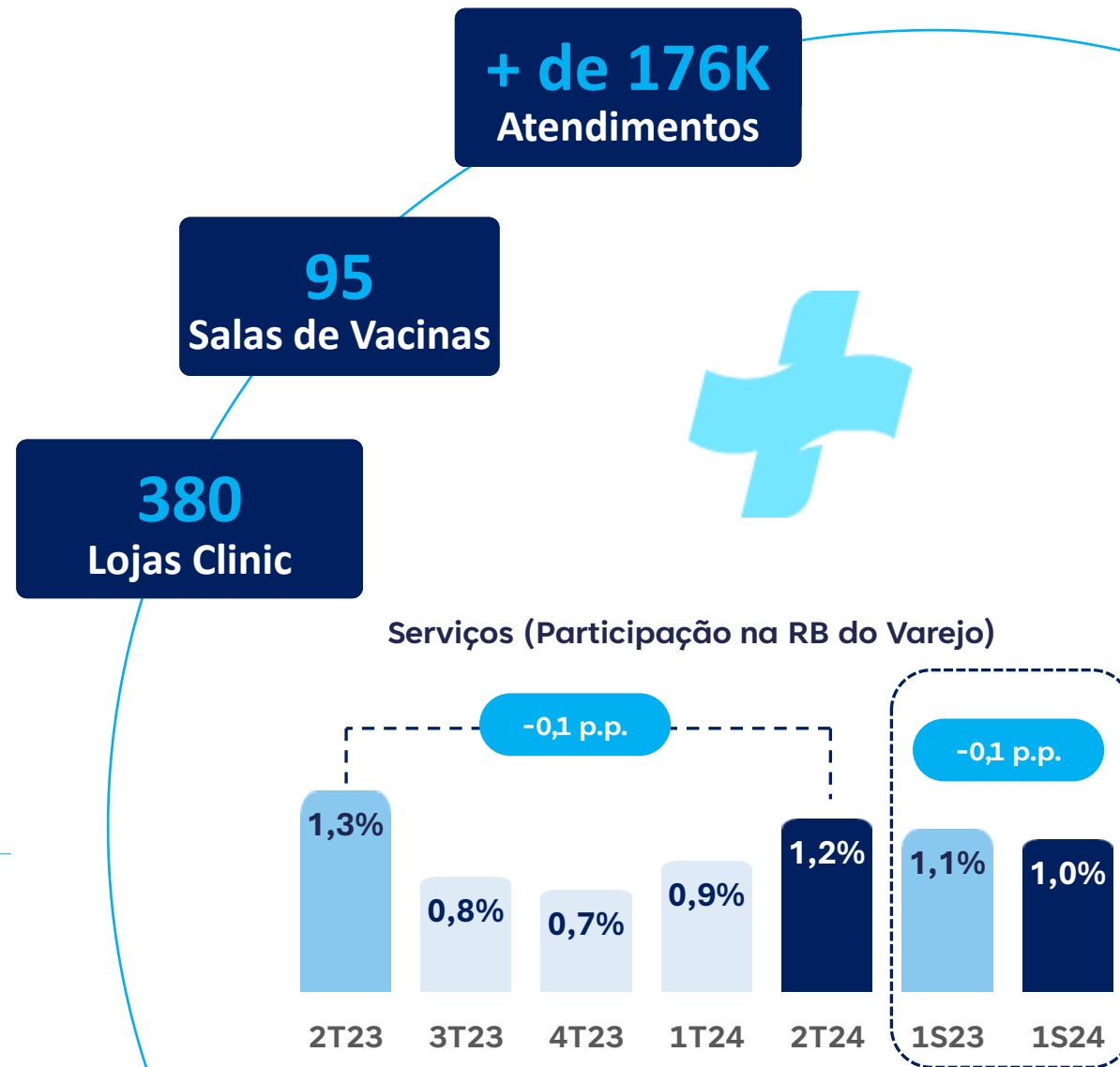
em vacinação na Região Sul (2T24)  
38,2% de Market Share

Fonte: IQVIA



## RECORRÊNCIA

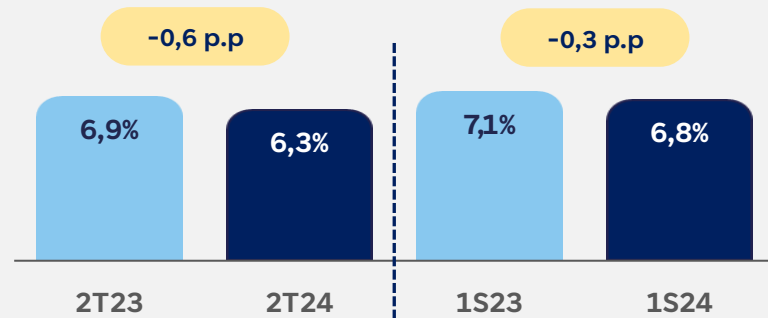
Clientes Clinic possuem ticket médio 13% maior, com uma frequência 3x maior



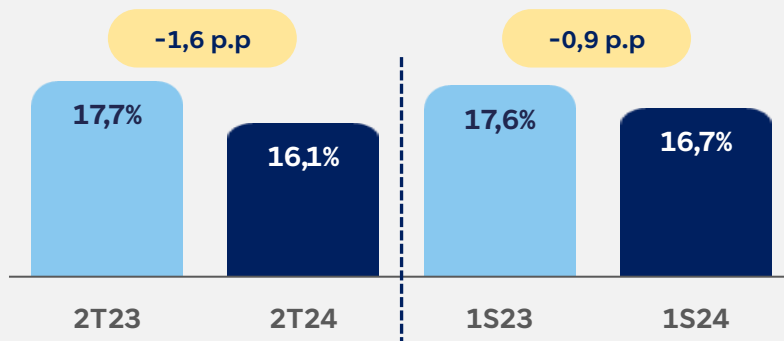
LIFAR

## PRODUTOS PANVEL

% Participação do PP nas Vendas Varejo



% Participação do PP nas Vendas HB



Líder em 40% das categorias da rede

Produto Panvel representa 34,3% do mercado de Private Label da Região Sul

## PRODUTOS PANVEL E MARCAS EXCLUSIVAS REPRESENTAM 6,9% DAS VENDAS DA PANVEL

Margem Bruta superior

+1.000 SKU's ativos







NPS  
Panvel

Metodologia  
Bain & Company

**PanVel**



NPS Site

**84**



NPS App

**80**



NPS Loja

**80**



Panvel Clinic

NPS Clinic

**86**



Reclame Aqui

**8,7**



E-bit

**95%**



App Store

**4,8**

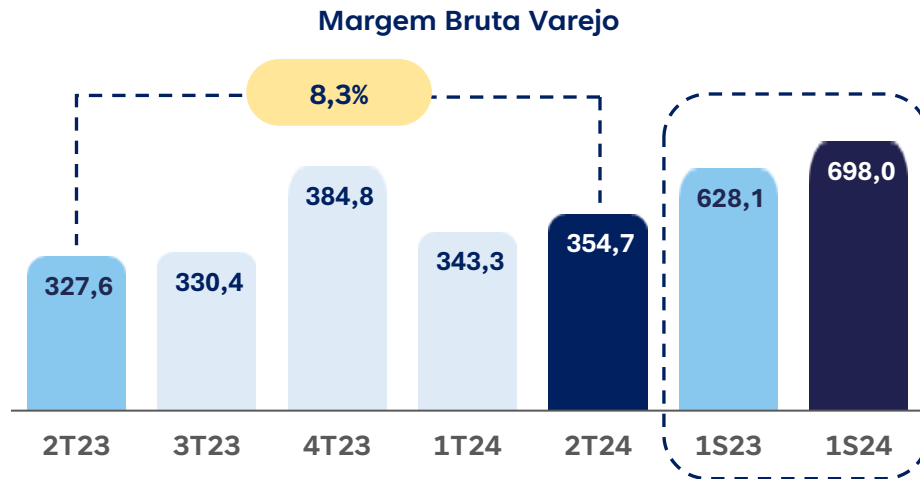


Play Store

**4,8**



# MARGEM BRUTA DO VAREJO SE MANTÉM EM NÍVEL SAUDÁVEL, COM PRESSÃO CAUSADA POR EFEITOS SAZONAIS

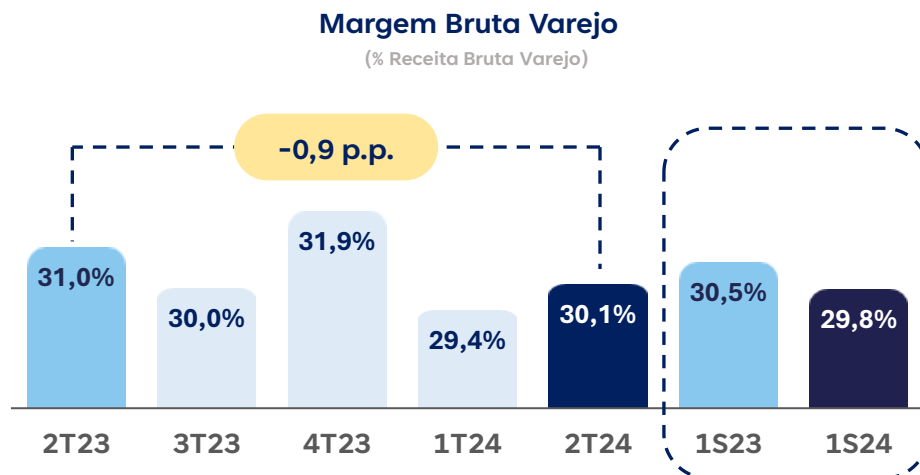


Margem Bruta do Varejo atinge R\$ 354,7 milhões no 2T24, crescendo 8,3% no trimestre e com pressão de 0,9 p.p., em razão de:

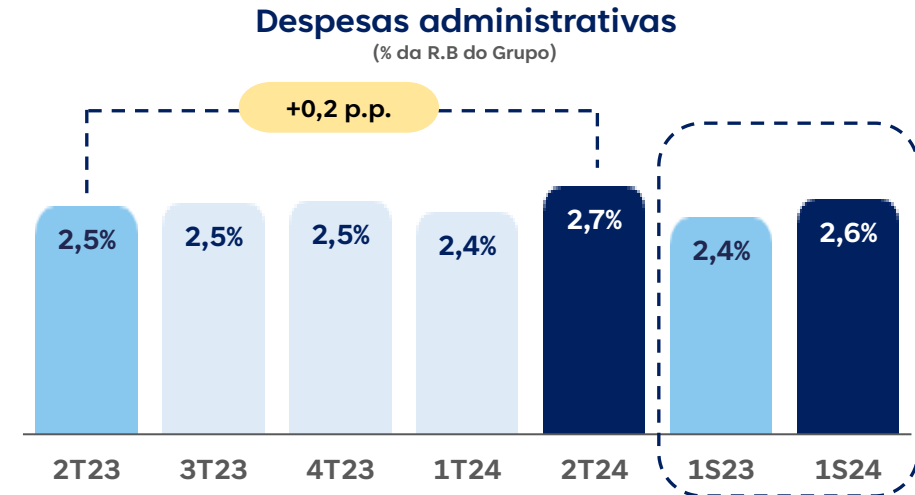
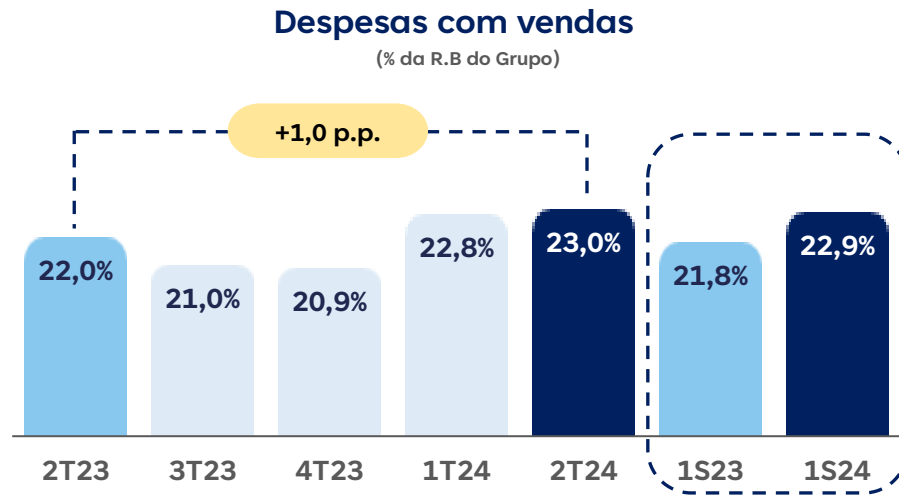
Menor reajuste de preços de medicamentos (5,6% em 2023 > 4,5% em 2024)

Pressão da Margem em razão da concessão de descontos mais agressivos em produtos para apoiar a população do Rio Grande do Sul;

Pressão no CMV em razão do maior volume de compras com Distribuidores, em razão das enchentes no Rio Grande do Sul.



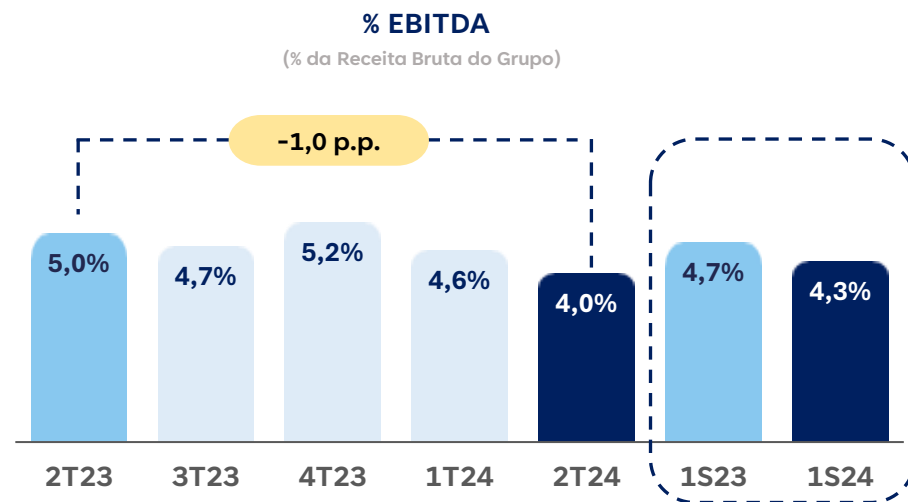
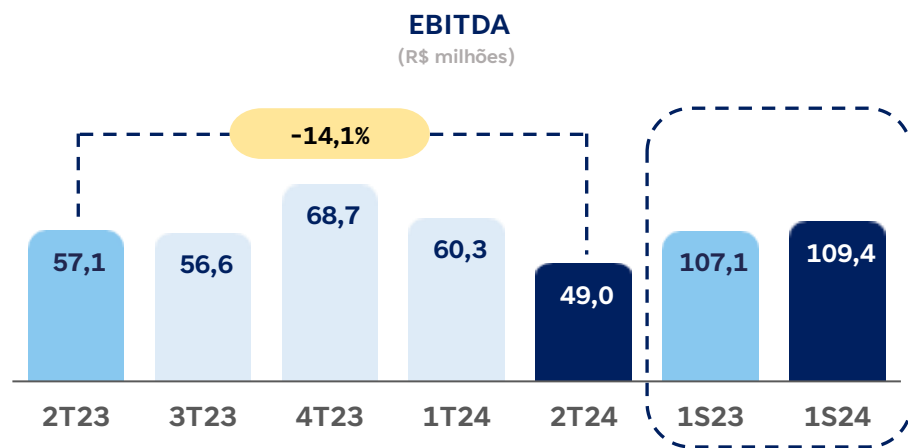
# DESPESAS COM VENDAS E ADMINISTRATIVAS PRESSIONADAS PELA MENOR ALAVANCAGEM OPERACIONAL GERADA PELA REDUÇÃO DAS VENDAS DO VAREJO E DO ATACADO NOS MESES DE MAIO E JUNHO.



✓ Menor despesa nominal do ano

✓ Paniel segue como benchmark em despesa administrativa.

# EBITDA AJUSTADO DO GRUPO ATINGE R\$ 49,0 MILHÕES NO 2T24, EQUIVALENTE A 4,0% DA RECEITA BRUTA DO GRUPO

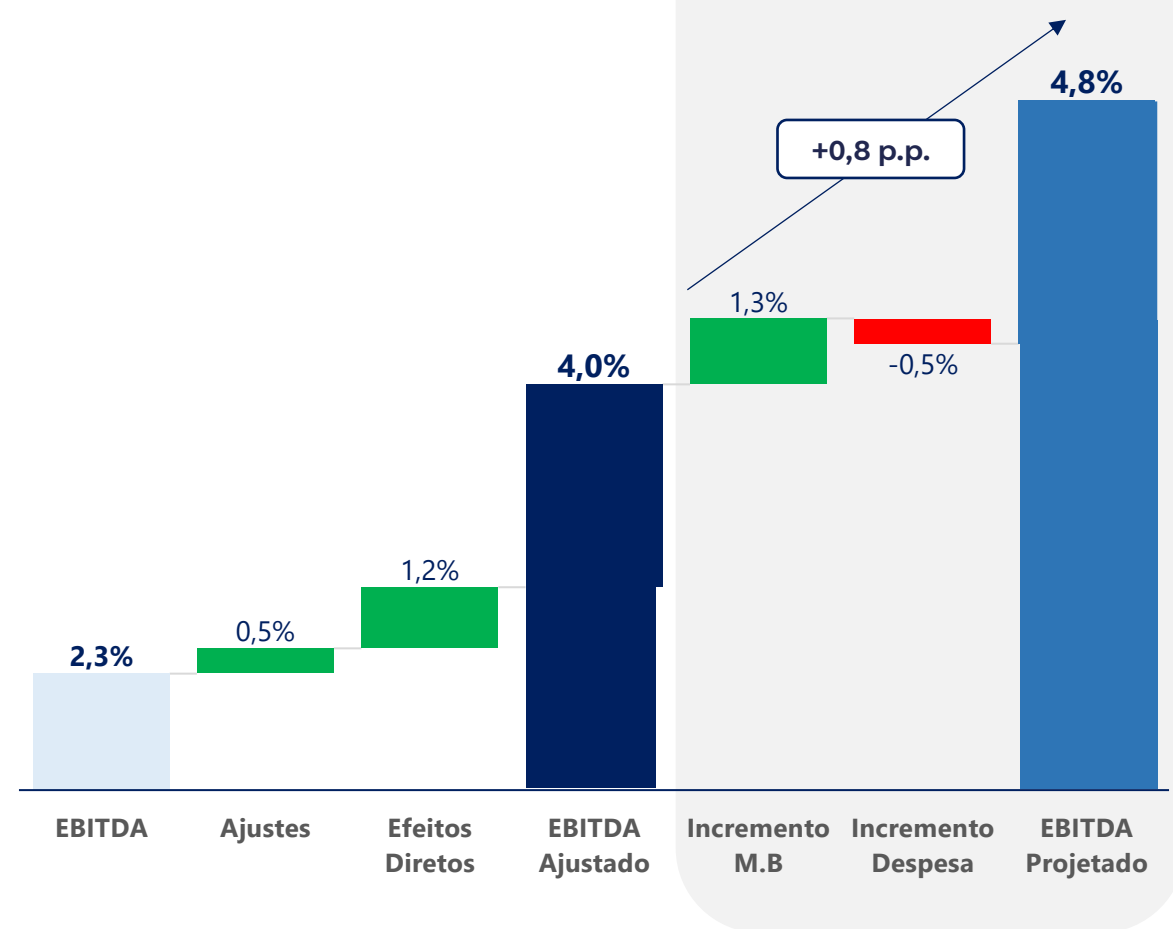


## RECONCILIAÇÃO EBITDA AJUSTADO

Reconciliação Trimestre (R\$ milhões)	2T23	2T24	Var. %
<b>Lucro Líquido</b>	24,5	4,3	(82,6%)
(+) Imposto de Renda	0,6	(0,3)	(157,4%)
(+) Resultado Financeiro	7,0	4,4	(36,6%)
<b>EBIT</b>	<b>32,1</b>	<b>8,4</b>	<b>(73,9%)</b>
(+) Depreciação e amortização	16,6	19,4	16,8%
<b>EBITDA</b>	<b>48,7</b>	<b>27,7</b>	<b>(43,0%)</b>
Participações/Distribuições	6,8	5,5	(19,3%)
Baixas de Ativos / Provisão de Baixa	0,6	0,3	(49,0%)
Outros Ajustes	1,0	0,3	(67,5%)
<b>Efeito enchente</b>	<b>0,0</b>	<b>15,2</b>	-
<i>Baixa de ativos fixos</i>	0,0	3,9	-
<i>Baixa de estoque</i>	0,0	6,8	-
<i>Gastos Extraordinários / Ações Sociais</i>	0,0	3,9	-
<i>Provisão baixa de ativos CD e Lifar</i>	0,0	0,6	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>57,1</b>	<b>49,0</b>	<b>(14,1%)</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,0%</b>	<b>-1,0 p.p.</b>

	REALIZADO		Estimativa Companhia		
	2T24	YoY	Impactos Indiretos	2T24 Proj	YoY
(em milhares)					
<b>Receita Bruta Grupo</b>	<b>1.223.685</b>	<b>4,9%</b>	<b>113.992</b>	<b>1.337.677</b>	<b>14,6%</b>
Receita Bruta Varejo	1.177.913	11,5%	37.070	1.214.983	15,0%
Receita Bruta Atacado	43.374	(59,6%)	76.922	120.295	12,0%
<b>Margem Bruta Grupo</b>	<b>363.411</b>	<b>5,6%</b>	<b>20.019</b>	<b>383.430</b>	<b>11,5%</b>
Margem Bruta Varejo	30,1%		11.173		
Margem Bruta Atacado	11,5%		8.846		
<b>Despesa Grupo</b>	<b>(335.683)</b>	<b>17,4%</b>	<b>9.838</b>	<b>(325.831)</b>	<b>13,9%</b>
Despesa Varejo			(2.239)	-	
Despesa Atacado			(3.123)	-	
Impacto Direto			15.200		
<b>EBITDA</b>	<b>27.728</b>	<b>(43,0%)</b>		<b>57.599</b>	<b>16,6%</b>
Ajustes	6.116			6.116	-
Impacto Direto	15.200			-	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>49.044</b>	<b>(14,1%)</b>		<b>63.715</b>	<b>10,2%</b>
Margem EBITDA Aj.	4,0%	-1,0 p.p.		4,8%	

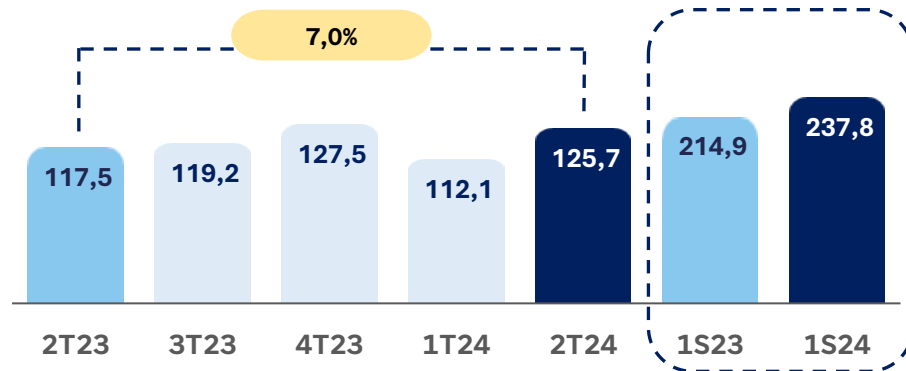
## Realizado 2T24



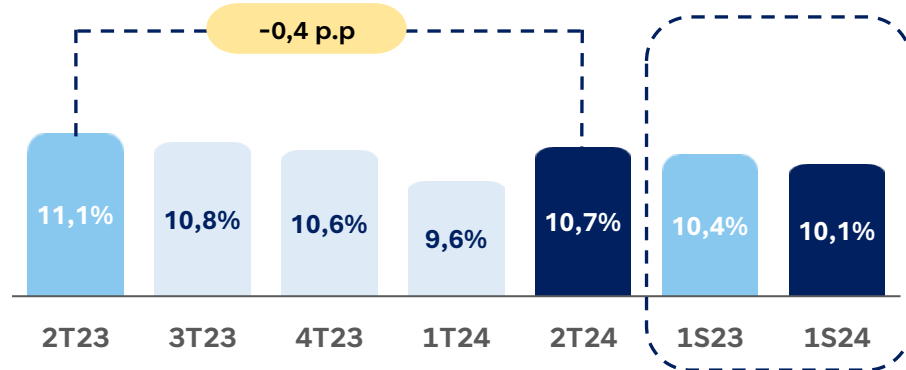
# EBITDA DO VAREJO ALCANÇA 10,7% DA RECEITA BRUTA, MITIGANDO A QUEDA DA MARGEM BRUTA ATRAVÉS DE GANHOS DE PRODUTIVIDADE EM LOJAS

## Ebitda do Varejo

(R\$ milhões)



(% da R.B do Grupo)



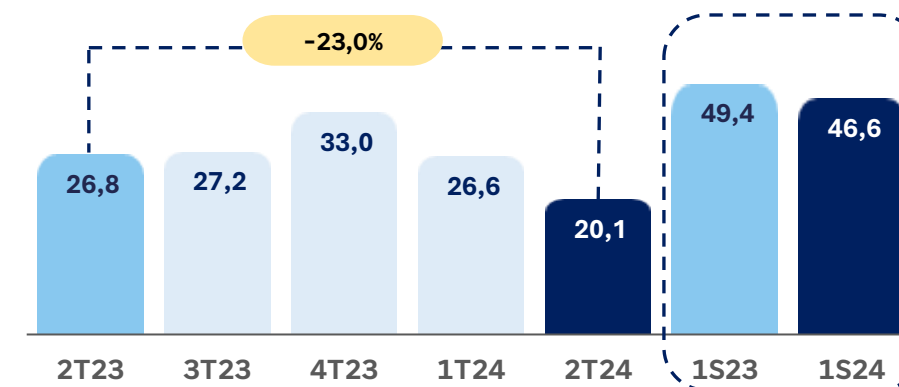
- Crescimento de 7,0%, com uma pressão de 0,4 p.p.;
- Redução dos impactos sazonais dos meses de maio e junho através de ganho de produtividade na base de lojas

✓ Resultado positivo para os *stakeholders*, mesmo com registro de todos os efeitos relevantes causados pelas enchentes.

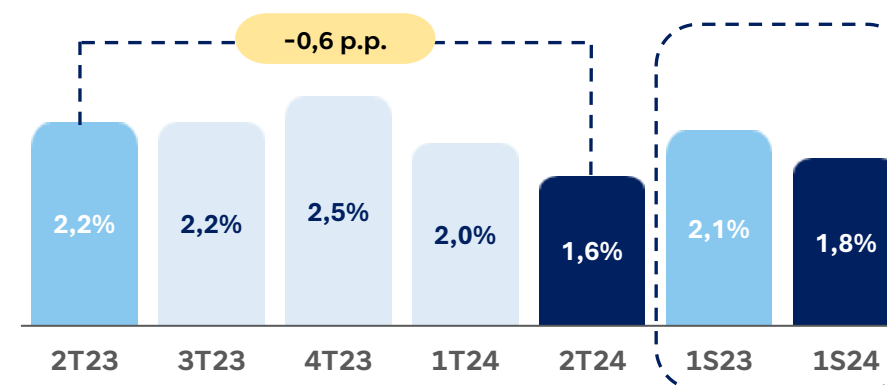
✓ Expectativa de expansão de margem para o segundo semestre inalterada, com a venda retomando seu patamar natural já a partir de julho/24.

## Lucro Líquido Ajustado

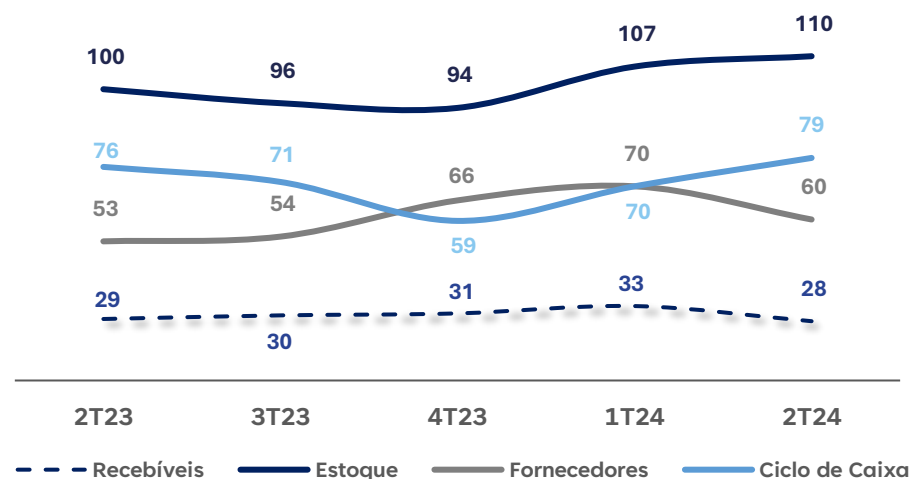
(R\$ milhões)



(% da R.B do Grupo)



### Ciclo de Caixa



### Ciclo de Caixa afetado por efeitos sazonais do trimestre.

**Recebíveis:** melhora significativa por conta da menor participação do Atacado.

**Estoques:** linha impactada em razão do menor volume de vendas, aliado ao período sem movimentação das mercadorias no CD de Eldorado do Sul/RS

**Fornecedores:** melhora de 07 dias em relação ao prazo de fornecedores, através de grande ação de negociação com os parceiros da indústria.

### Endividamento

Dívida Líquida (R\$ mm)	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24
Dívida de Curto Prazo	293,7	128,9	102,5	188,9	227,4
Dívida de Longo Prazo	60,0	310,0	280,0	280,0	250,0
<b>Dívida Bruta</b>	<b>353,7</b>	<b>438,9</b>	<b>382,5</b>	<b>468,9</b>	<b>477,4</b>
(-) Caixa e Equivalentes	193,2	265,0	245,4	262,3	270,6
<b>Dívida Líquida / Caixa Líquido</b>	<b>160,4</b>	<b>173,8</b>	<b>137,1</b>	<b>206,6</b>	<b>206,8</b>
<b>Dívida Líquida / EBITDA LTM</b>	<b>0,75x</b>	<b>0,78x</b>	<b>0,59x</b>	<b>0,86x</b>	<b>0,89x</b>

✓ **Nível de endividamento segue o mais baixo do setor**

# PILARES ESTRATÉGICOS

EXPANSÃO



DIGITAL



LOGÍSTICA



PRODUTOS  
PANVEL



CLIENTES



ECOSSISTEMA  
DE SAÚDE



ESG



INOVAÇÃO & TECNOLOGIA

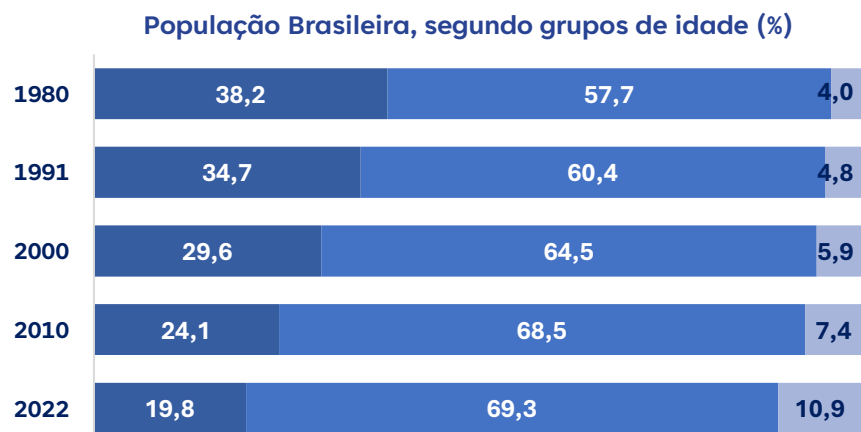
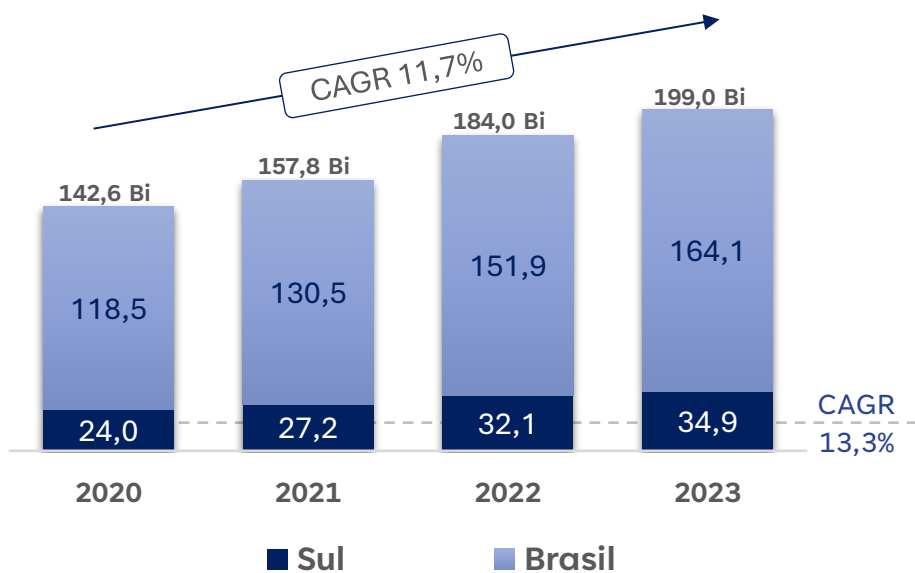
PESSOAS E CULTURA





## Evolução do Varejo Farmacêutico - Brasil/Sul (R\$ CPP)

Fonte: IQVIA



Fonte: IBGE

Mercado da Região Sul com espaço para consolidação

Mercado da Região Sul cresce mais que o mercado Brasil

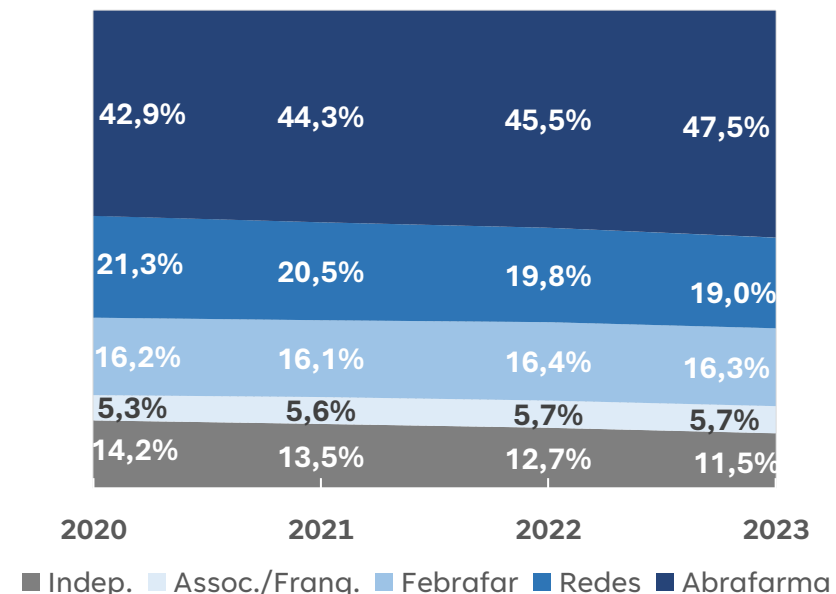
Panvel cresce acima do mercado no mesmo período (CAGR Panvel = 17,5%)

População Brasileira com Envelhecimento Acelerado

Região Sul tem maior projeção de envelhecimento

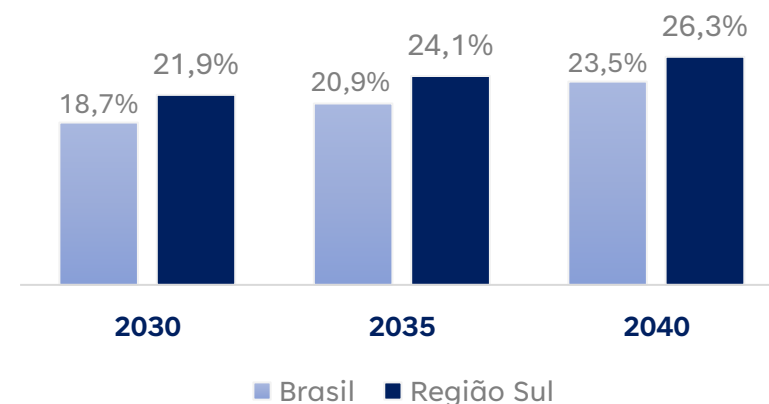
## Evolução do Varejo Farmacêutico – Sul (R\$ CPP)

Fonte: IQVIA

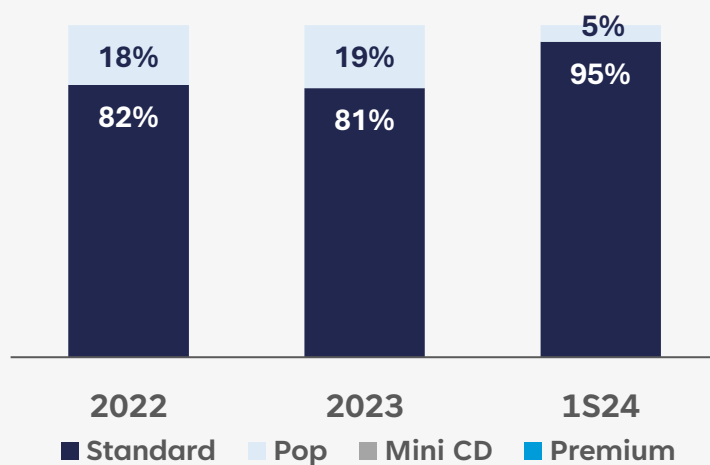


## Projeção População 60+ (Brasil/Região Sul)

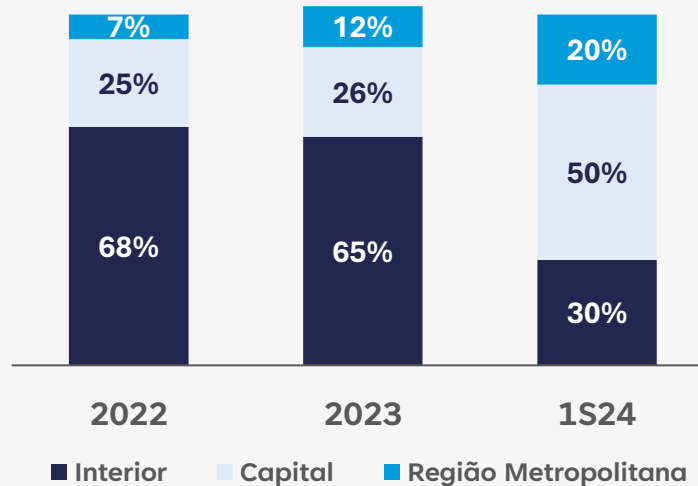
Fonte: IBGE



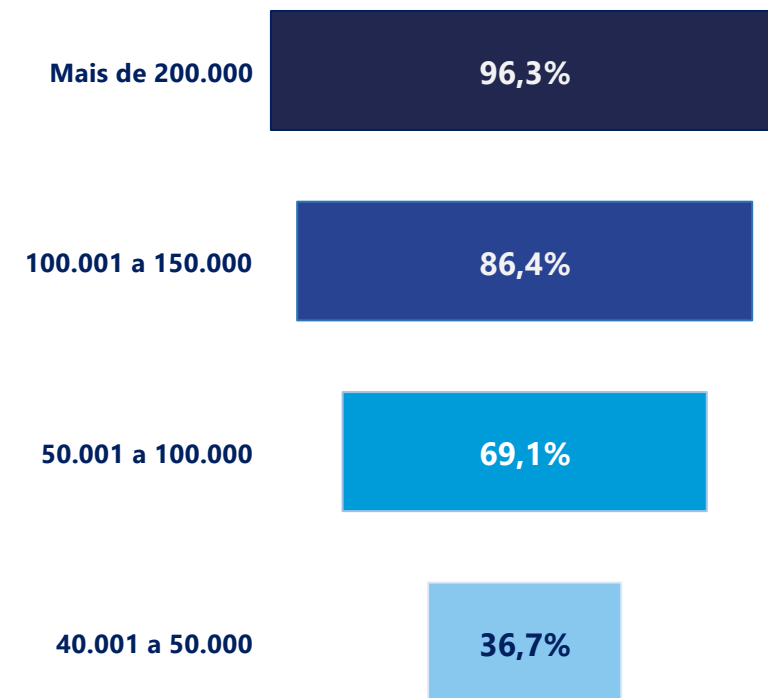
### Aberturas por Tipo de Loja



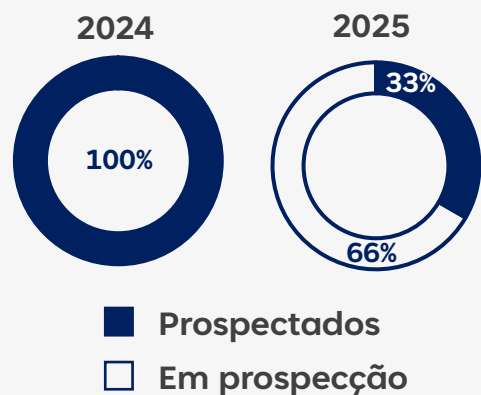
### Aberturas por Tipo de Cidade



### Cidades com lojas Panvel (por faixa de habitação)



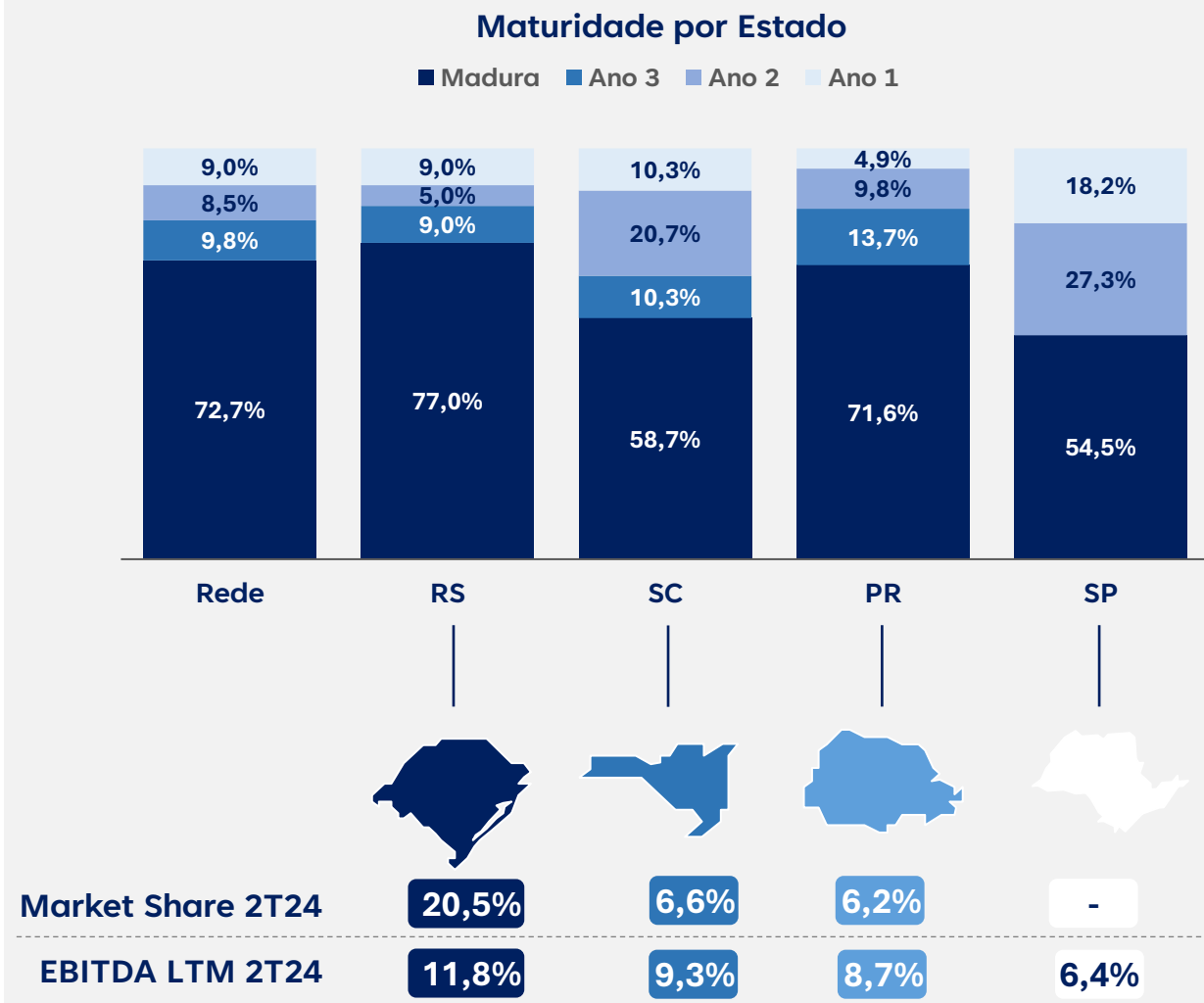
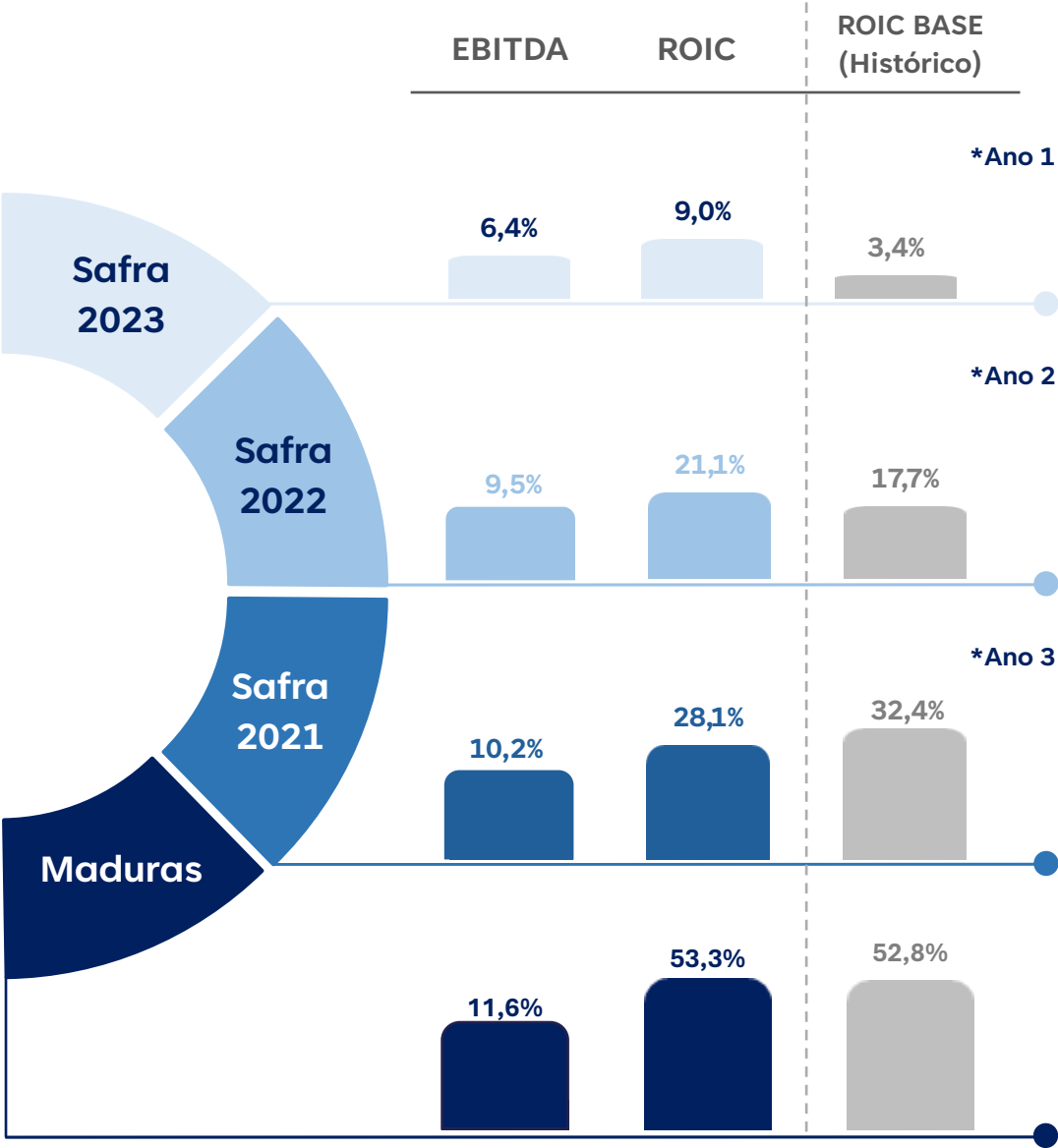
### Prospecção de Pontos 2024/2025



Foco na Região Sul

Interiorização

Modelos Standard e Pop



LTM = últimos 12 meses

**Inovação** segue intrínseca à estratégia de negócios da Panvel;



sofia

Serviço de **Orientação Farmacêutica** com **Inteligência Artificial**

Ferramenta de IA Generativa desenvolvida internamente para melhorar a experiência dos clientes.

Olá! Sou a Sofia, a assistente farmacêutica da Panvel!

Estou aqui para orientar os colaboradores sobre **rotinas de atendimento**, informações sobre **interação medicamentosa** e até mesmo **orientações da ANVISA**.

grupo panvel

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2023

Acesse  
aqui:



Publicado em 07/2024



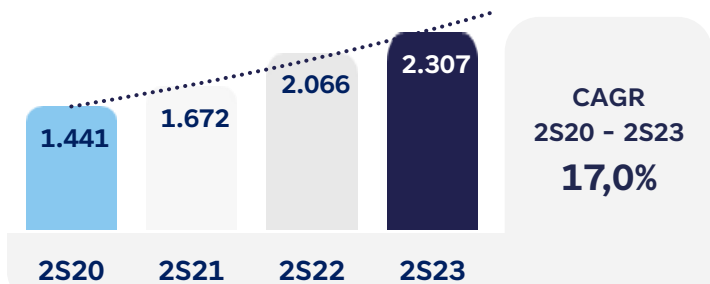
grupo panvel

# Perspectivas 2º Semestre 2024

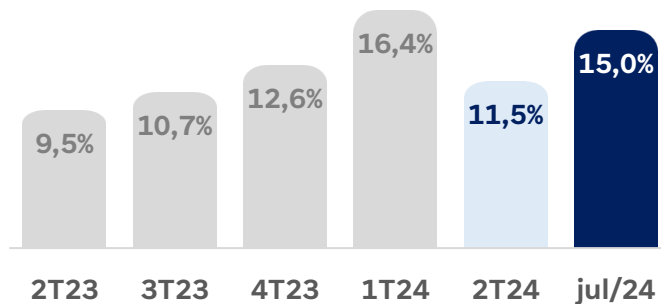




### Receita Bruta Varejo

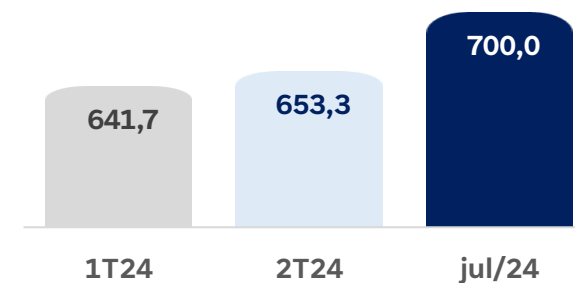


### Crescimento de Vendas - Varejo

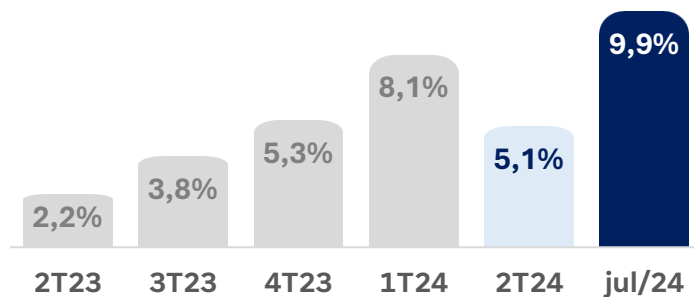


### Venda Média/Loja

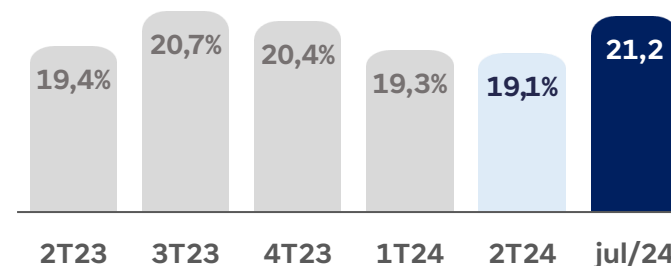
R\$ milhares



### Crescimento Lojas Maduras



### Digital (% na R.B do Varejo)



## Visão da Panvel para 2024 não muda

Mantemos nossa visão positiva para o ano de 2024, após um semestre de crescimento acima do mercado, mesmo com impacto das enchentes.

## Crescimento da Receita

- Manutenção do ritmo de Expansão planejado para 2024, com guidance de 60 lojas no ano, sendo 40 no 2S24.
- Desempenho de lojas novas com ramp-up acelerado;
- Lojas maduras crescendo acima da inflação;

## Lucro Bruto

- Expectativa de manutenção da Margem Bruta (crescimento de Medicamentos de Marca compensado pelo crescimento de Genéricos e OTC)

## Despesas

- Retomada da tendência de diluição das despesas com vendas através de ganhos de escala e alavancagem operacional;
- Ganhos de eficiência logística e produtividade em loja;
- Despesas administrativas em patamares saudáveis;

## EBITDA

- Expansão da Margem EBITDA

## Endividamento

- Diluição do nível de alavancagem, com estrutura de capital sendo um diferencial competitivo;

## Novo modelo de Atacado

- Atacado com operação em novo modelo, com venda menor e maior ganho de eficiência nas despesas de logística;
- Tendência de redução no mix de Receita Bruta Consolidado, afetando positivamente as Margens do Grupo.



# grupo panvel

## Q&A

### Relações com Investidores

**Antônio Carlos Tocchetto Napp**

CFO e DRI

**Ismael Rohrig**

Head de RI

**Lucas Martini**

Analista 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)



#### 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.

Pública

#TodoCuidadoAoCuidar