

grupo panvel

Divulgação de
Resultados 2T22

#TodoCuidadoAoCuidar

DESTAQUES

2T22

**Receita Bruta
do Varejo**
R\$ 965M (+25,9%)

**Margem Bruta
do Varejo**
31,1% (+0,9 p.p.)

**EBITDA
Ajustado**
R\$ 56M (+40,7%)
Margem de 5,3%

**Market
Share**
+ 0,4 p.p.
(vs 2T21)

**Receita Bruta
do Grupo**
R\$ 1.058M (+26,7%)

Digital
15,7% das Vendas
(+24,1% vs 2T21)

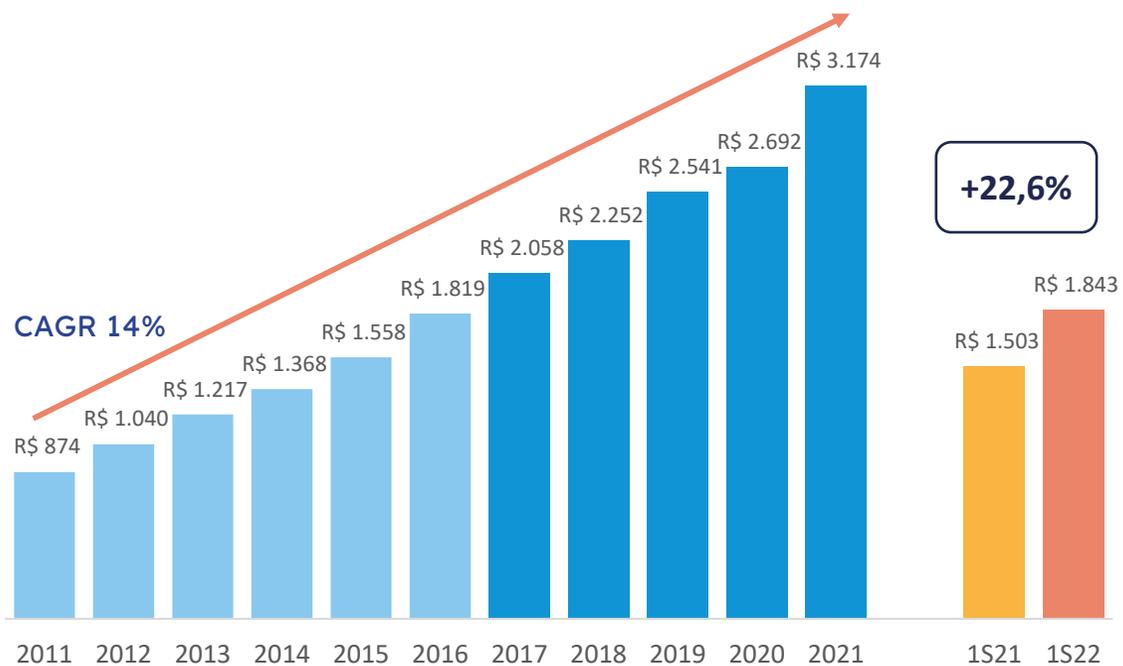
**Abertura de
Lojas**
+ 17 Lojas novas

NPS
80



CRESCIMENTO CONSISTENTE

Histórico de Evolução - Receita Bruta do Varejo



+22,6%

CAGR
2T19/2T22
16,8%

CAGR
1S19/1S22
15,5%

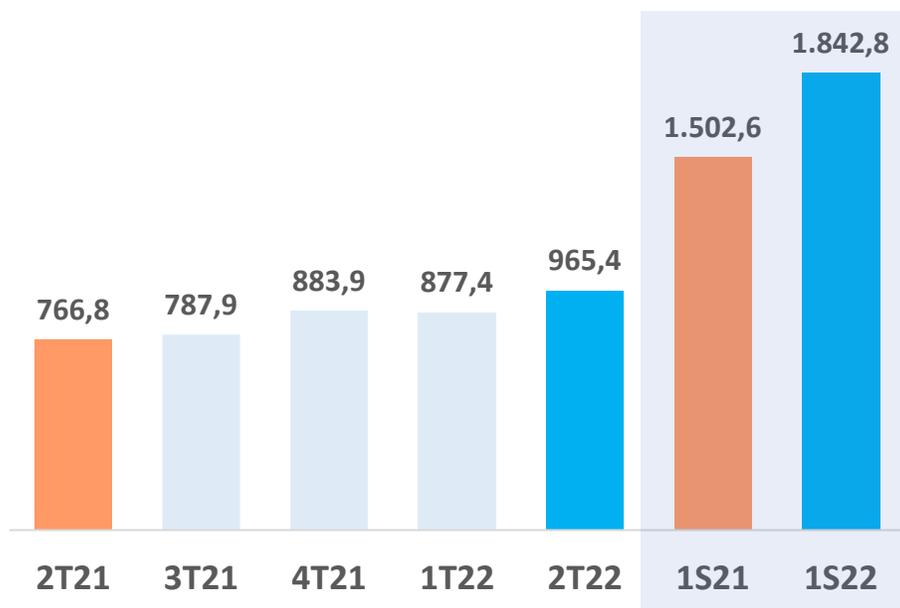


RECEITA BRUTA DO VAREJO COM EXCELENTE DESEMPENHO VS 2T21, SOBRE UMA BASE DE COMPARAÇÃO FORTE

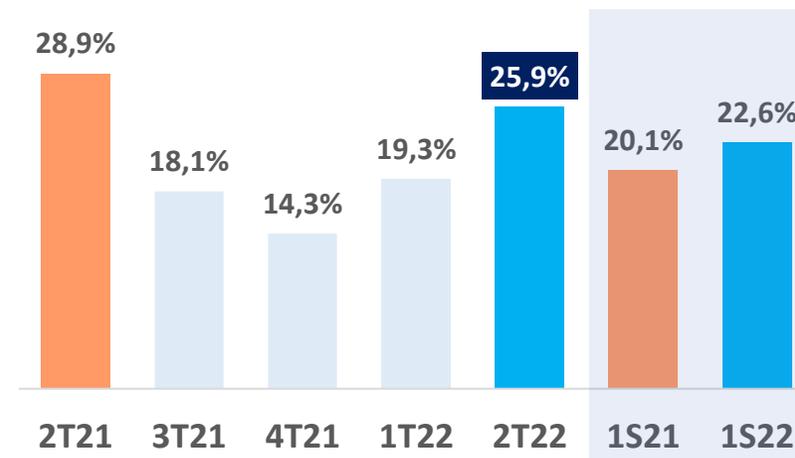
Venda da Panvel cresce 25,9% no 2T22

(R\$ milhões)

Receita Bruta - Varejo

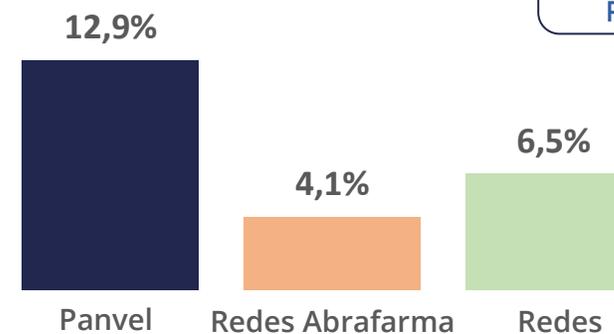


Crescimento de Vendas - Varejo



Evolução Venda Média - Região Sul

Crescimento 2T22 vs 2T21

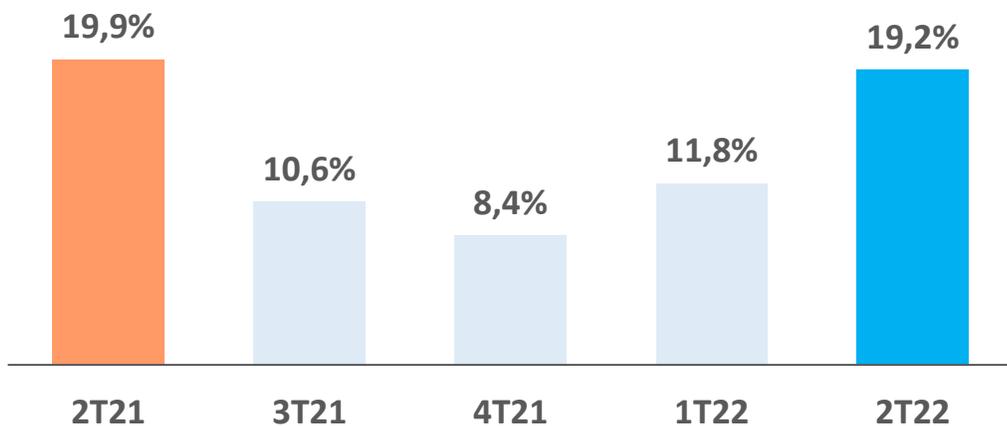


Venda média Panvel 2T22 R\$ 598k

Fonte: IQVIA

MSSS E SSS APRESENTAM CRESCIMENTO ROBUSTO E ACIMA DA INFLAÇÃO NO 2T22

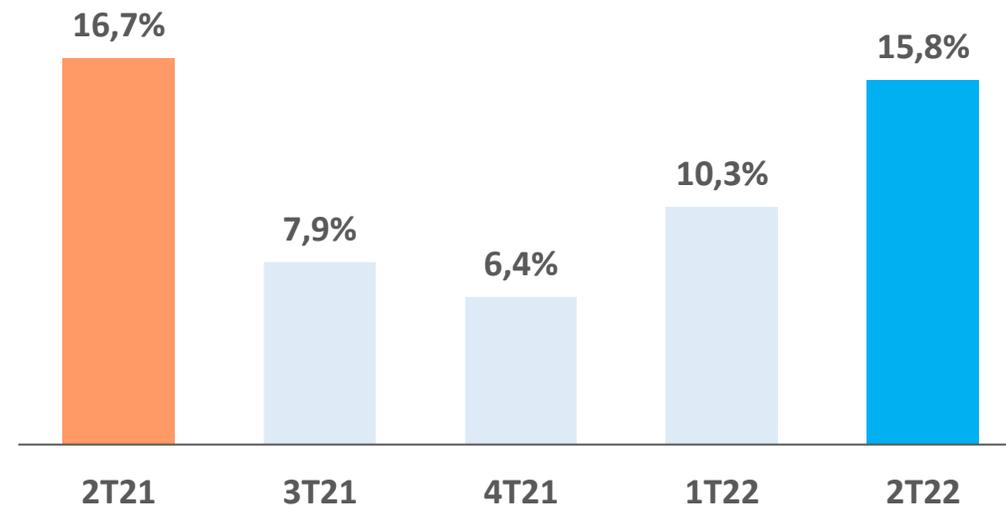
Crescimento Mesmas Lojas



SSS CRESCE **19,2%** NO TRIMESTRE

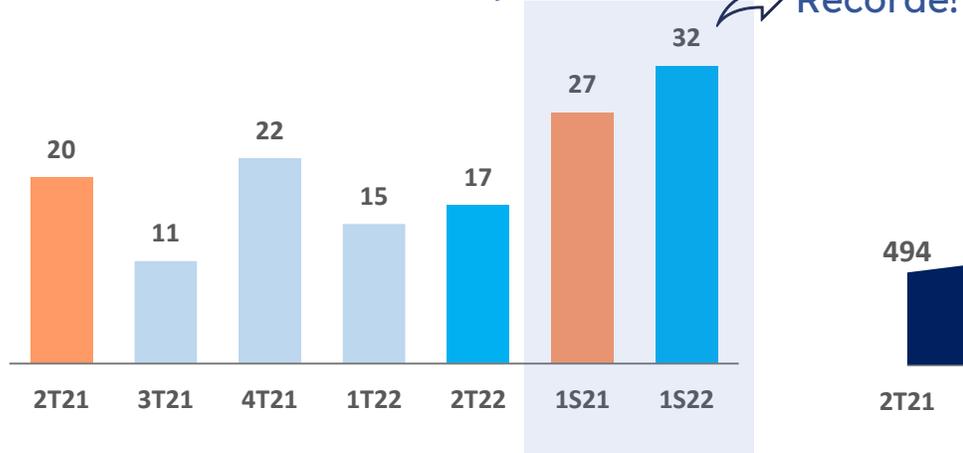
MSSS CRESCE **15,8%** NO TRIMESTRE

Crescimento Lojas Maduras

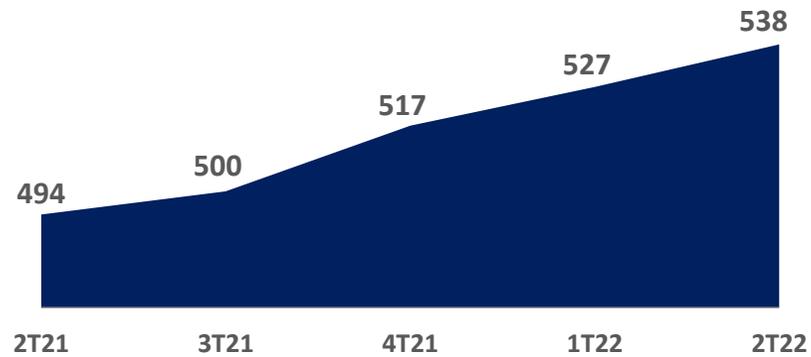


PANVEL INAUGURA 17 LOJAS NO 2T22 E 32 LOJAS NO SEMESTRE, ESTABELECENDO NOVO RECORDE

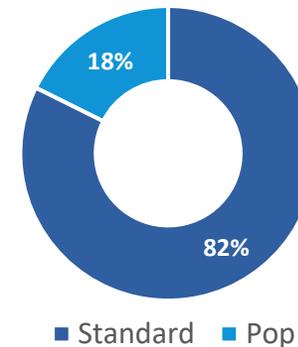
Abertura de Lojas



Número de Lojas



Aberturas por tipo de loja - 2T22



Rio Grande do Sul

379



Santa Catarina

64



Paraná

89

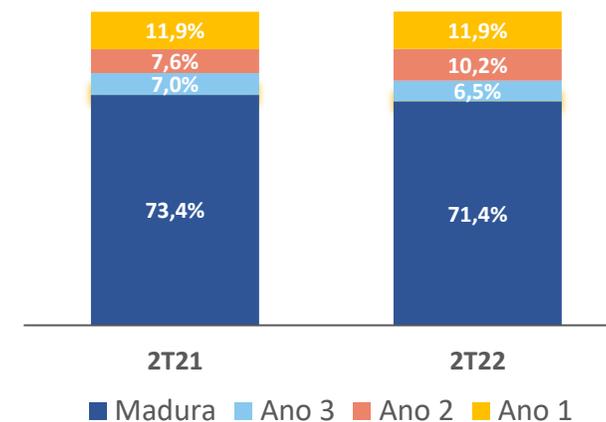


São Paulo

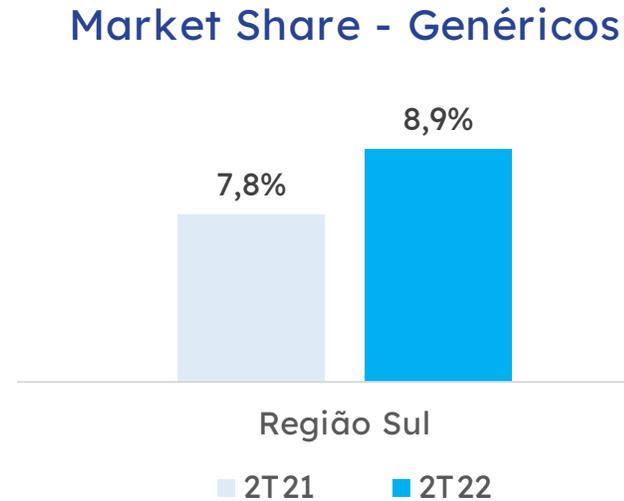
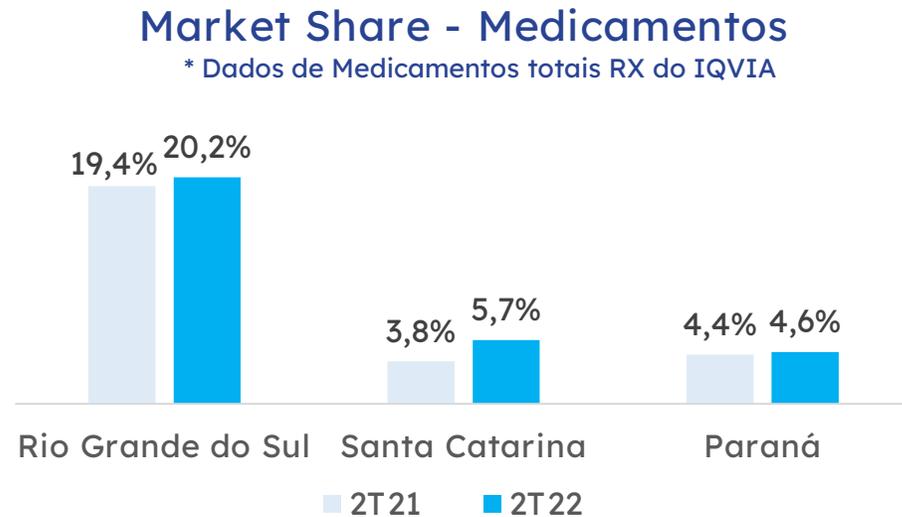
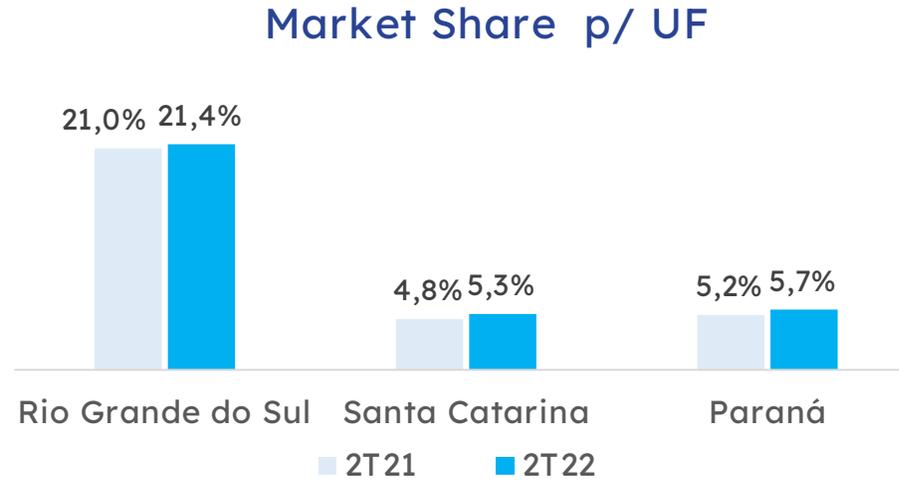
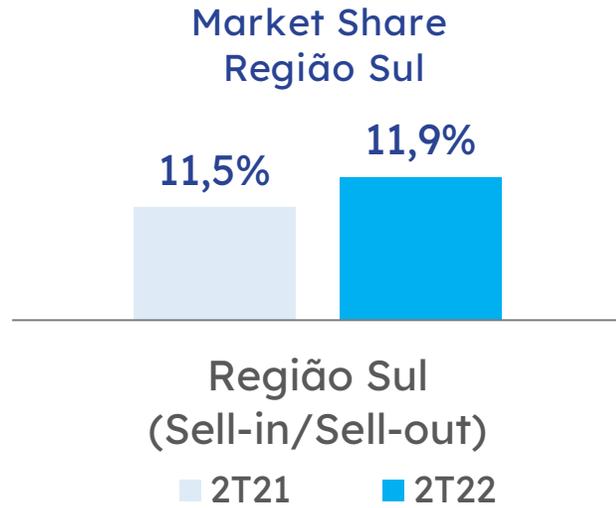
6



Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade

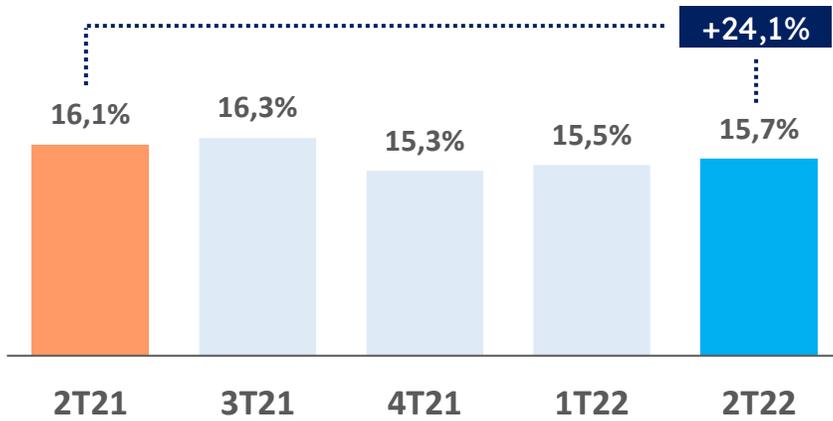


MAIS UM TRIMESTRE DE GANHO DE MARKET SHARE EM TODOS OS ESTADOS DA REGIÃO SUL

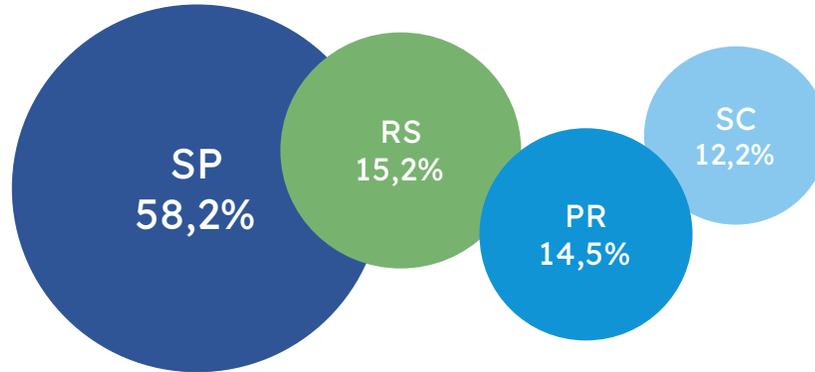


DIGITAL: A MAIOR PENETRAÇÃO, A ENTREGA MAIS RÁPIDA E MARGENS SAUDÁVEIS

Digital
(Participação na RB do Varejo)



% vendas digitais
por UF - 2T22



Clique e Retire
538 lojas



Nível de Serviço
97%



Entregas 2T22
+608.000



Lojas Delivery
130

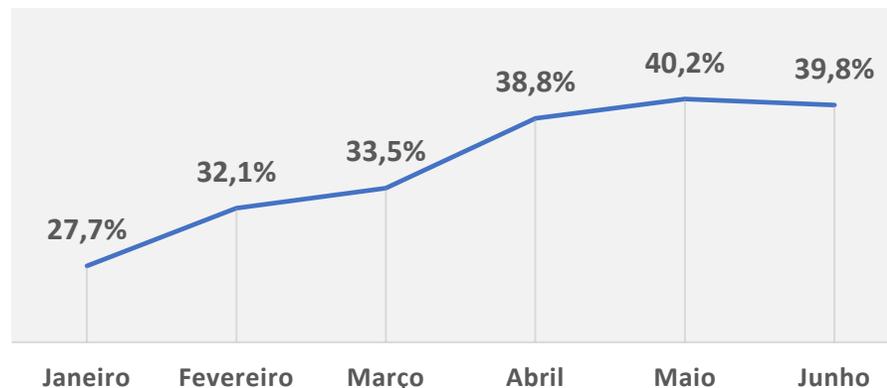


Mini CD/
Darkstore
9

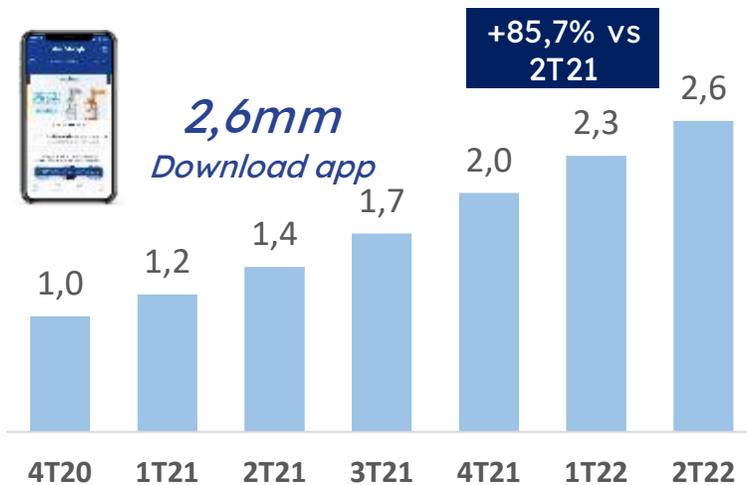


Entrega Rápida
até 1h

% de Entregas em 60 minutos
(2022)



2,6mm
Download app

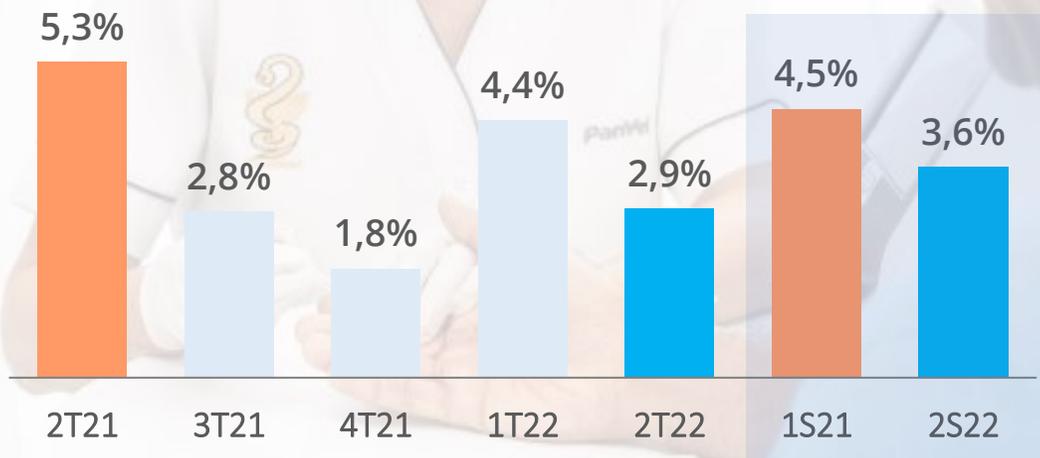


Base Acumulada Downloads

SERVIÇOS: LIDERANÇA CONSOLIDADA NA REGIÃO SUL



% Participação nas Vendas do Varejo



Disponível em todos os Estados que atuamos

Líder

em serviços na Região Sul (2T22):
28,2% (+3 p.p vs 2T21)
Market Share

R\$27,5MM

Em vendas de serviços no 2T22

328

Lojas Clinic
(+42 salas vs 2T21)

85

Salas de vacinas
(+21 salas vs 2T21)



Líder em vacinação na Região Sul (2T22):
44,0% de Market Share

Fonte: IQVIA



Líder em Testagem na Região Sul (2T22):
32,0% de Market Share

Fonte: IQVIA

PRODUTOS PANVEL SEGUEM COMO BENCHMARK DO VAREJO FARMA

VENDA DE PRODUTOS PANVEL
CRESCER

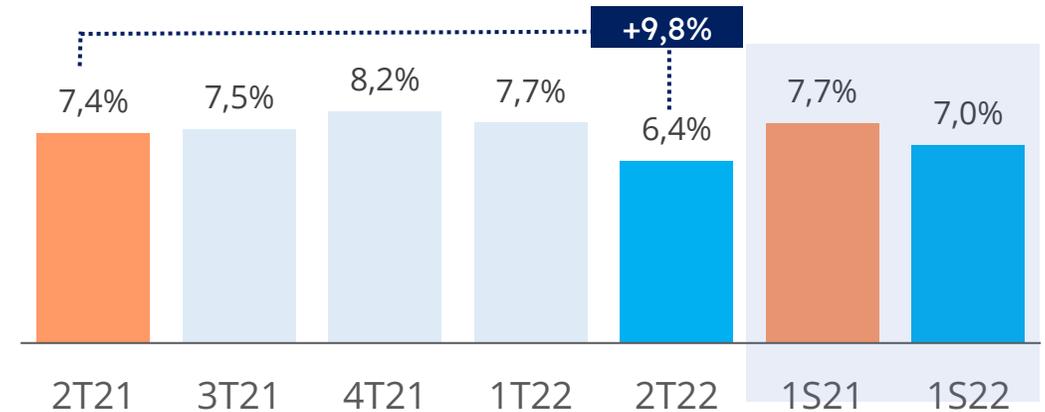
22,2% NO 2T22 vs 2T21
(ex-máscaras)

COM PARTICIPAÇÃO DE
17,9% DO TOTAL DE
VENDAS EM HB

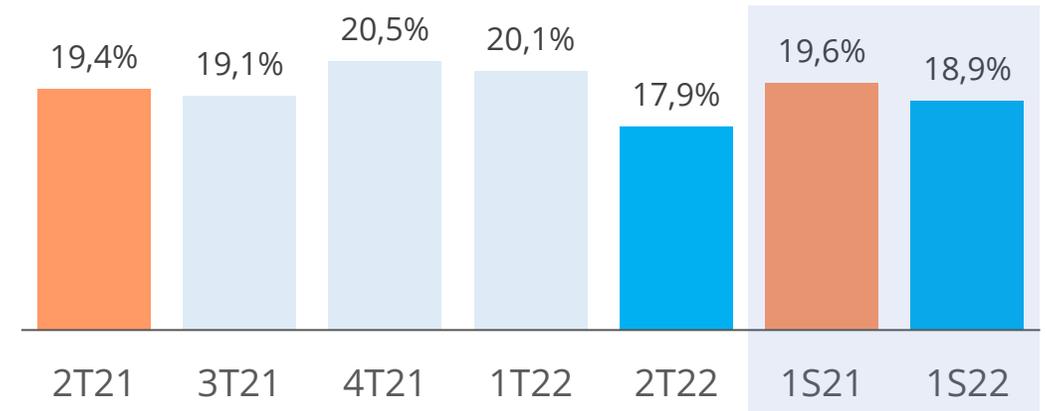
LANÇAMENTOS LTM REPRESENTAM
20,7% DA VENDA DE PRODUTO
PANVEL NO HB

- ✓ +950 SKU's ativos
- ✓ Margem Bruta superior
- ✓ Líder em 40% das categorias da rede

% Participação do PP nas Vendas Varejo



% Participação PP no HB





PANVEL OFERECE A MELHOR EXPERIÊNCIA PARA O CLIENTE



NPS Panvel

80



NPS Site
83



NPS App
80



NPS Alô
72



NPS Loja
80



NPS Dark Stores
81



NPS Clinic
83



Reclame
Aqui
8,8



E-bit
96%



App
Store
4,7



Play
Store
4,7

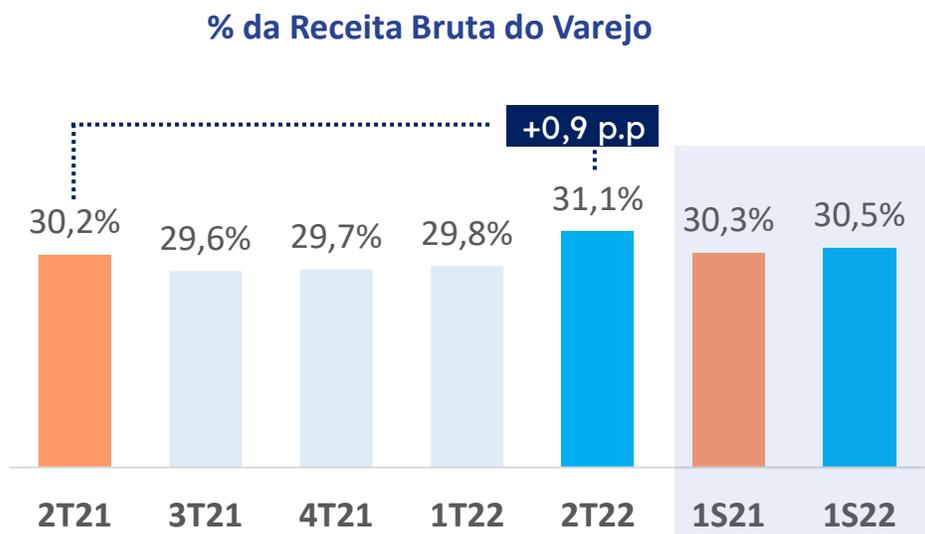
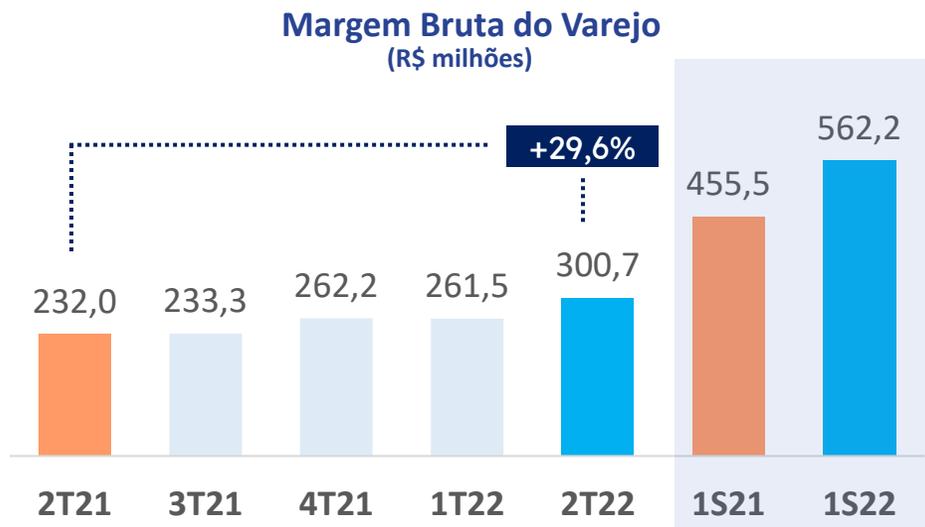


NS Alô
90%



NS Sac
83%

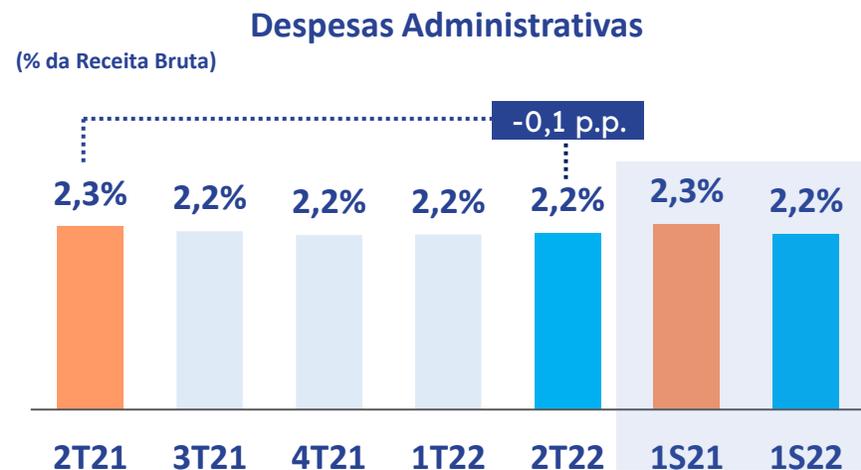
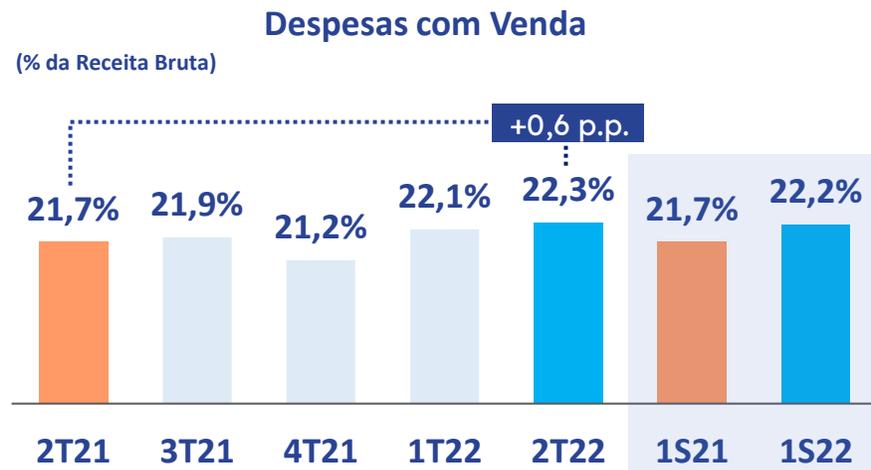
MARGEM BRUTA DO VAREJO EXPANDE 0,9 P.P. NO 2T22 VS 2T21, ALCANÇANDO 31,1% DA RECEITA BRUTA



- ✓ Reajuste de medicamentos
- ✓ Genéricos com crescimento de 47,6% vs 2T21;
- ✓ Mix de Vendas balanceado



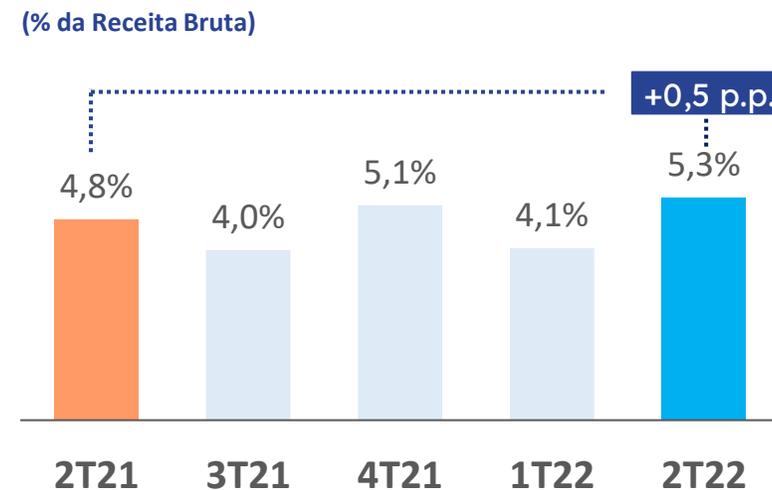
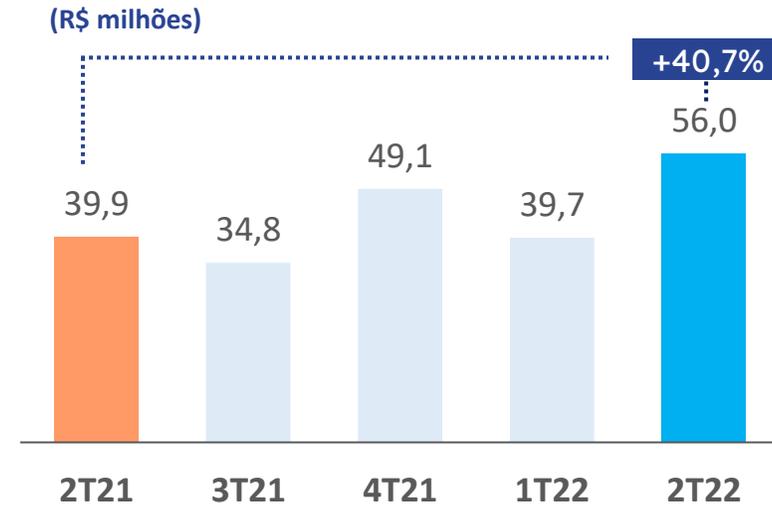
GESTÃO DE DESPESAS COM FOCO NA PRODUTIVIDADE E PRESSÕES SAZONAIS DE INFLAÇÃO E EXPANSÃO.



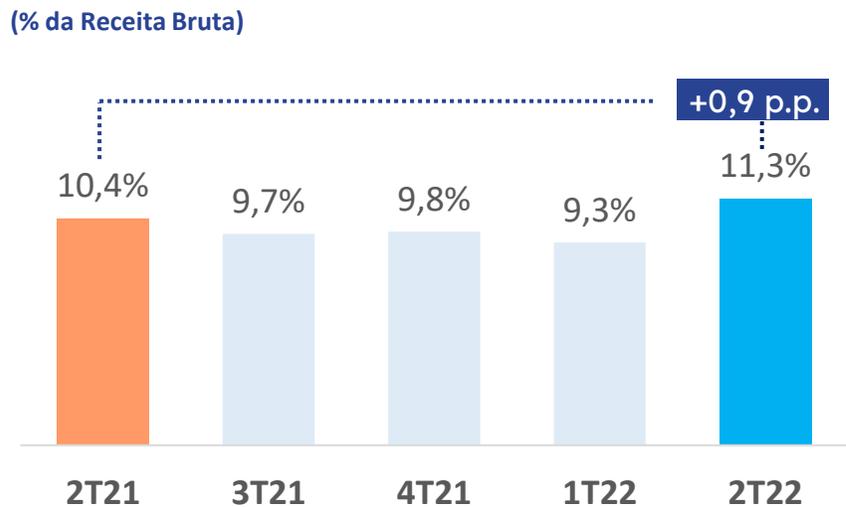
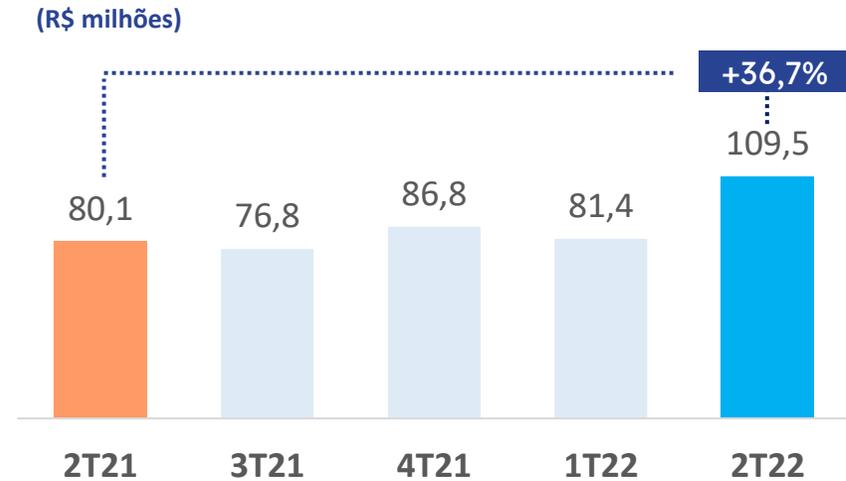
- Despesas com Vendas foram impactadas pela inflação do período, além da aceleração da expansão.
- Despesas Administrativas reduzem 0,1 p.p. no 2T22 vs 2T21, reforçando nosso foco em controle de despesas.

EBITDA AJUSTADO (GRUPO): CRESCIMENTO DE 40,7% SOBRE O MESMO PERÍODO EM 2021

- ✓ Forte crescimento da Receita Bruta
- ✓ Expansão de margem bruta no Varejo e no Atacado
- ✓ Alavancagem Operacional nas Despesas



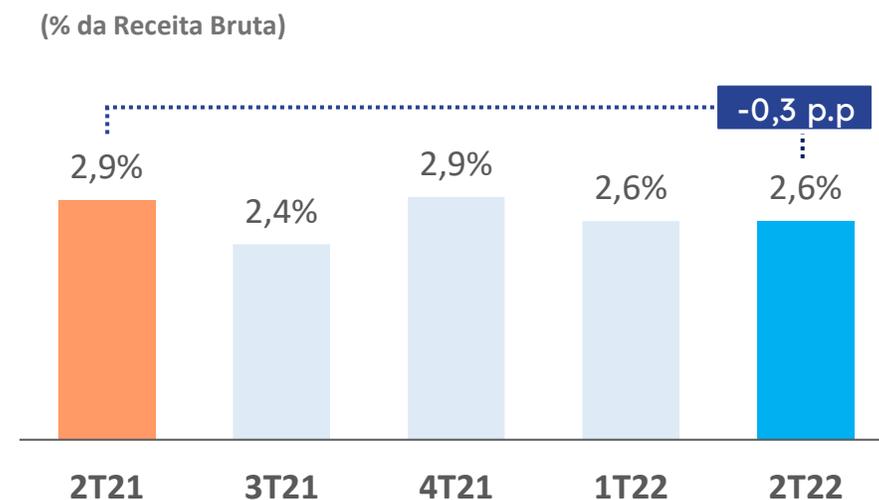
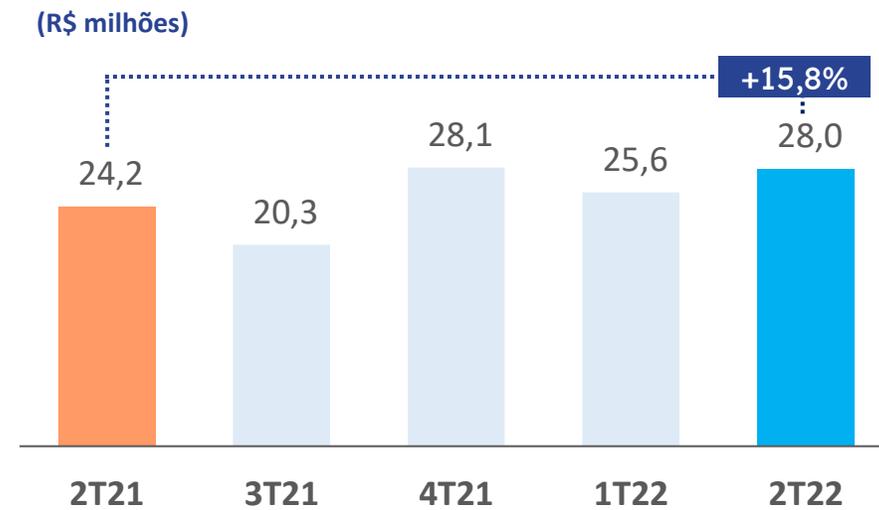
EBITDA DO VAREJO CRESCE 0,9 p.p. vs 2T21



- ✓ Expansão da Margem Bruta do Varejo
- ✓ Ganho de Produtividade de Lojas Maduras
- ✓ Expansão performando acima do esperado

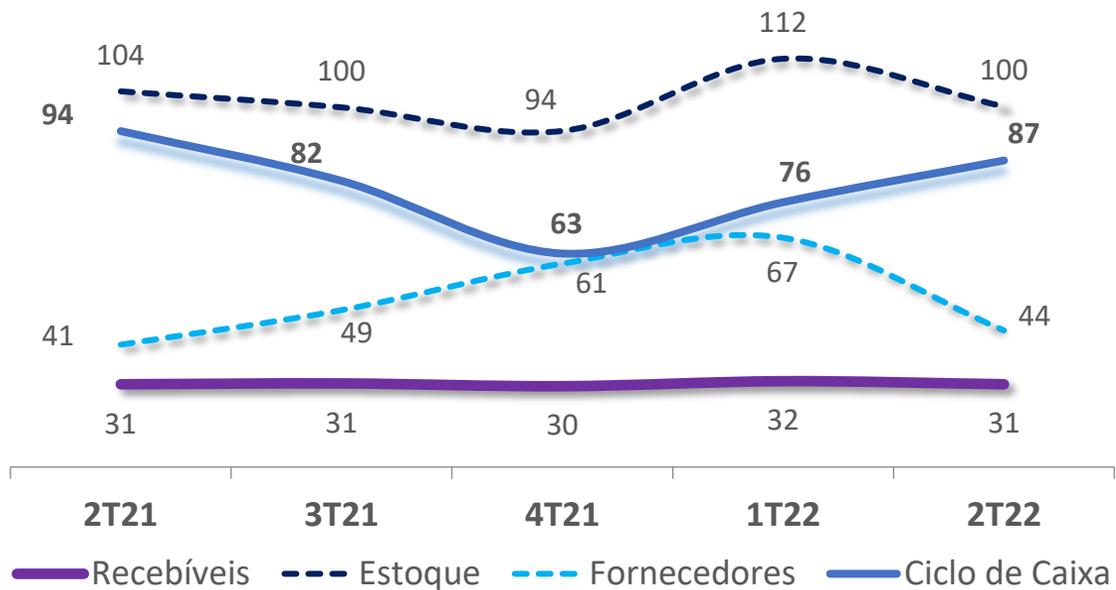
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO CRESCE 15,8% EM RELAÇÃO AO 2T21 E MANTÉM CONSISTÊNCIA

- ✓ Forte desempenho operacional (EBITDA)
- ✓ Impacto de Despesas Financeiras de 1,1 pp no 2T22



CICLO DE CAIXA APRESENTA MELHORA DE 7 DIAS

Ciclo de Caixa



Dívida Líquida	2T21	3T21	4T21	1T22	2T22
Dívida de Curto Prazo	55,2	57,3	56,0	59,5	58,3
Dívida de Longo Prazo	107,6	107,3	80,4	80,1	202,9
Dívida Bruta	162,8	164,6	136,4	139,6	261,2
(-) Caixa e Equivalentes	172,2	205,5	209,7	95,9	127,0
Dívida Líquida / Caixa Líquido	(9,3)	(41,0)	(73,2)	43,7	134,2
Dívida Líquida / EBITDA	n/a	n/a	n/a	0,3x	0,7x

Estrutura de Capital sólida e
baixa alavancagem

PILARES ESTRATÉGICOS

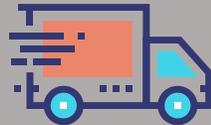
EXPANSÃO



DIGITAL



LOGÍSTICA



PRODUTOS
PANVEL



CRM E
ANALYTICS



ECOSSISTEMA
DE SAÚDE



ESG



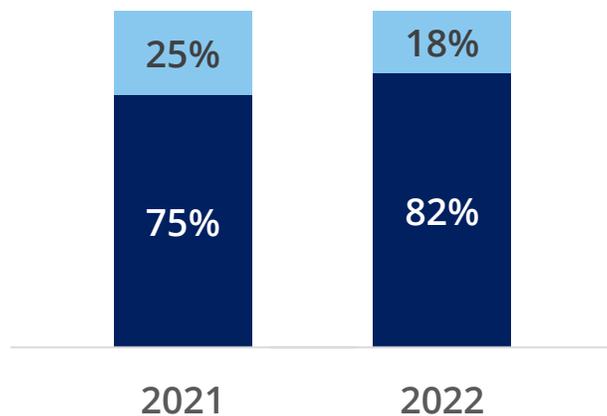
INOVAÇÃO & TECNOLOGIA

PESSOAS E CULTURA

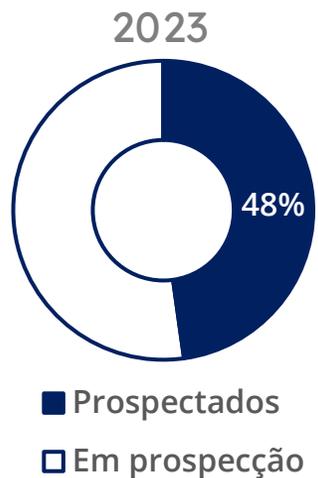


EXPANSÃO ESTRATÉGICA

Aberturas por Tipo de Loja

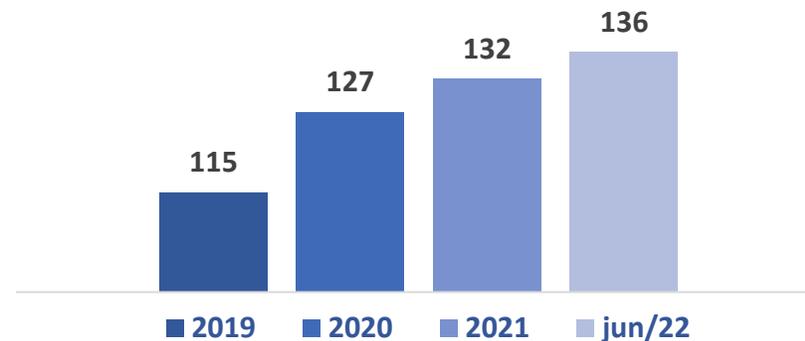


Prospecção de Pontos

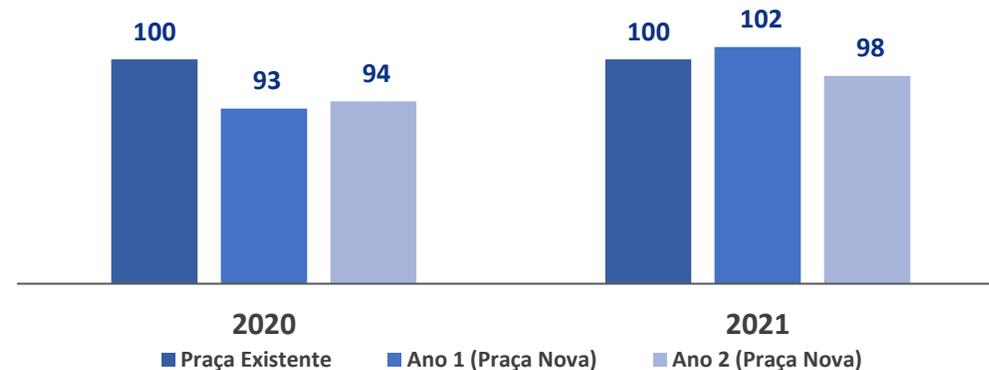


Cidades com lojas Panvel

+21 novas cidades 2020 - 06/2022



Praça Existente vs Praça Nova por Safra (Venda média LTM Base 100 – Lojas Novas)



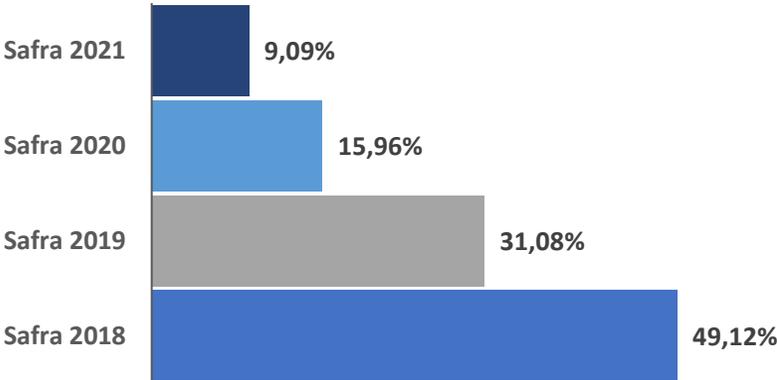
Foco na Região Sul

Modelos Pop e Standard

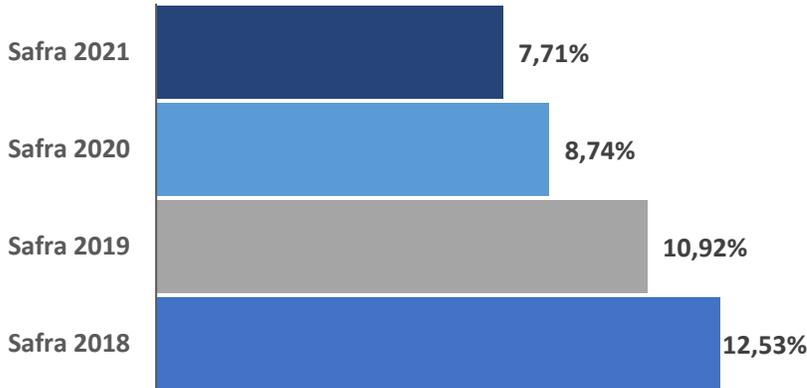
Interiorização

EXPANSÃO ESTRATÉGICA

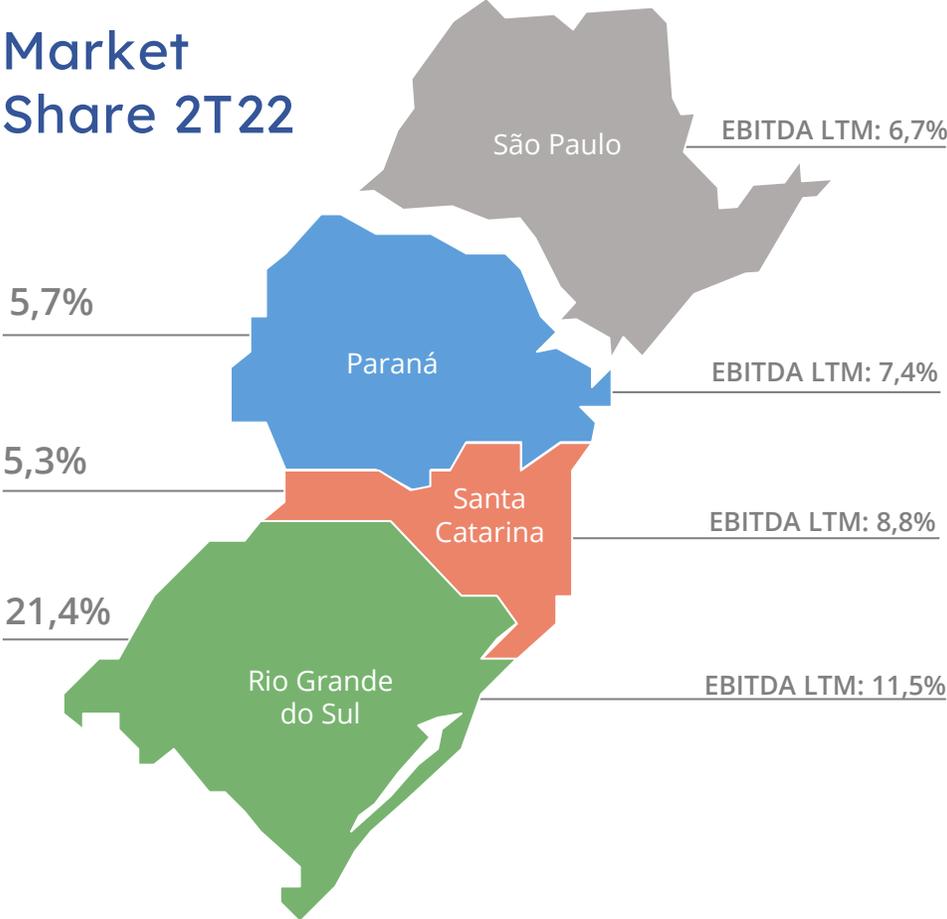
ROIC por Safra



EBITDA por Safra



Market Share 2T22



*LTM = últimos 12 meses

ECOSSISTEMA DE SAÚDE: UMA REALIDADE NA PANVEL



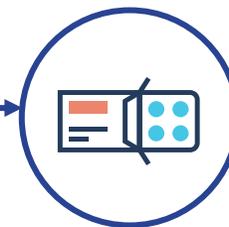
Panvel Clinic

Consolidação em Vacinação
Roll-out de Serviços
Aproximação Clinic-Crônicos



Panvel Saúde Empresarial

Portal Panvel
Equipe de Visitadores
Panvel B2B



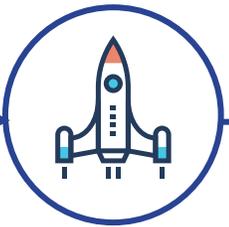
Persona Crônicos

Crônico e Contínuo
Gestão no Tratamento
Conteúdos de Saúde



Digital

Parceiros
Divulgação dos Serviços Digitais
Conteúdos de Saúde



Panvel Labs

Programa de Conexão
Programa de Aceleração
Programa de Intraempreendedorismo



Diferenciais

- + **Conveniência** capilaridade aliada à uma visão omni
- + **Serviços** marketplace de serviços com mais de 100 serviços
- + **Tecnologia** serviços disponíveis em todas as plataformas
- + **CRM** criação da *Persona Clinic* para melhorar a experiência
- + **Qualidade** melhor NPS da Região Sul

Mais serviços oferecidos



TLR + de 15 tipos de testes já disponíveis, como por exemplo:

- Alergia
- Doenças respiratórias
- Hormonais
- Marcadores Tumorais
- Infecções Sexualmente Transmissíveis

350

Lojas Clinic
até dez/22

95

Salas de vacinas
até dez/22

Panvel Saúde Empresarial

Panvel Saúde Empresarial representa
43% da venda do Varejo

+60,1% vs 2T21



**Medicamentos
Especiais**
Crescimento de Vendas

**Share de
Medicamentos
Especiais (Sul/2T22)**

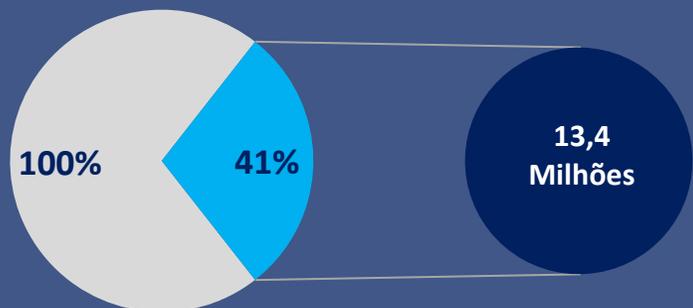
23,7%



CRM E PERSONA CRÔNICOS

bem PanVel

Bem Panvel - População Região Sul



■ População Região Sul

■ Clientes Bem Panvel

✓ Base Ativa
+13% vs 2T21

✓ +3,1% de frequência
média (recorrência) vs 2T21

✓ Base
Unificada

✓ 12 personas baseadas
em *behavior*

✓ 93% de venda
identificada

✓ 7,3 milhões de clientes
comunicáveis

PERSONA CRÔNICO E CONTÍNUO



Visita 4x mais

em relação aos outros clientes de medicamentos.



Compra 4 caixas

ao ano, em média



45% dos clientes

ativos fazem uso de medicamentos contínuos.



+ 388 mil
clientes cadastrados

+ 89% de conversão
nos primeiros meses.

Ticket Médio

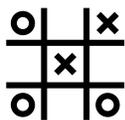
2x maior que a média

+ 22,8% na venda dos
produtos participantes (vs 2T21)

+ 3,0 p.p. de Market
Share de Crônicos (vs 2T21)

Panvellabs

1



Estratégia

Set/21-Nov/21
Definição da tese

3



Seleção das
Startups

Jan/22
Escolha das mais
aderentes

5



Aceleração

Abr/22-Set/22
Aceleração *equity-free*
de startups

2



Scouting

Dez/21-Jan/22
Busca ativa de
startups

4



Definição e
Capacitação de
Mentores

Fev/22-Mar/22
Capacitação exclusiva

6



Graduação
e Investimento

Set/22
Aporte seletivo e
definição de próximos
passos.



Jul/22

panvel
ventures

- Extensão natural da conexão de startups em nossa plataforma já existente
- Oportunidade de investir em startups que se destacam e podem entregar um valor ainda maior para o Grupo

MARKETPLACE - 1ª FASE



Destaques

- Implementado em todos os canais digitais
- Curadoria apurada, tanto da reputação do *seller*, quanto do mix de produtos oferecidos
- Evolução ao conceito da “prateleira infinita” *Omnichannel*
- Maior variedade de produtos dentro das categorias existentes
- SAC é responsabilidade da Panvel



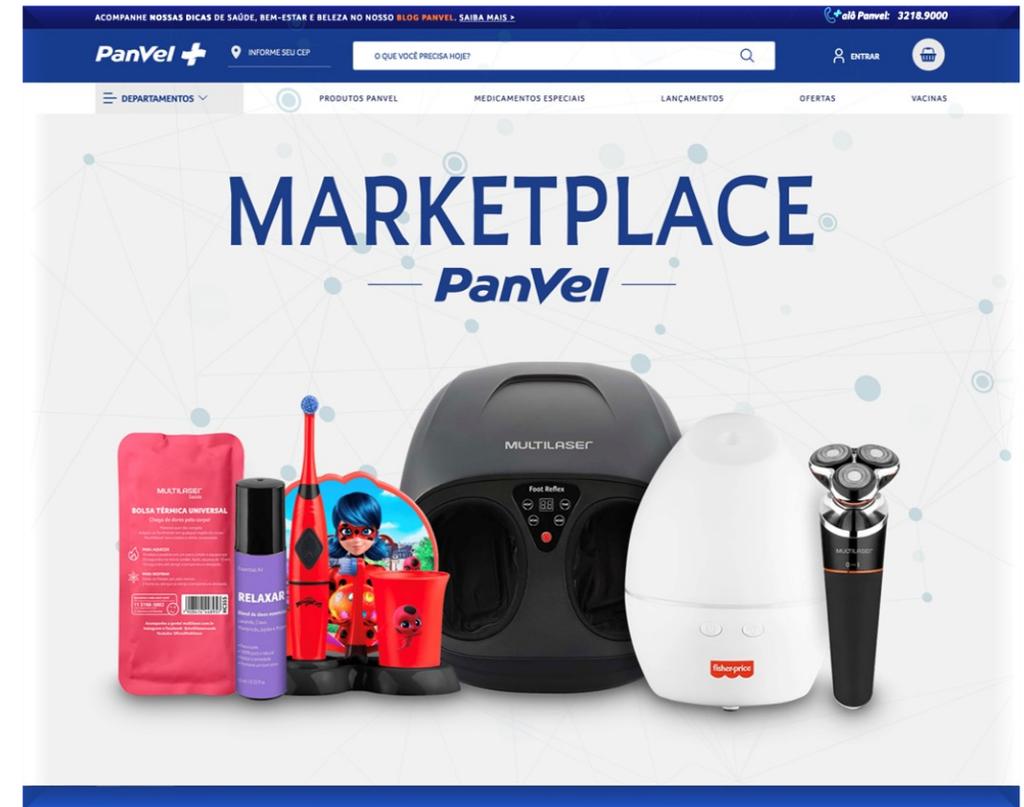
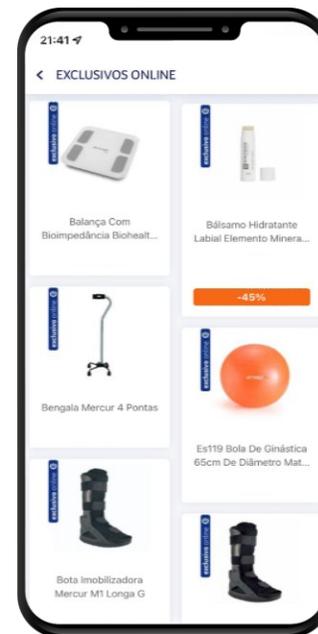
SAÚDE



BEM-ESTAR



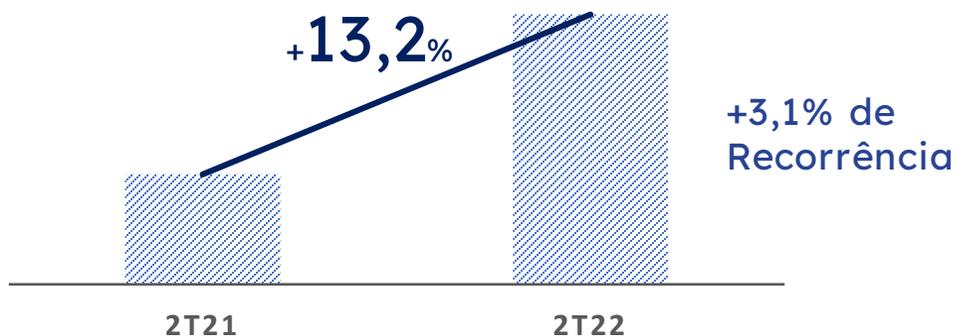
NUTRIÇÃO



VENDA: RECORRÊNCIA, MIX, BAIXA RUPTURA E CLIENTES OMNI

Incremento de clientes:
Aceleração da base e
recorrência

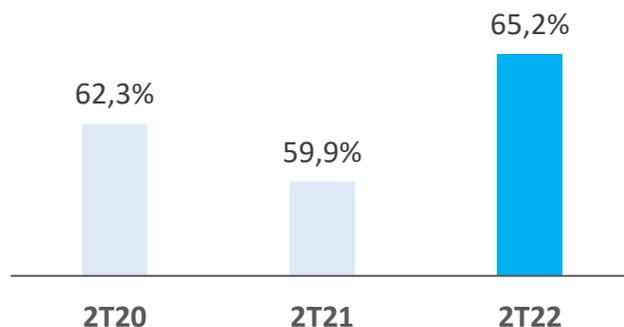
Base de Clientes Ativos



Considera clientes ativos que fizeram ao menos uma compra nos últimos 6 meses.

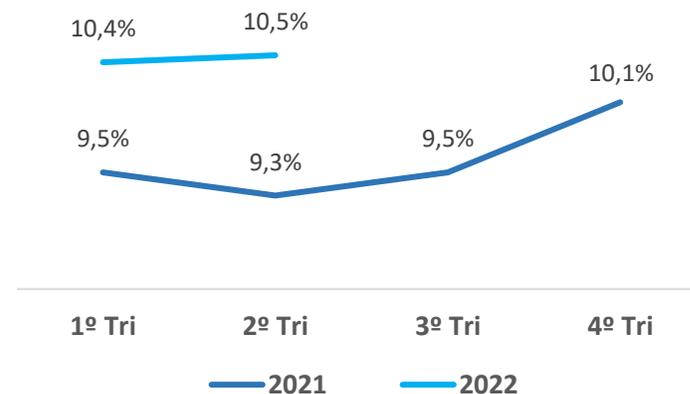
Mudança no mix:
Crescimento de
medicamentos

% Medicamentos no mix



Clientes Omni (10,5%):
Maior recorrência, ticket 3x maior e
5,3x mais frequente

Evolução - Cliente Omni



Baixa ruptura:
Bom nível de
mercadorias e
serviços

grupo panvel

Q&A

Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp
CFO e DRI

José Eduardo Szuster
Gerente Executivo de RI

Ismael Rohrig
Especialista de RI

Pedro Bernardes
Estagiário de RI

Pedro Gazzana
Estagiário de RI

Tel.: +55 51 3481.9999 / 3481.9588

reinvest@grupopanvel.com.br

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.