

grupo panvel

Divulgação de
Resultados 2T23



#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\$ 1.167M (+10,4%)



Receita Bruta do Varejo
R\$ 1.057M (+9,5%)



Margem Bruta do Grupo
29,5% (-0,3 p.p.)



Margem Bruta do Varejo
31,0% (-0,1 p.p.)



EBITDA Ajustado
R\$ 57,8M (+3,0%)
Margem de 5,0%



Digital
19,4% de Participação nas
vendas do Varejo



Market Share
11,7% (+0,1 p.p.)



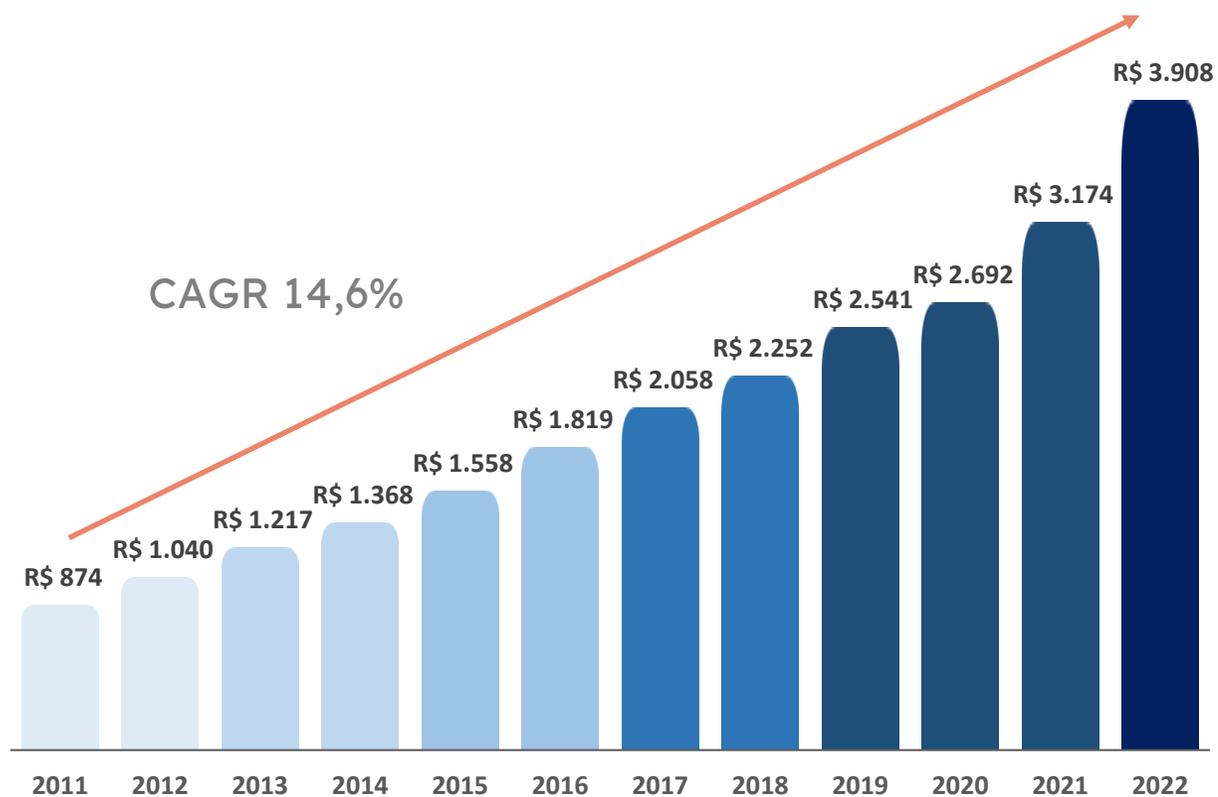
Ciclo de Caixa
Melhora de 11 dias

DESTAQUES

2T 23

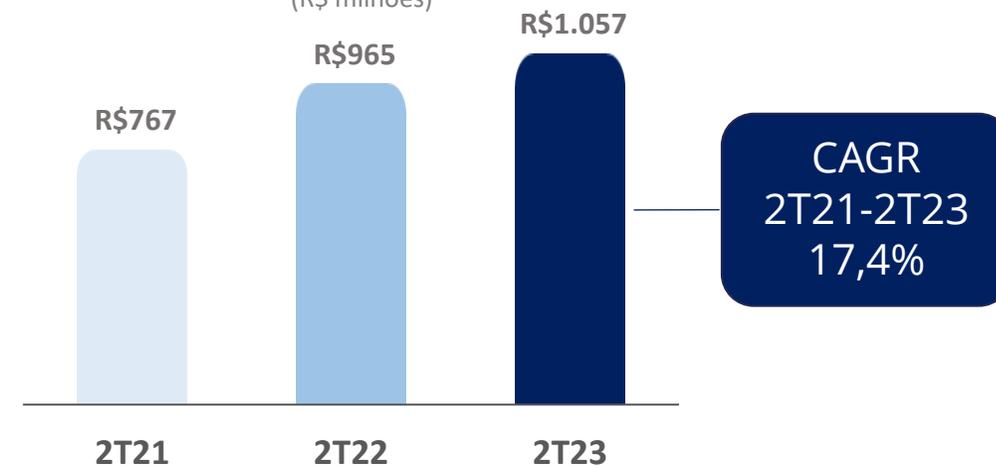


Histórico de Evolução - Receita Bruta do Varejo

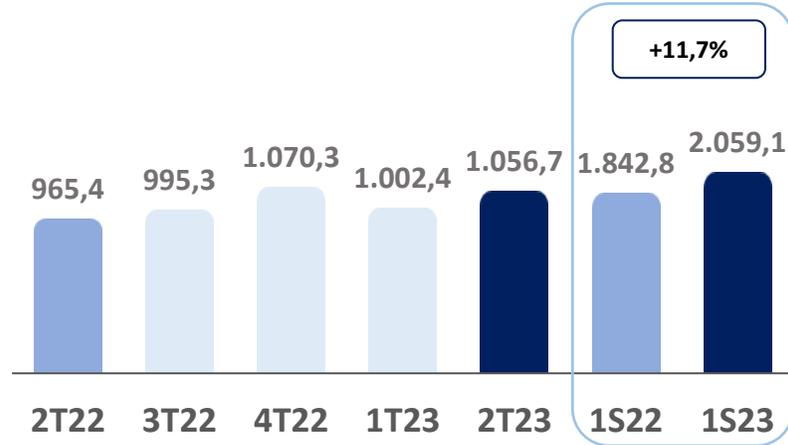


Receita Bruta do Varejo

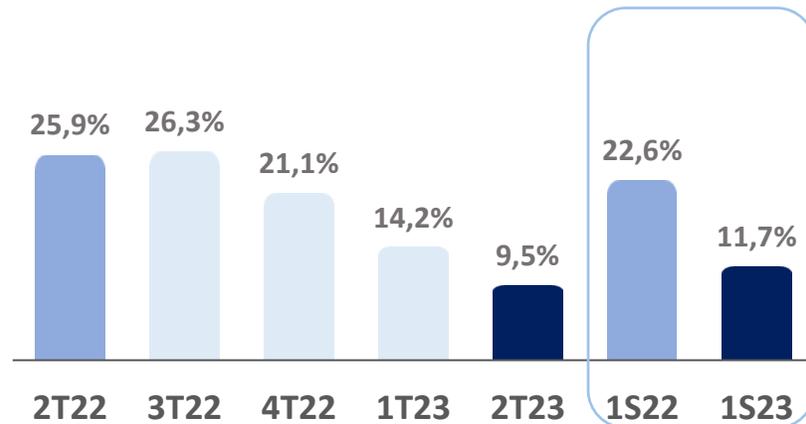
(R\$ milhões)



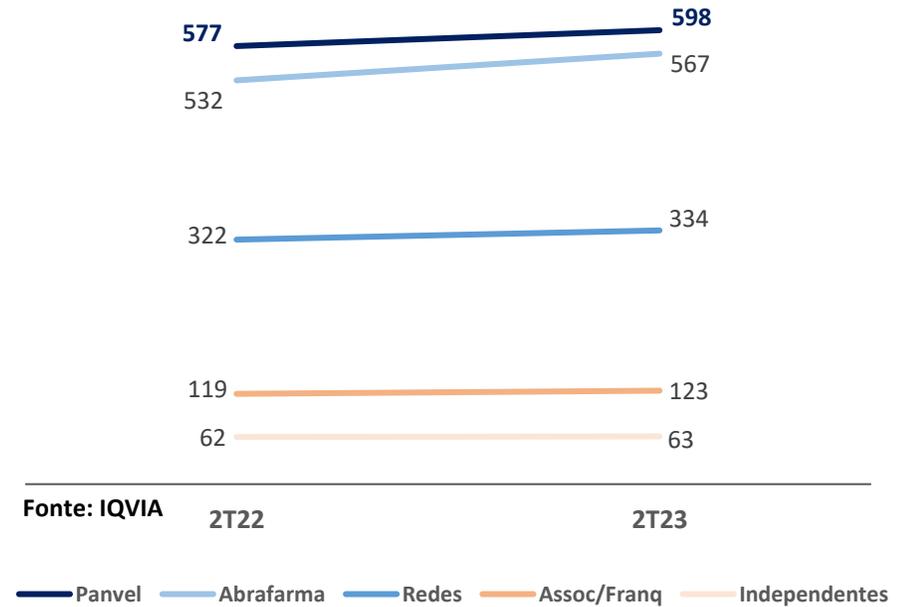
Receita Bruta - Varejo



Crescimento de Vendas - Varejo

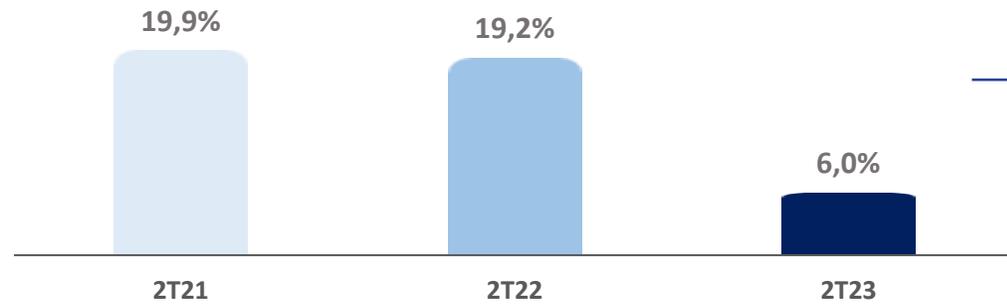


Evolução Venda Média por Loja Região Sul (R\$ CPP)



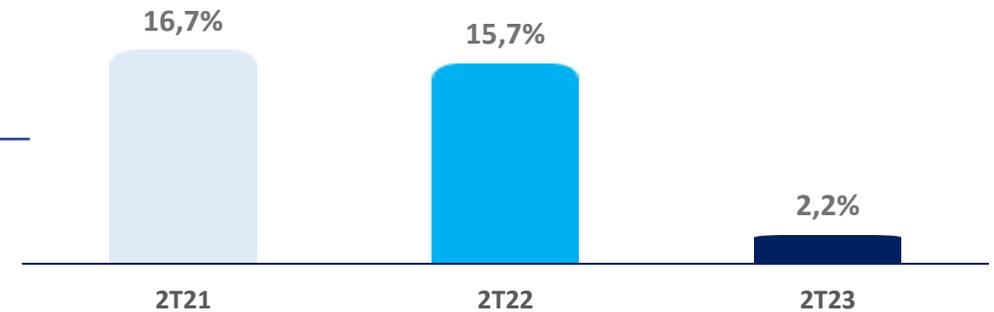
Venda média de
R\$ 614 mil por loja no 2T23
R\$ 598 mil/loja no 2T22

Crescimento Mesmas Lojas



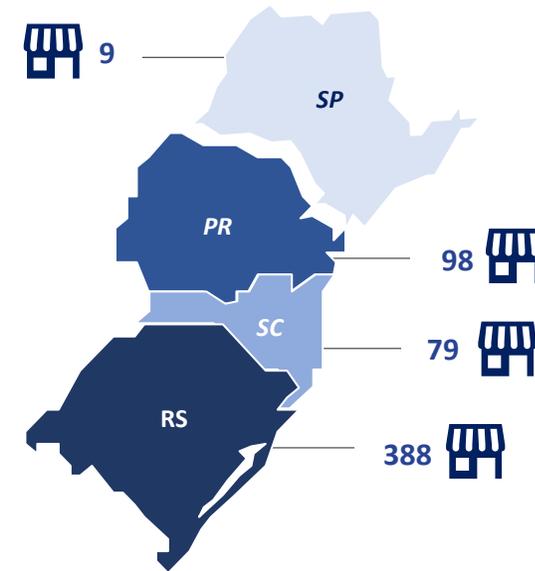
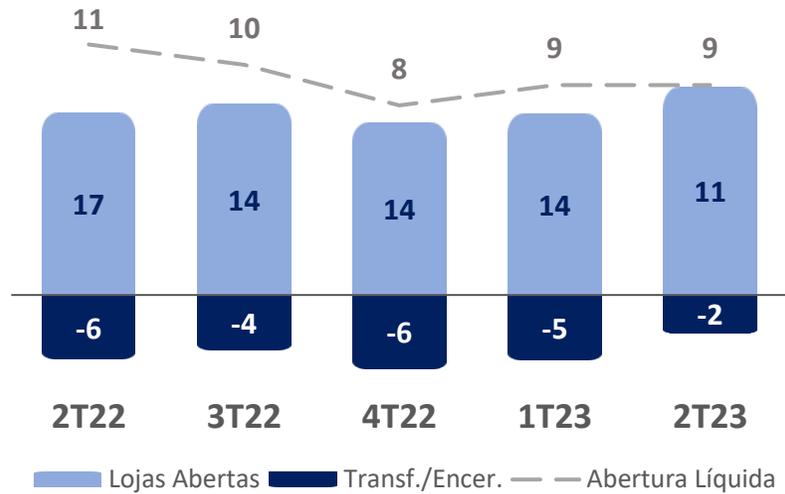
Crescimento Médio de 15,0%

Crescimento Lojas Maduras

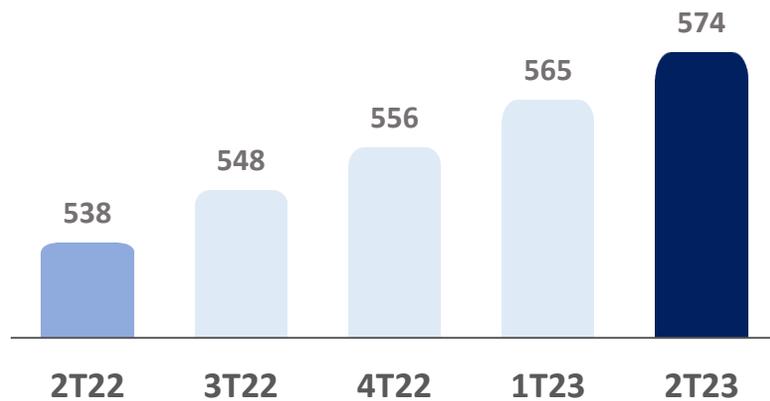


Crescimento Médio de 11,5%

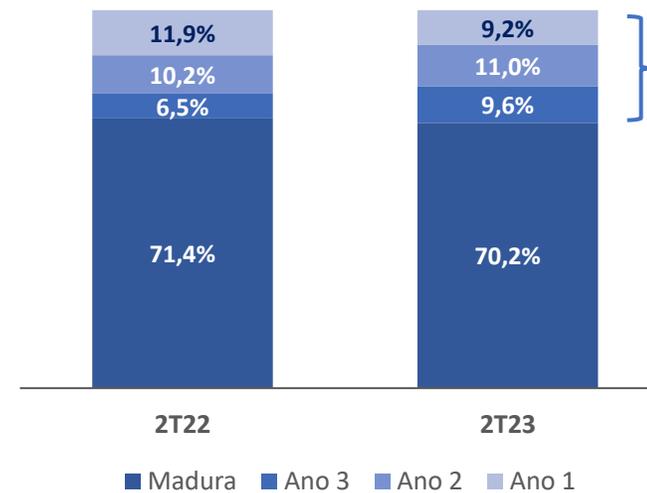
CONSISTÊNCIA E CAPACIDADE DE EXECUÇÃO: PANVEL INAUGURA 11 LOJAS NO 2T23



Número de Lojas

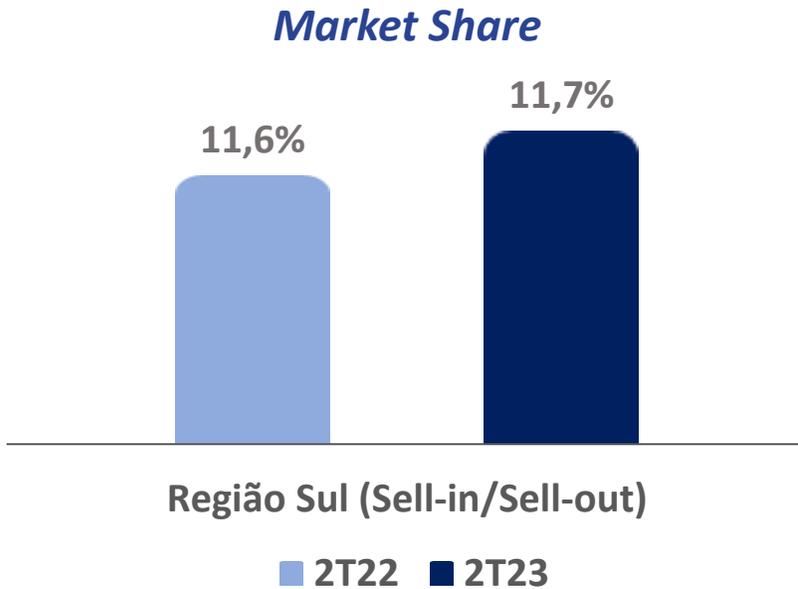


Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade

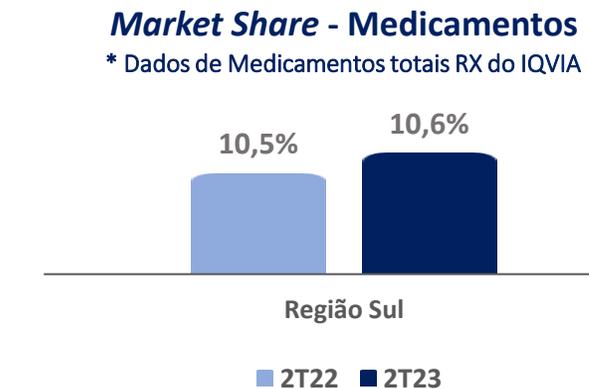
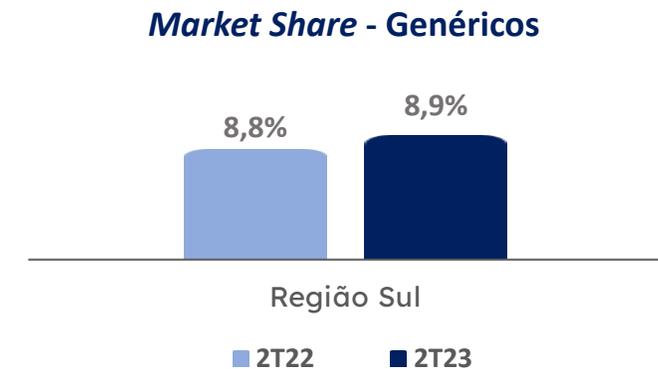
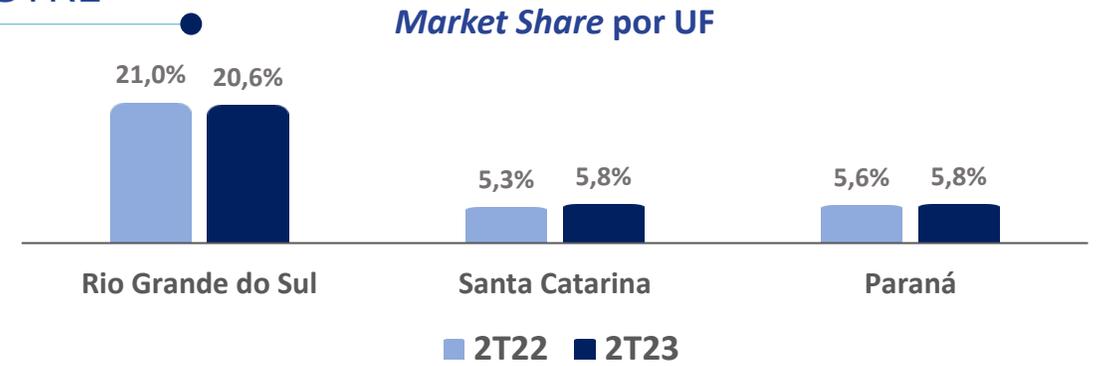


Maior volume histórico de lojas em maturação

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

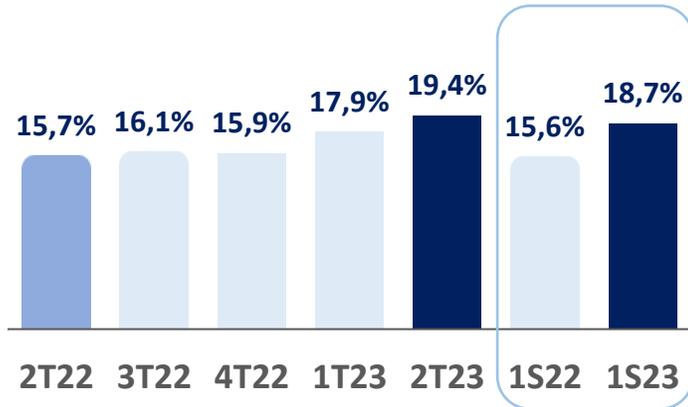


Ganho de 0,1 p.p. em *Market Share*

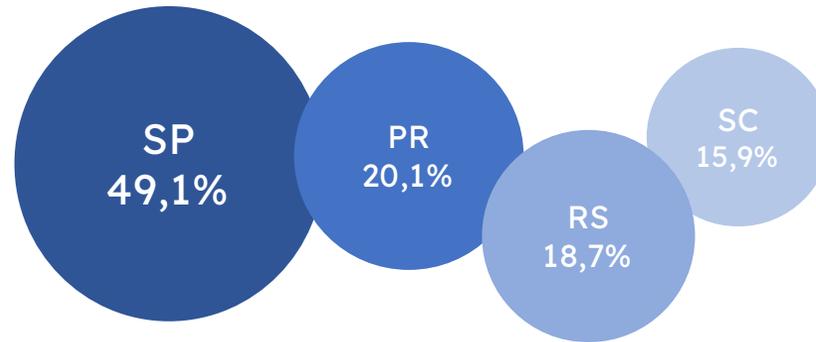


EM MAIS UM TRIMESTRE DE FORTE DESEMPENHO, DIGITAL ATINGE PARTICIPAÇÃO RECORDE E PANVEL MANTÉM SUA POSIÇÃO DE BENCHMARK DO VAREJO FARMA BRASILEIRO

Digital (Participação na RB do Varejo)

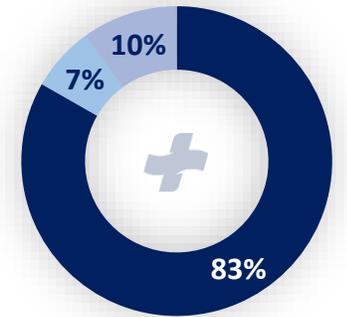


% vendas digitais por UF - 2T23

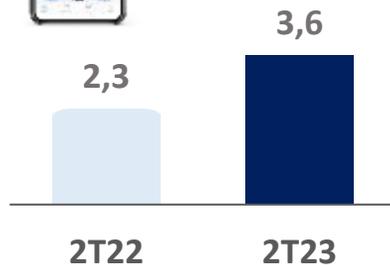


Participação Canais Digitais

- Canal Proprietário
- Marketplace
- Social Commerce

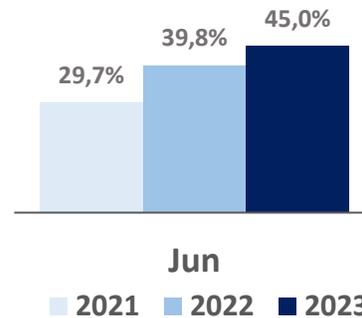


3,6mm
Download app
(+56,5% vs 2T22)



1,5 mm
de Usuário Ativos
MAU de 43,4%

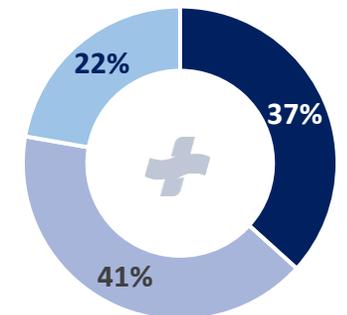
% de Entregas em 60 minutos



* Não inclui dados de Clique e Retire

Entregas por Modalidade

- Entrega Rápida
- Clique e Retire
- Entrega Programada



Clique e Retire
574 lojas



Entregas 2T23
+512.000



Mini CD/
Darkstore 9



Nível de Serviço
97% (2T23)



Lojas Delivery
150



Entrega Rápida
até 1h

MARCA PANVEL REPRESENTA **44,3%** DO MERCADO *PRIVATE LABEL PHARMA* (1,8 P.P. VS 2T22)

Fonte: IQVIA

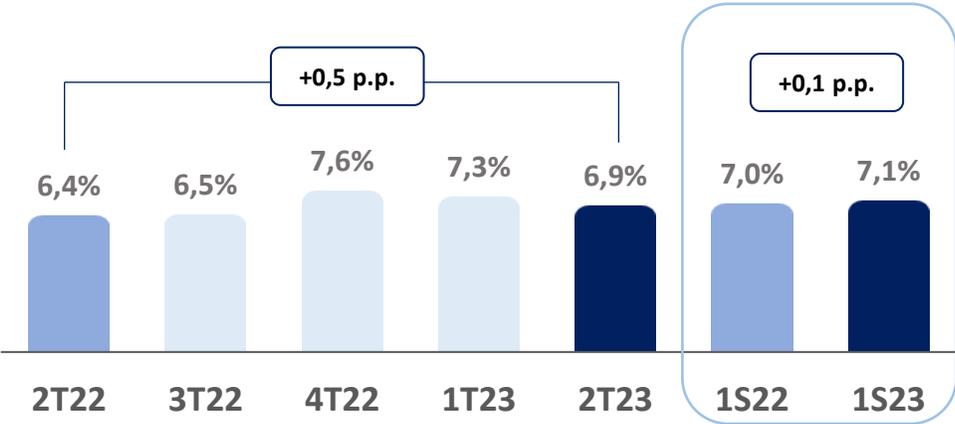
- ✓ +1.000 SKU's ativos
- ✓ Margem Bruta superior
- ✓ Líder em 40% das categorias da rede

PARTICIPAÇÃO DE **6,9%** DO TOTAL DE VENDAS DA PANVEL

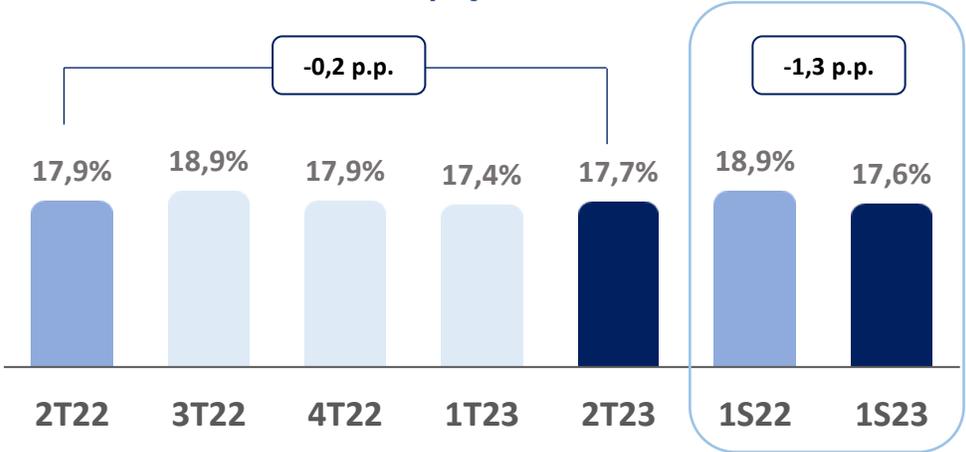
PARTICIPAÇÃO DE **17,7%** DO TOTAL DE VENDAS EM **HB**

LANÇAMENTOS LTM REPRESENTAM **24,3%** DA VENDA DE PRODUTO PANVEL NA VENDA DO VAREJO NO 2T23

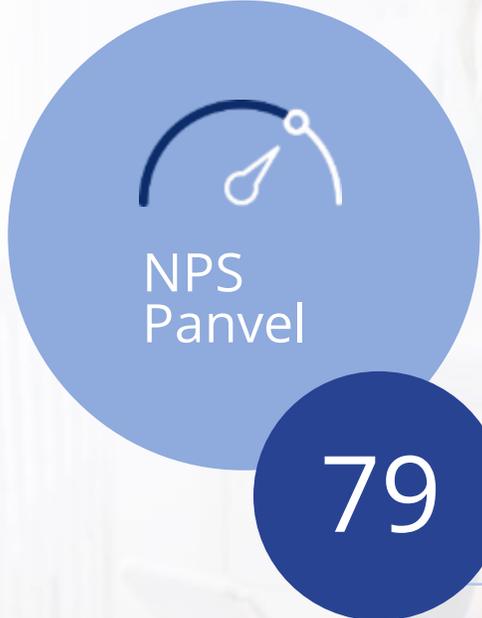
% Participação do PP nas Vendas Varejo



% Participação PP no HB







PRÊMIO DE FARMÁCIA MAIS ADMIRADA DO BRASIL
EM 2022 (IBEVAR) **RANKING 2022**
IBEVAR-FIA



NPS Site
82



NPS App
81



NPS Alô
73



NPS Loja
79



NPS Dark Stores
79



NPS Clinic
84



Reclame
Aqui
8,7



E-bit
96%



App Store
4,8



Play Store
4,8

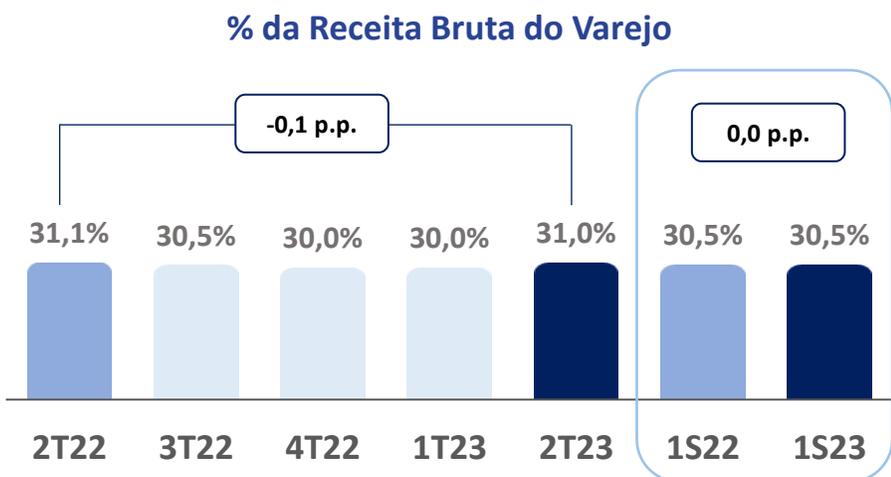
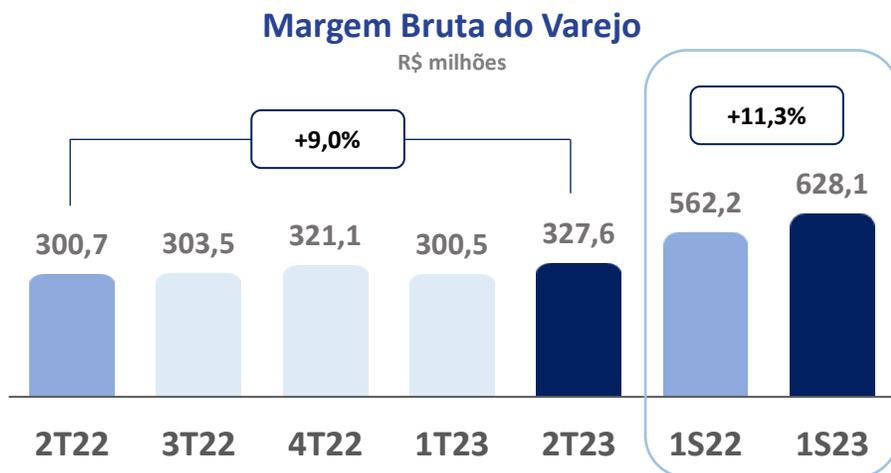


NS Alô
87%

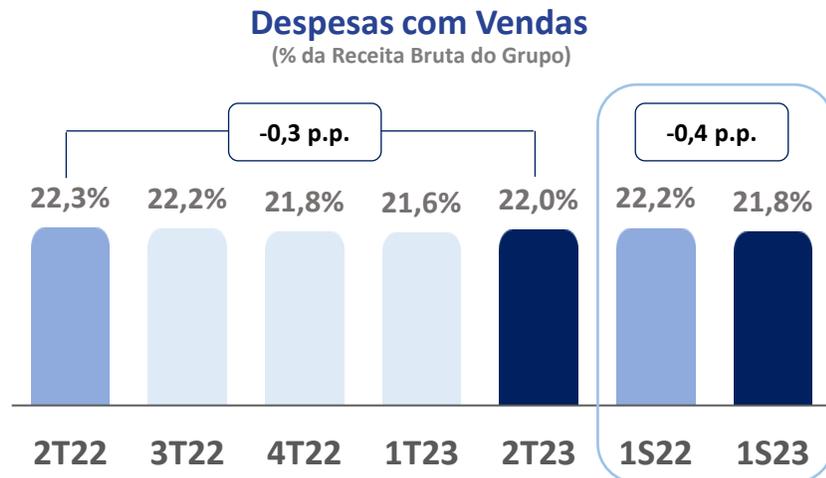


NS Sac
90%

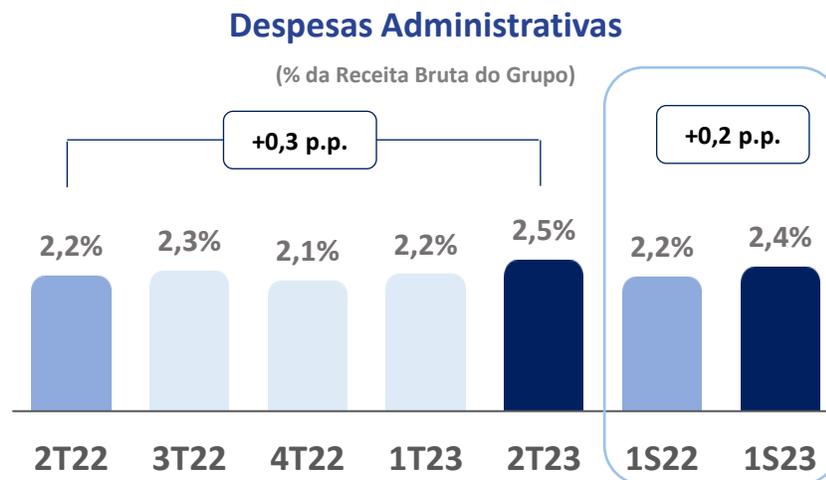
MANUTENÇÃO DE MARGEM BRUTA DO VAREJO EM ELEVADO PATAMAR É UM DOS GRANDES DESTAQUES DO PERÍODO



- ✓ Margem Bruta estável na comparação trimestral, mesmo com efeito de menor reetiquetagem no 2T23;
- ✓ Forte Crescimento das categorias de Higiene e Beleza (+22,7%), de Genéricos (+9,3%) e de Produtos Panvel (+17,7%);
- ✓ Gestão eficiente de *pricing*.



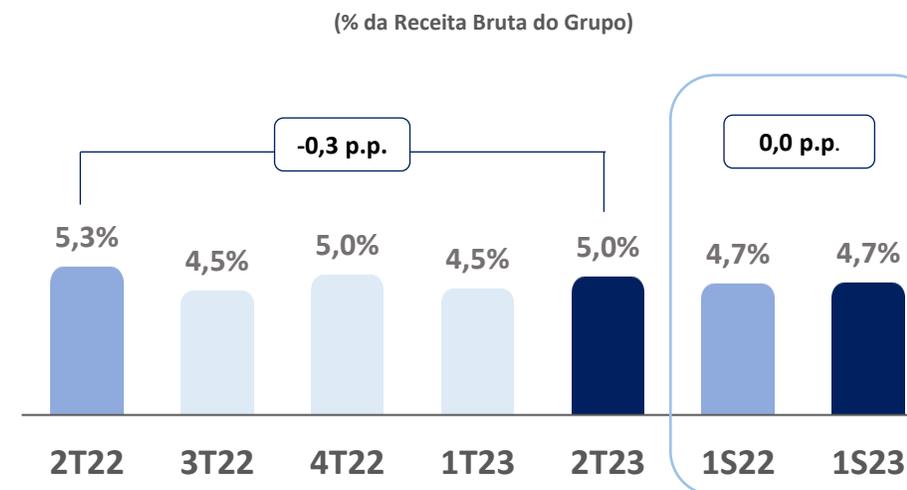
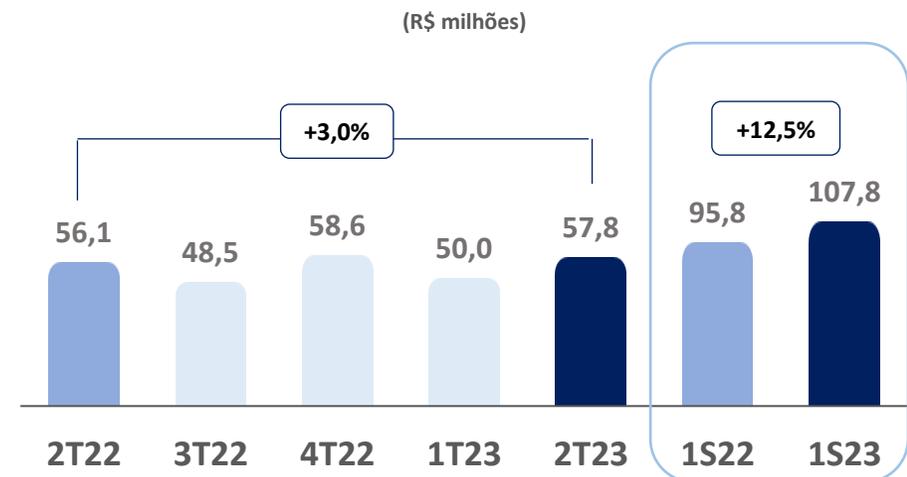
- ✓ Pánel segue colhendo ganhos de produtividade nas despesas de lojas e de logística.



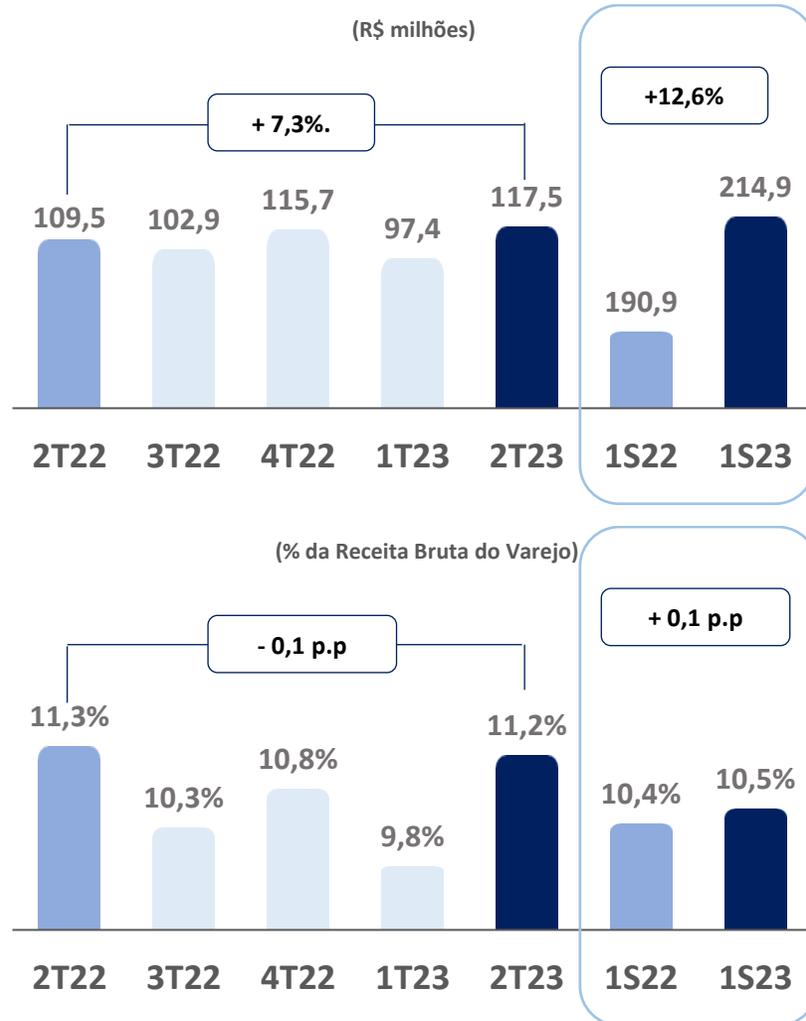
- ✓ Menor alavancagem operacional reduziu a capacidade de diluição das Despesas Gerais e Administrativas.

✓ Execução eficiente na Margem Bruta e nas Despesas com Vendas amenizaram a pressão esperada nas margens para o 2T23;

✓ Companhia seguirá expandindo suas margens no segundo semestre, através de ganhos de produtividade e uma base inflacionária favorável.



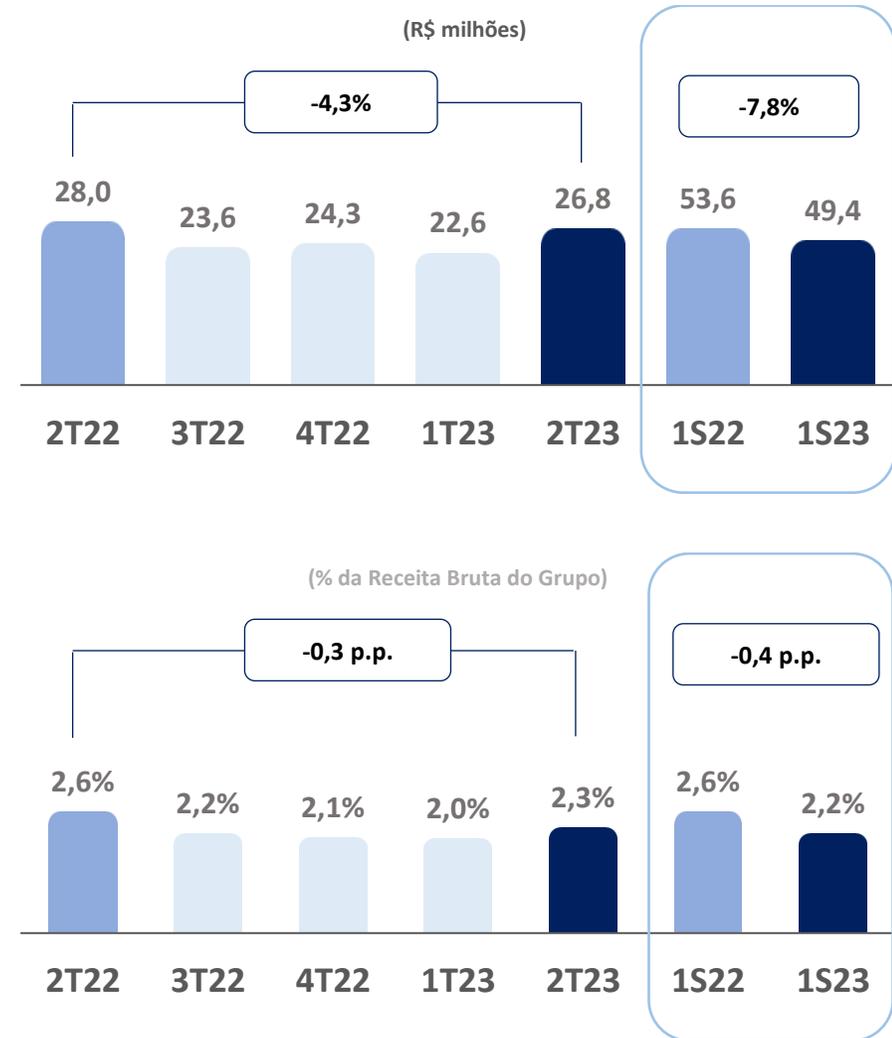
EBITDA DO VAREJO ALCANÇA R\$ 117,5 MILHÕES, EQUIVALENTE A 11,2% DA RECEITA BRUTA



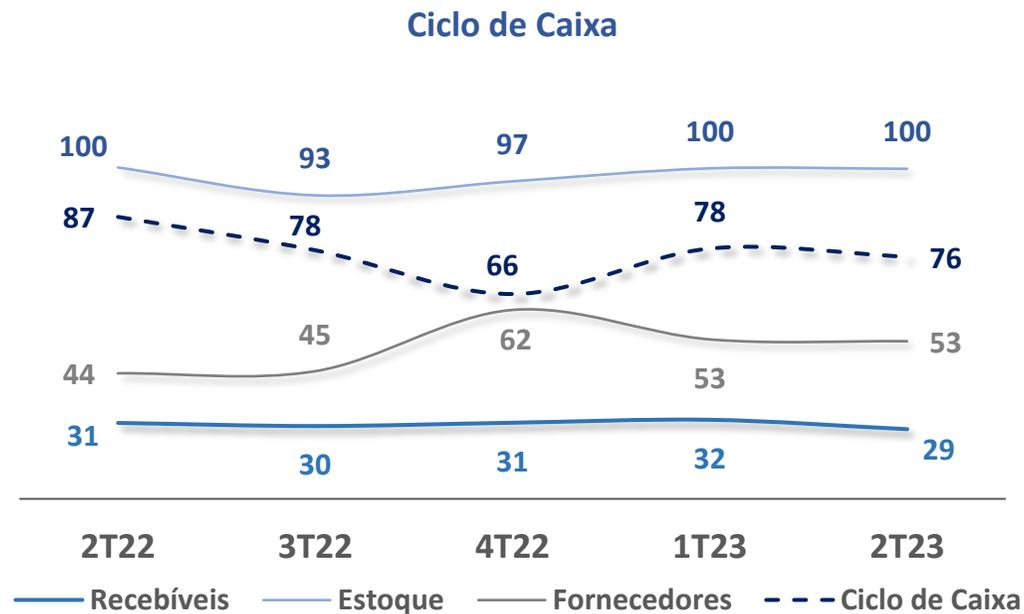
- ✓ Boa performance de Lojas Maduras;
- ✓ Ramp Up acelerado de Lojas Novas;
- ✓ EBITDA do semestre cresce 0,1 p.p., mesmo contra forte base de comparação de 2022.

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO ATINGE R\$ 26,8 MILHÕES, EQUIVALENTE A 2,3% DA RECEITA BRUTA DO GRUPO

- ✓ Pressão de 0,3 p.p. na comparação trimestral, em linha com a observada no EBITDA.
- ✓ Melhor resultado desde 3T22, refletindo melhor equilíbrio entre o resultado da operação e as despesas com juros e impostos.



PANVEL MELHORA O SEU CICLO DE CAIXA EM 11 DIAS VS 2T22



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

	2T22	3T22	4T22	1T23	2T23
Dívida Líquida (R\$ mm)					
Dívida de Curto Prazo	88,3	97,9	118,4	302,3	293,7
Dívida de Longo Prazo	172,9	172,9	116,4	116,4	60,0
Dívida Bruta	261,2	270,7	234,8	418,8	353,7
(-) Caixa e Equivalentes	127,0	164,3	157,4	257,6	193,2
Dívida Líquida / Caixa Líquido	134,2	106,5	77,5	161,1	160,5
Dívida Líquida / EBITDA LTM	0,8x	0,6x	0,4x	0,8x	0,9x

- ✓ Baixa alavancagem em um cenário macroeconômico desafiador.

PILARES ESTRATÉGICOS

EXPANSÃO



DIGITAL



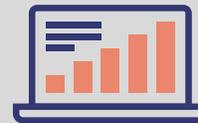
LOGÍSTICA



PRODUTOS
PANVEL



CRM E
ANALYTICS



ECOSSISTEMA
DE SAÚDE



ESG



INOVAÇÃO & TECNOLOGIA

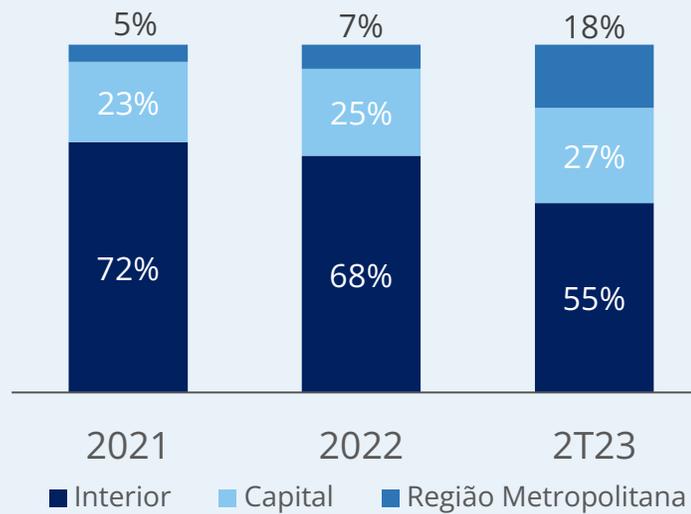
PESSOAS E CULTURA



Aberturas por Tipo de Loja

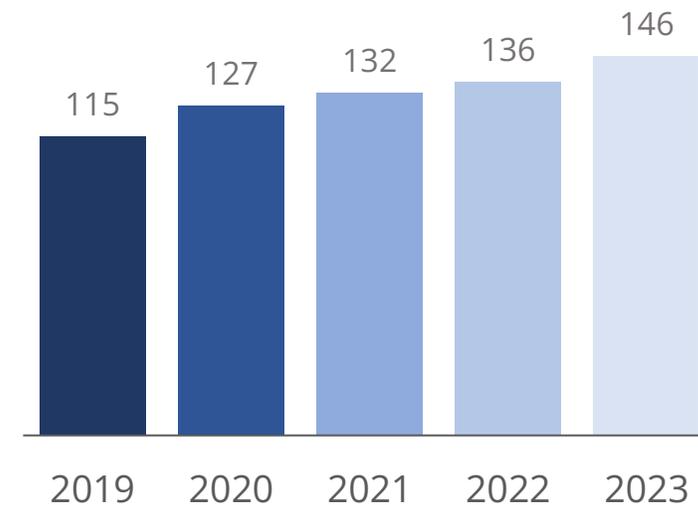


Aberturas por Tipo de Cidade

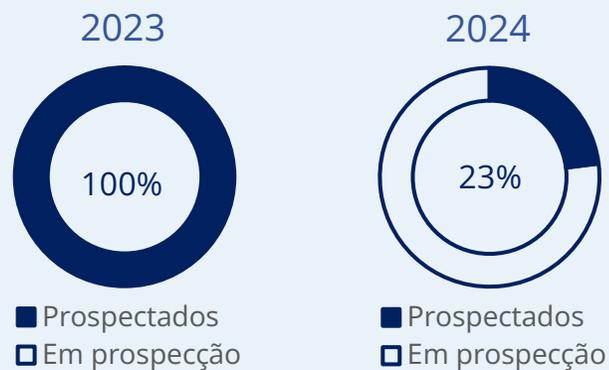


Cidades com Lojas Panvel

Estimativa de +10 novas cidades em 2023



Prospecção de Pontos



Foco na Região Sul

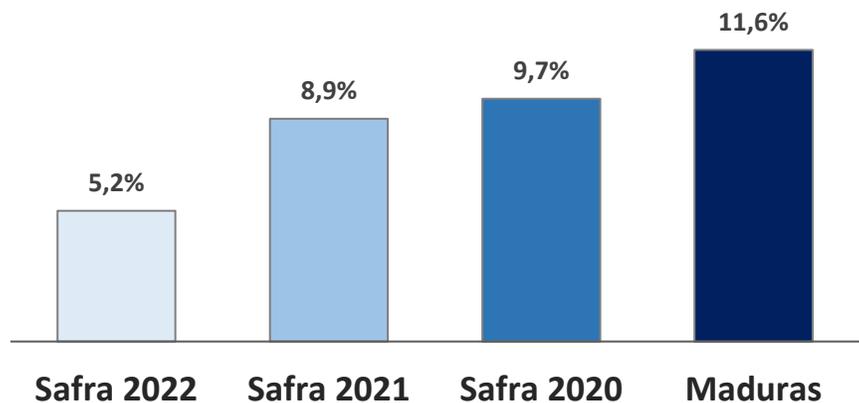
Interiorização

Modelos Pop e Standard

EXPANSÃO ESTRATÉGICA – EBITDA DO VAREJO E ROIC

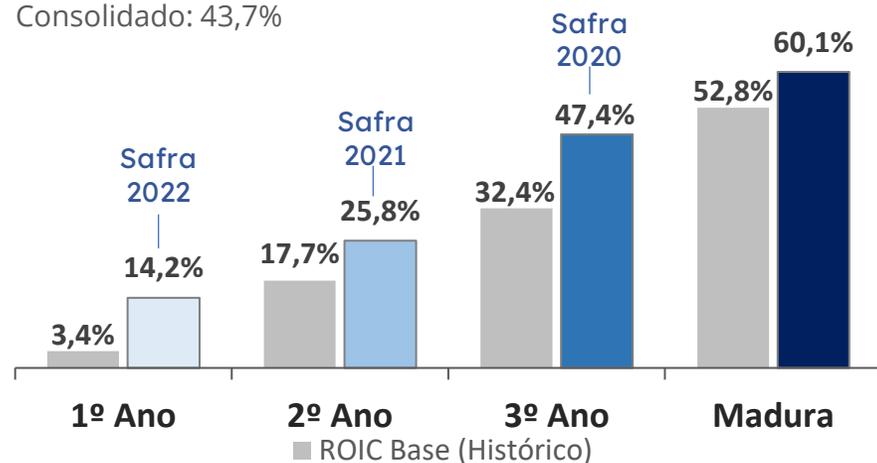
EBITDA do Varejo por Safra

Consolidado 2023: 10,9%



ROIC Safra/Ano

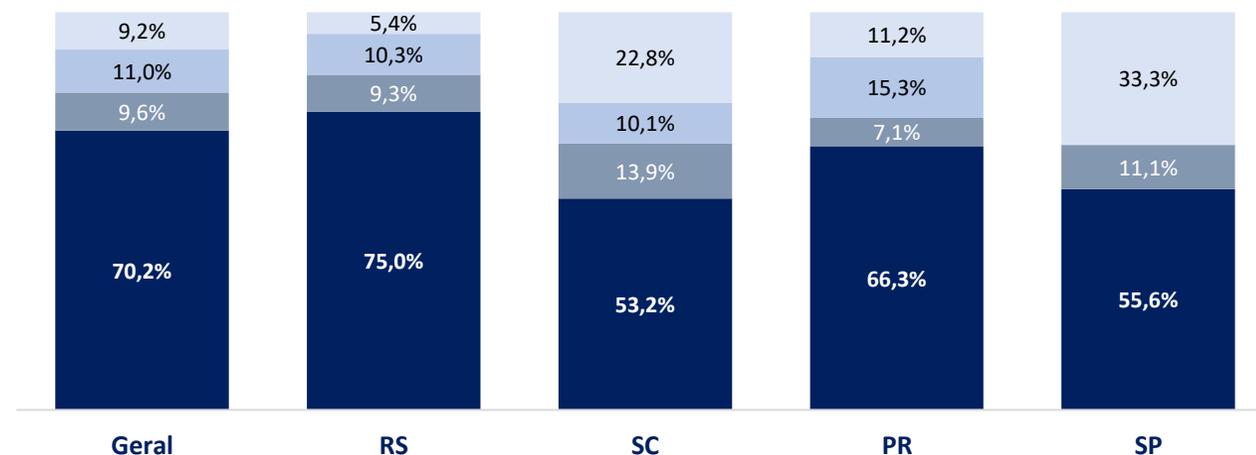
Consolidado: 43,7%



1º ano = lojas com no mínimo 12 meses

Maturidade por Estado

■ MADURA ■ ANO 3 ■ ANO 2 ■ ANO 1



Market Share 2T23

20,6%

5,8%

5,7%

-

EBITDA LTM 2T23

12,1%

9,1%

8,3%

5,4%

LTM = últimos 12 meses

Pública

DIGITAL



Gerente Digital

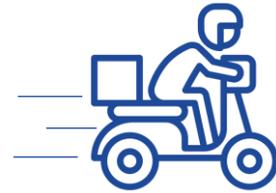
350 Lojas Ativas

+60 mil postagens

+35 milhões de impressões

+50% de tráfego em nossas redes sociais

Alto nível de participação nas vendas do Digital



Entrega Turbo

30 min

Nova modalidade de entrega!

- ✓ Entrega personalizada e aderente à necessidade do cliente
- ✓ Novo patamar para o Varejo Farma Brasileiro
- ✓ Piloto já em execução em Porto Alegre

Retail Media



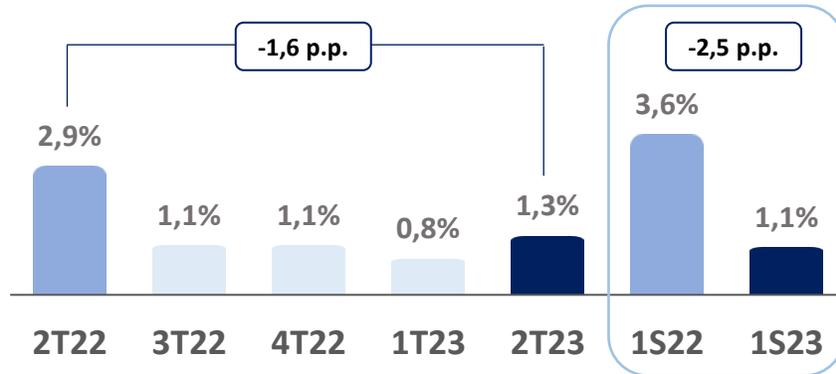
+ Awareness

+ Geração de Venda

+ Conversão

+ Retenção

Serviços (Participação na RB do Varejo)



Liderança em serviços na Região Sul (2T23)

21,3% de *Market Share*



Líder em vacinação na Região Sul (2T23)

38,1% de *Market Share*

Fonte: IQVIA

343 Lojas Clinic (+15 salas vs 2T22)

90 Salas de Vacinas (+5 salas vs 2T22)

Exames Rápidos

+ de 50 unidades capacitadas para realizar testes

+ de 15 tipos de testes já disponíveis

A atuação pioneira em serviços foi case de várias reportagens na imprensa nacional, reforçando o nosso compromisso de cuidar da saúde de nossos clientes.



- ✓ [Matéria JN;](#)
- ✓ [Matéria Bom dia Brasil;](#)
- ✓ [Matéria Band Cidade;](#)
- ✓ [Matéria NSC TV;](#)

grupo panvel

PanVel DIMED LIFAR

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2022



Perspectivas

2º Semestre

Expectativa de
expansão de margens

Crescimento da Receita ✓

- Manutenção do ritmo de Expansão;
- Lojas novas com *ramp-up* acelerado;
- Lojas maduras crescendo acima da inflação;
- Foco no nível de serviço de nossas lojas e investimento em *data analytics*, CRM e Digital;

Lucro Bruto ✓

- Manutenção do nível de Margem Bruta;
- Genéricos, Higiene e Beleza e Produtos Panvel como alavancas de crescimento.

Despesas ✓

- Ganhos de eficiência logística;
- Ganhos de produtividade em loja;
- Base inflacionária favorável

EBITDA do Varejo ✓

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

Endividamento ✓

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

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
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.