

VIDEOCONFERÊNCIA DE
Resultados
4T21 e 2021

 **PagueMenos**



Este documento pode conter certas declarações futuras e informações relacionadas à Companhia que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua administração com respeito a sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração que possua previsão, indicação ou estimativas e projeções sobre resultados futuros, performance ou objetivos, bem como palavras como “acreditamos”, “antecipamos”, “esperamos”, “estimamos”, “projetamos” entre outras palavras com significado semelhante. Embora a Companhia e sua administração acreditem que tais estimativas e declarações prospectivas são baseadas em premissas razoáveis, elas estão sujeitas a riscos, incertezas e eventos futuros e são emitidas à luz de informações que estão atualmente disponíveis. As eventuais declarações prospectivas se referem apenas à data em que foram emitidas, e a Companhia não se responsabiliza por atualizá-las ou revisá-las publicamente após a distribuição deste documento em virtude de novas informações, eventos futuros ou outros fatores. Os investidores devem estar cientes que diversos fatores importantes fazem com que os resultados efetivos diferenciem-se de modo relevante de tais planos, objetivos, expectativas, projeções e intenções expressadas neste documento.

Em vista dos riscos e incertezas supramencionados, as circunstâncias e eventos prospectivos discutidos neste documento podem não ocorrer, e os resultados futuros da Companhia podem diferir significativamente daqueles expressos ou sugeridos nessas declarações prospectivas. Declarações prospectivas envolvem riscos e incertezas e não são garantias de eventos futuros. Portanto, os investidores não devem tomar nenhuma decisão de investimento com base nas declarações prospectivas eventualmente aqui contidas.

O mercado e as informações de posição competitiva, incluindo eventuais projeções de mercado citadas ao longo deste documento, foram obtidas por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais. Apesar de não termos razão para acreditar que qualquer destas informações ou relatórios sejam imprecisos em qualquer aspecto relevante, não verificamos independentemente da posição competitiva, posição de mercado, taxa de crescimento ou qualquer outro dado fornecido por terceiros ou outras publicações da indústria. A Companhia não se responsabiliza pela veracidade de tais informações.

Certas porcentagens e outros valores incluídos neste documento foram arredondados para facilitar a sua apresentação. As escalas dos gráficos dos resultados podem figurar em proporções diferentes, para otimizar a demonstração. Dessa forma, os números e os gráficos apresentados podem não representar a soma aritmética e a escala adequada dos números que os precedem, e podem diferir daqueles apresentados nas demonstrações financeiras.

As informações trimestrais foram preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS16), de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil (BR GAAP).



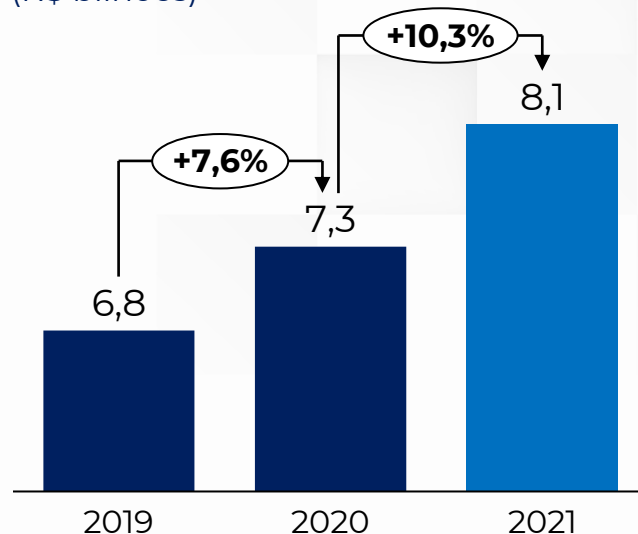
Resultados 4T21 e 2021

Luiz Novais, *CFO*

Mais um ano de resultados consistentes

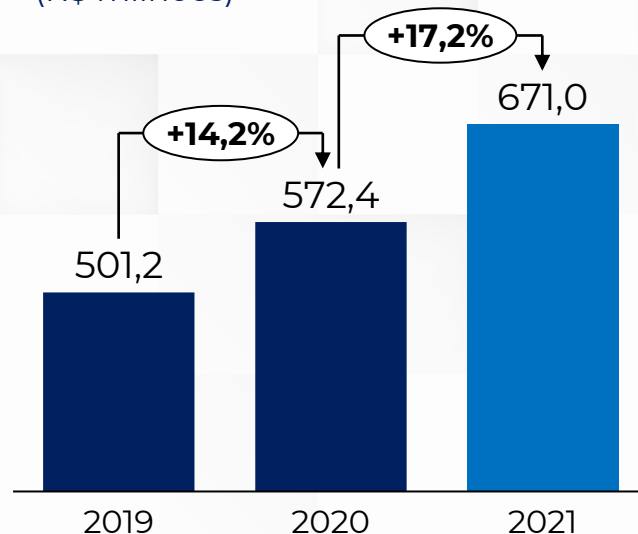
Receita Bruta

(R\$ bilhões)



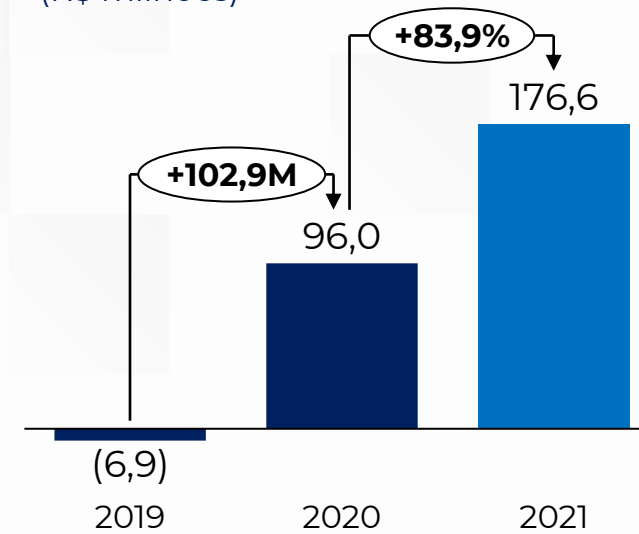
EBITDA Aj.

(R\$ milhões)



Lucro Líquido Aj.

(R\$ milhões)



A consistência na melhoria de rentabilidade é resultado de importantes **avanços comerciais, operacionais e investimentos estratégicos** que estão pavimentando o nosso futuro.

Avanços Comerciais

Estratégia comercial bem sucedida, com resultados positivos em múltiplos KPIs

	2020	2021	
 Margem Bruta (% da receita bruta)	29,0%	30,0%	+1,0p.p.
 Marcas Próprias (participação nas vendas totais %)	5,6%	6,2%	+0,6p.p.
 Venda Incremental CRM (% da venda total)	1,3%	2,8%	+1,5p.p.
 Sortimento Ativo/Loja (# milhares de SKUs)	8,2	9,8	+19,5%
 Ruptura de Estoques (4T20 = base 100)	100,0	62,5	-37,5%
 Perdas com Estoques (2020 = base 100)	100,0	70,9	-29,1%

Avanços Operacionais

Melhoria contínua e crescimento expressivo em diversos indicadores operacionais

	2020	2021	
 Venda Loja/Mês (R\$ mil – mesmas lojas)	549	→ 604	+10,1%
 Venda Funcionário/Mês (R\$ mil)	31,2	→ 34,5	+10,8%
 NPS (média ano)	69	→ 74	+5pts
 Vendas Canais Digitais (% das vendas totais)	4,7%	→ 7,7%	+3,0p.p.
 Atendimentos Clinic Farma (milhões)	0,8	→ 2,5	+196%
 Vendas Convênios&Parcerias (% das vendas totais)	12,0%	→ 21,0%	+9,0p.p.

Expansão Orgânica

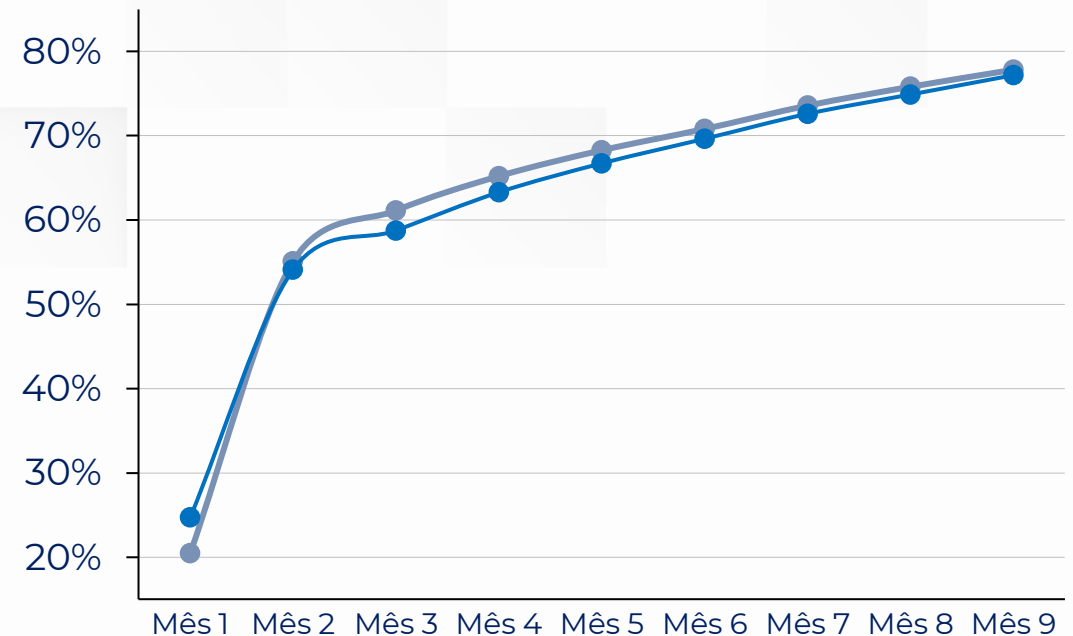
Foco nas regiões Norte e Nordeste e na Classe Média Expandida

-  **80** novas lojas
-  **22** novos municípios
-  **~80%** no Norte/Nordeste
-  **~80%** em micromercados com predominância de classes B2, C e D
-  Performance inicial em linha com projeções

Curva de Maturação

(em % da venda potencial)

—●— Projetado¹ —●— Realizado

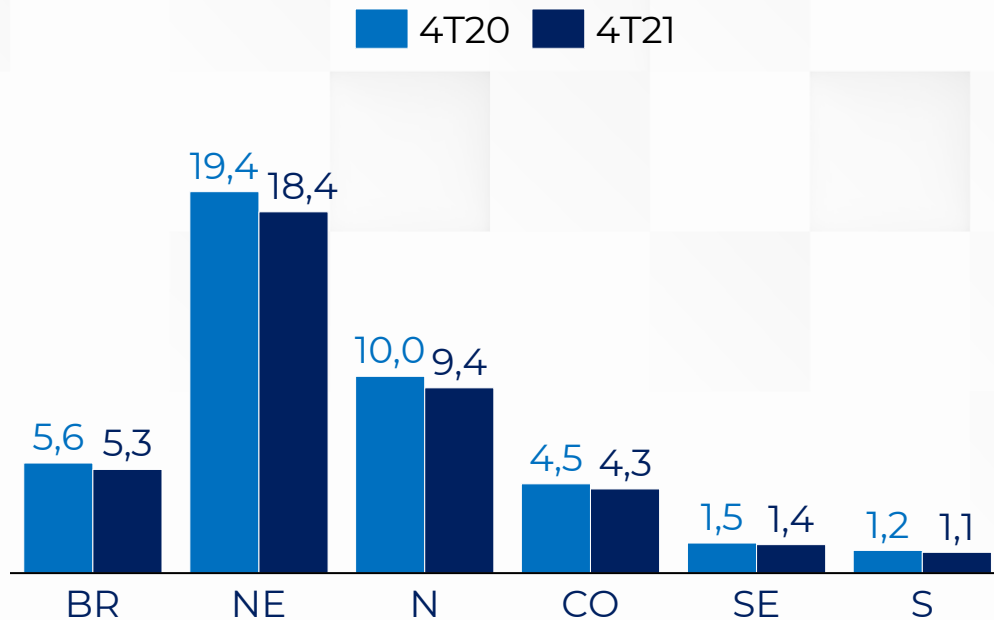


¹ Curva projetada com base na análise de viabilidade econômica de cada site

Market Share

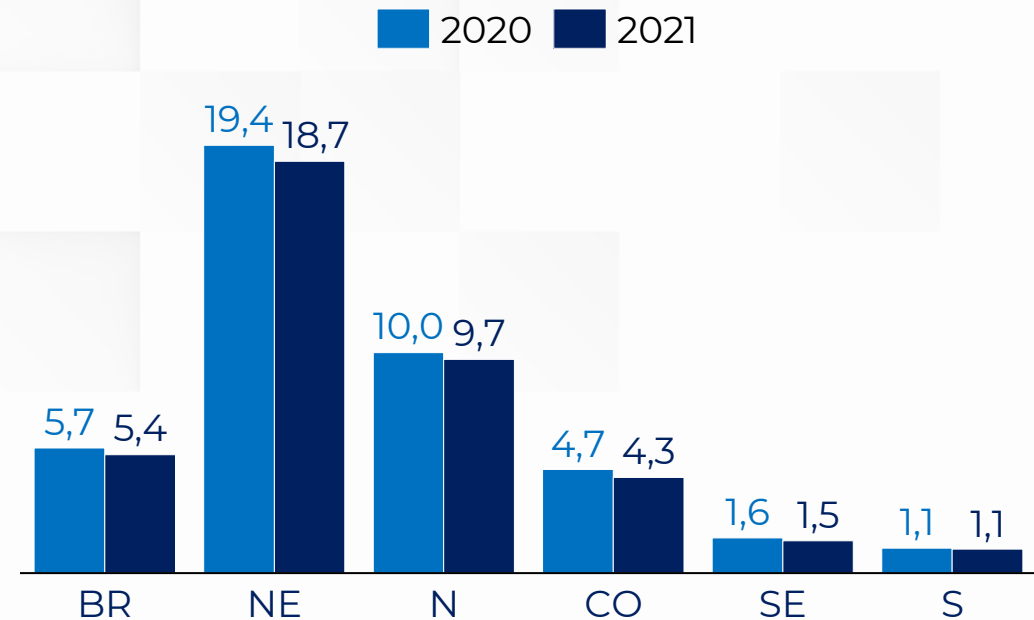
Manutenção da liderança em regiões core

Market Share Trimestre (%)



Fonte: IQVIA

Market Share Acumulado Ano (%)

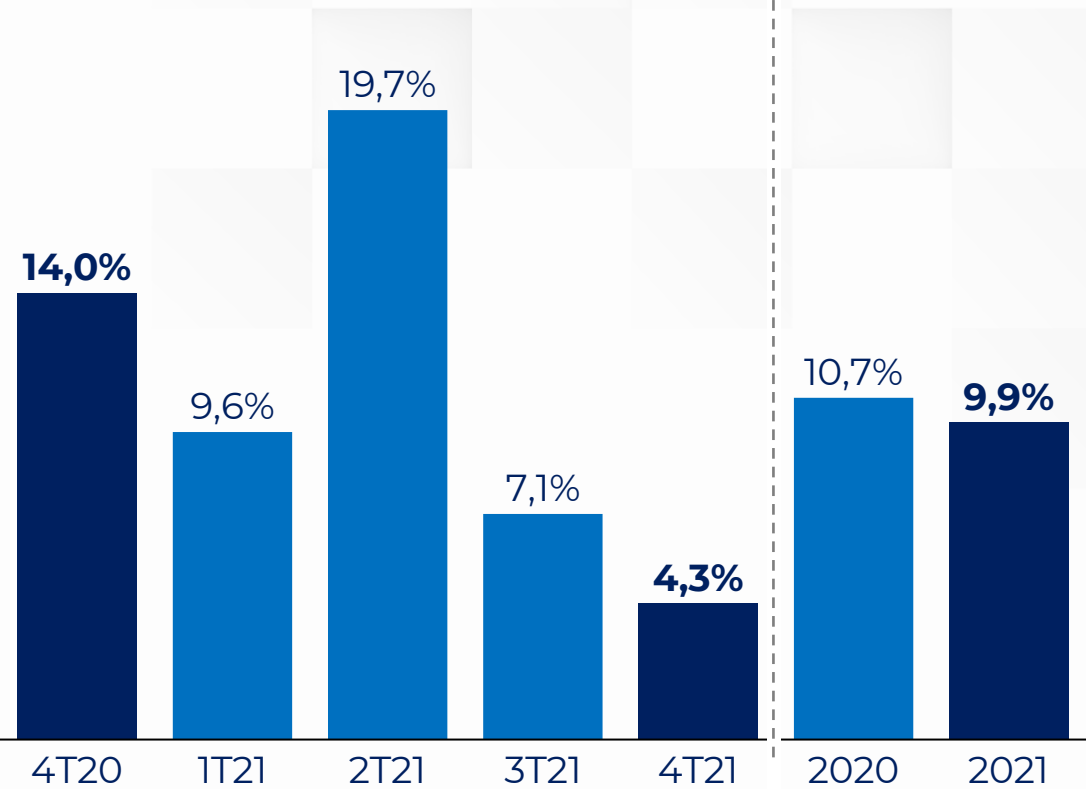


Novas lojas ainda estão em estágio inicial de maturação, pouco contribuindo com o *market share* do período. Esperamos que a partir de 2022 a dinâmica de *market share* se torne favorável, acompanhando a maturação de novas lojas.

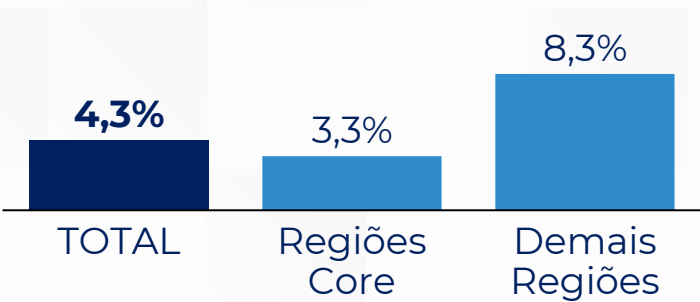
Desempenho de Vendas

Crescimento mesmas lojas em 2 anos superior a inflação de medicamentos

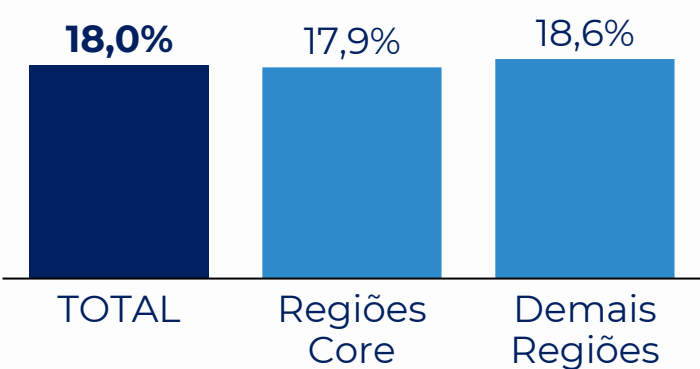
Crescimento Mesmas Lojas (SSS)
(variação %)



SSS por Região
(variação 4T21 vs 4T20)



SSS por Região Acumulado 2 anos
(variação 4T21 vs 4T19)

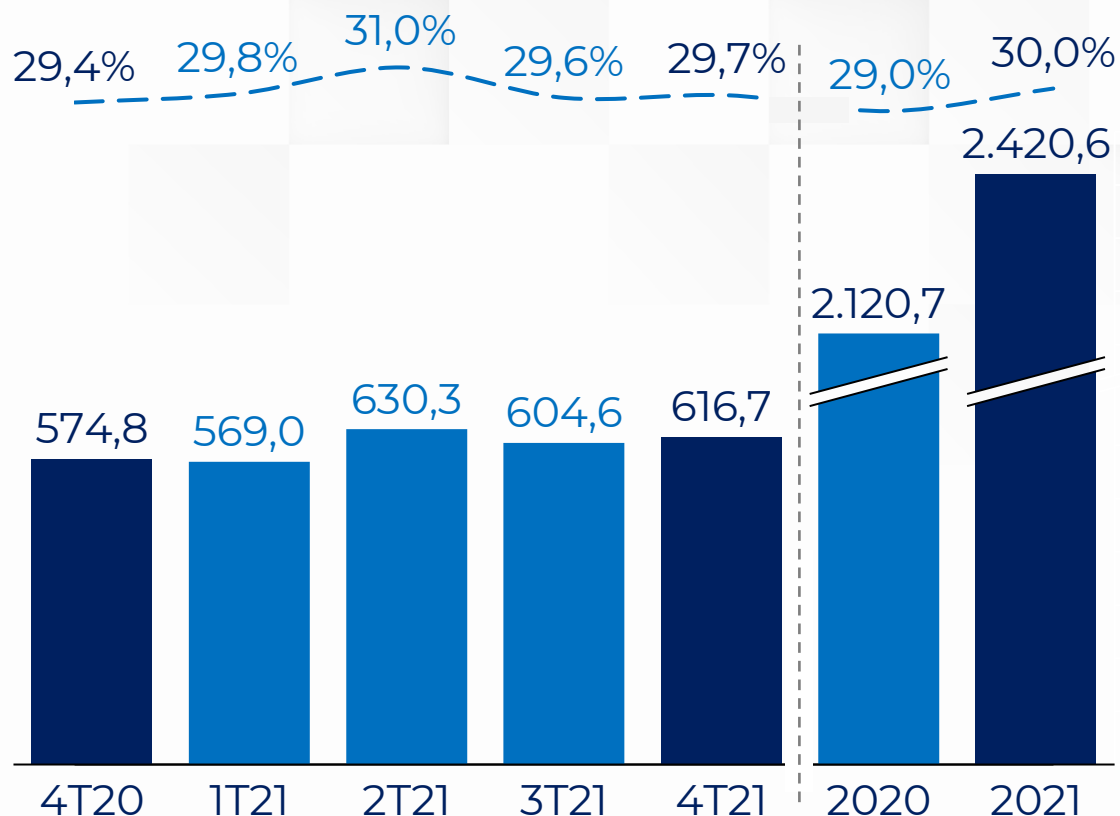


Lucro e Margem Bruta

Robusto crescimento de 1,0 pp em Margem Bruta, fruto da melhoria na execução comercial

Lucro e Margem Bruta

(em R\$ milhões e % da receita bruta)



+0,3p.p. (4T21 vs 4T20)

+1,0p.p. (2021 vs 2020)



Projetos Pricing e Vendor Mgmt, evolução nas categorias de Marcas Próprias, Genéricos e Serviços e redução em perdas com estoques



Evolução de canais estratégicos como digital, convênios e parcerias (investimentos em margem para incremento em vendas e cash margin e maior fidelização)

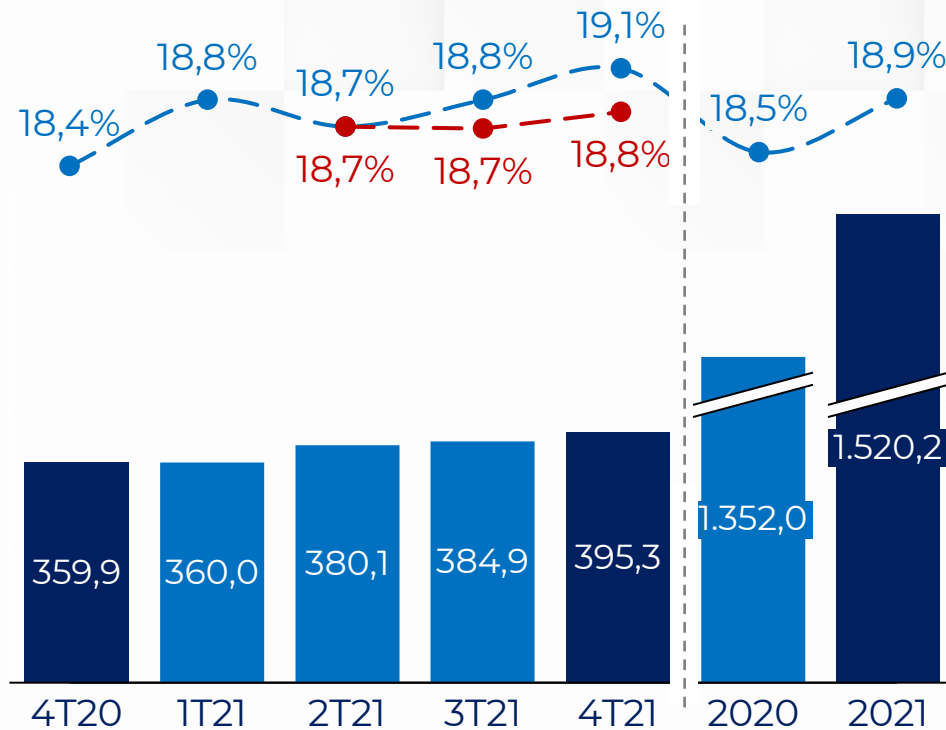
Margem de Contribuição

Expansão na margem de contribuição, mesmo com a retomada na expansão orgânica

Despesas com Vendas

(R\$ milhões e % da Receita Bruta)

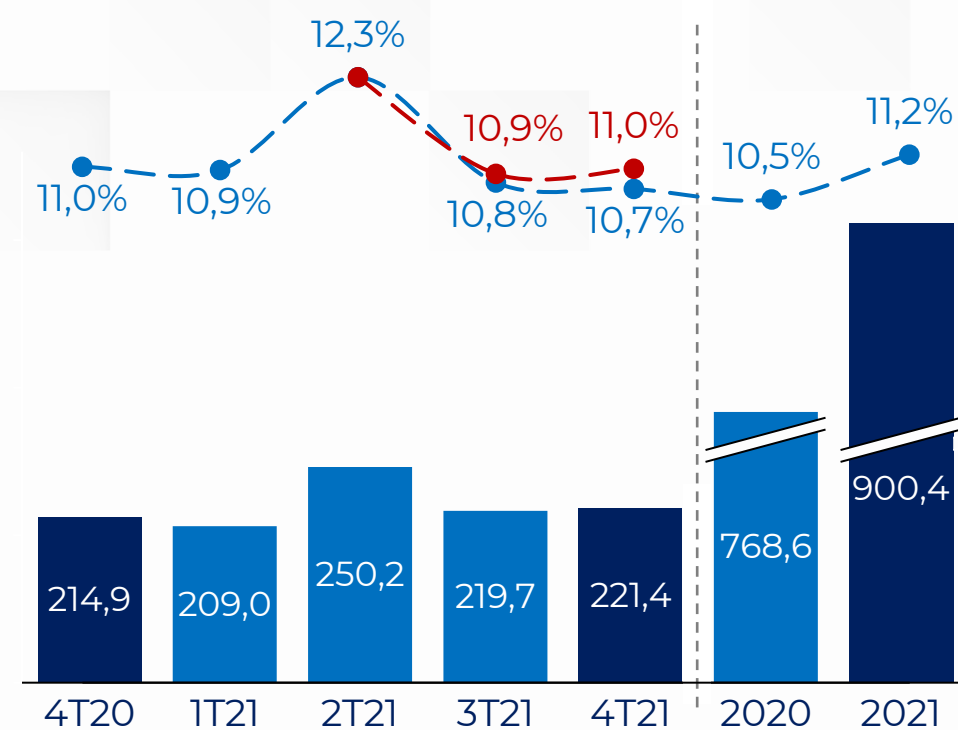
—●— Total Lojas —●— Mesmas Lojas



Margem de Contribuição

(R\$ milhões e % da Receita Bruta)

—●— Total Lojas —●— Mesmas Lojas

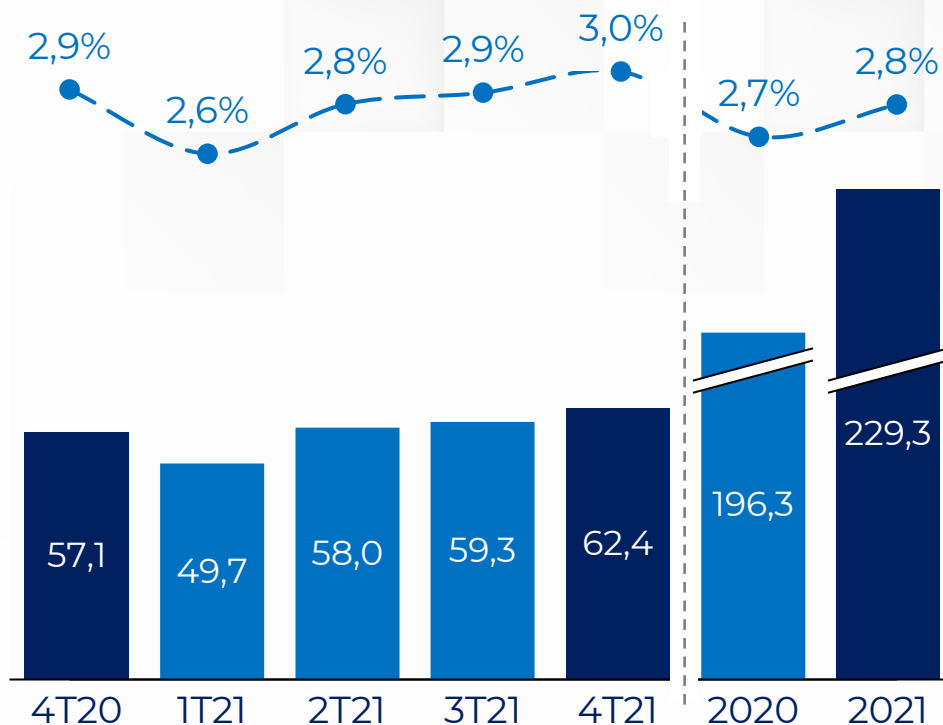


Despesas G&A e EBITDA

Robusto crescimento de Margem EBITDA no ano, mesmo com pressões inflacionárias e reforço na estrutura corporativa

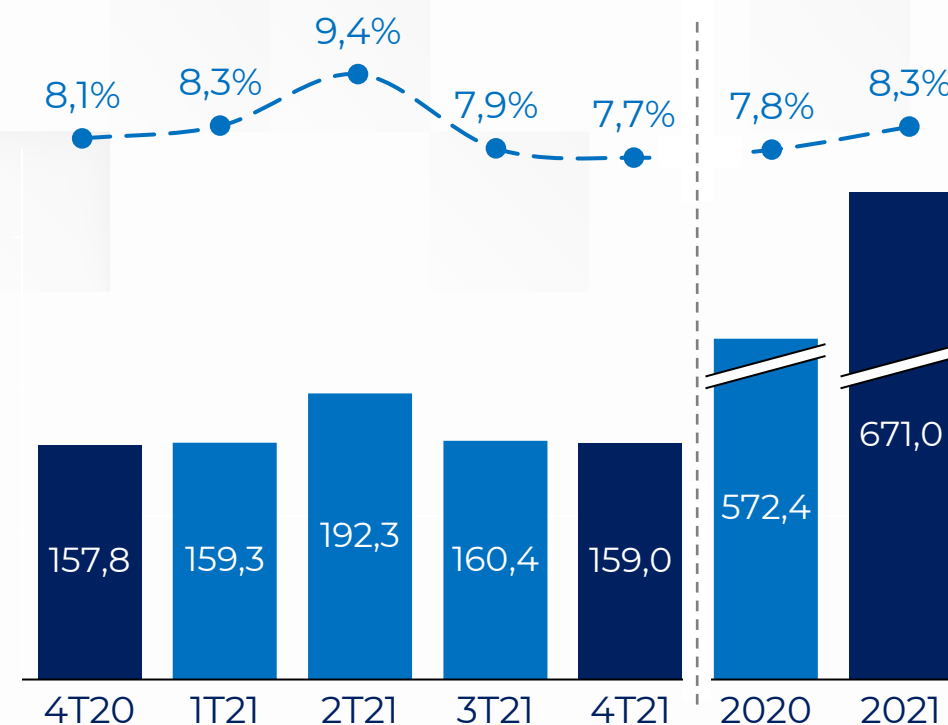
Despesas Gerais e Administrativas

(R\$ milhões e % da Receita Bruta)



EBITDA Ajustado

(R\$ milhões e % da Receita Bruta)

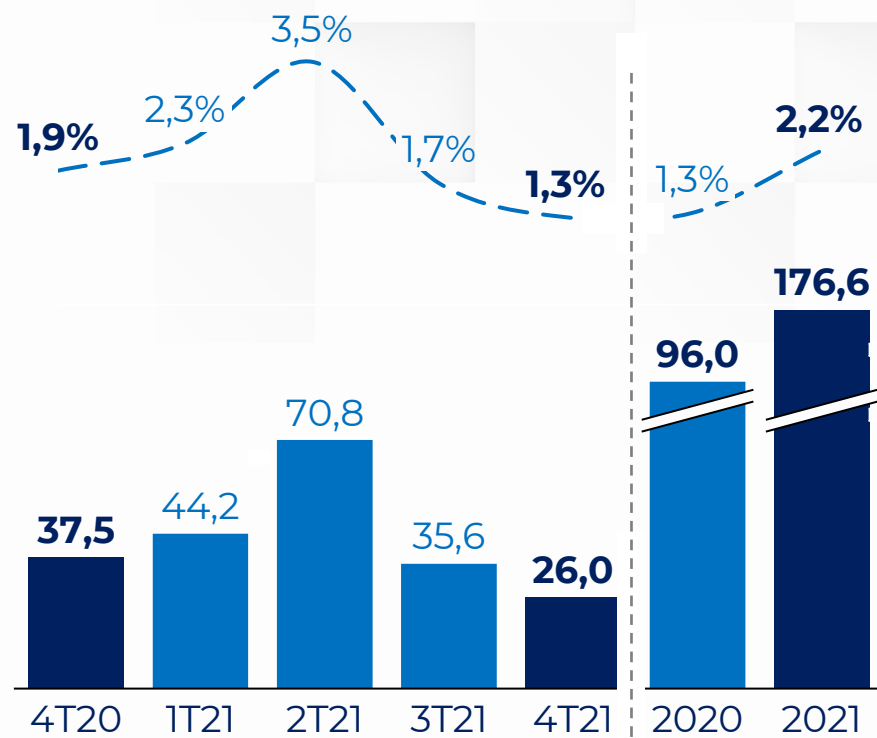


Lucro Líquido Ajustado

Forte expansão de lucro em 2021 combinando crescimento de vendas, margem e resultado financeiro

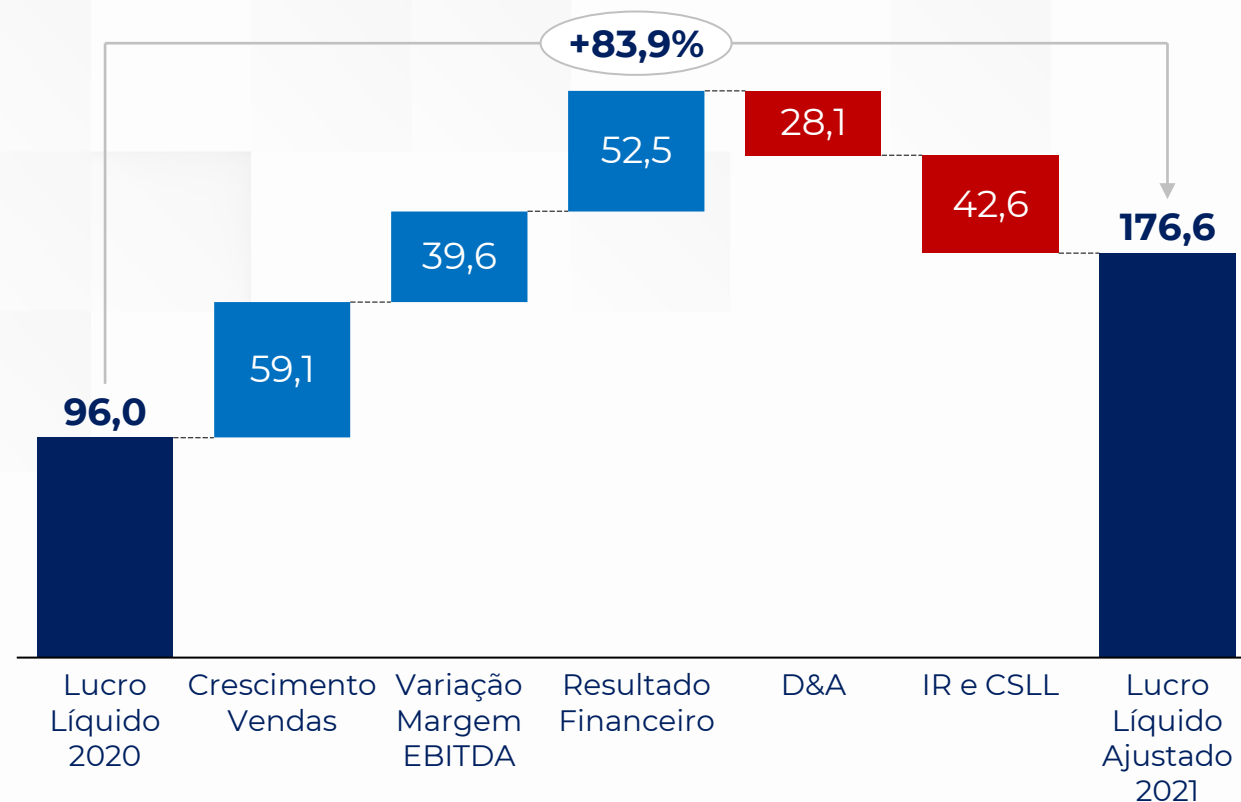
Lucro Líquido Ajustado

(em R\$ milhões e % da receita bruta)



Componentes da Variação do Lucro

(em R\$ milhões)



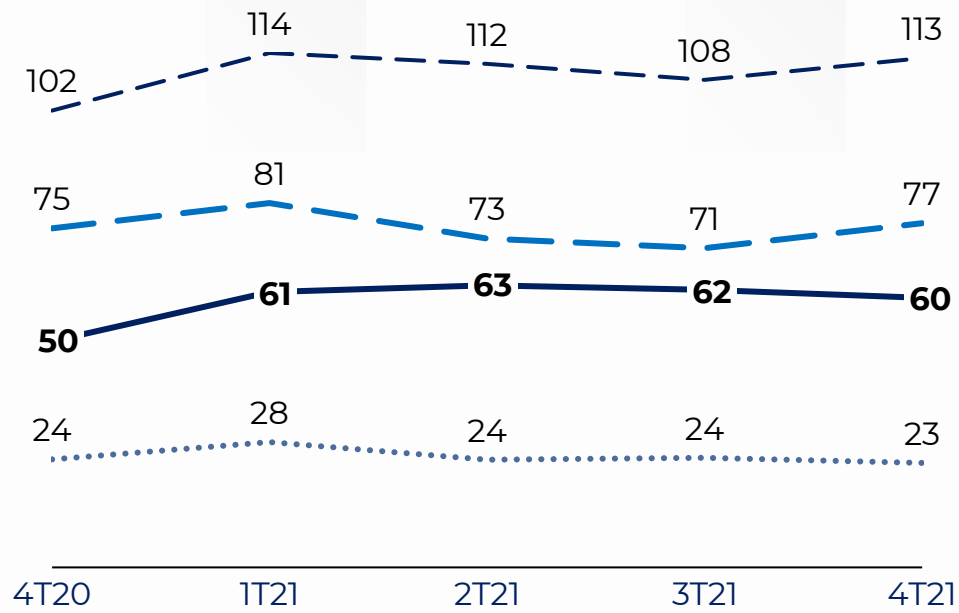
Ciclo de Caixa e Endividamento

Maior investimento em estoques suportando a estratégia comercial com manutenção do nível de endividamento em patamar controlado

Ciclo de Caixa Operacional

(em dias de CMV e dias de Receita Bruta)

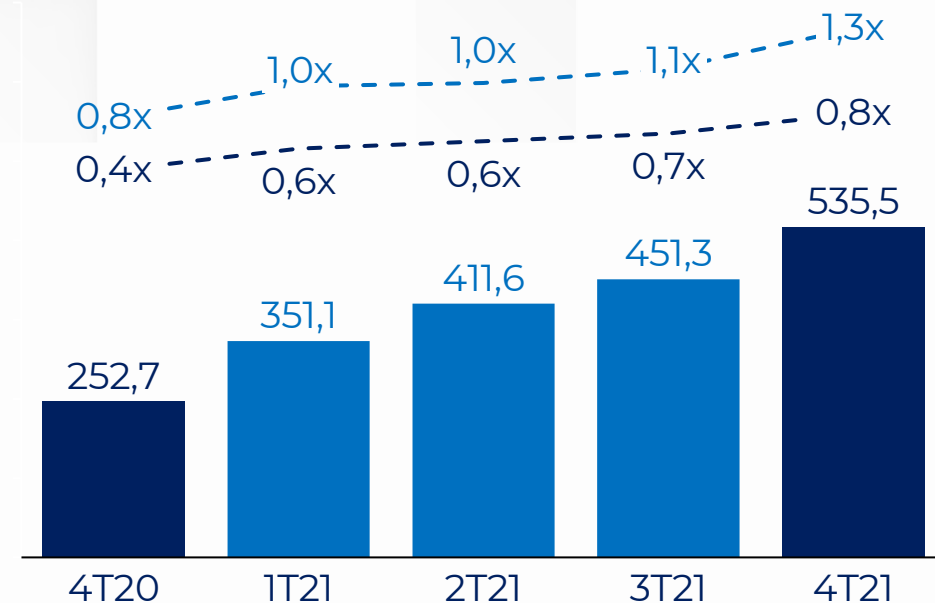
— (+) Estoques —■— (=) Ciclo de Caixa
— (-) Fornecedores (+) Recebíveis



Dívida Líquida

(em R\$ milhões e múltiplo do EBITDA)

■ Dívida Líquida - - - Dívida Líquida / EBITDA (ex-IFRS16)
- - - Dívida Líquida / EBITDA





Jornada ESG

Jorge Jubilato, *Vice-Presidente de Gente, Jurídico, Administrativo e ESG*

Agenda ESG 2030

VISÃO: SAÚDE PARA TODOS

A Pague Menos será uma solução completa de saúde que contribuirá, significativamente, para reduzir as desigualdades de acesso a uma vida saudável no Brasil.

Conheça mais em:
<https://esg.paguemenos.com.br/>



SAÚDE PARA AS PESSOAS

Acreditamos que podemos fazer a diferença na vida de todos os brasileiros, mas principalmente daqueles que têm menos acesso à saúde, garantindo tratamento, informação, cuidado e prevenção.

ODS* prioritários



SAÚDE PARA O MEIO AMBIENTE

Reconhecemos que a saúde das pessoas está intrinsecamente relacionada à saúde do meio ambiente, portanto, nos comprometemos a fazer nossa parte, adotando práticas mais sustentáveis.

ODS* prioritários



SAÚDE PARA OS NEGÓCIOS

Para nós, um negócio só é saudável se for pautado por relações de qualidade e promover oportunidades de desenvolvimento, financeiro, intelectual, emocional, para todos os seus stakeholders.

ODS* prioritários



Saúde para as Pessoas

3 Compromissos / 10 metas



Compromissos:

1

Contribuir para a saúde e bem-estar de nossos clientes e colaboradores, ajudando-os na prevenção de doenças crônicas e adesão ao tratamento médico prescrito.

2

Garantir a saúde e segurança ocupacional de nossos colaboradores e contribuir para a sua saúde física e mental.

3

Impactar positivamente as comunidades do entorno das nossas operações.



Metas Seleccionadas:

- 30% dos colaboradores dedicando um dia do ano ao trabalho voluntário para impactar as comunidades do entorno **em 2022**.
- Clinic Farma Itinerante com serviços farmacêuticos gratuitos em comunidades com baixo atendimento médico **até 2025**
- 1% do lucro líquido investido em projetos de promoção da saúde integral **até 2030**.

+7

Saúde para o Meio Ambiente

2 Compromissos / 9 metas



Compromissos:

1

Contribuir para evitar o aumento da temperatura global, reduzindo e neutralizando as emissões de GEE da operação e cadeia de valor da Pague Menos.

2

Aprimorar a gestão de nossos resíduos e reduzir o impacto ambiental de nossas embalagens.



Metas Selecionadas:

- 100% das unidades da Pague Menos abastecidas com energia renovável em até 2 anos da sua abertura ou aquisição, **a partir de 2022.**
- Primeira Loja Verde Pague Menos **até 2025**
- 100% dos materiais obsoletos e inservíveis (móveis, eletroeletrônicos e sucata de plástico/papelão, sacolas plásticas e embalagens) anualmente destinados para reciclagem, reutilização ou descarte ambientalmente correto **até 2025**

+6

Saúde para os Negócios

4 Compromissos / 13 metas



Compromissos:

- 1** Pautar todas as nossas atitudes e relacionamentos na ética e transparência.
- 2** Contribuir para o aprimoramento contínuo das competências profissionais e “socioemocionais” dos nossos colaboradores.
- 3** Incluir em nossas operações “grupos minorizados” e respeitar a diversidade de opinião, raça, gênero, preferência sexual, religião entre outras.
- 4** Garantir que os produtos que comercializados sejam produzidos de acordo com as mesmas práticas ESG que adotamos em nossas operações.



Metas Seleccionadas:

- Ser certificada pela ISO 31000 - Governança em Gestão de Riscos **até 2025**.
- Mínimo de 11 horas de treinamento efetivo por HC por ano **a partir de 2022**.
- 50% de cargos executivos ocupados por mulheres **até 2025**
- 100% dos produtos de Marcas Próprias sem ingredientes controversos **até 2030**

+9

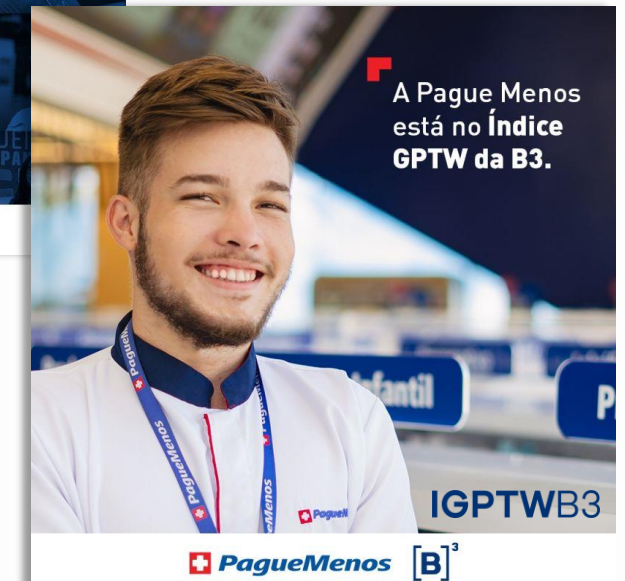
Conquistas *Great Place to Work*

Somos a melhor empresa do Varejo Farma para se trabalhar e estamos no seleto grupo de empresas componentes do IGPTW, da B3

Ranking Nacional GPTW 2021

(Varejo +10.000 colaboradores)

Posição	Empresa	Funcionários
1	Magazine Luiza	27.772
2	Arcos Dorados (McDonald's)	25.026
3	Riachuelo	38.384
4	HAVAN	21.053
5	Lojas Renner S.A.	20.397
6	C&A Modas Ltda	12.958
7	GRUPO BOTICÁRIO	10.665
8	Via	42.606
9	GPA	55.000
10	Farmácias Pague Menos	19.591





Hub de Saúde

Mário Queirós, CEO

Hub de Saúde Pague Menos

Em 2021, consolidamos nossa proposta de valor centrada na promoção de saúde e bem-estar



2,5 milhões de atendimentos (196% vs. 2020)



5,5% de adesão da base de clientes (+3,9p.p. vs. 2020)



879 unidades do **Clinic Farma** (+8,7% vs. 2020)



57 Protocolos de Saúde (+83,4% vs. 2020)



+171% de crescimento em **Medicamentos Especiais (AME)**



26,7% das vendas totais¹ via **Convênios e parcerias**



Importantes **parcerias B2B2C** (Hapvida, Banco Pan, Dasa)

¹ Dado do 4T21



Plataforma Omnichannel

Continuamos avançando rapidamente na transformação digital de nossos negócios



8,8% das vendas via canais digitais no 4T21 (+3,6p.p. vs. 4T20)



+85,3% de crescimento nas vendas totais em 2021



11,9% de market share no e-commerce farmacêutico (+1,4p.p. vs. 2020)



Lançamento do **Novo App** (melhoria na avaliação em lojas de aplicativos)



Desenvolvimento da **Plataforma de Integração de Canais (PIC)**



Lançamento do **Hub de Serviços Digital**



Início das operações de **Marketplace**





Expansão Orgânica

- Normalização no ritmo de aberturas
- *Ramp-up* novas lojas
- Ganho de *market share* em regiões *core*



Rentabilidade

- Manutenção de margem bruta
- Projetos de redução de despesas
- Alavancagem operacional



Integração Extrafarma

- Incorporação ativos Extrafarma¹
- Início da captura de sinergias



Hub de Saúde

- Roll-out parcerias B2B2C
- Clinic Farma como *marketplace* de serviços (vacinação, telemedicina, etc.)

¹ Sujeito à aprovação do CADE



PagueMenos 40 anos

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

<http://ri.paguemenos.com.br>

ri@pmenos.com.br

+55 (85) 3255-5544