

 ***PagueMenos***

VIDEOCONFERÊNCIA DE
Resultados 3T21



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 3T21

Luiz Novais, CFO

Destques 3T21

Contínua melhoria em indicadores operacionais e aumento de rentabilidade



Aumento de Participação Canais Digitais

8,5% das vendas totais (+3,2p.p. vs 3T20)



Aceleração da Expansão Orgânica

25 novas lojas no trimestre



Crescimento de *Market Share*

0,5p.p. no Nordeste e 0,6p.p. no Norte



Ruptura de estoques na mínima histórica

Redução de 45% vs o 3T20



Máxima histórica do NPS

76pts (+5pts vs 3T20)



Expansão de Margem Bruta

100bps vs 3T20 (29,6% da R.B)



Crescimento do EBITDA Ajustado

7,4% vs 3T20 (R\$ 160,4 milhões)



ROIC em patamar elevado

20,9% (+0,6p.p. vs 3T20)

Expansão

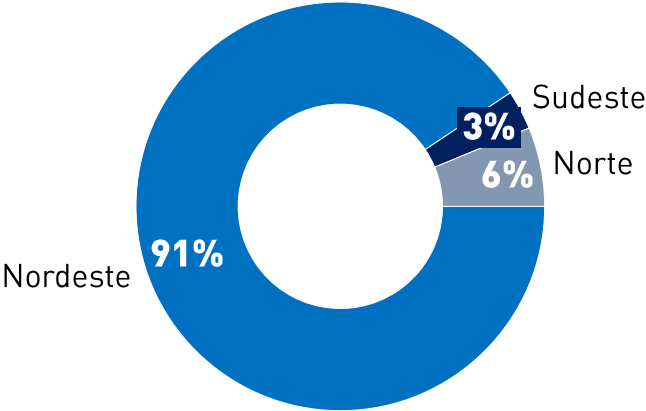
25 novas lojas no trimestre



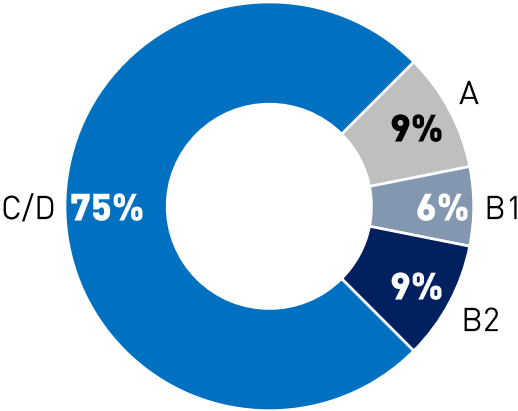
Ciclo de aberturas começa a ganhar tração, com perfil de lojas alinhado à nossa proposta e performance inicial de vendas promissora

Características Novas Lojas (perfil lojas abertas acumulado ano)

Por Região

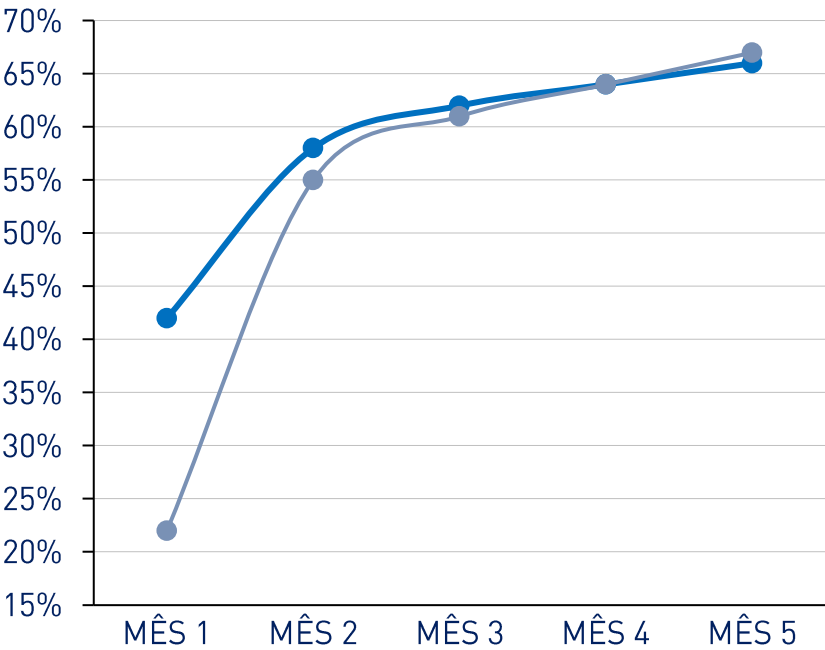


Por Classe Social



Curva de Maturação (em % da venda potencial)

Realizado Projetado



Nota: Classe social predominante no entorno de cada loja (isócronas de 5 minutos). Segmentação segue critérios do IBGE, onde a Classe A compreende domicílios com média de renda mensal familiar de R\$ 22,7 mil, Classe B1 de R\$ 10,7 mil, Classe B2 de R\$ 5,7 mil, e C/D de até R\$ 3,0 mil.

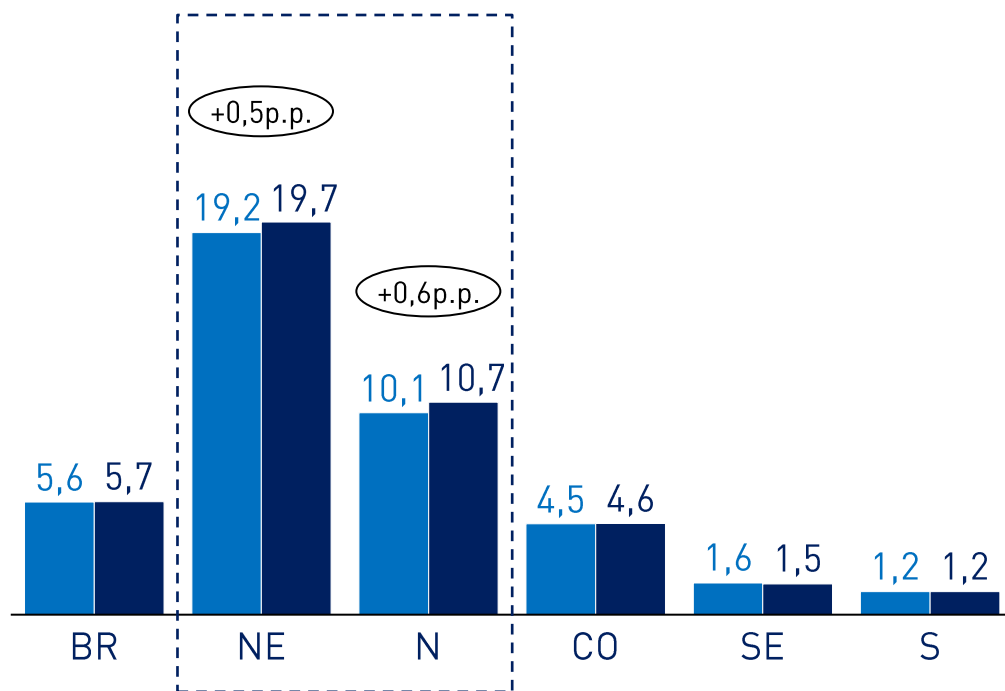
Market Share

Retomada do crescimento de participação de mercado nas regiões core

Market Share - Trimestre

(em %)

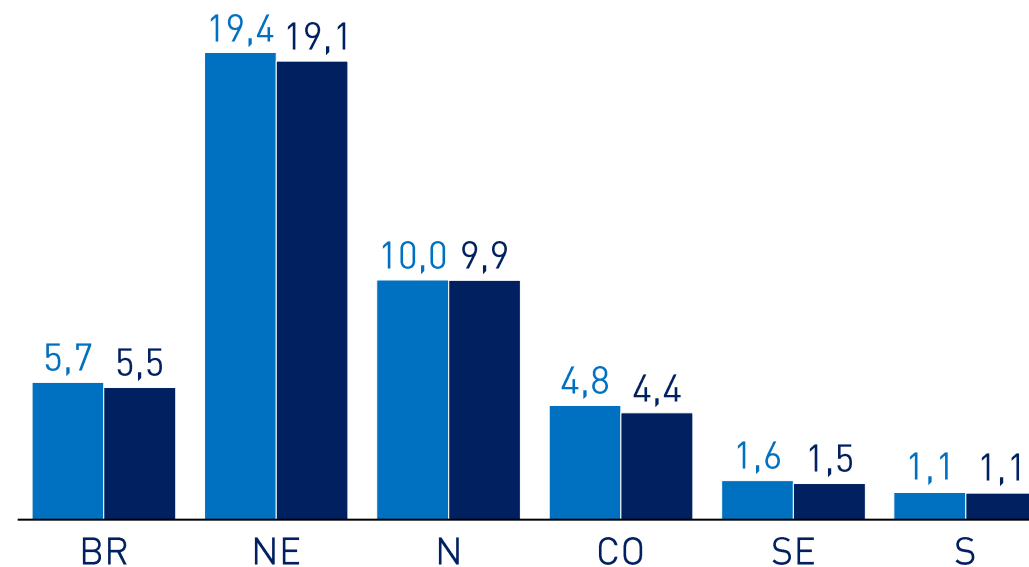
■ 3T20 ■ 3T21



Market Share – Acumulado Ano

(em %)

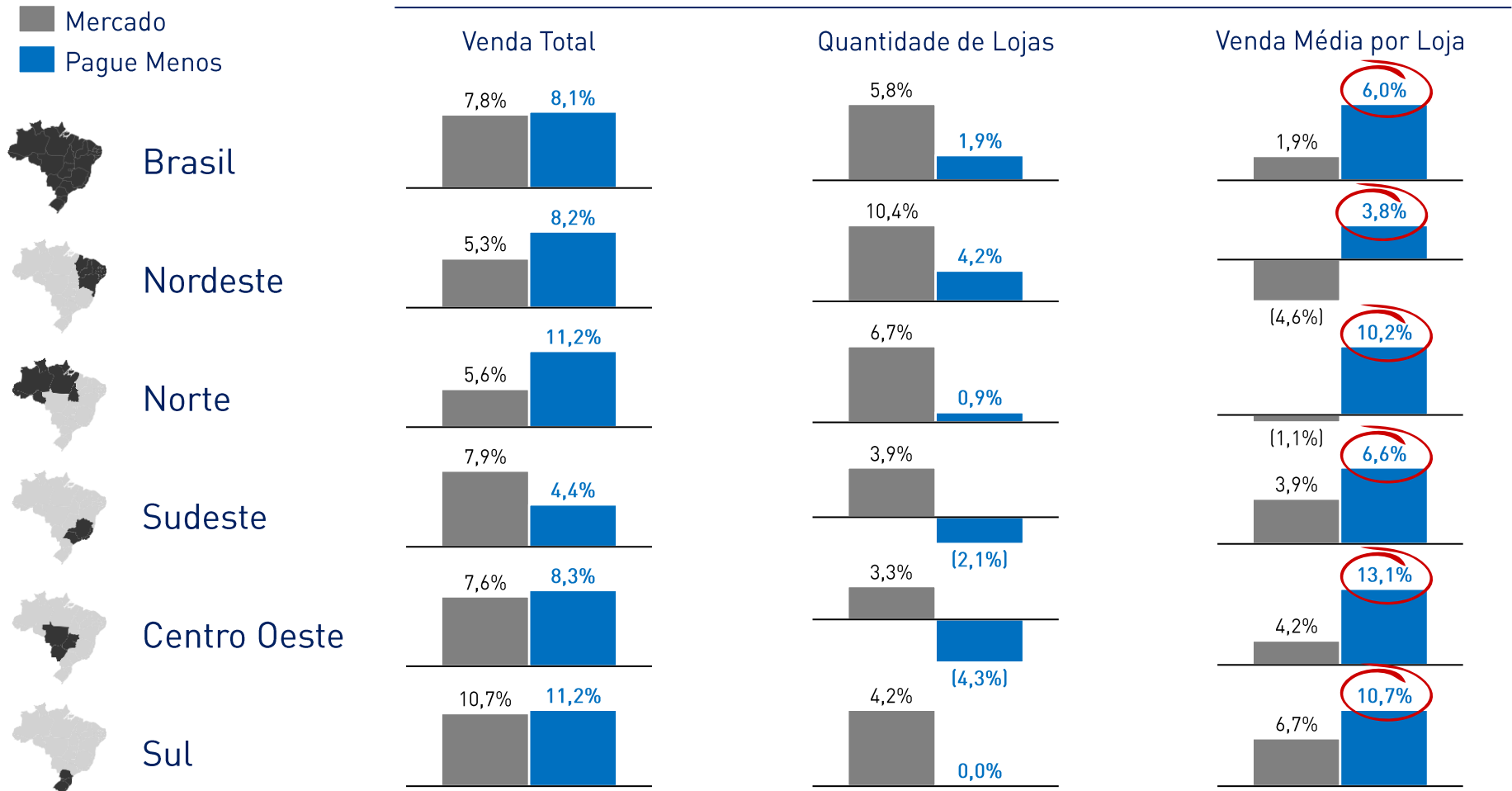
■ 9M20 ■ 9M21



Market Share

Crescimento de venda média por loja acima do mercado em todas as regiões

Evolução 3T21 vs 3T20



Fonte: IQVIA; Dados referente à variação entre o 3T21 vs 3T20

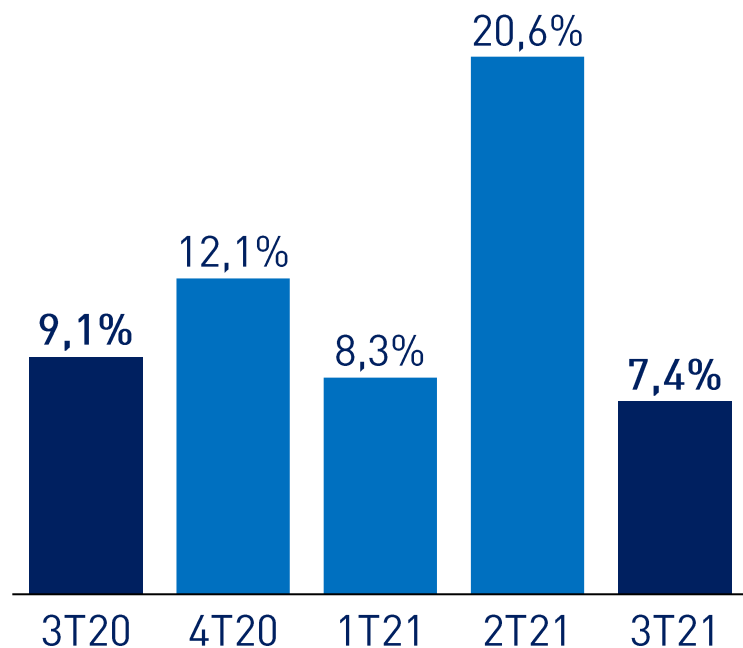
Nota: Metodologia IQVIA estima o crescimento de vendas utilizando preços de referência, fazendo com que o crescimento realizado seja diferente a depender dos descontos aplicados pelas redes

Crescimento de Vendas

Manutenção do crescimento em patamar elevado e acima do mercado

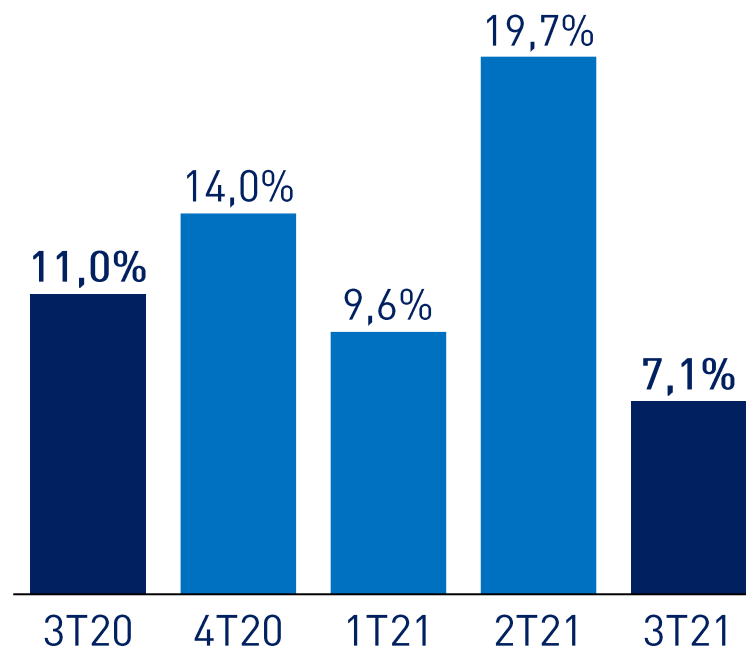
Crescimento Total

(variação % vs ano anterior)



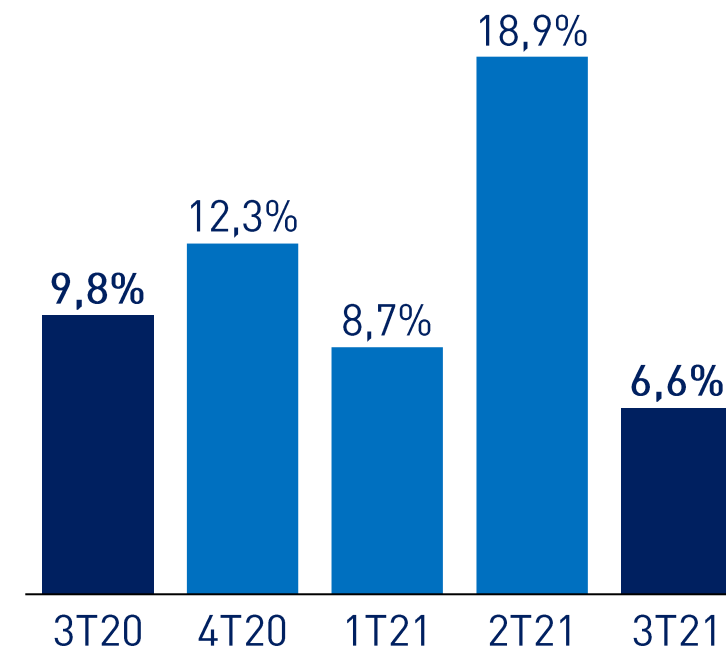
SSS

(variação % vs ano anterior)



MSSS

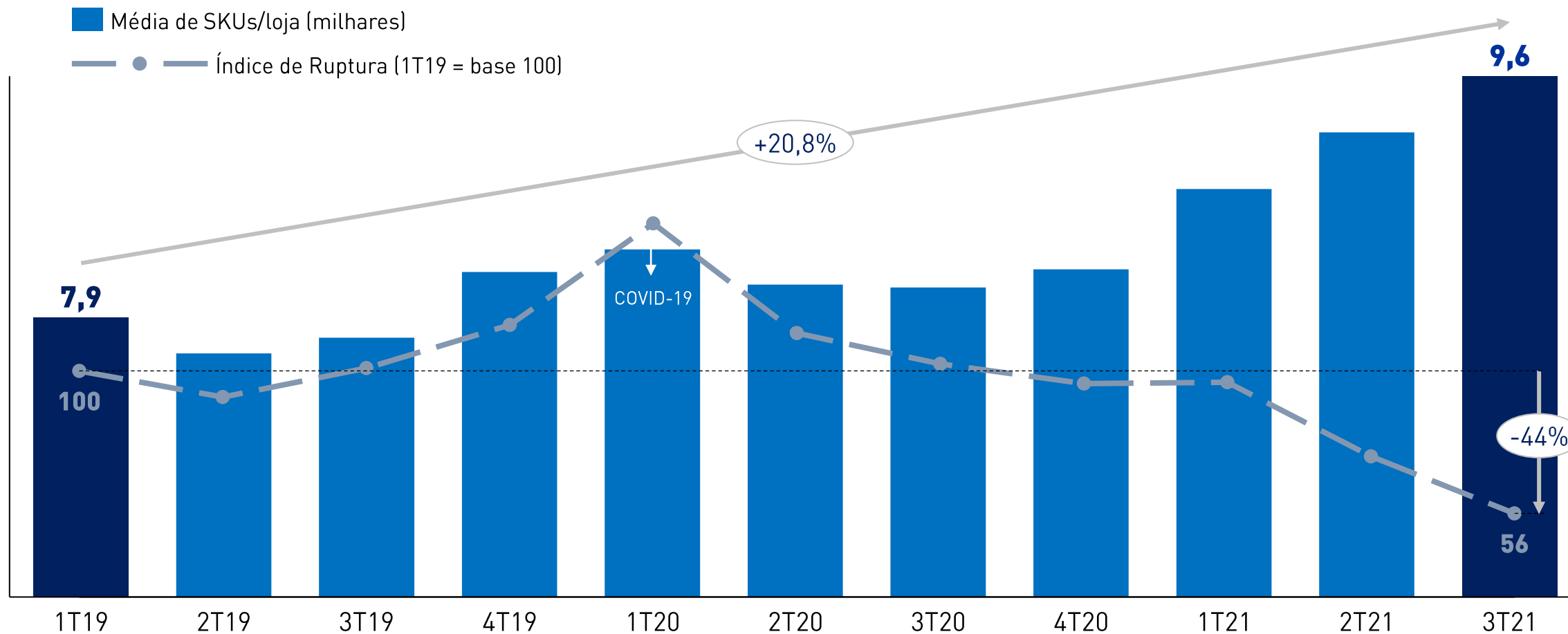
(variação % vs ano anterior)



Nota: O conceito de Mesmas lojas desconsidera lojas fechadas temporariamente com duração superior a sete dias corridos. Incluindo lojas fechadas temporariamente na base, os crescimentos mesmas lojas do 3T20, 4T20, 1T21, 2T21 e 3T21 foram de 10,9%, 13,5%, 9,3%, 20,6% e 7,1%, respectivamente.

Sortimento e Ruptura de Estoques

Combinação perfeita de aumento no sortimento e diminuição de ruptura



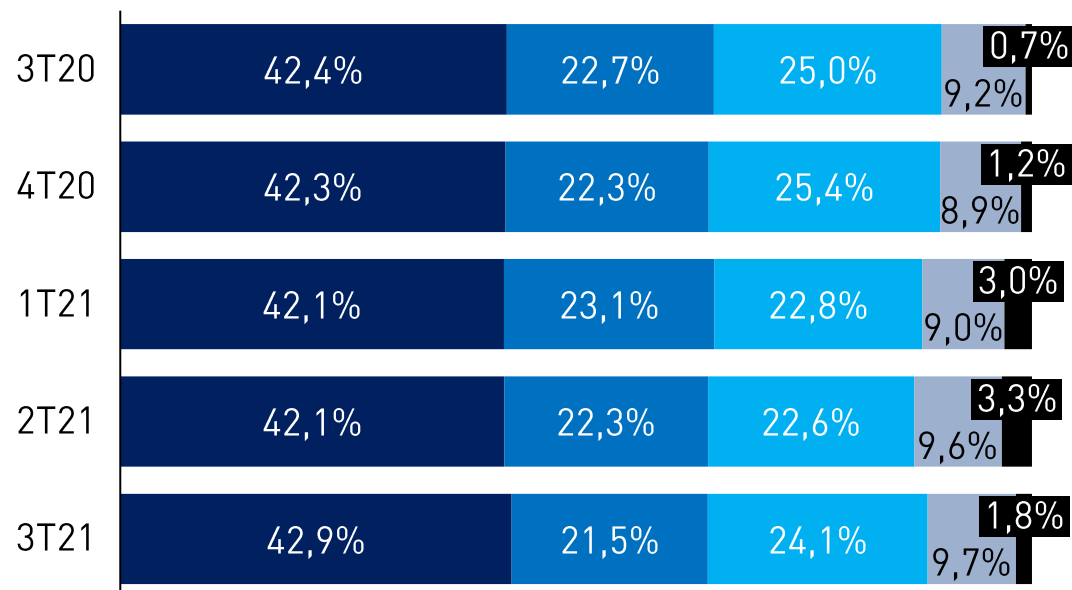
Mix de Vendas e Marcas Próprias

Destaque para o crescimento na participação de genéricos e marcas próprias

Mix de Vendas

(em % das vendas totais)

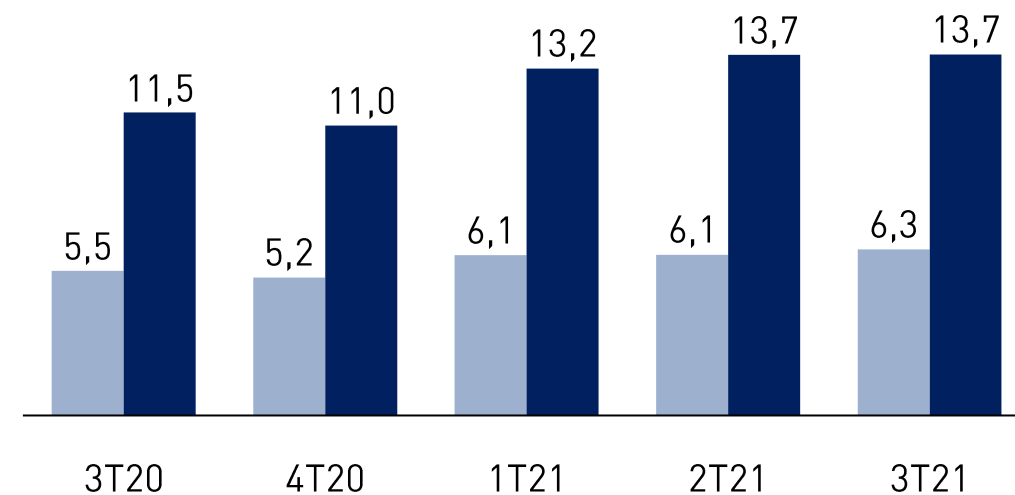
■ Marca ■ OTC ■ H&B ■ Genérico ■ Serviços



Participação Marcas Próprias

(em % das vendas)

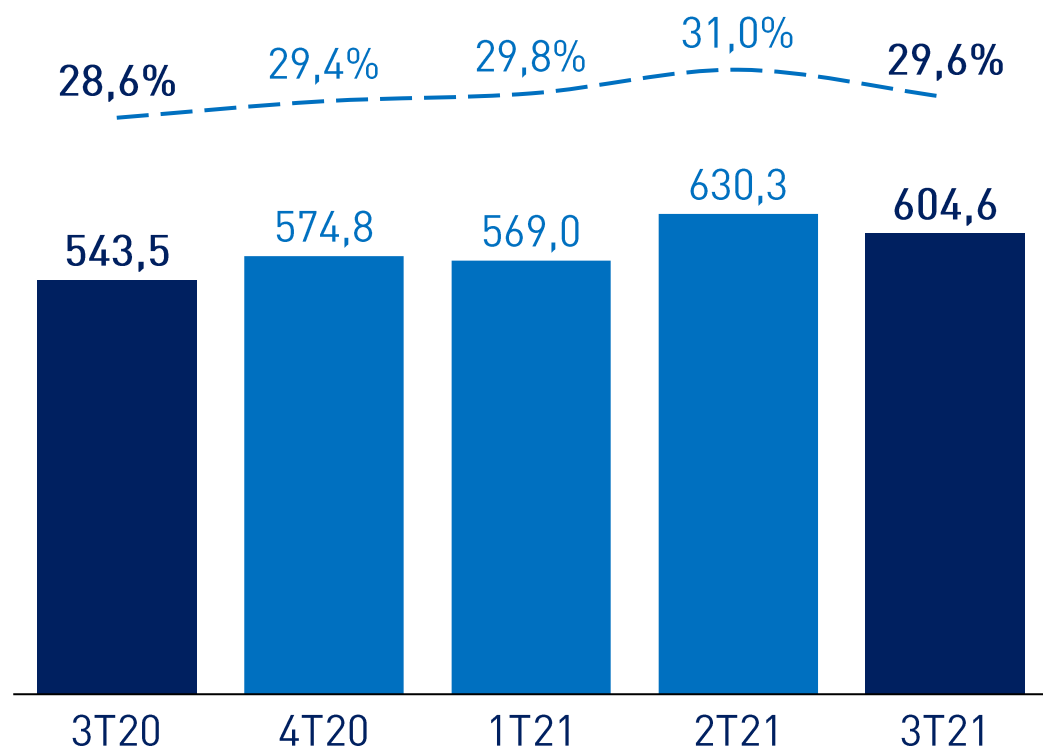
■ % venda total ■ % autosserviço



Lucro e Margem Bruta

Equilíbrio de crescimento de vendas e incremento de margens, apesar de pressões negativas

Lucro e Margem Bruta
(em R\$ milhões e % da receita bruta)



+1,0p.p. (3T21 vs 3T20)



Projetos, marcas próprias, genéricos e redução no índice de perdas



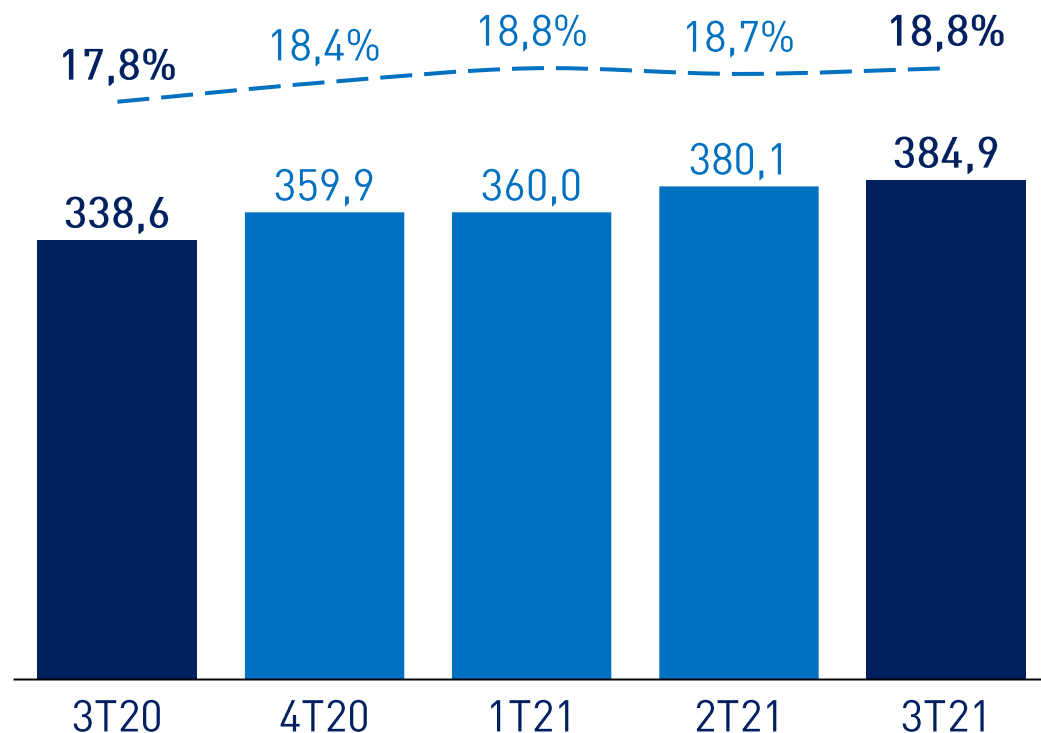
Canais digitais, convênios e parcerias e efeito AVP

Despesas

Resultado positivo, apesar da base de comparação impactada por efeitos da pandemia

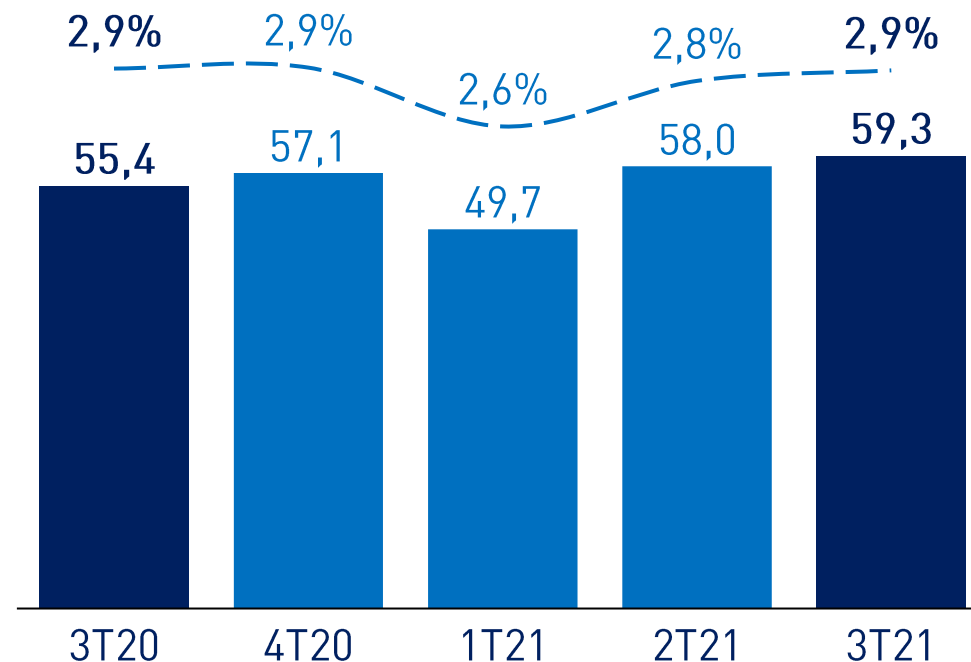
Despesas com Vendas

(em R\$ milhões e % da receita bruta)



Despesas Gerais e Adm.

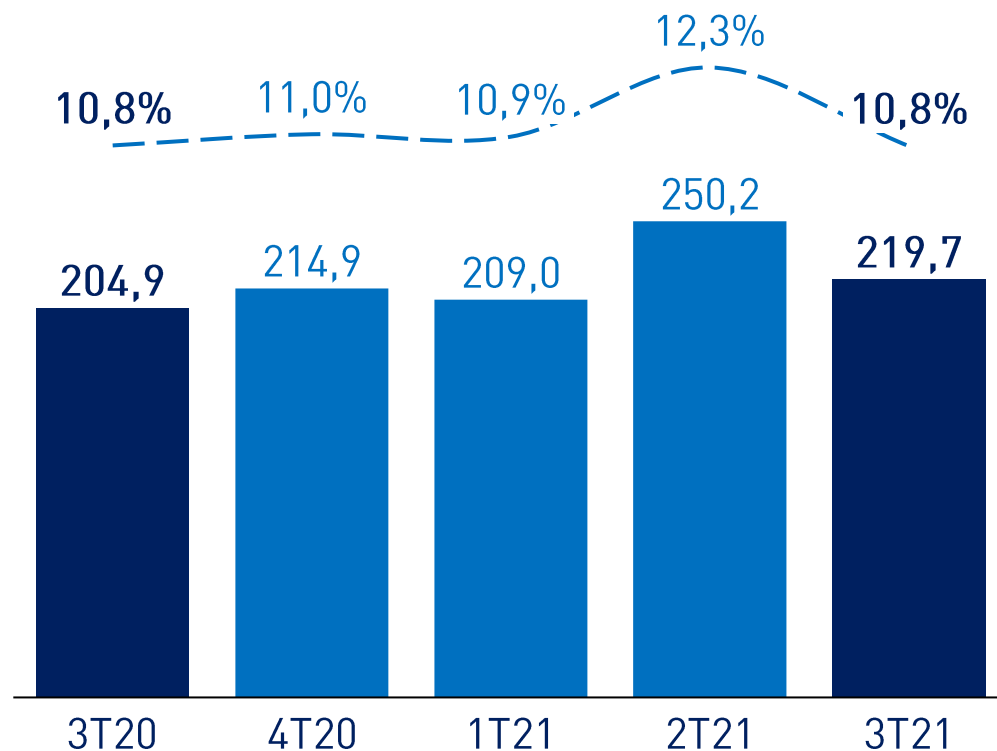
(em R\$ milhões e % da receita bruta)



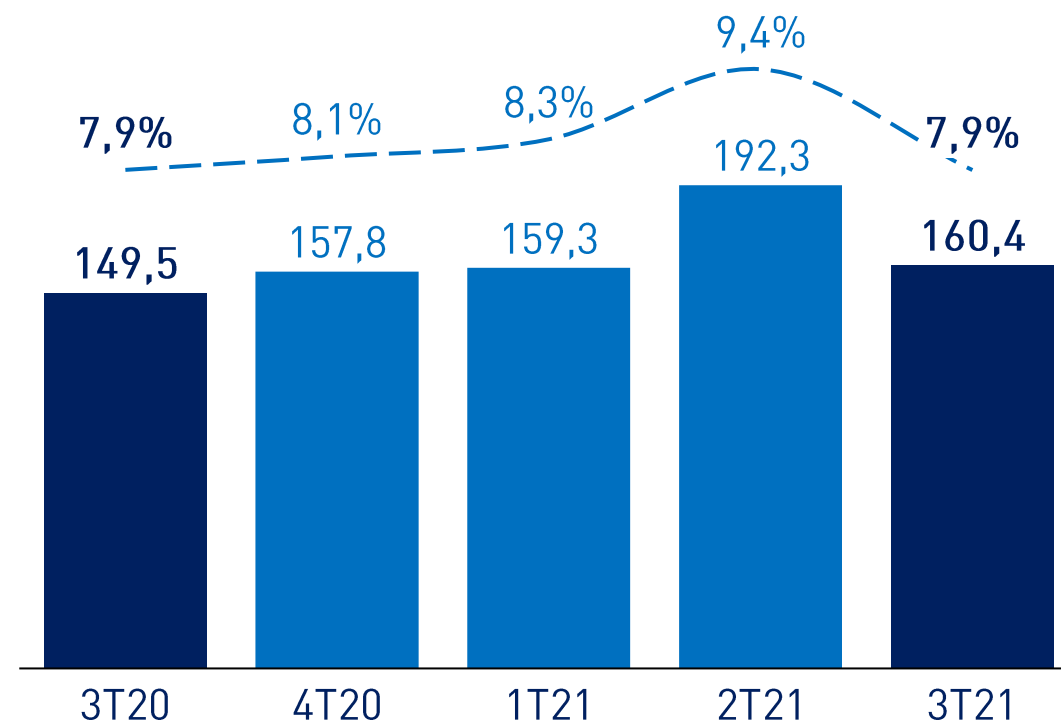
Margem de Contribuição e EBITDA

Manutenção de margens, apesar da retomada da expansão e pressões inflacionárias

Margem de Contribuição
(em R\$ milhões e % da receita bruta)



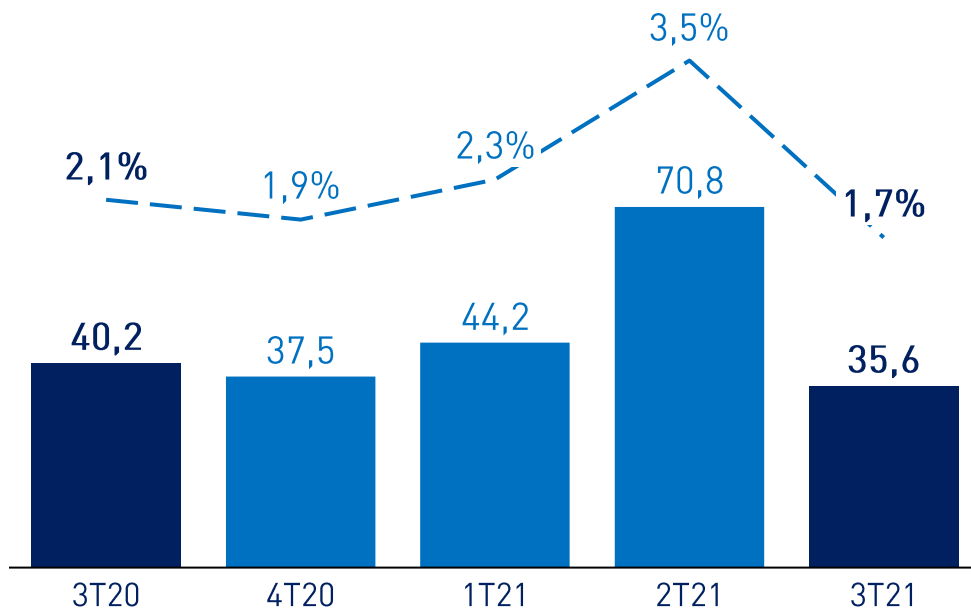
EBITDA Ajustado
(em R\$ milhões e % da receita bruta)



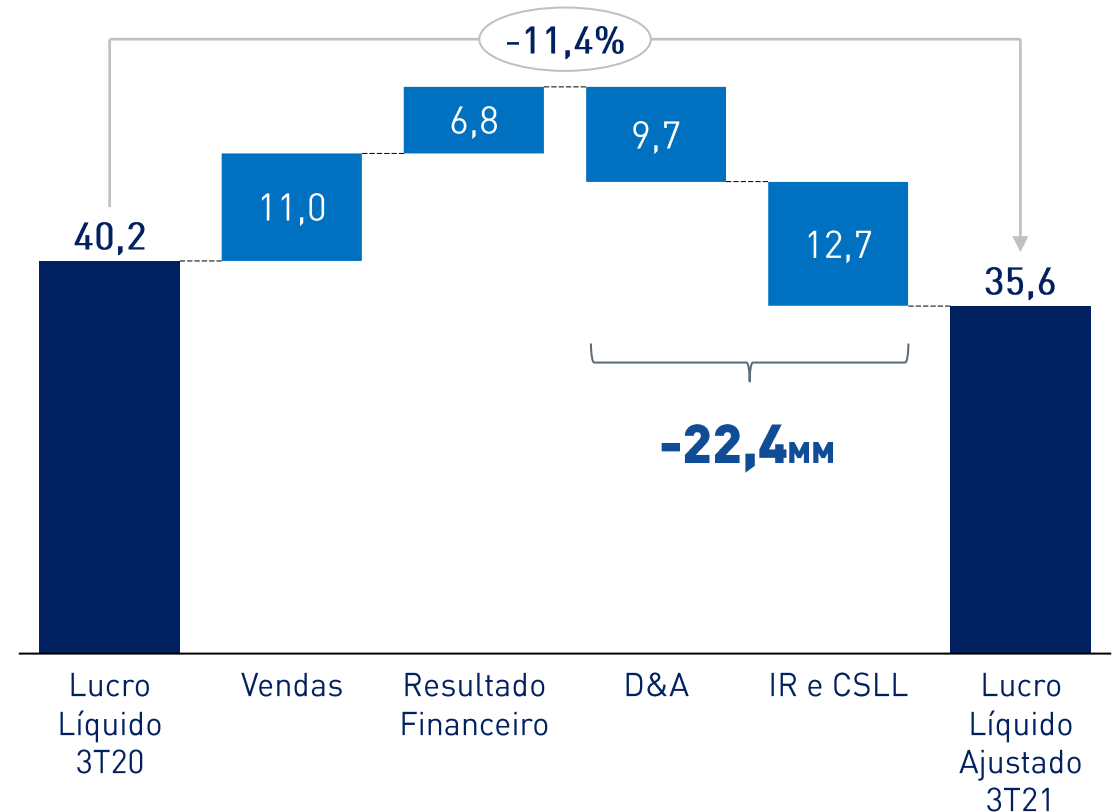
Lucro Líquido Ajustado

Retração no lucro líquido, causado principalmente por maior incidência de Imposto de Renda

Lucro Líquido Ajustado
(em R\$ milhões e % da receita bruta)



Componentes da Variação do Lucro
(em R\$ milhões)

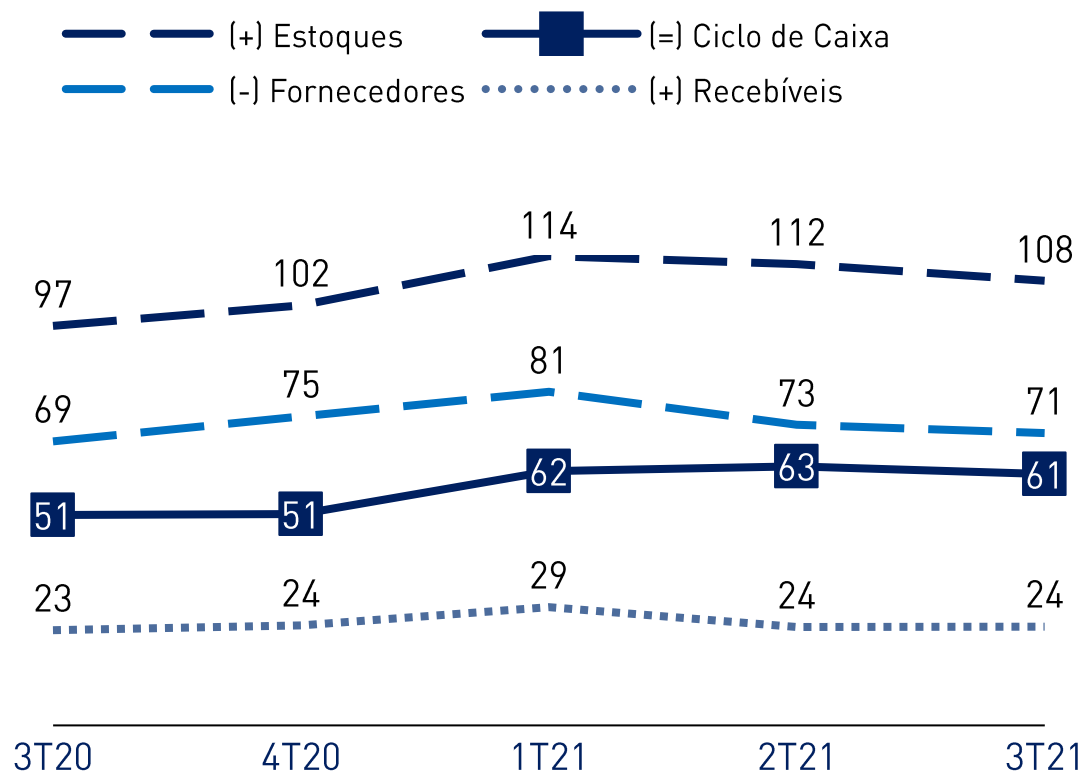


Ciclo de Caixa e Endividamento

Normalização do ciclo de caixa e manutenção do patamar de endividamento

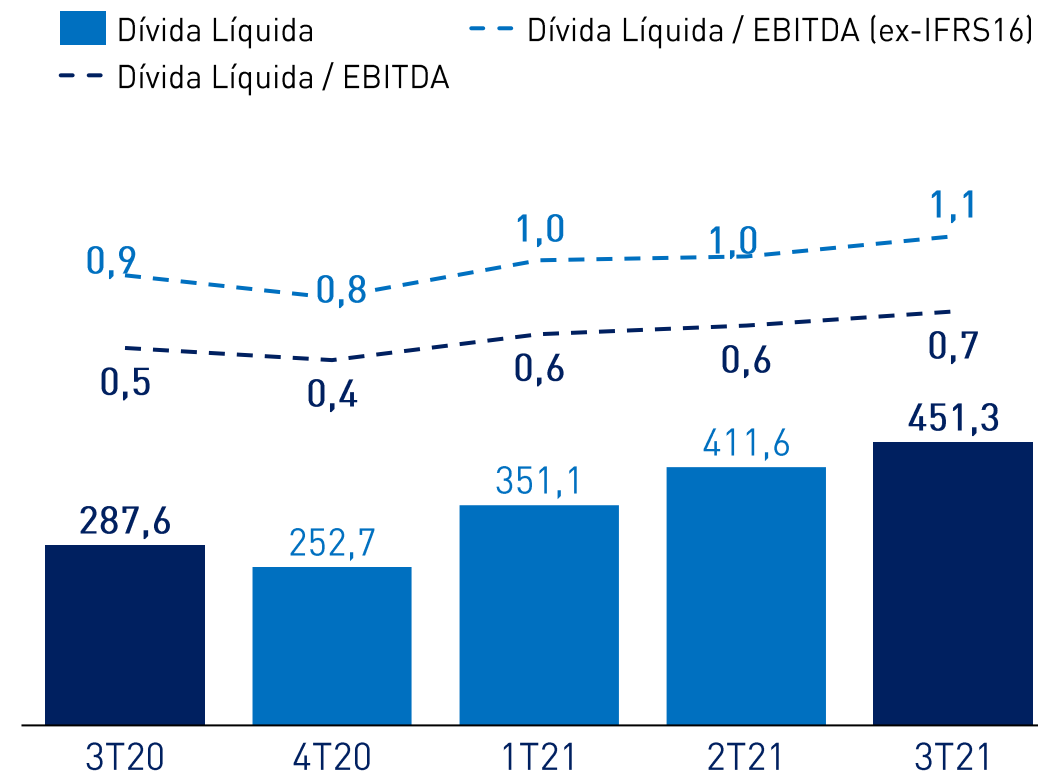
Ciclo de Caixa Operacional

(em dias de CMV e dias de Receita Bruta)



Dívida Líquida

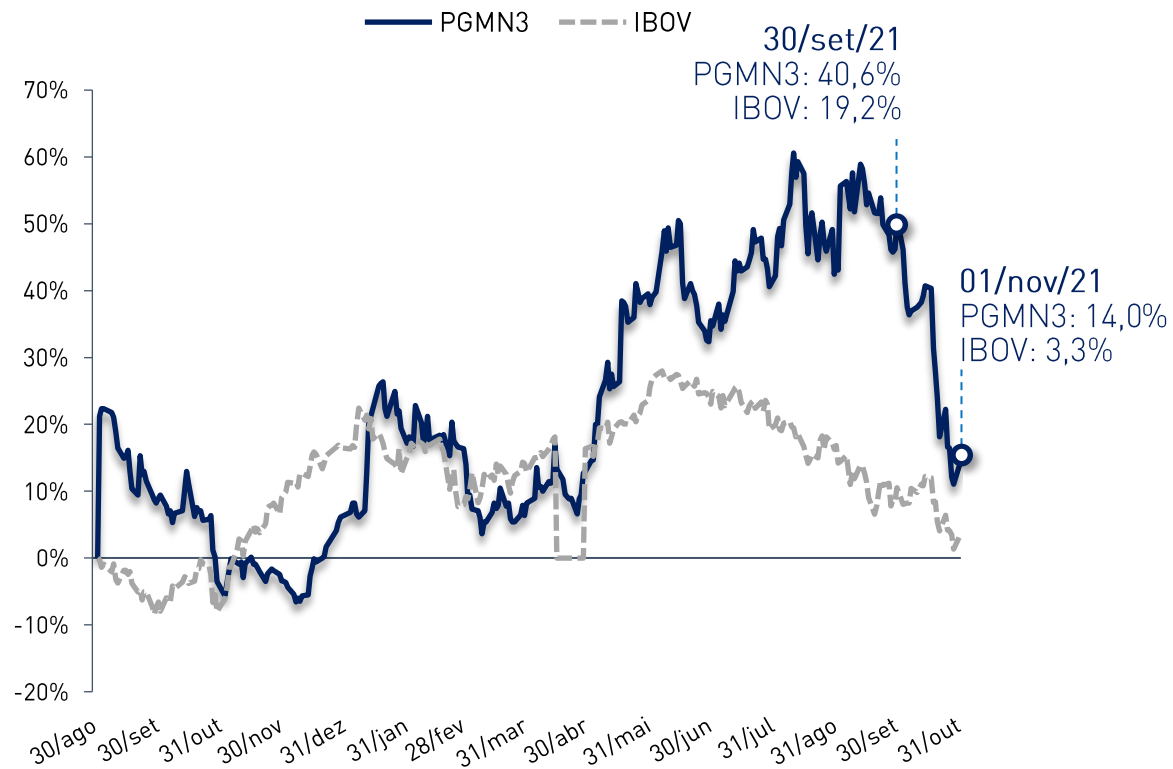
(em R\$ milhões e múltiplo do EBITDA)



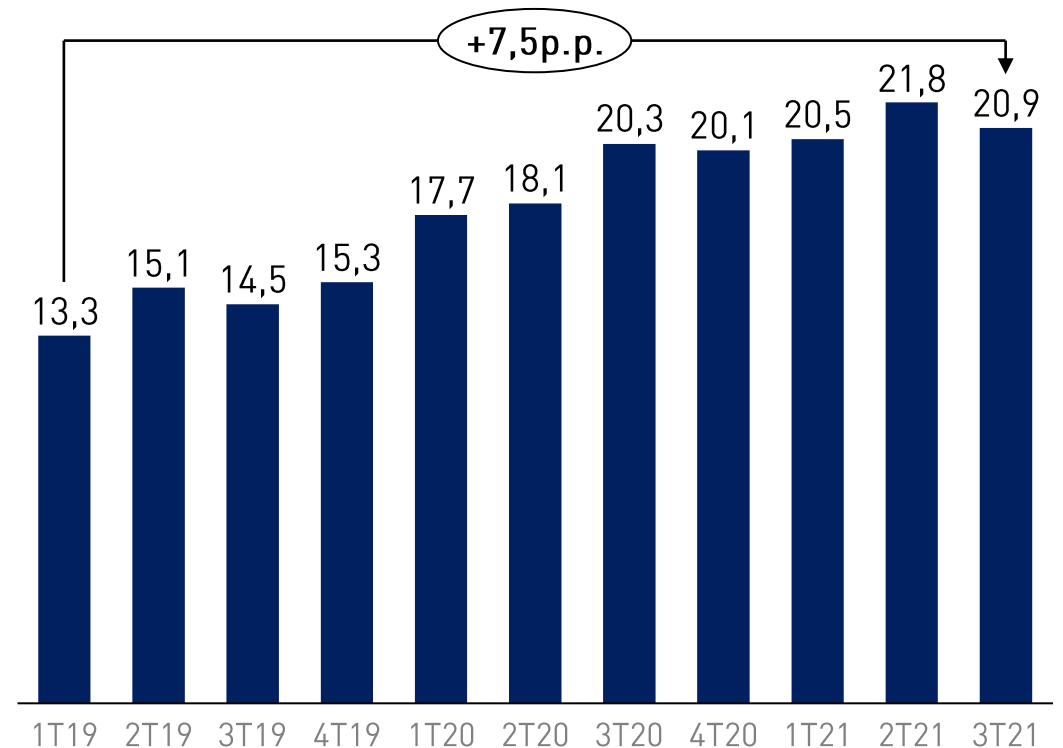
Geração de Valor

Manutenção do ROIC em patamar elevado e retorno da ação acima do Ibovespa

Valorização Acumulada desde o IPO (em %)



ROIC¹ (em %)



¹ ROIC calculado pelo Margem de Contribuição Após Impostos (ex-IFRS16), acumulado últimos 12 meses, dividido pela média móvel dos últimos 4 trimestres do Capital Investido, que por sua vez é calculado pela soma entre Capital de Giro (Estoque + Contas a Receber – Fornecedores) e Capital Fixo (Imobilizado + Intangível)

Jornada ESG

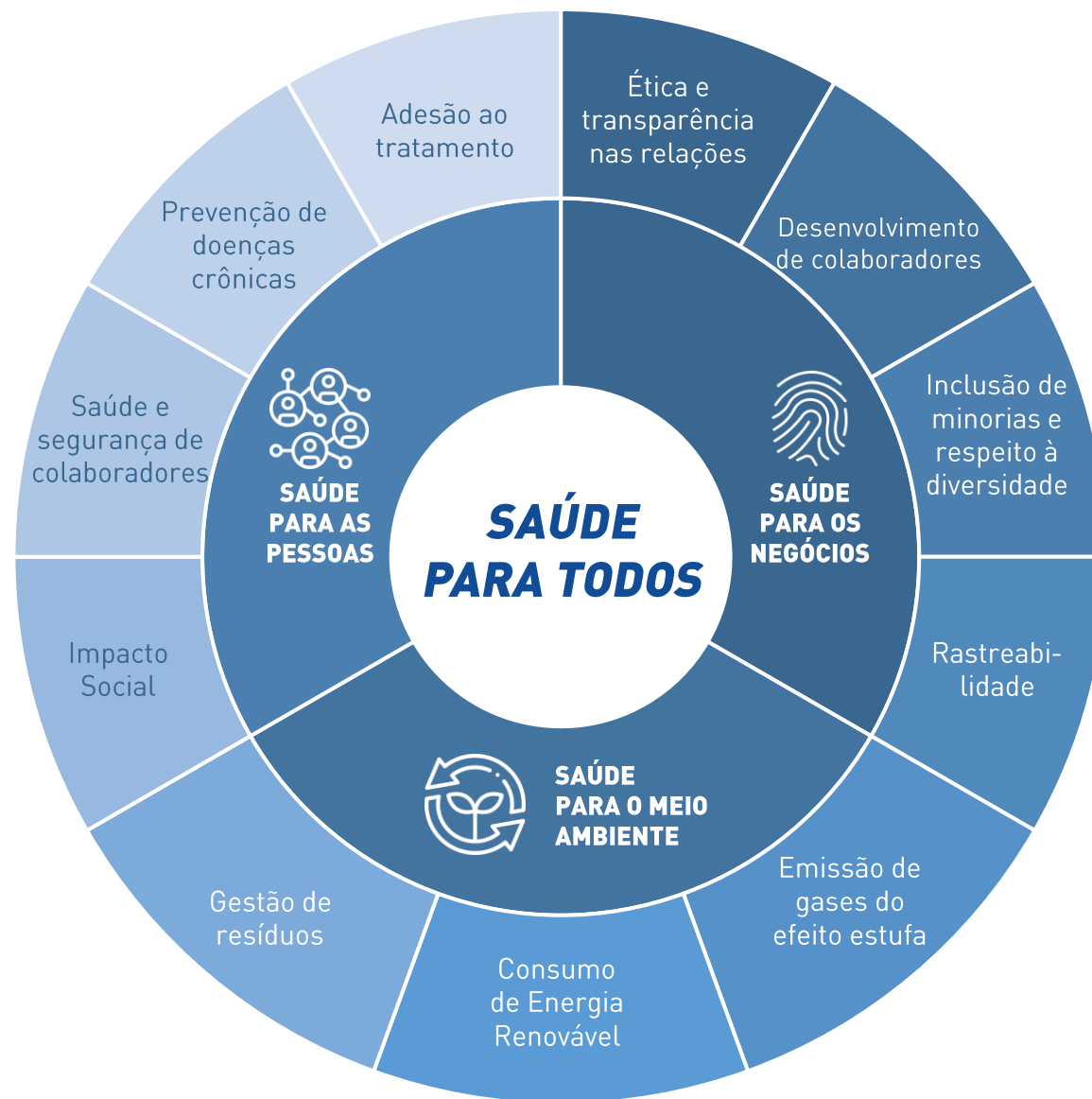
Definimos a nossa visão de sustentabilidade 2030

SAÚDE PARA TODOS

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



Alinhamento ODS





Hub de Saúde

Mário Queirós, CEO

Fomos um importante ponto de apoio à população durante a pandemia de Covid-19...



1ª rede a oferecer testagem em escala nacional (abril/20)



Mais de 1,5 milhão de testes de Covid-19 aplicados



Campanhas de vacinação contra a Covid e H1N1 em **14 municípios**



Doação de +18 mil kits de higiene pessoal para instituições sociais



Compromisso com a **manutenção de empregos** (movimento #NãoDemita)



Home Care em localidades remotas e de difícil acesso, como em ilha de Abaetetuba/PA:



...e continuamos sendo para a retomada das atividades



Testagem para Eventos



Se tem evento,
**tem teste com
desconto.**

Apresente seu convite, ingresso ou qualquer
comprovante que confirme o evento,
e ganhe seu desconto na hora.

*Válido para todo o Brasil. Apenas para quem apresentar
um comprovante de evento válido.



Teste Anticorpos Vacina



Como saber se você tem
anticorpos pós-vacina da
COVID-19?
Agende seu teste.



Passaporte da Vacina



**Emissão gratuita da
Carteira de Vacinação Digital**



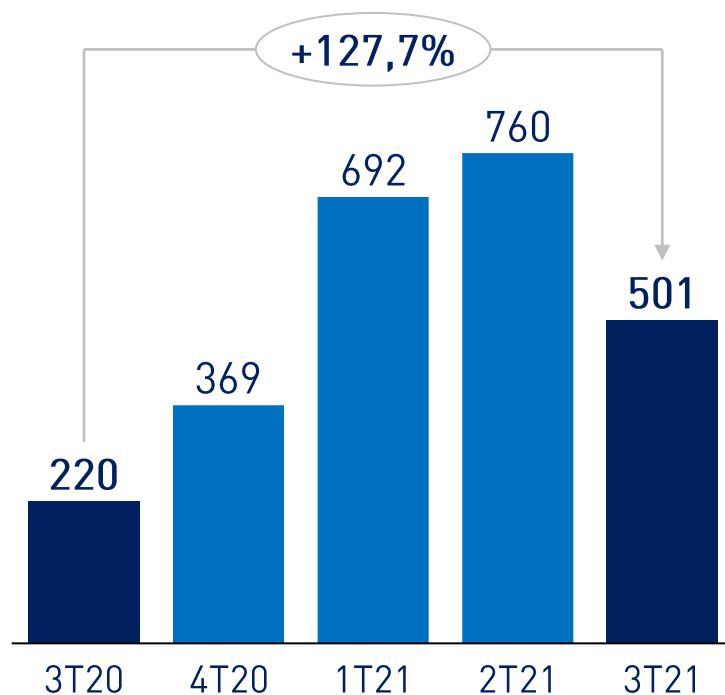
Indicadores Clinic Farma

Manutenção de patamares elevados de atendimento e adesão e crescimento relevante na taxa de conversão



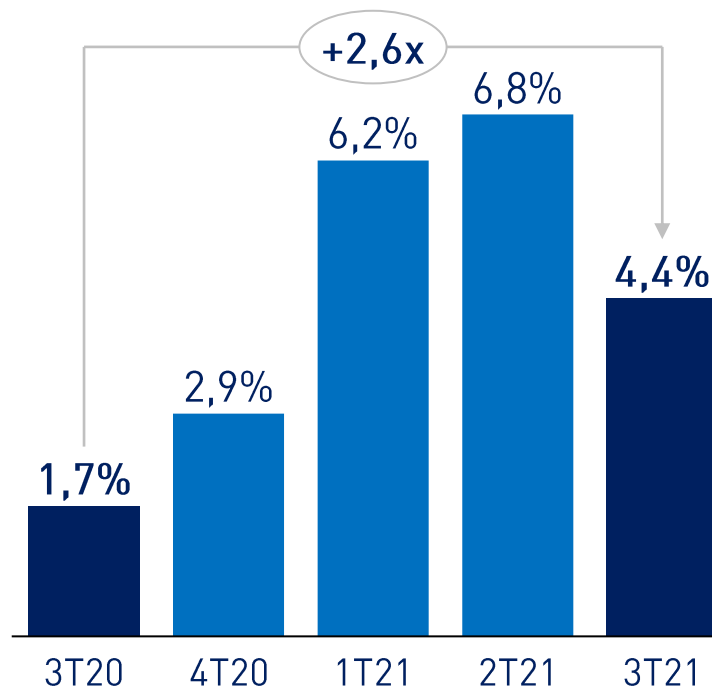
Atendimentos

(# milhares)



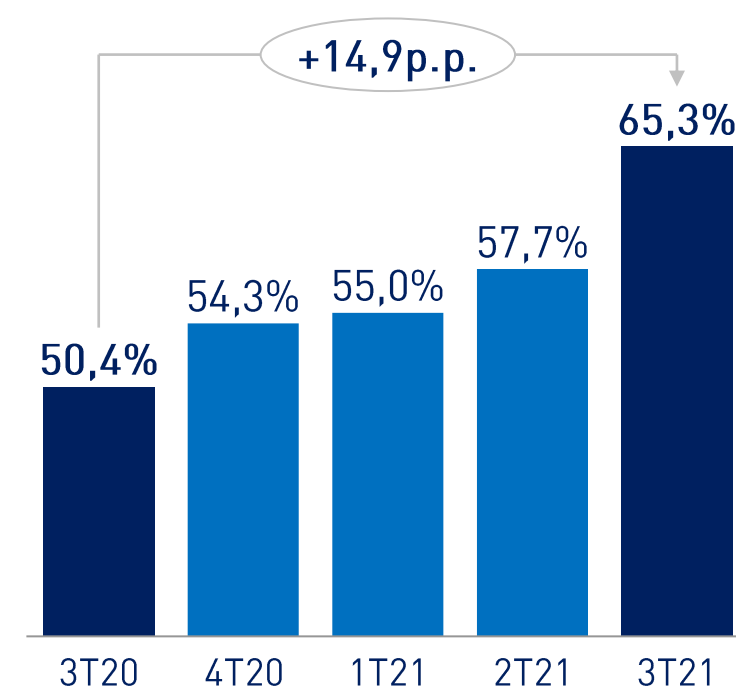
Adesão

(% clientes Clinic / total clientes)



Conversão

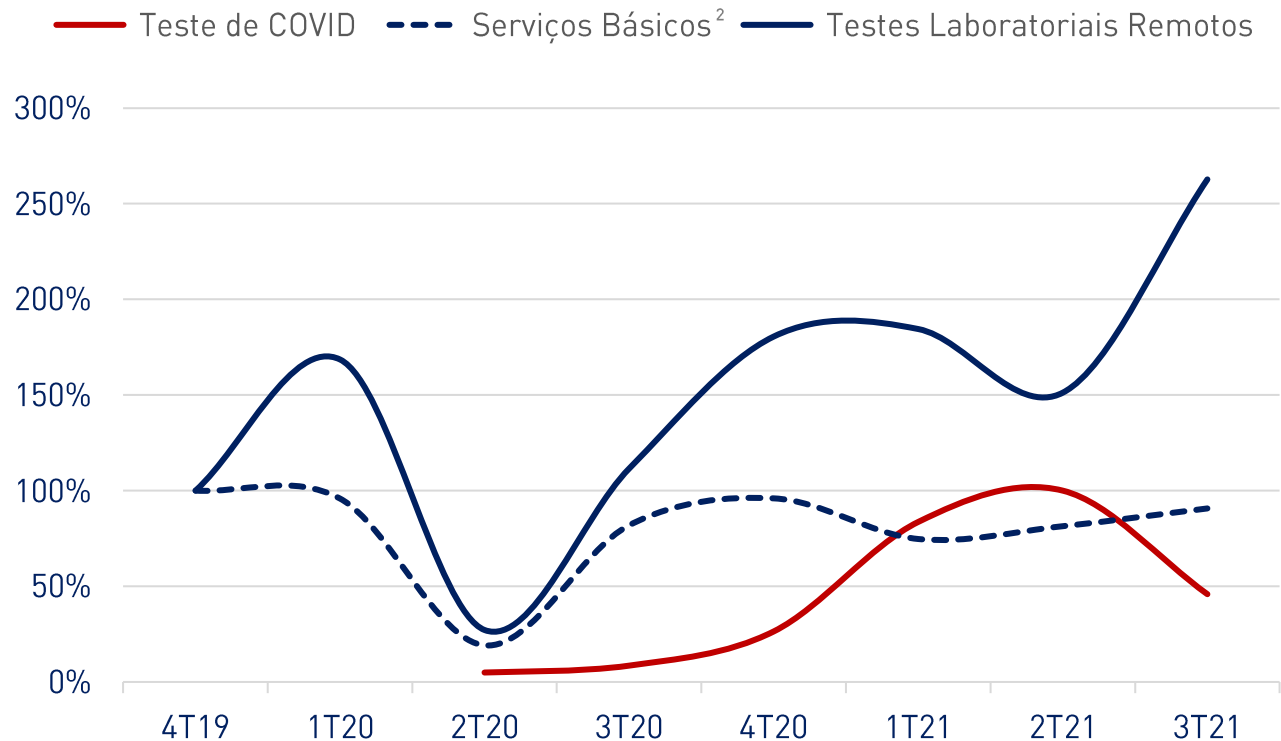
(% clientes Clinic com compra no mesmo dia do atendimento)



POCT (Point of Care Testing)

Expurgando o efeito de testes de Covid-19, a demanda por TLRs tem crescido consistentemente

Evolução Serviços Clinic Farma (evolução base 100¹)



Demanda por TLRs já é superior ao dobro do patamar pré-pandemia



Testes lançados nos últimos 12 meses já correspondem a 33% do total



Testes no portfólio há pelo menos 12 meses cresceram em média 58% no 3T21 vs 3T20

¹ Considera 4T19 como base 100 para serviços básicos e TLRs, e 2T21 como base 100 para os testes de Covid.

² Compreende serviços como aferição de pressão arterial, índice glicêmico, bioimpedância, aplicação de injetáveis, entre outros

Hub de Saúde Pague Menos

3T21 reforça que estamos no caminho certo para consolidar a nossa proposta de valor



+500mil atendimentos no Clinic Farma



Ganho de tração em **Testes Laboratoriais Remotos**



Crescimento acelerado no **AME (Medicamentos Especiais)**



Entrada no mercado de saúde **B2B2C**



Recorde de vendas via **Convênios e Parcerias**



Novas modalidades de **teleconsulta**



Novas parcerias para oferta de **Home Care**

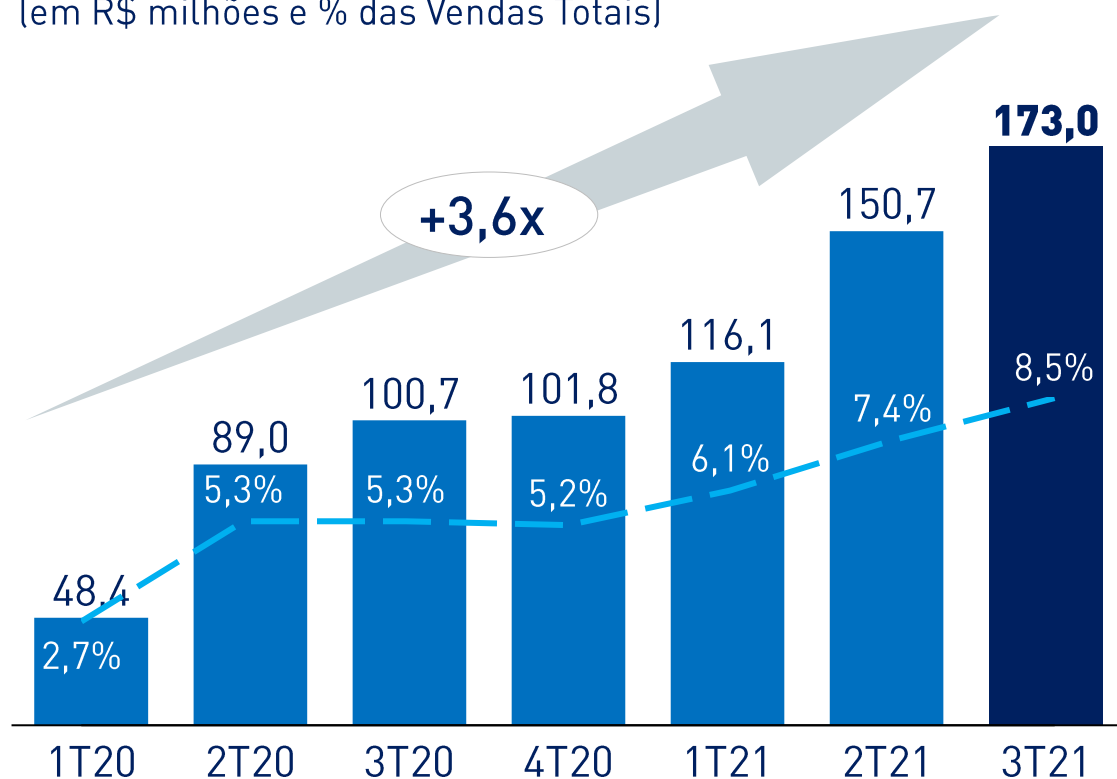


Plataforma *Omnichannel*

Mais um trimestre recorde nos canais digitais, mantendo o crescimento acima do mercado

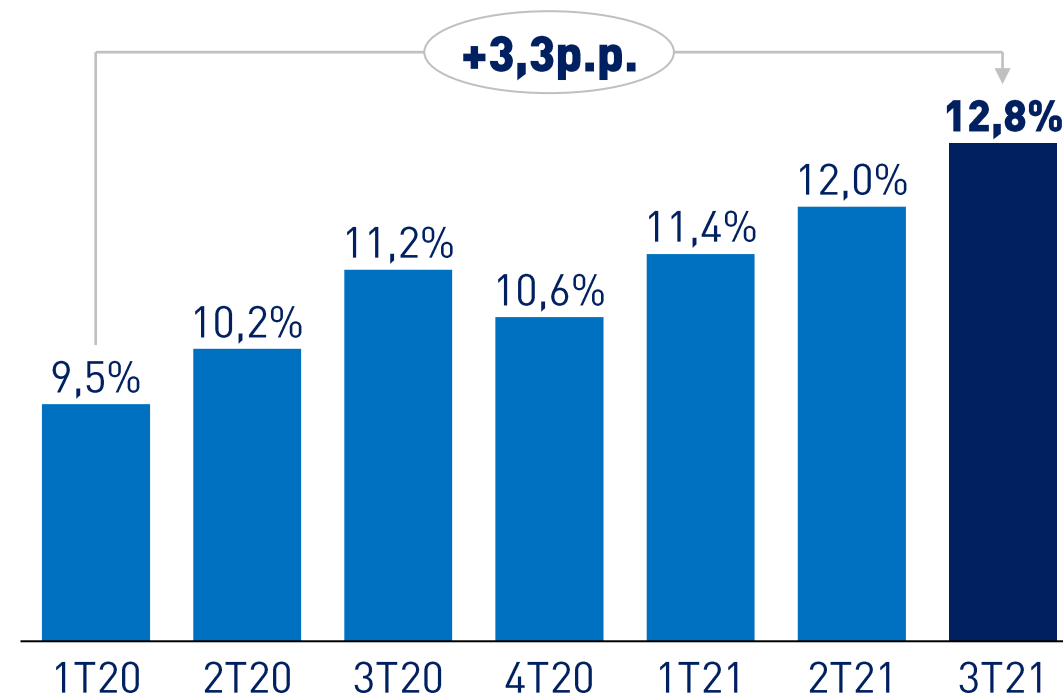
Venda Canais Digitais

(em R\$ milhões e % das Vendas Totais)



Market Share Canais Digitais

(particip. de mercado do e-commerce varejo farmacêutico¹)



¹ Fonte: IQVIA

Ecossistema de Inovação

Aceleração de iniciativas de inovação, evidenciada por importantes avanços e reconhecimentos

Nova sede pmenoslab



Prêmios e Reconhecimentos

STARTUP AWARDS 2021	
CORPORATE	HUB DE INOVAÇÃO
ACCENTURE	ACATE
AMBEV	ÁGORA TECH PARK
ARCELOR MITTAL	B2MAMY
BMG	CUBO ITAÚ
BRADESCO	DISTRITO
BRAIN	INOVABRA HABITAT
BRF	MINING HUB
MAGAZINE LUIZA	MTI
PAGUE MENOS	NINNA HUB
TOTVS (IDEXO)	UBERHUB

Pague Menos entre as 10 **empresas mais inovadoras**

Ninna Hub entre os 10 melhores **Hubs de Inovação**

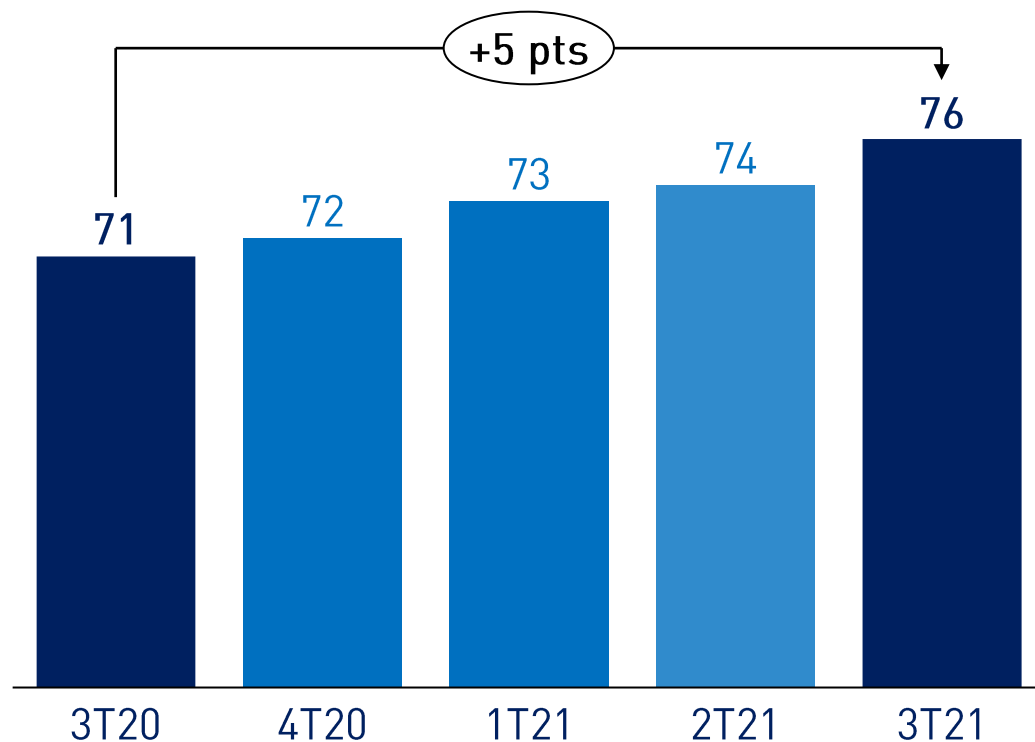
Melhor empresa de varejo na categoria
Inovação & Qualidade



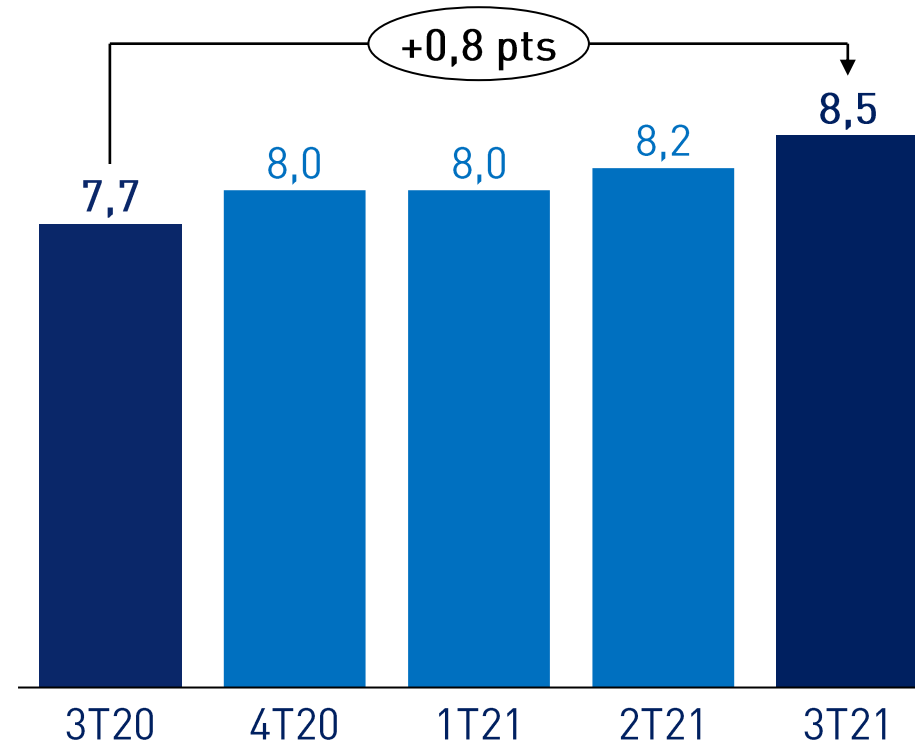
Foco no Cliente

Compromisso com o cliente refletido nos principais indicadores de nível de serviço

NPS
(pesquisa com clientes¹)



Nota Reclame Aqui
(acumulado 6 meses)



¹ Pesquisa via SMS enviada em média para 1,5 milhão de clientes por mês, com taxa de resposta de aproximadamente 2%



Q&A



 **PagueMenos** 40 anos

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

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

ri@pmenos.com.br

+55 (85) 3255-5544