

 ***PagueMenos***

VIDEOCONFERÊNCIA DE
Resultados 2T21



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 2T21

Luiz Novais, CFO

Destques 2T21

Melhoria em indicadores operacionais e aumento de rentabilidade



Operacionais

NPS
74

(+8 pts vs 2T20)

Ruptura de
Estoque
-40%
vs 2T20

Sortimento
Médio por Loja

9,2k
+14% vs 2T20

Venda
Incremental CRM

2,7%
das vendas totais



Financeiros

Crescimento
Mesmas Lojas
19,7%
(+18,9% lojas maduras)

Margem
Bruta
31,0%
(+1,7p.p. vs 2T20)

Lucro Líquido
Ajustado
R\$ 71,6 milhões
(+683% vs 2T20)

ROIC
21,8%
(+3,7p.p. vs 2T20)

Expansão

Início do novo ciclo de expansão orgânica, com ótimas perspectivas

7 lojas inauguradas



Catole do Rocha, PB



Salvador, BA



Salvador, BA



Limoeiro do Norte, CE



Teresina, PI



Guarulhos, SP



Salvador, BA

Perfil das Lojas

86% na região Nordeste

86% em micromercados de classe¹ C

Vendas iniciais **acima** do planejado

Pipeline Expansão

+130 novos pontos aprovados em comitê

+70 contratos assinados

¹ Classe social predominante no entorno de cada loja (isócronas de 5 minutos). Classe C compreende domicílios com renda familiar média de R\$ 2,5 mil

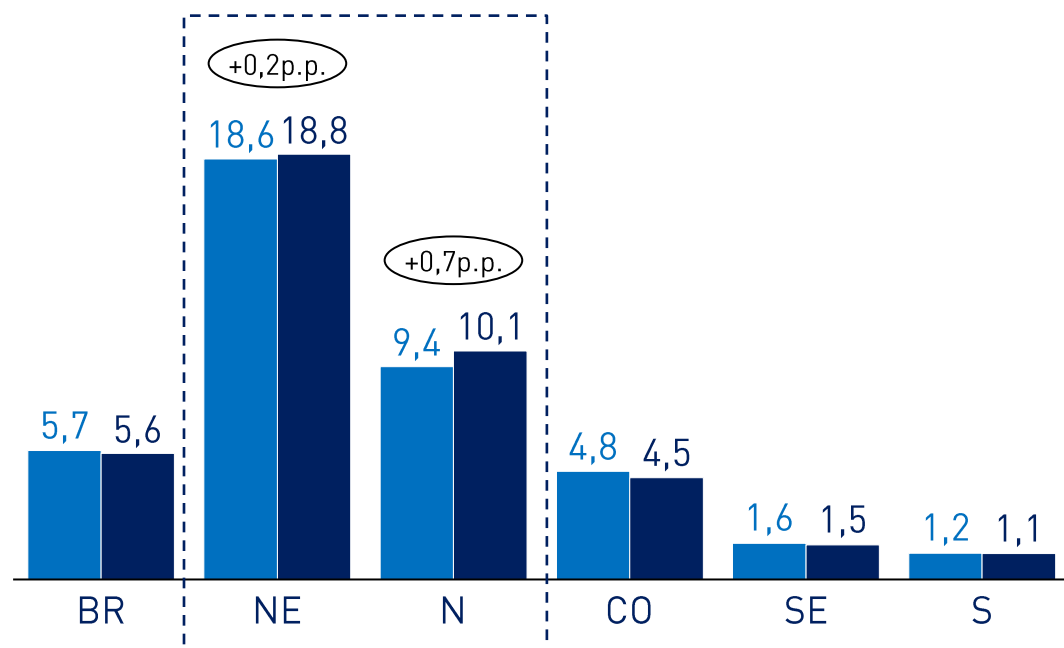
Market Share

Retomada do incremento de participação de mercado nas regiões core

Market Share - Trimestre

(em %)

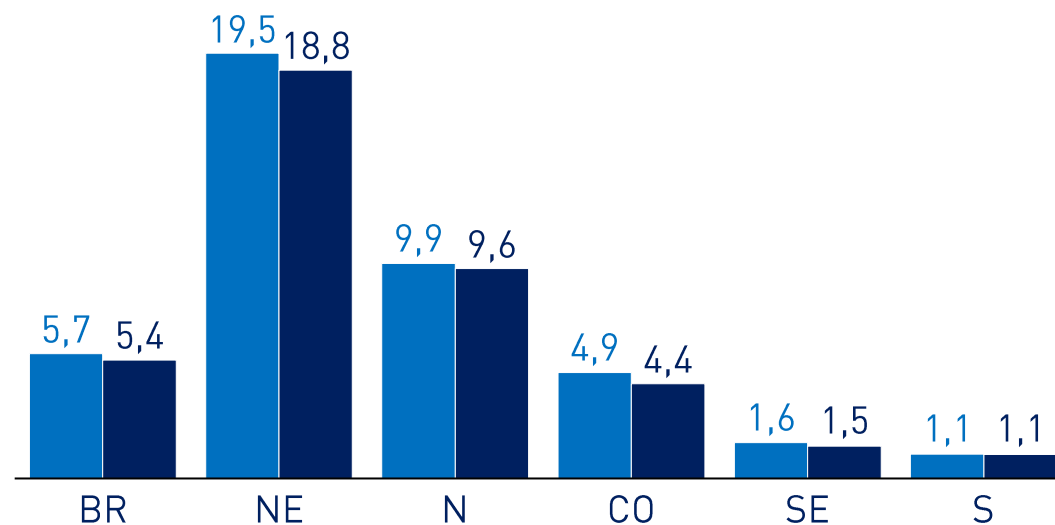
■ 2T20 ■ 2T21



Market Share – Acumulado Ano

(em %)

■ 6M20 ■ 6M21

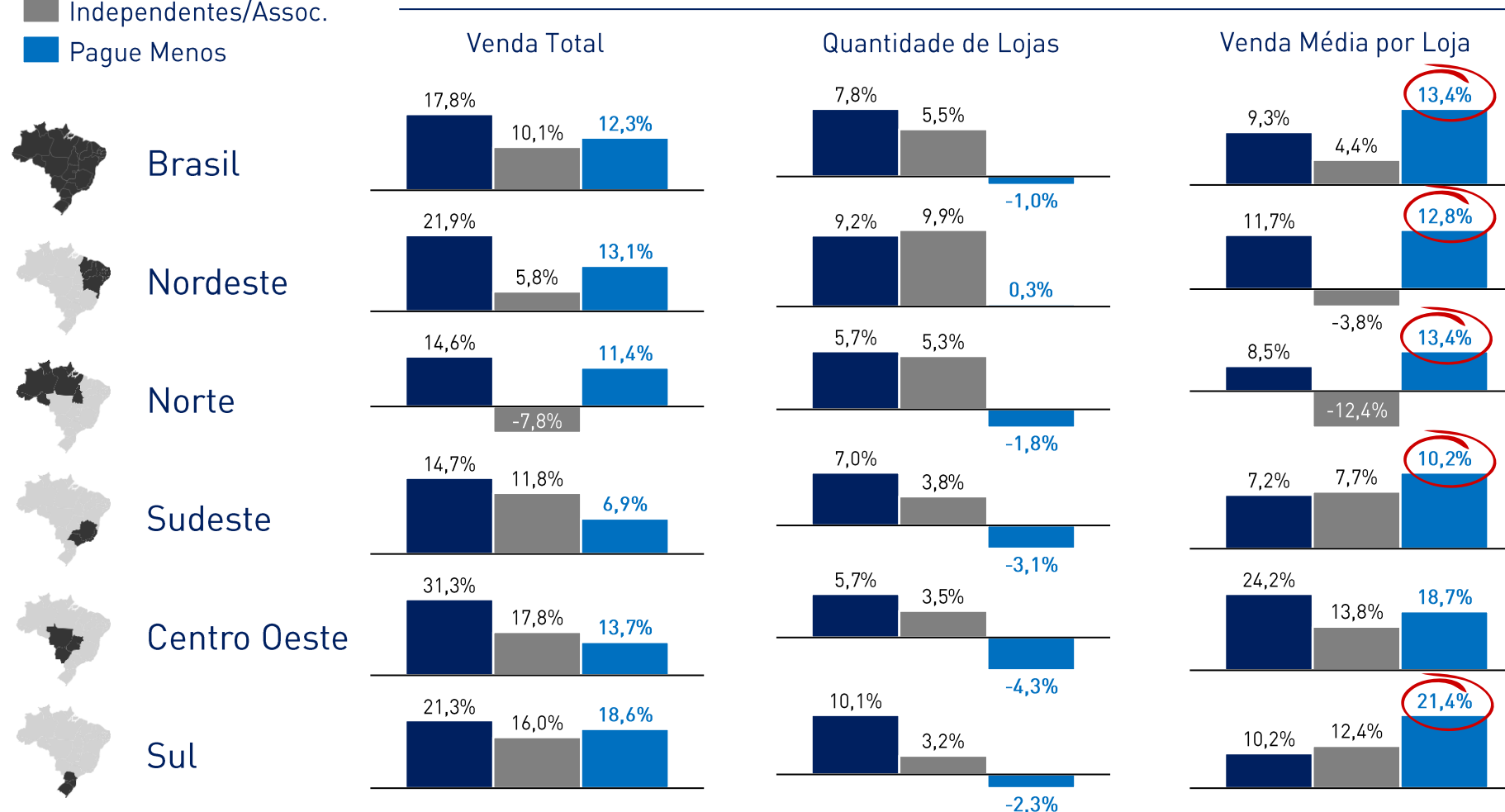


Market Share

Crescimento de venda média por loja acima do mercado

■ Redes
■ Independentes/Assoc.
■ Pague Menos

Evolução 2T21 vs 2T20

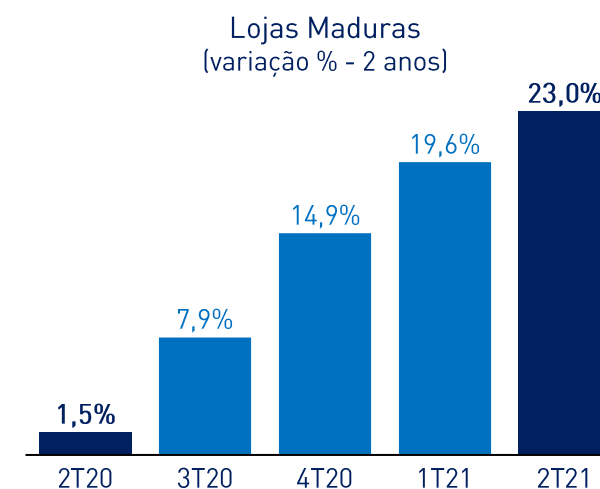
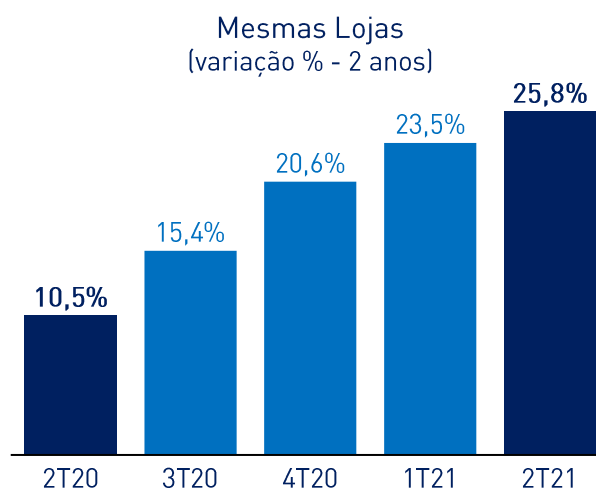
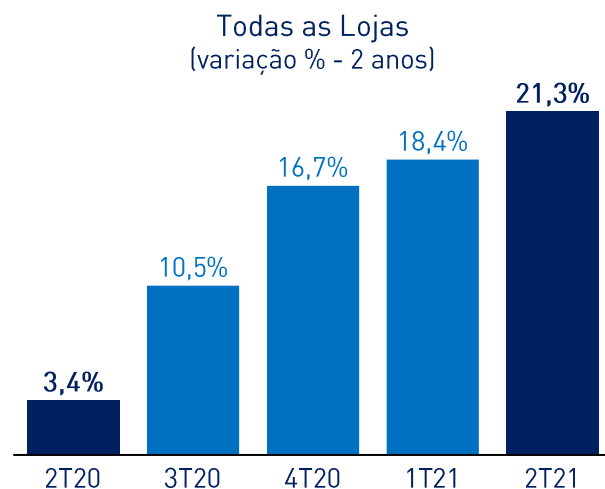
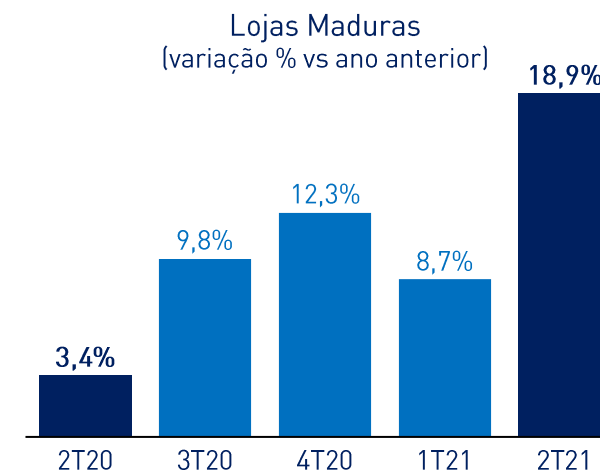
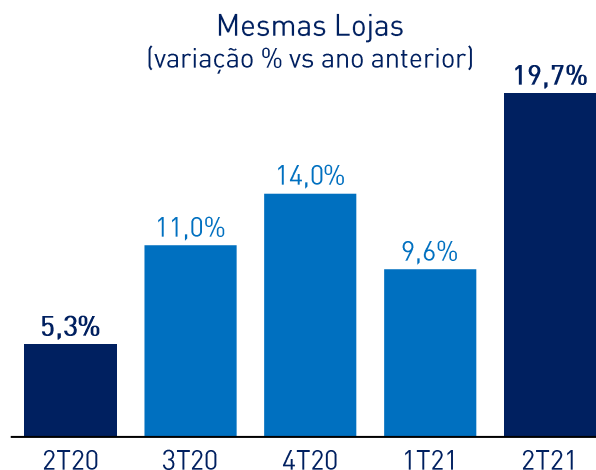
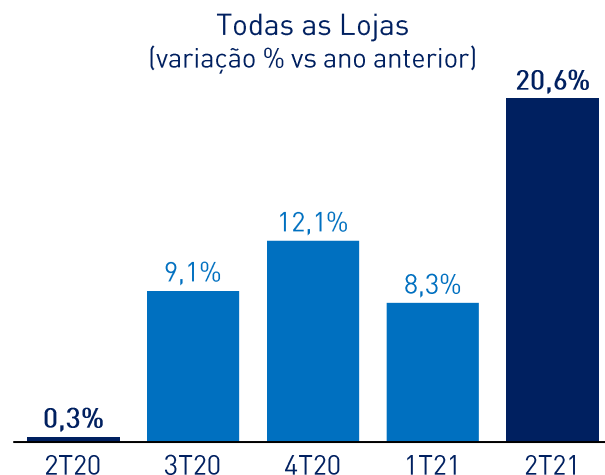


Fonte: IQVIA; Dados referente à variação entre o 2T21 vs 2T20

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

Crescimento de Vendas

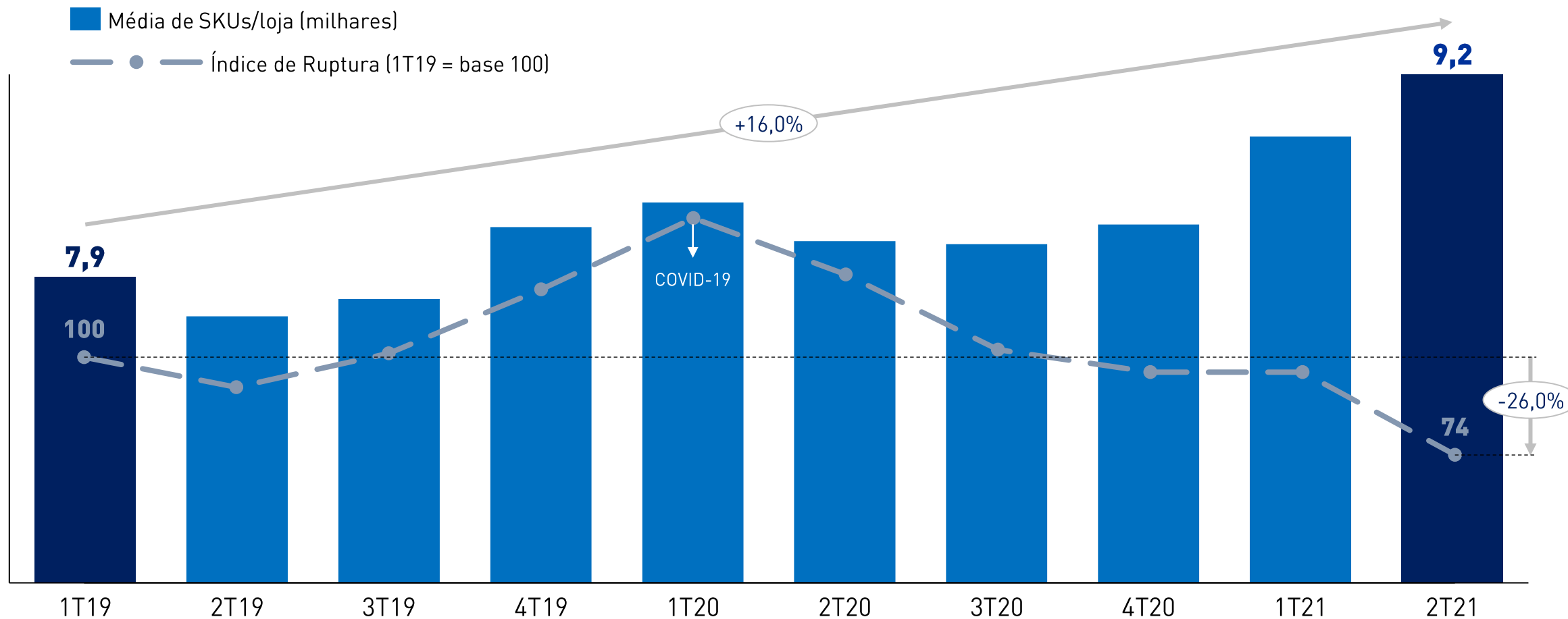
Consistente aceleração no ritmo de crescimento, ainda mais perceptível na visão acumulada em 2 anos



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 1T20, 2T20, 3T20, 4T20 e 1T21 foram de 9,9%, 1,7%, 10,9%, 13,5% e 9,3%, respectivamente.

Sortimento e Ruptura de Estoques

Execução bem sucedida da estratégia de aumento na disponibilidade de produtos ao longo dos últimos anos



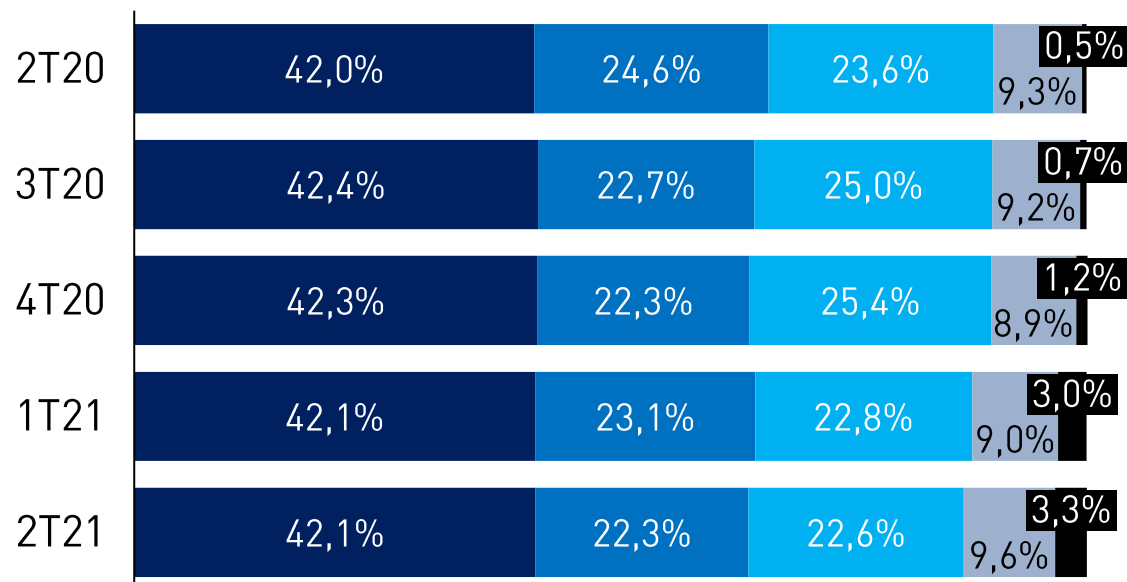
Mix de Vendas e Marcas Próprias

Performance positiva em genéricos, serviços e itens marcas próprias, alavancando a margem bruta

Mix de Vendas

(em % das vendas totais)

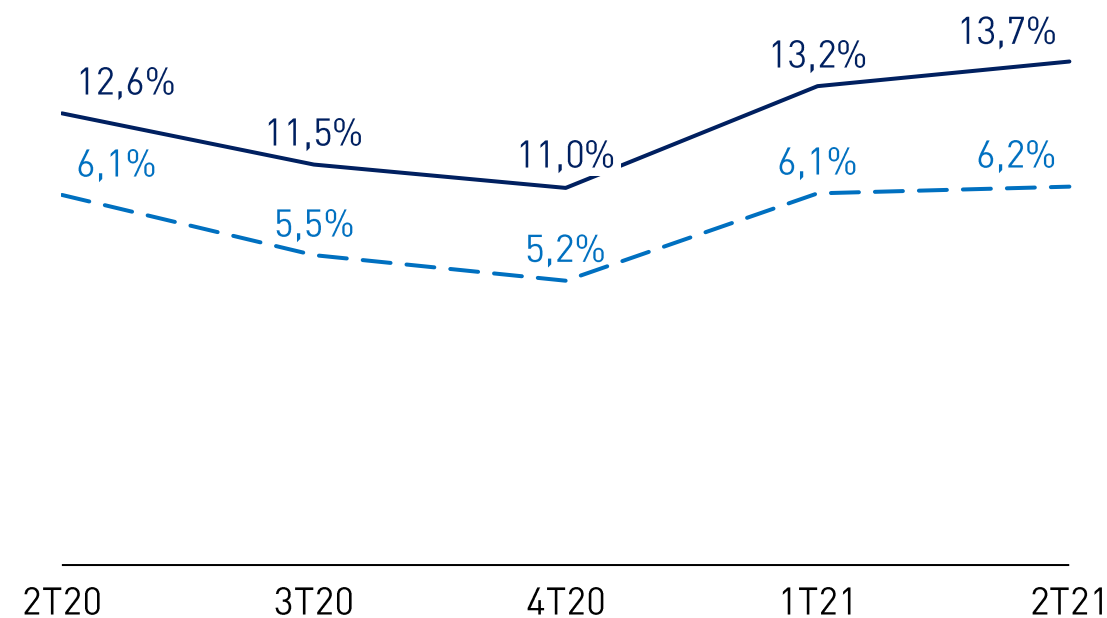
■ Marca ■ OTC ■ H&B ■ Genérico ■ Serviços



Participação Marcas Próprias

(em % das vendas)

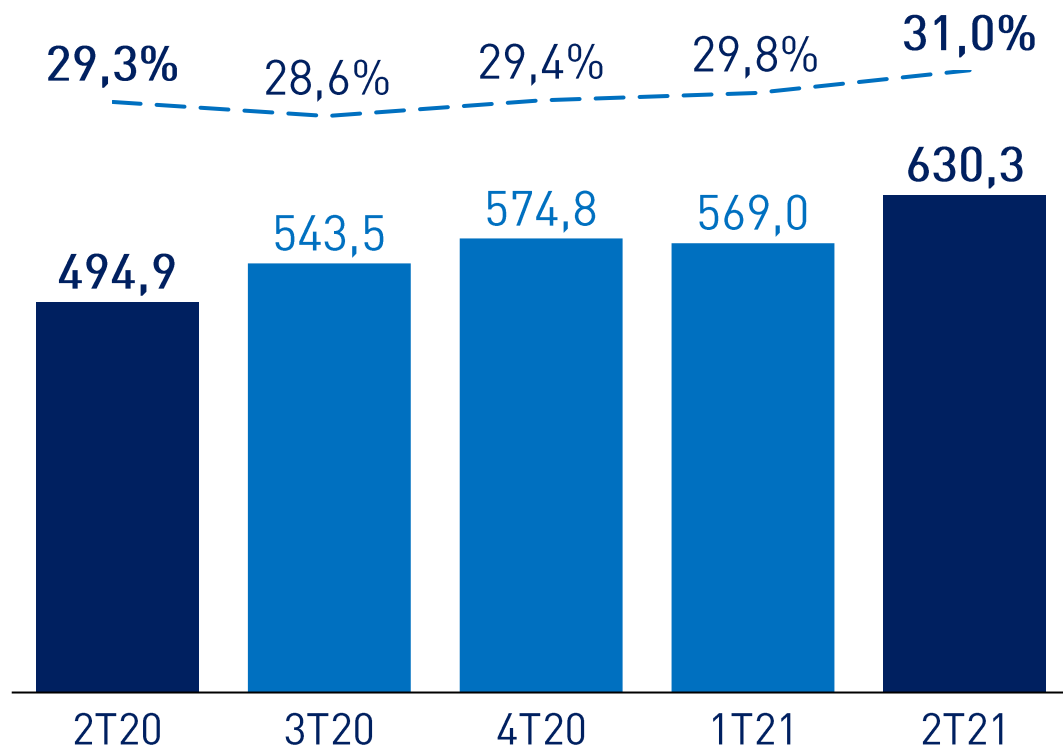
— % venda total — % autosserviço



Lucro e Margem Bruta

Melhoria de margem bruta sustentada por projetos estratégicos e alavancada pelo planejamento da pré-alta

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



+1,7p.p. (2T21 vs 2T20)



Planejamento pré-alta



Projeto *Vendor Management*



Crescimento Marcas Próprias e Genéricos



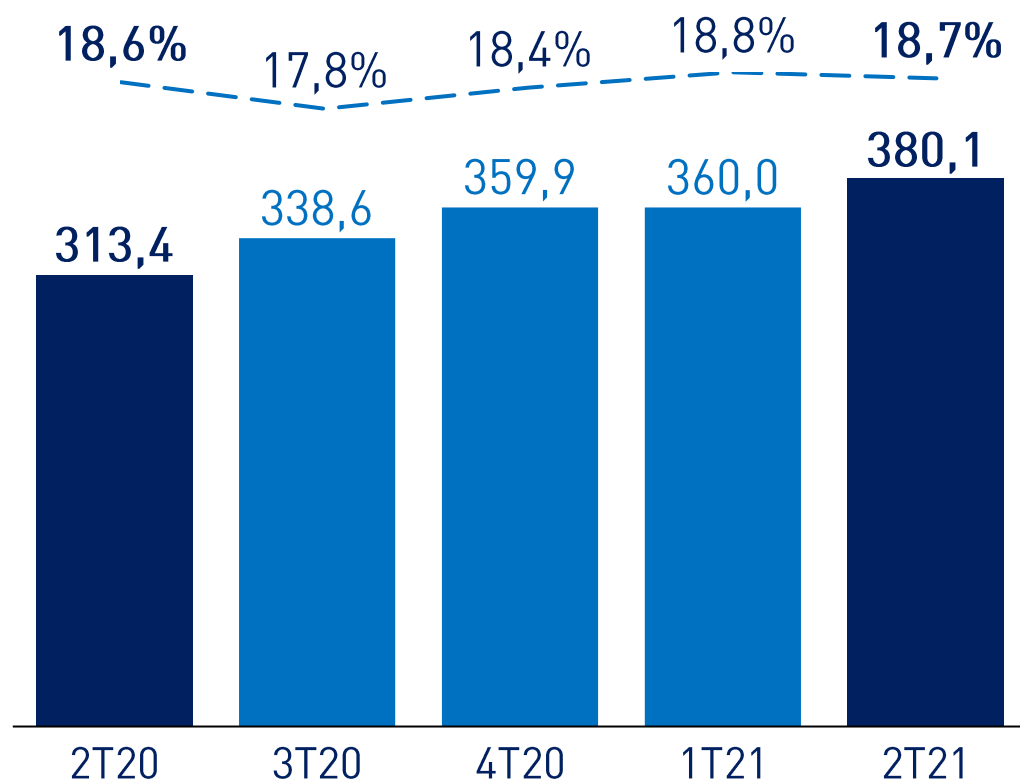
Redução no Índice de Perdas de Estoques

Despesas

Alavancagem operacional com controle de despesas, apesar de pressões inflacionárias

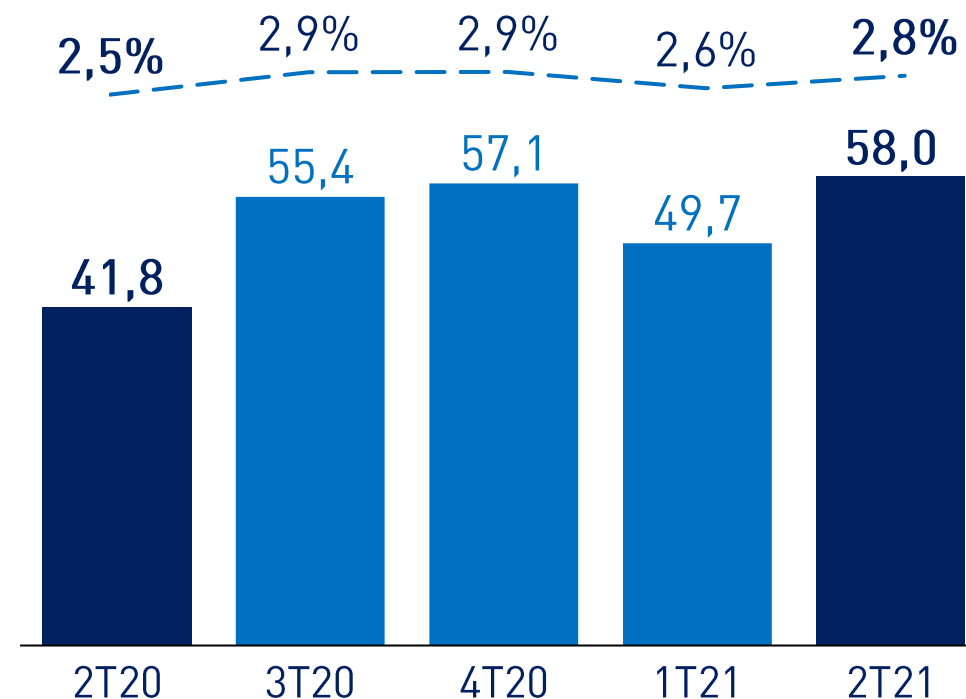
Despesas com Vendas

(em R\$ milhões e % da receita bruta)



Despesas Gerais e Adm.

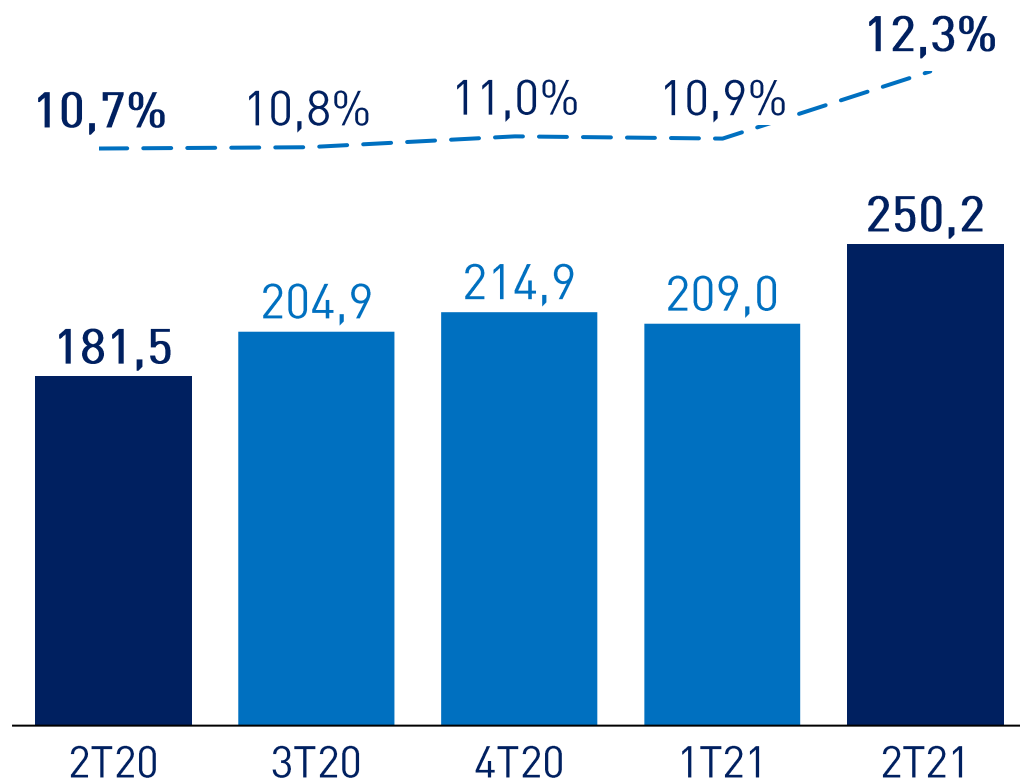
(em R\$ milhões e % da receita bruta)



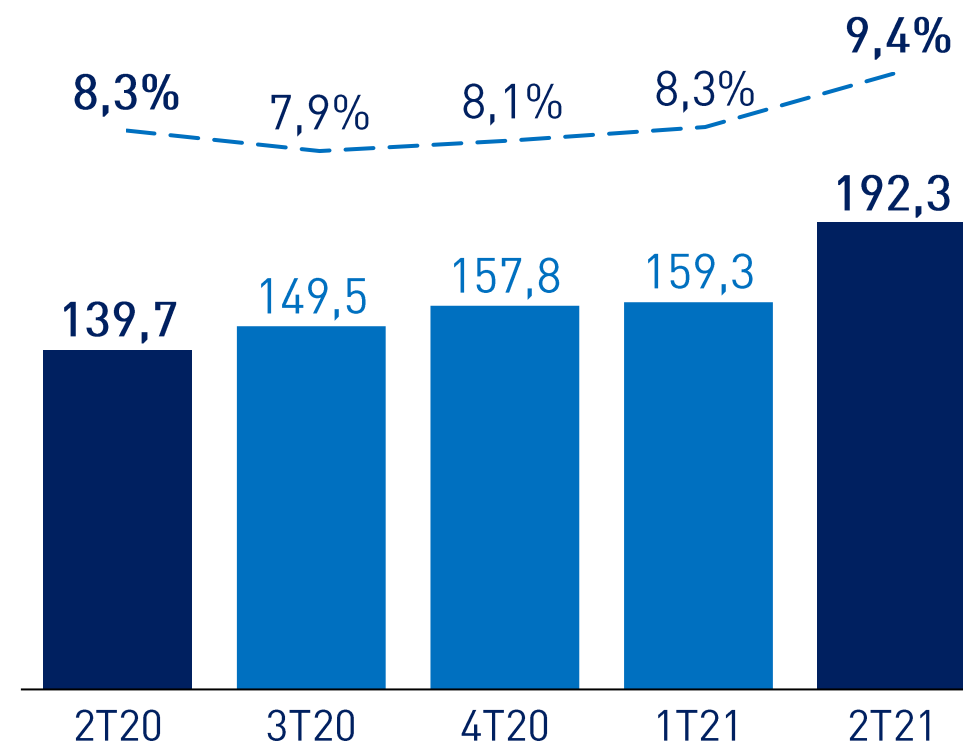
Margem de Contribuição e EBITDA

Dinâmica de crescimento saudável sustentada pelo incremento na produtividade de lojas

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



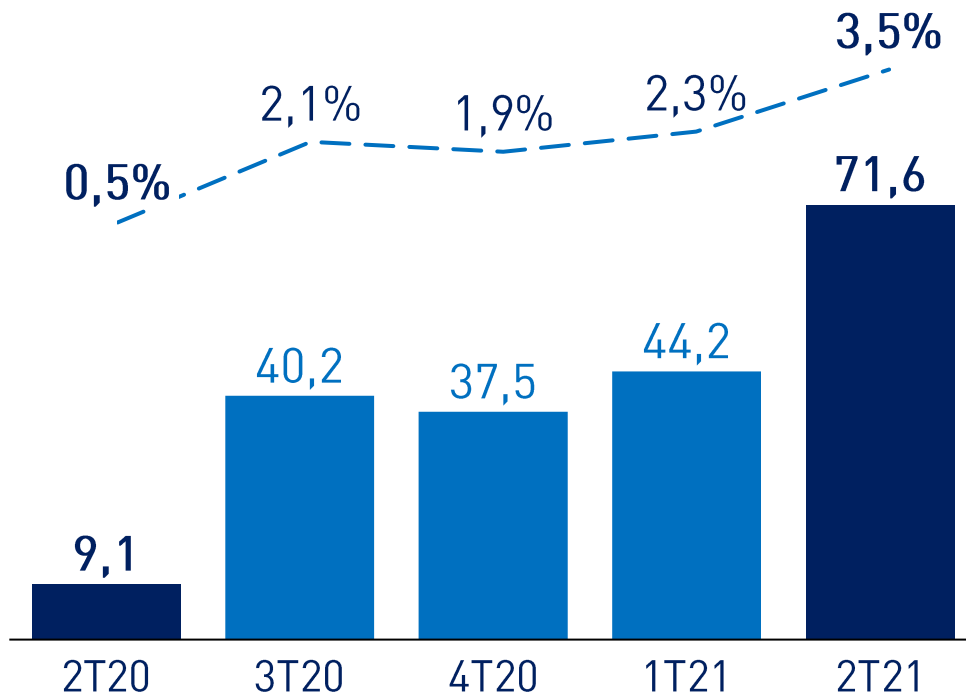
EBITDA Ajustado
(em R\$ milhões e % da receita bruta)



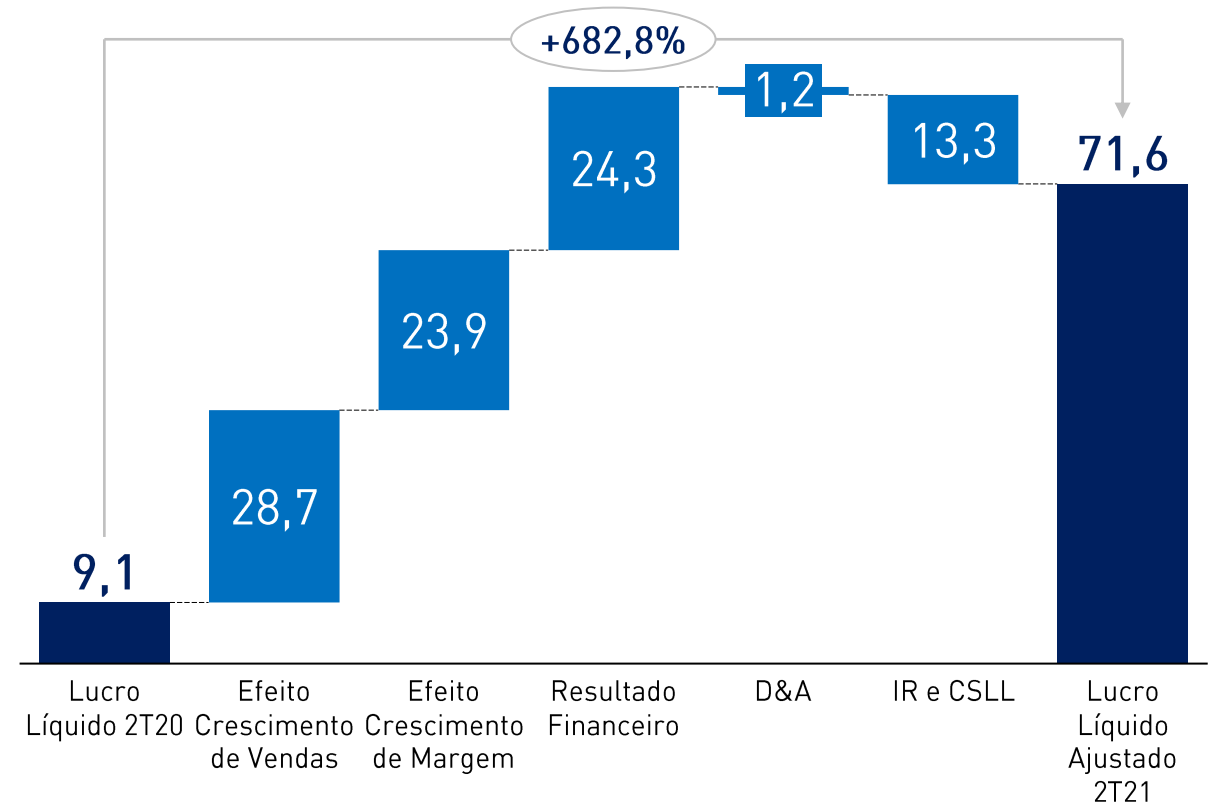
Lucro Líquido Ajustado

Recorde de lucratividade, fruto do resultado operacional e sólida posição financeira da Companhia

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



Componentes de Crescimento do Lucro
(em R\$ milhões)

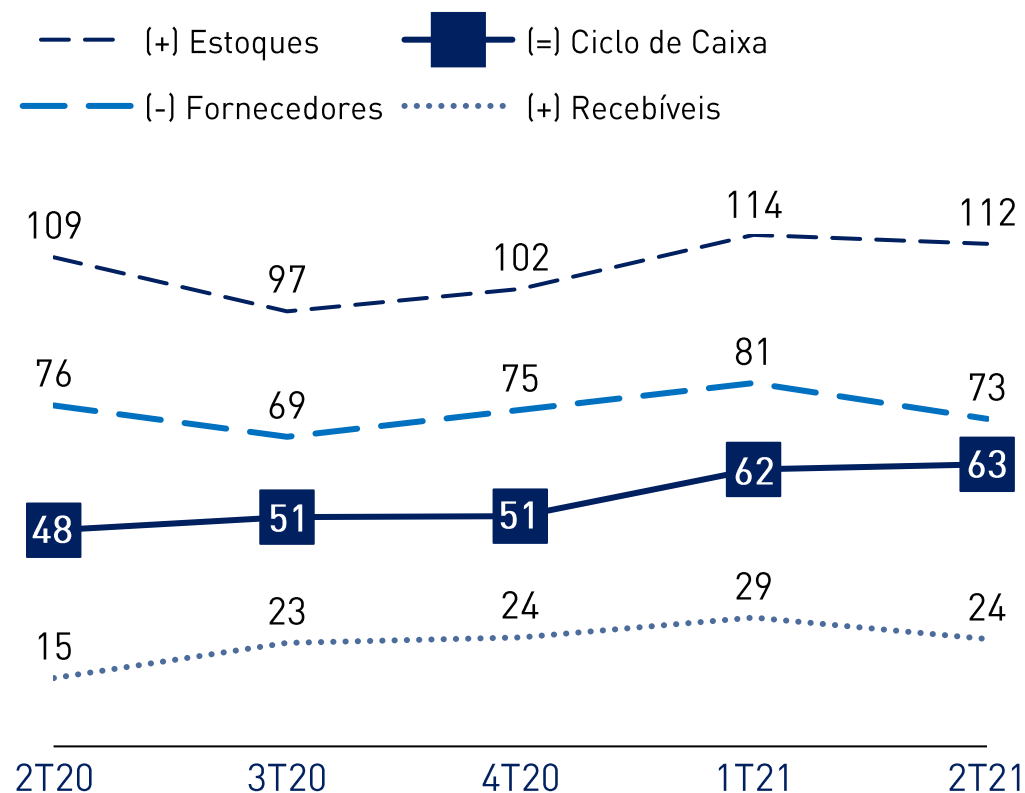


Ciclo de Caixa e Endividamento

Investimento em estoques, residual do efeito pré-alta, incremento no sortimento e preparativos para abertura de lojas do 3T21

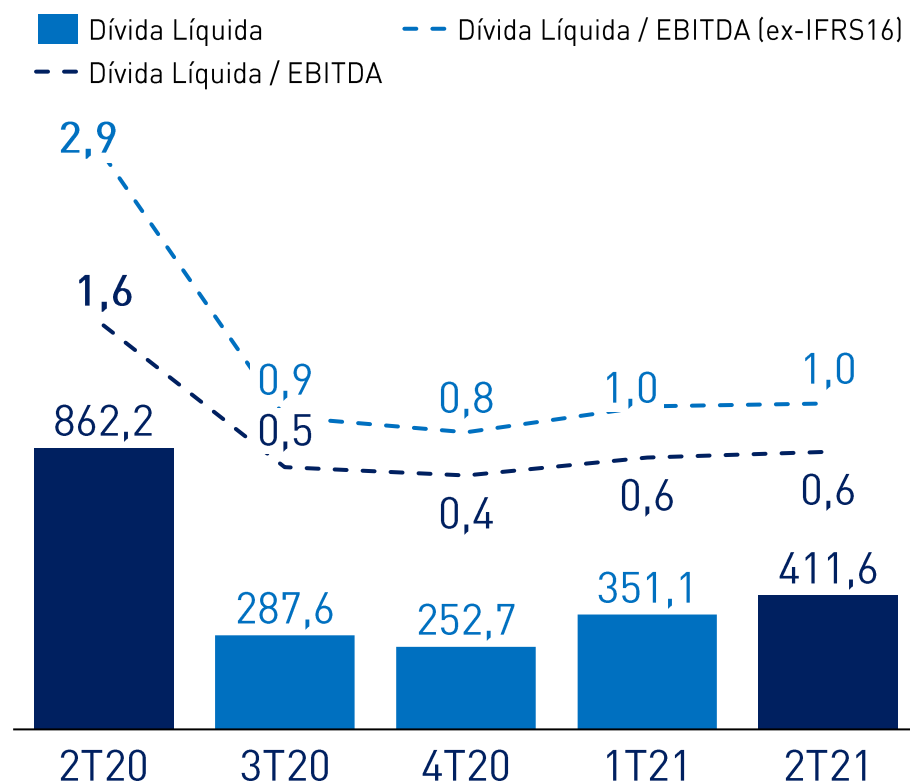
Ciclo de Caixa Operacional

(em dias de CMV e dias de Receita Bruta)



Dívida Líquida

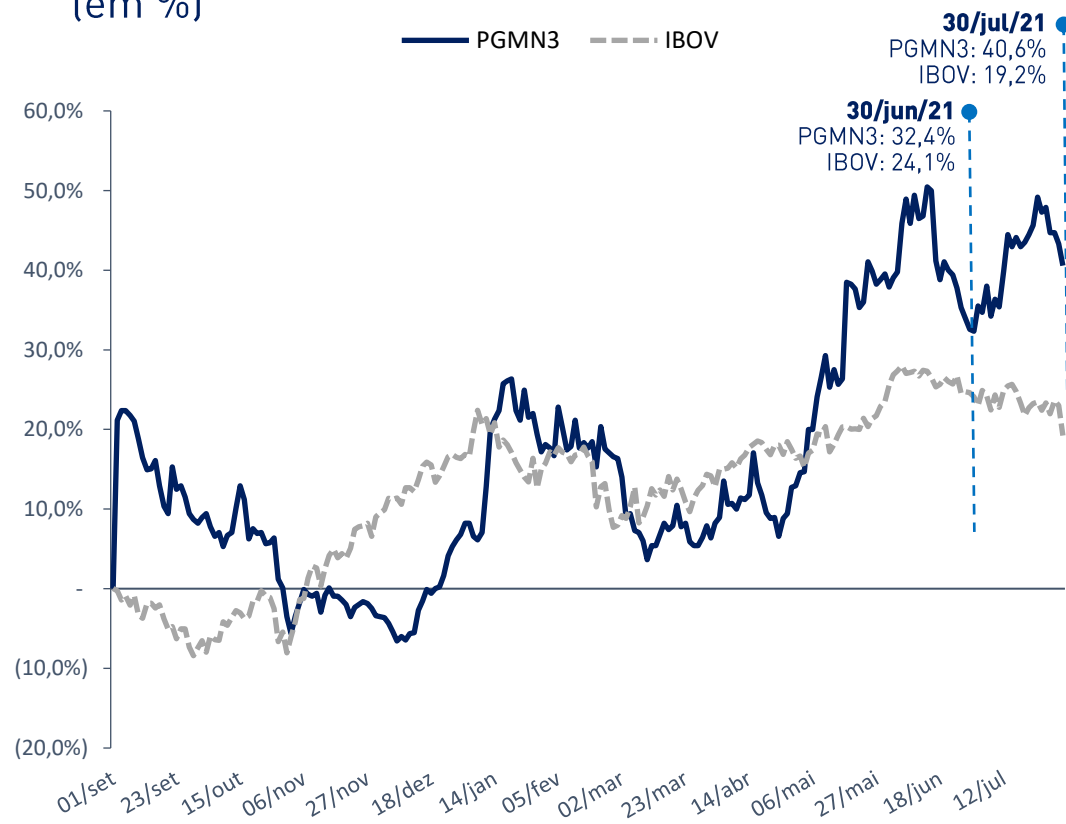
(em R\$ milhões e múltiplo do EBITDA)



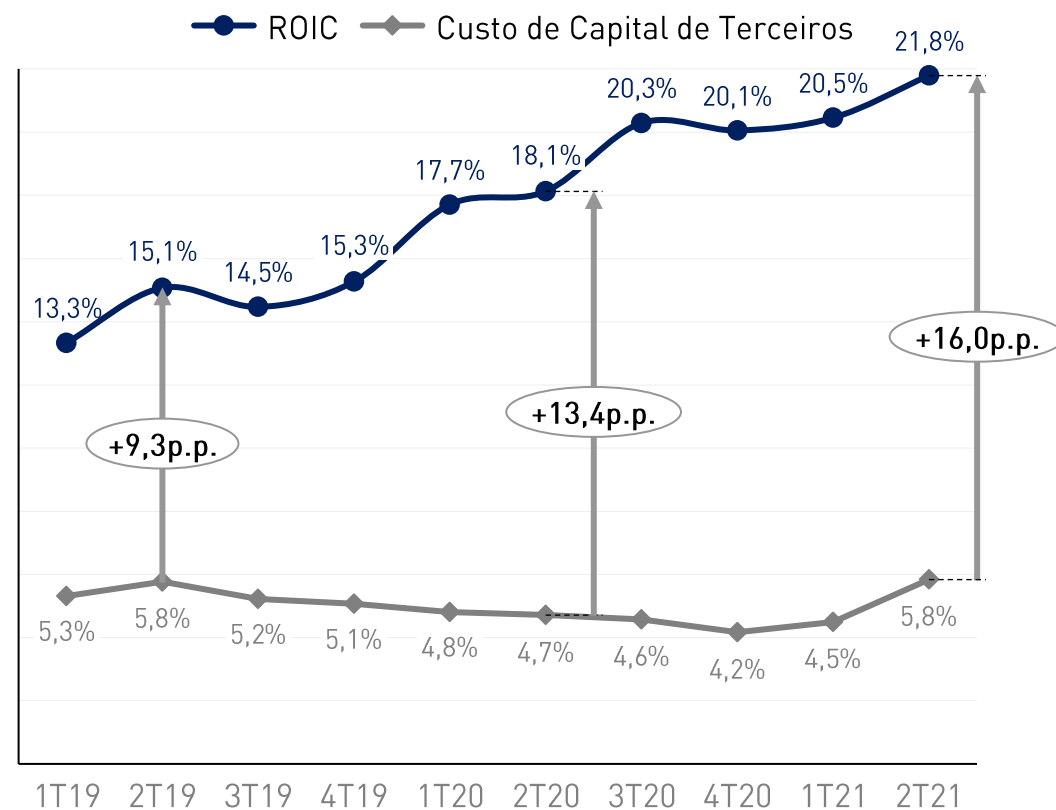
Geração de Valor

Crescente spread entre ROIC e custo de captação e boa performance da ação

Valorização Acumulada desde o IPO (em %)



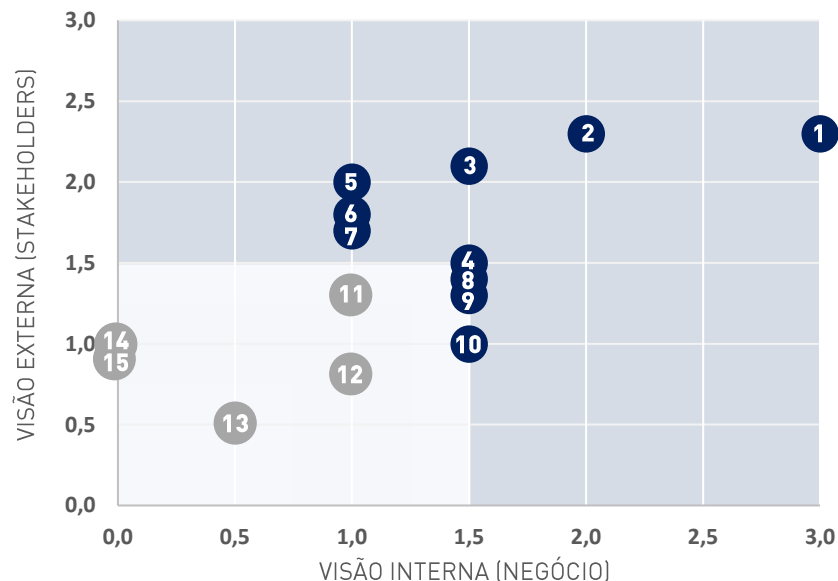
ROIC¹ e Custo de Captação² (em %)



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)

Finalizada a matriz de materialidade para priorização de ações e esforços ESG

Matriz de Materialidade



- ❶ Saúde para população de baixa renda
- ❷ Geração de resíduos
- ❸ Desenvolvimento de colaboradores
- ❹ Consumo de energia não renovável
- ❺ Saúde e segurança ocupacional de colaboradores
- ❻ Saúde dos consumidores
- ❼ Ética e transparência nas relações
- ❽ Investimento social
- ❾ Inclusão de minorias e respeito à diversidade
- ❿ Rastreabilidade

Avanços 2T21

- ❶ Ampliação do portfólio de serviços **Clinic Farma**
- ❹ Ampliação da matriz energética renovável para **55% da base de lojas**
- ❼ Utilização da **UP Farma** para treinamentos e mecanismos de combate à corrupção



Hub de Saúde

Mário Queirós, CEO

Mais um trimestre de novidades, reforçando nosso papel de vanguarda no mercado nacional



Expansão do portfólio de TLRs

Covid-19 RT-PCR, teste anemia, entre outros



Ampliação Home Care e PSP AME¹

Serviços em domicílio e acompanhamento de pacientes de medicamentos especiais



Comercialização² da toxina botulínica

Primeira rede de farmácias no país



+ Modalidades de Teleconsulta

Telenutrição, teleaconselhamento e telefarmacêutico



Incorporação da tecnologia TytoCare

Para telemedicina assistida em loja (parceria com Saúde iD)

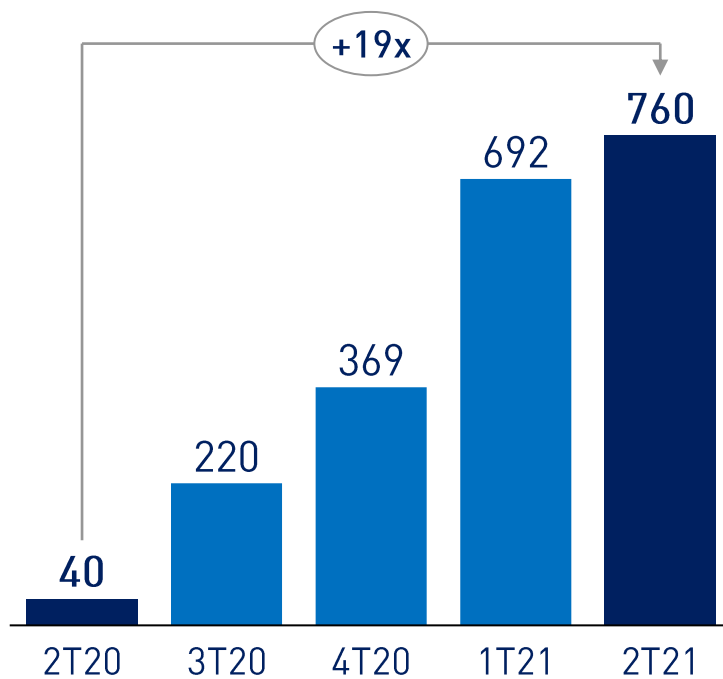
¹ Programa de Suporte ao Paciente para clientes de medicamentos especiais de uso contínuo

² Venda exclusiva para profissionais da saúde



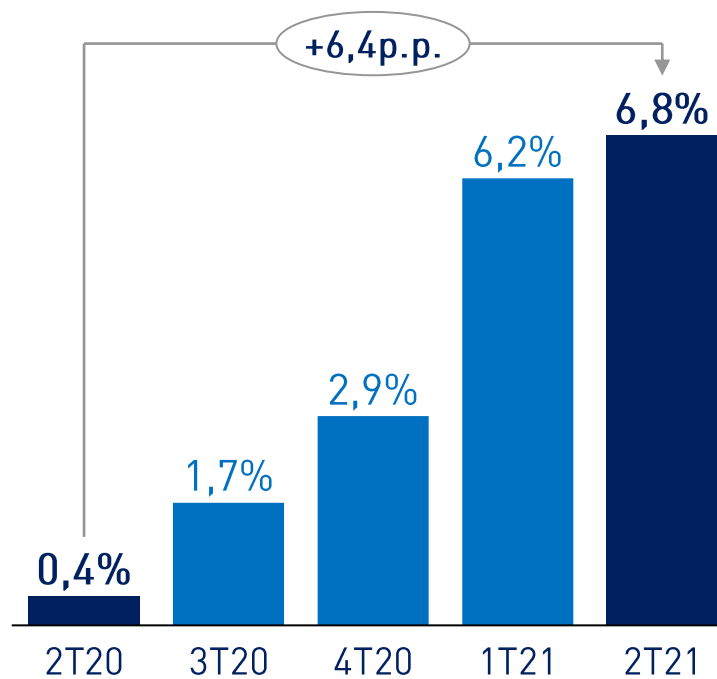
Atendimentos

(# milhares)



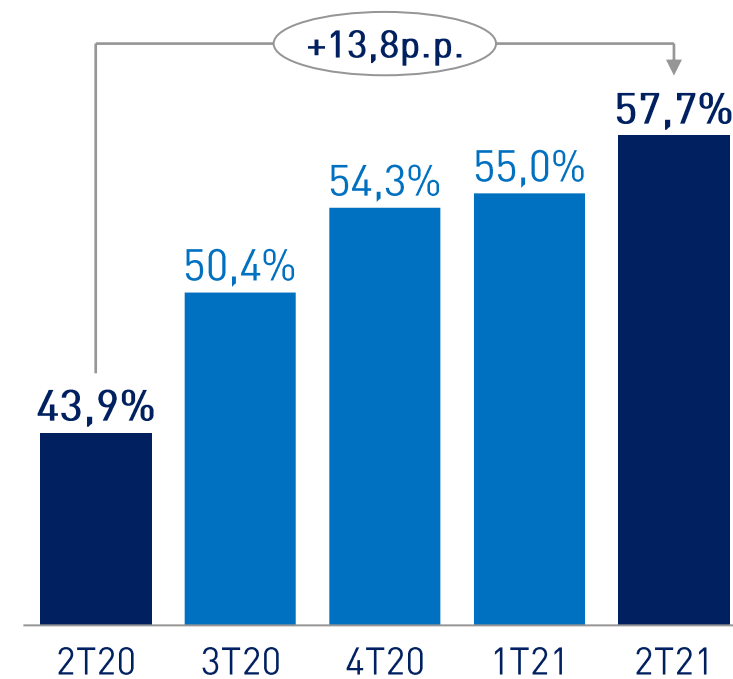
Adesão

(% clientes Clinic / total clientes)



Conversão

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

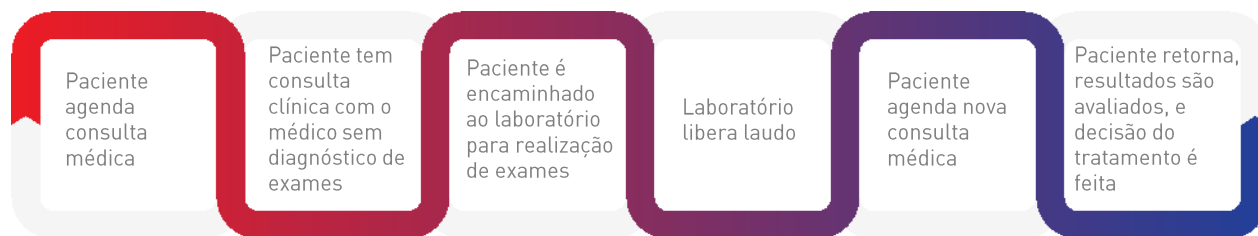


Point of Care Testing (POCT)

Expansão do portfólio de TLRs, promovendo cada vez mais o acesso a saúde

Jornada do Paciente

Laboratório Tradicional



Point of Care Testing (POCT)



Extenso Portfólio de Testes

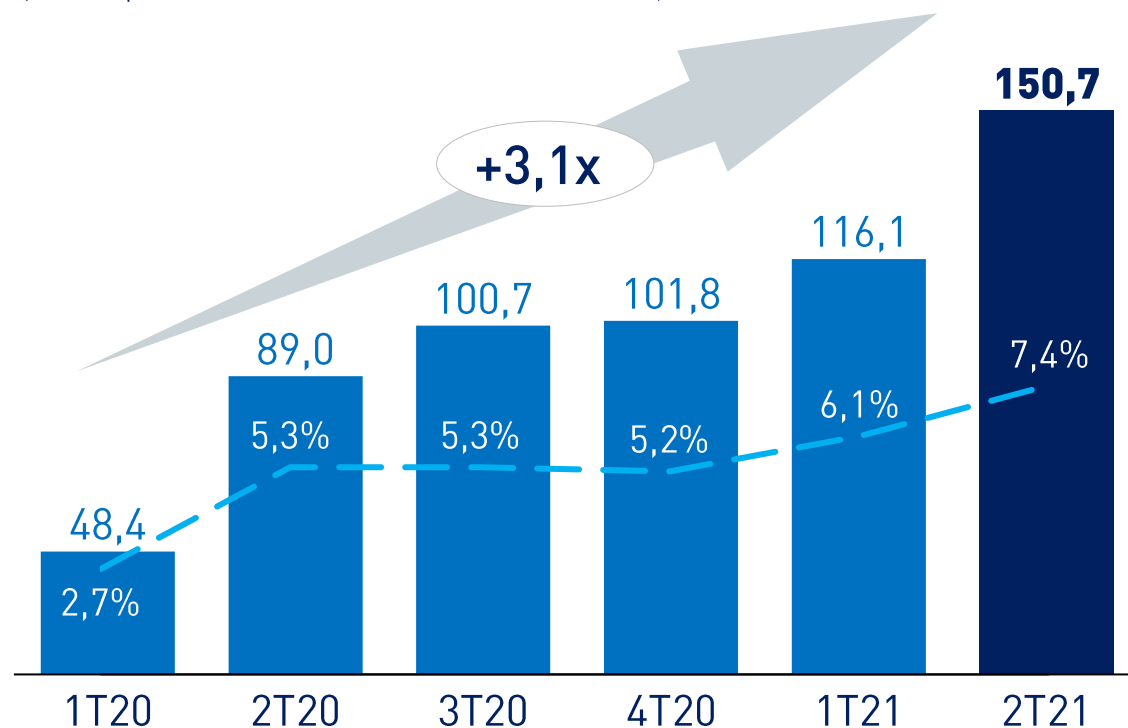
- | | | |
|--|--|--|
| ☒ Check-Up Laboratorial | ☒ Exame de TSH (Hipotireoidismo) | ☒ Exame fundo de olho |
| ☒ Exame de Beta hCG (Gravidez) | ☒ Exame de Vitamina D | ☒ Triagem Hematológica |
| ☒ Exame de Bioimpedância | ☒ Exame de Zika Vírus | ☒ Teste de Anticorpos Covid-19 |
| ☒ Exame de Covid-19 | ☒ Exame Sífilis | ☒ Teste Rápido D-dímero (novo) |
| ☒ Exame de Dengue | ☒ Exame Malária | ☒ Teste Rápido Troponina (novo) |
| ☒ Exame de Glicemia | ☒ Exame Ovulação LH | ☒ Teste Rápido H. Pylori (novo) |
| ☒ Exame de Hemoglobina Glicada | ☒ Exame Ácido Úrico | ☒ Teste Rápido Anemia (novo) |
| ☒ Exame de Perfil Lipídico | ☒ Exame Chikungunya | |
| ☒ Exame de PSA | ☒ Exame Toxicológico | |

Plataforma Omnichannel

Desenvolvimento de robusto ecossistema digital, 100% integrado com as lojas

Venda Canais Digitais

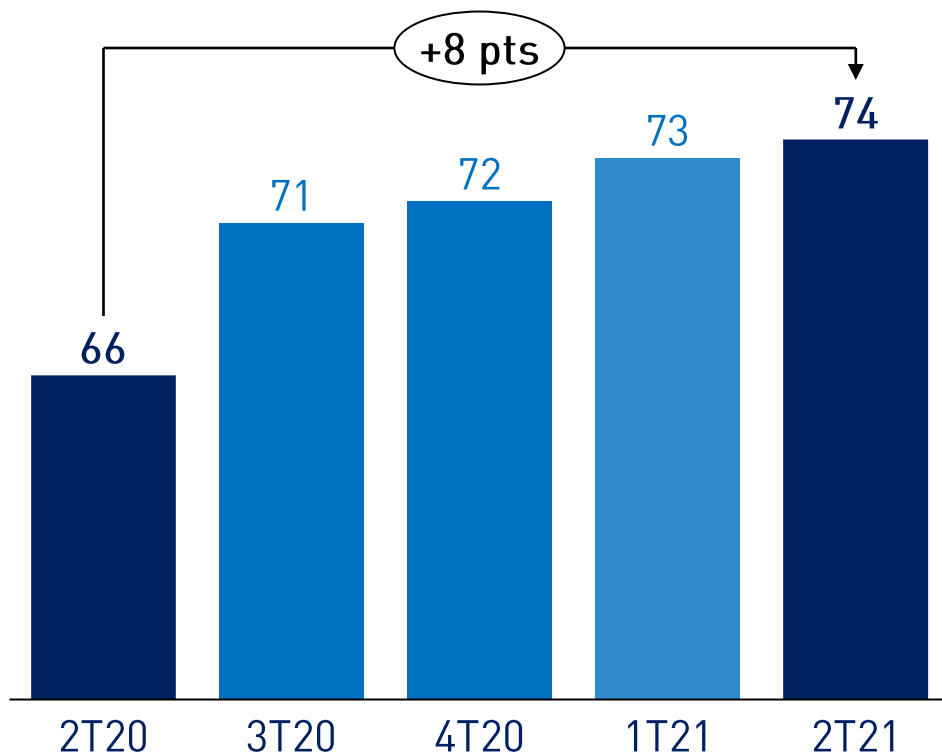
(em R\$ milhões e % das Vendas Totais)



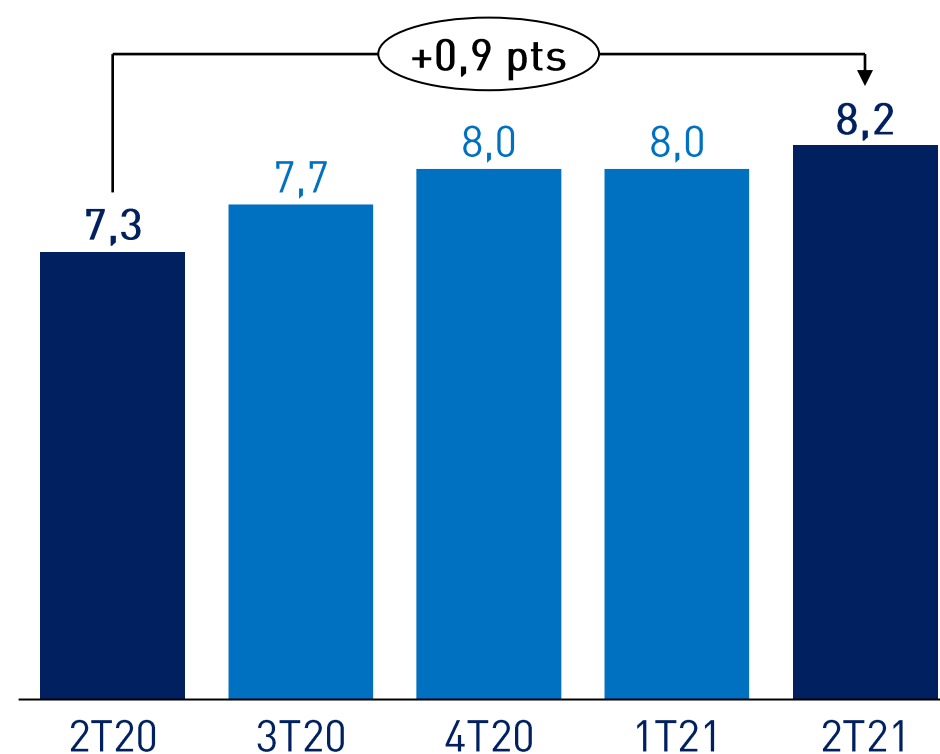
Foco no Cliente

Consistência na evolução dos níveis de serviço e satisfação de clientes

NPS
(pesquisa interna)



Nota Reclame Aqui
(acumulado 6 meses)



Aquisição Extrafarma

Movimento estratégico para acelerar nosso crescimento



Cronograma da Operação

- ✓ Anúncio da Transação (mai/21)
- ✓ Aprovação em AGE pelos acionistas da Ultrapar (jun/21)
- ✓ Início do planejamento da integração e estruturação do *IMO*¹ (jun/21)
- Protocolo e justificativa de incorporação (ago/21)
- Aprovação em AGE pelos acionistas da Pague Menos (set/21)
- Aprovação CADE e *closing* da operação (estimativa: 1T22)

¹ Escritório de Integração, composto por executivos dedicados ao planejamento da futura integração, respeitando as condições impostas pela legislação brasileira de defesa da concorrência.



Q&A



Pague *Menos* **DAY**

SAVE THE DATE 02/09/21



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

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

ri@pmenos.com.br

+55 (85) 3255-5544