

Teleconferência de Resultados

4T20 e 2020



Aviso Legal



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", "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 trimestrais e dos resultados anuais podem figurar em proporções diferentes, para otimizar a demonstração dos resultados. 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).

4T20: Mais um Trimestre de Entregas



Reforçando o novo momento da Pague Menos



14,0%Crescimento
Mesmas Lojas







5,2%Participação Digital

2,9%Adesão Clinic Farma

 \bigcirc

NPS



Evolução do Nosso Hub de Saúde

Mário Queirós, CEO

Evolução do Clinic Farma

Alavancando nosso Hub de Saúde



Novas Parcerias

Planos de Saúde e Secretarias Estaduais de Saúde



Ampliação do Portfólio de Consultórios e Serviços 809 consultórios e um portfólio de 31 serviços e exames

Serviços















Indicadores do Clinic Farma

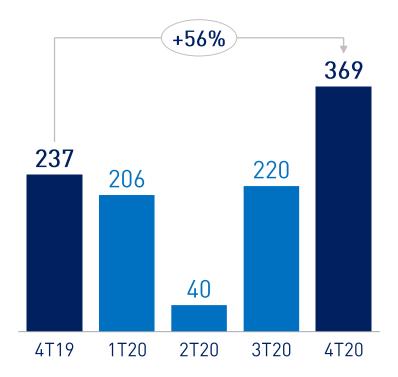


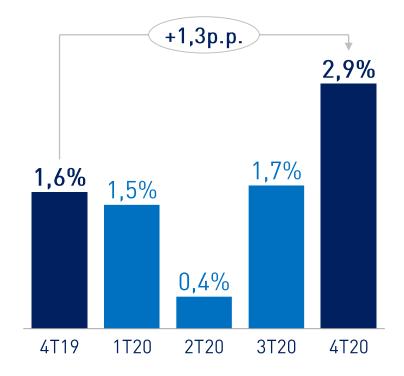
Crescimento no número de atendimentos, adesão na base de clientes e conversão em compras

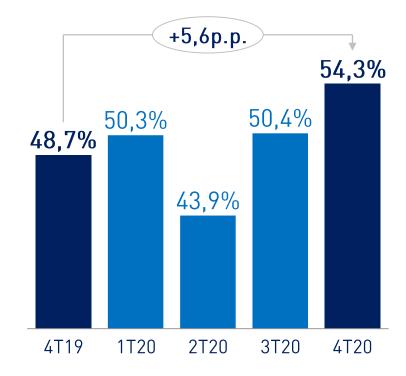












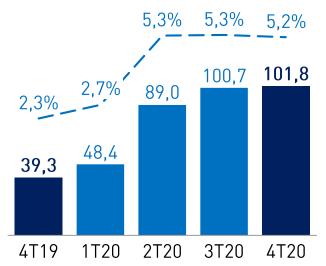




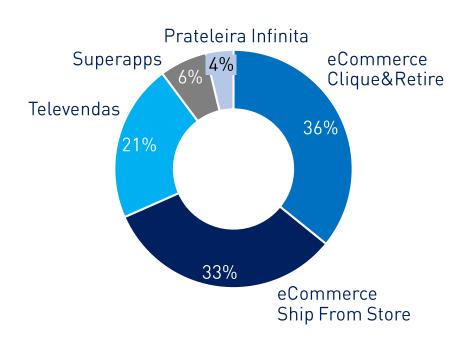
Integração completa entre e-commerce e lojas físicas, com escala e capabilities únicos no setor



Venda Digital
(R\$ milhões / % Venda Total)



Participação Canal (% Venda Digital no 4T20)





Avanços na Experiência de Compra...

Jornada dos clientes cada vez mais completa, alavancada por inovações recentes



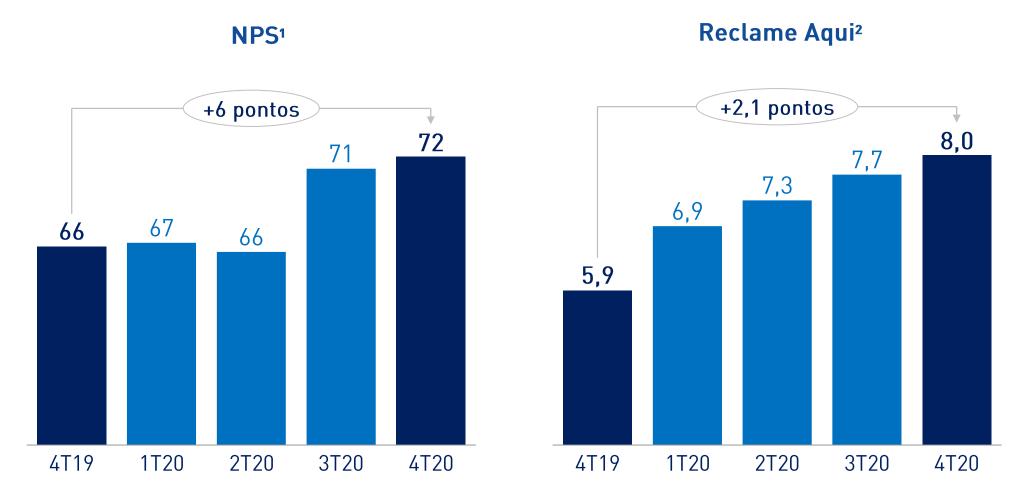




... Gerando Encantamento dos Clientes

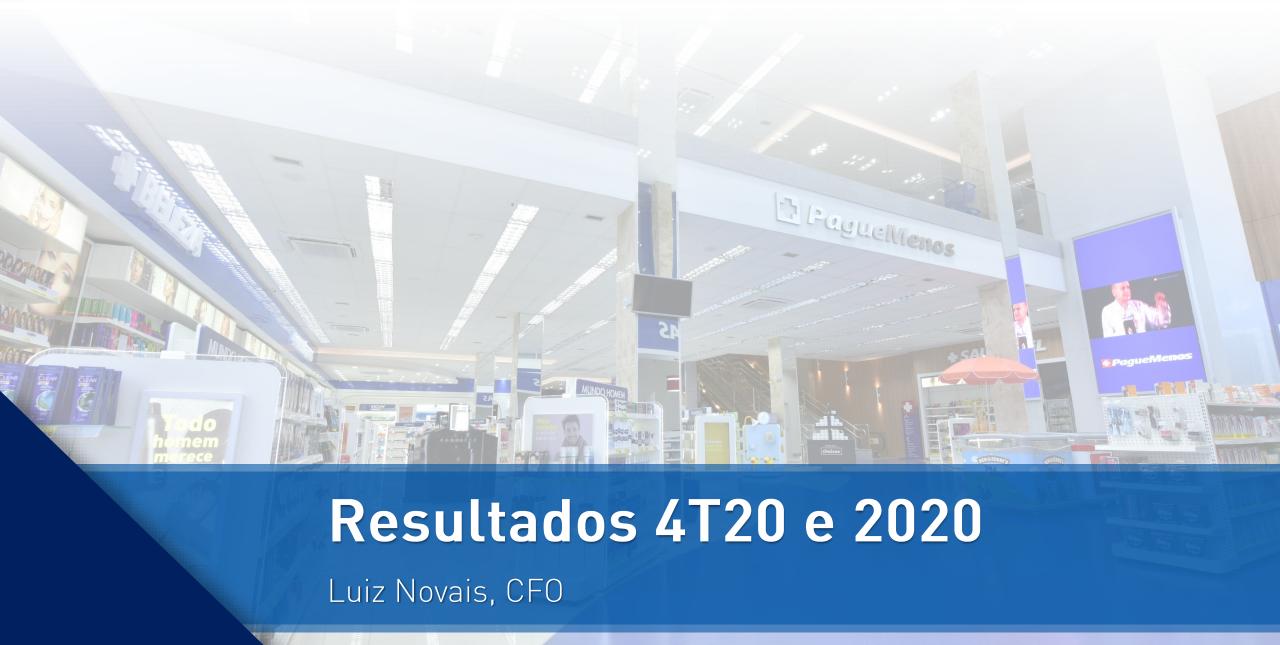


Excelência e evolução constante nos níveis de serviço



¹ Pesquisa realizada via SMS para 30% da base de clientes, com taxa média de resposta aproximada de 2%

² Nota apurada ao fim de cada trimestre, referente acumulado em seis meses



2020: Crescimento com Qualidade



Importantes melhorias operacionais....

NPS
72
(+6 pts vs 4T19)

Ruptura Estoques -19% (4T20 vs 4T19)

Ampliação de Sortimento
+5%
(itens distintos vendidos 4T20 vs 4T19)

Produtividade
(funcionário/loja)

17,1
(-0,9 funcionário/loja vs
4T19)

...refletidas em melhores resultados

Crescimento Mesmas Lojas

10,7%

(vs 0,1% em 2019)

Diluição de SG&A

1,7 p.p. (2020 vs 2019)

Resultado Líquido

R\$ 96 Milhões (prejuízo R\$6,9 milhões 2019)

ROIC

18,6%

(+4,5p.p. vs 4T19)

Crescimento Consistente em Vendas



R\$ 7,3B em receita no ano, 14% de Mesmas Lojas e 12,3% em Lojas Maduras no 4T20



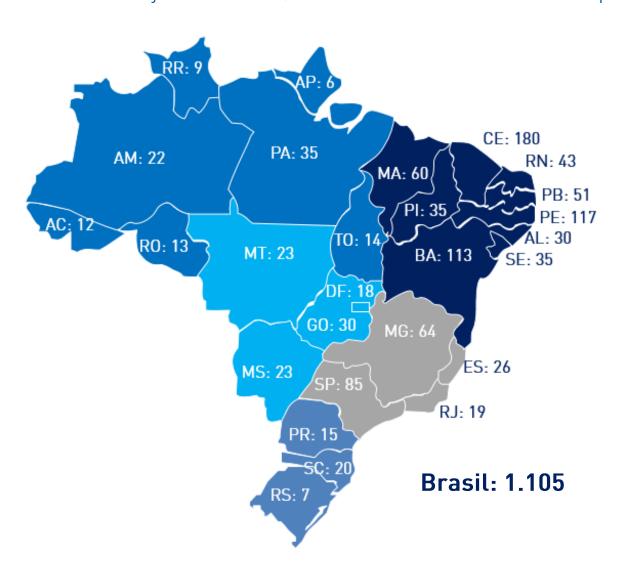
Nota: O conceito de Mesmas lojas desconsidera lojas fechadas temporariamente com duração superior a sete dias corridos. Incluindo lojas fechadas temporariamente na base, os crescimentos mesmas lojas do 1T20, 2T20, 3T20, 4T20 e 2020 foram de 9,9%, 1,7%, 10,9%, 13,5% e 9,2%, respectivamente.

12

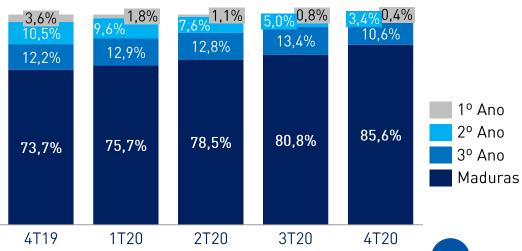
Portfólio de Lojas Nacional



+85% de lojas maduras; com foco na classe média expandida



Proporção de Lojas por Faixa Etária

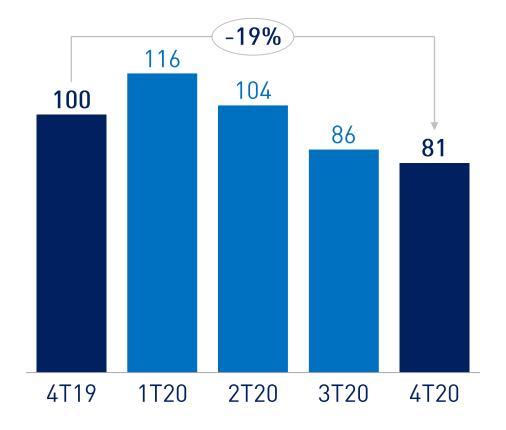




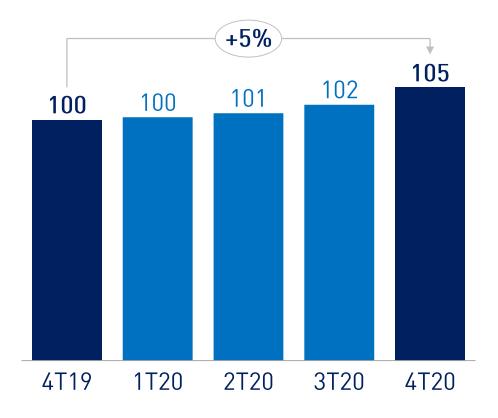
Maior Disponibilidade de Produtos

Redução de ruptura combinada com ampliação do sortimento





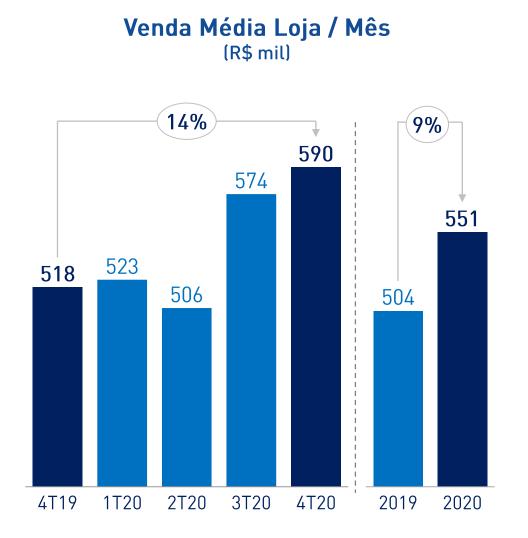
Itens Distintos Vendidos [4T19 = base 100]

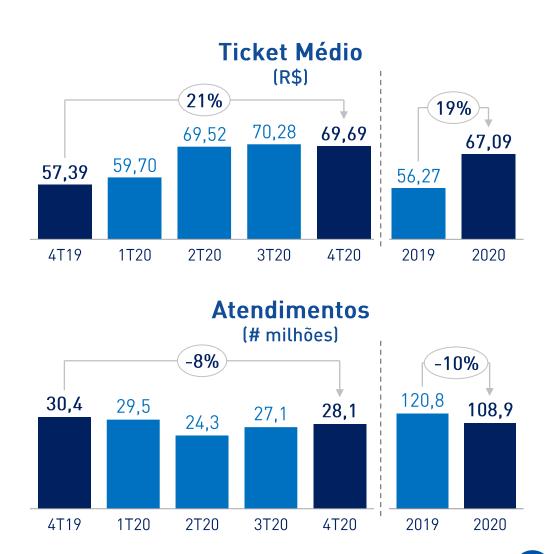


PagueMenos

Aumento na Venda Média por Loja

Mudança de patamar na venda média por loja, com incremento relevante no ticket médio





Crescimento de Margem



Inicio de captura de ganhos do Projeto *Vendor Management* e redução nos índices de perdas com estoques

Lucro Bruto e Margem Bruta

(R\$ milhões e % Receita Bruta)





- Reconhecimento de créditos fiscais de 2019 no 4T19
- Acréscimo no índice de perdas com estoques
- Efeito AVP (não-caixa)



- Projeto Vendor Management e Pricing
- Redução no Índice de Perdas com estoques
- Mix de Produtos

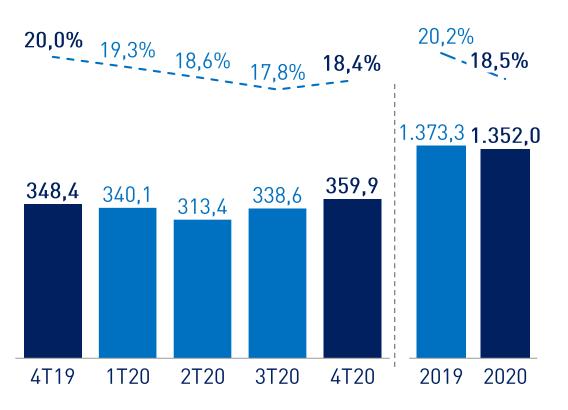


Diluição de Despesas

Aumento de produtividade em lojas e alavancagem operacional de 1,7p.p.

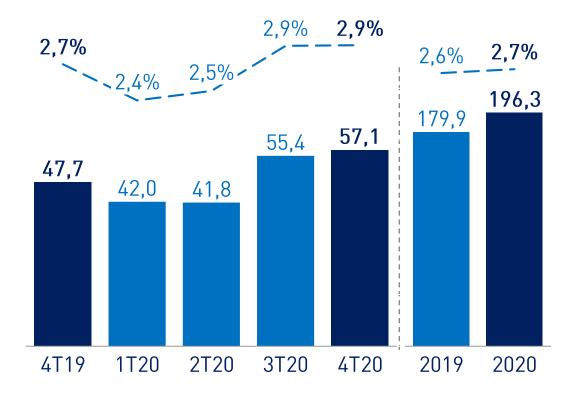
Despesas com Vendas

(R\$ milhões e % Receita Bruta)



Despesas Administrativas e Gerais

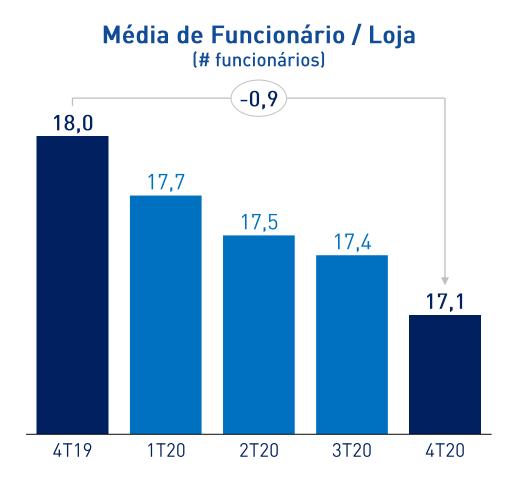
(R\$ milhões e % Receita Bruta)

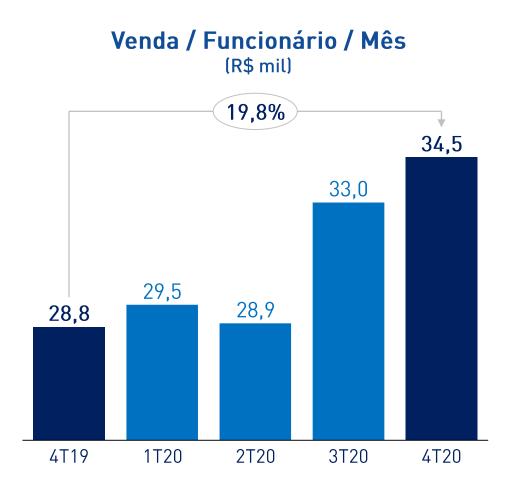




Aumento de Produtividade

Redução de 0,9 funcionário em média por loja, com melhora no nível de serviço (NPS)





Incremento de Rentabilidade



Combinação positiva de crescimento, ganho de eficiência e desalavancagem financeira

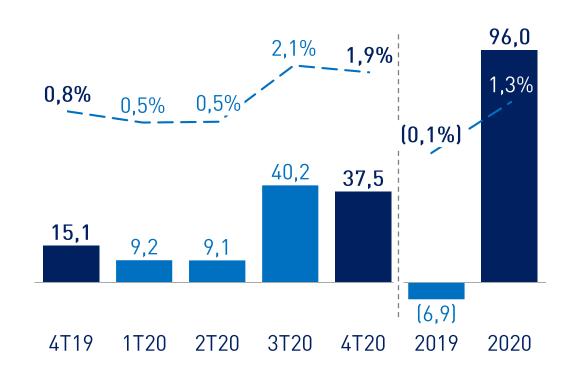
EBITDA e Margem Ajustados

(R\$ milhões e % Receita Bruta)



Resultado Líquido e Margem Ajustados

(R\$ milhões e % Receita Bruta)



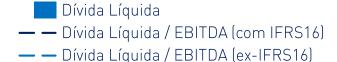
Nota: números com IFRS16

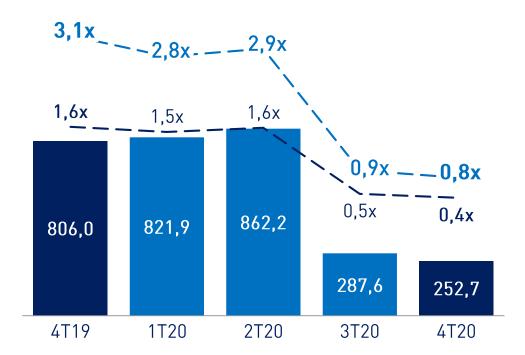


Redução no Endividamento

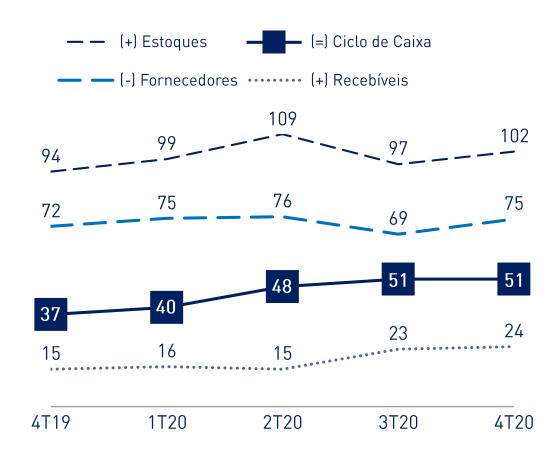
Desalavancagem financeira e normalização do Ciclo de Caixa, sem antecipação de recebíveis

Endividamento (R\$ milhões e X EBITDA Ltm)



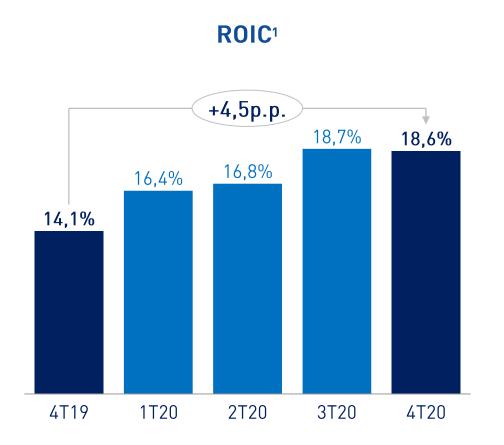


Ciclo de Caixa (dias)



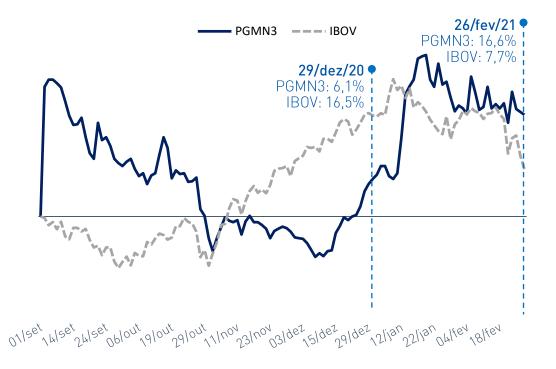
Crescente Retorno do Capital Investido





Performance da Ação

(% valorização desde o IPO)



¹ROIC calculado pelo Lucro Operacional Após Impostos (sem as despesas gerais e administrativas), 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)

Alavancas Para Geração de Valor

PagueMenos

Múltiplas iniciativas de criação de valor em curso



Gestão de Fornecedores e Marcas Próprias

- Balanceamento de margens entre fornecedores e categorias
- Entrada em novas categorias de marcas próprias





Gerenciamento de Categorias

- Aumento da oferta de novos itens e categorias em loja
- Adaptação do mix de produtos às expectativas dos clientes





Cadeia de Abastecimento

- Implementação de novos processos de abastecimento
- Otimização do algoritmo de previsão de demanda



Otimização de *Pricing* e Ofertas Personalizadas

- Implementação da política e estratégia de precificação por categoria
- Balanceamento de margens entre lojas



Produtividade em Loja e Satisfação do Cliente

- Desenvolvimento de ações segmentadas para aumento do NPS e fidelização
- Otimização do headcount de funcionários por loja





- O Incipiente, com grande potencial de *upside*
- Completo, com a maior parte do upside capturado

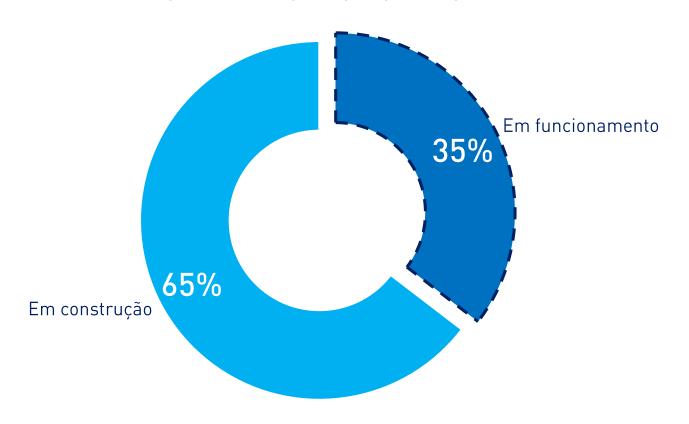


Compromisso ESG

Relevante parte da matriz energética gerada por fonte renovável

Usinas Solares Fotovoltaicas

(% do total da energia consumida para operação de lojas e CDs)







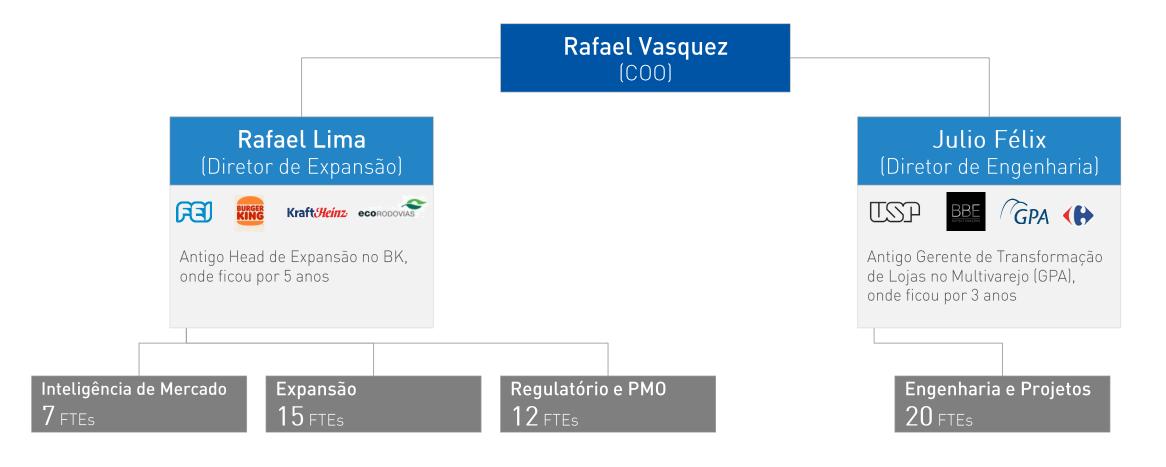


José Vasquez, COO

Equipe Focada na Expansão



Time experiente com aproximadamente 50 profissionais



PagueMenos

Ferramental Robusto Dedicado ao Crescimento



Estudo de Geolocalização

Mapeamento de potenciais micro mercados



Score Implantação

Checklist data-driven para implementação de novos sites



Modelo Preditivo de Vendas

Modelo proprietário para estimativa de vendas e margens



Gestão de Projetos

Software e consultoria especializada de gestão de projetos



Gestão de Portfólio

Reformas, relocação e redimensionamento de lojas



Guidelines da Expansão

Clareza em relação aos critérios e foco



Público

Classe média expandida, renda média familiar inferior a R\$ 4,4 mil/mês



Regiões

Prioritariamente no Norte e Nordeste e regiões com baixa competição



Formatos

Diferenciação de formatos de lojas de acordo com microrregião



Retorno

Alto retorno potencial com limitado risco de canibalização

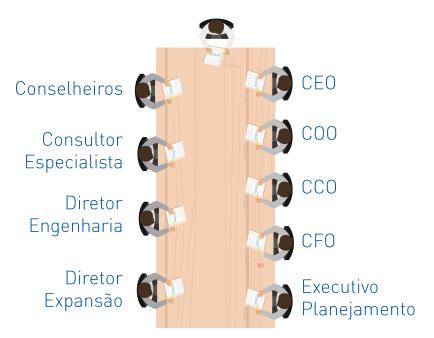


Governança Fortalecida

Processos bem desenhados e um time de referência para aprovação de novos sites

Comitê de Real Estate

Presidente Conselho





Reuniões Semanais



Avaliação objetiva com KPIs e scorecard



Processos e métricas claras para aprovação

Onde Estamos



Temos muita confiança no sucesso da nossa expansão

+60 pontos aprovados¹ desde Setembro/20

85% regiões Norte / Nordeste

20% Parâmetro de TIR

¹ Após aprovados, os pontos passam por um processo de negociação de contrato de locação com proprietários e obtenção de licenças junto aos órgãos reguladores, podendo ou não se converterem em novas lojas.



Prioridades 2021







Relações com Investidores

http://paguemenos.com.br/ri/ri@pmenos.com.br +55 (85) 3255-5544