

GRUPO  
**Petz**



**Resultados 2T24**

# 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 Petz são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio. Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos.

O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da administração da companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

# Agenda

**1** Mensagem da Administração

---

**2** Resultados Financeiros

---

**3** Q&A





1

## **Mensagem da Administração**

Sergio Zimmerman | Fundador e CEO

## Destaques 2T24

\* **44,4% de share do Canal Digital no faturamento total**, crescimento de +8,7 p.p.  
a/a

**+21% a/a de aumento no número de clientes ativos em junho de 2024** no canal Digital

\* **Patamar recorde de +500 mil assinantes** no mês de julho, com crescimento de +14%  
a/a

**SSS com performance positiva de +0,9% no 2T24**, revertendo a tendência negativa dos últimos 3 trimestres

\* **Atingimento recorde de 10,2% de share de marca própria** como % do faturamento total no 2T24

Marca própria já pode ser considerado **2º maior fornecedor** da Companhia, com crescimento de 38% a/a no 2T24

# Principais mensagens do 2T24

## Crescimento a/a

- Inflação pet negativa; crescimento de 3,8% a/a apresentado é real, sem efeito de incremento de preço.
- **Eficiência operacional:** maturação das iniciativas implementadas;
- Aumento de **vendas no digital:** +10,4% t/t.
- 94% de vendas Omnichannel

## Performance por Produto

- Categoria de pet food: ampliação do portfólio de ração standard – crescimento substancial do volume em 6 meses;
- +14% a/a em **Farmácia** e +13% a/a em **Higiene e Limpeza**
- Discricionários: Após 4 trimestres de queda a/a, tivemos uma reversão da tendência e o mês de julho já trouxe resultados animadores

## Ganho de clientes e aumento de vendas

- Equilíbrio preço vs. Volume: foco em **Cash Margin**;
- Estratégia de preço mais competitiva e precisa
- Melhor **mix de produtos** em loja - processo de clusterização;
- Incremento de novos clientes, reativação da base e redução do *churn*

## Marca Própria

- **2º maior fornecedor** da Companhia; com recorde de 10,2% do faturamento bruto.
- Lançamento de **collabs da Zee.Dog** e novos produtos de marcas exclusivas;
- **+21% a/a nas vendas de Zee.Dog** nos canais Petz
- Zee.Now: **+17,2%** de faturamento
- Categoria de **tapetes higiênicos** com *share* de 84,3% de marca própria (+10,8 p.p. a/a)



## **ATACADO PET**

- Inauguração **no próximo dia 17 de agosto, data em que é celebrado o aniversário de 22 anos da Petz**
- Projeto piloto de um **novo modelo de negócios**
- Foco em clientes que atualmente não são clientes Petz
- **Destinado às classes B/C**
- Mix de produtos diferenciados e mais populares
- Parcerias com novos fornecedores, estrutura de custos diferenciada, e opções de parcelamento apenas com juros e **descontos progressivos, conforme o volume de compra**





2

## Resultado Financeiro

Aline Penna | VP de Finanças, RI/ESG e Novos Negócios



**Receita Bruta  
Total (RB)**

**R\$ 980,9 MM**

+3,8% a/a

- **Forte base de comparação** no 2T23 (+18,0% vs. 2T22)
- **Receita Bruta Digital:** R\$435,3 MM; **+29,2% a/a**
- **Same-Store-Sales: +0,9% a/a**



**Lucro  
Bruto**

**R\$ 383,0 mm**

+2,1% a/a

39,0% RB  
(-0,6 p.p. a/a e 0,0 p.p. t/t)

- Pressão de margem a/a reflexo do aumento relevante do Digital, aumento de alíquota de ICMS em alguns estados e mudanças tributárias de PIS/Cofins
- Ajuste na estratégia de precificação (foco em **cash margin**)



**EBITDA  
Ajustado**

**R\$ 59,9 mm**

-14,4% a/a

6,1% RB  
(-1,3 p.p. a/a)

- **G&A: -0,7% a/a**, representando 8,3% da RB (**-0,4 p.p. a/a**), reflexo das otimizações em **pacotes de despesas e sinergias com as companhias adquiridas**
- Pressão de margem EBITDA reflexo da margem bruta, aumento do Digital, menor alavancagem operacional e maiores despesas com vendas



**Lucro Líquido  
Ajustado**

**R\$ 5,0 mm**

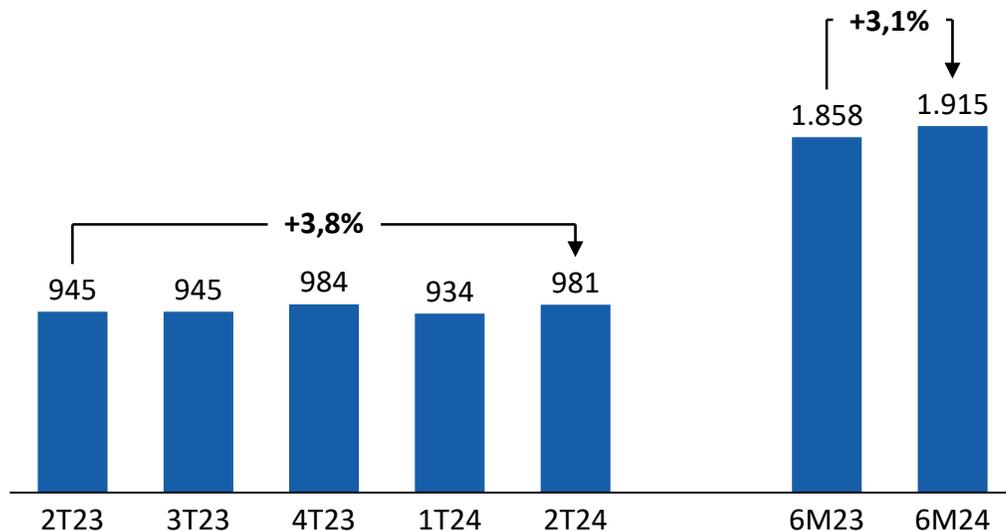
-79,8 % a/a

0,5% RB  
(-2,1 p.p. a/a)

- Menor alavancagem operacional, crescimento de D&A e despesas financeiras

## Receita Bruta

R\$ milhões



## Evolução Sequencial das Vendas

Vendas em Abril  
aquém das  
expectativas

Maio e Junho  
Crescimento de  
vendas  
“high single  
digit”

### Produtos

Destaque para as categorias recorrentes e essenciais:  
**Farmácia** (+14% a/a) e **Higiene e Limpeza** (+13% a/a).

**Acessórios**, após 4 trimestres de queda a/a, o mês de **julho** já trouxe resultados animadores

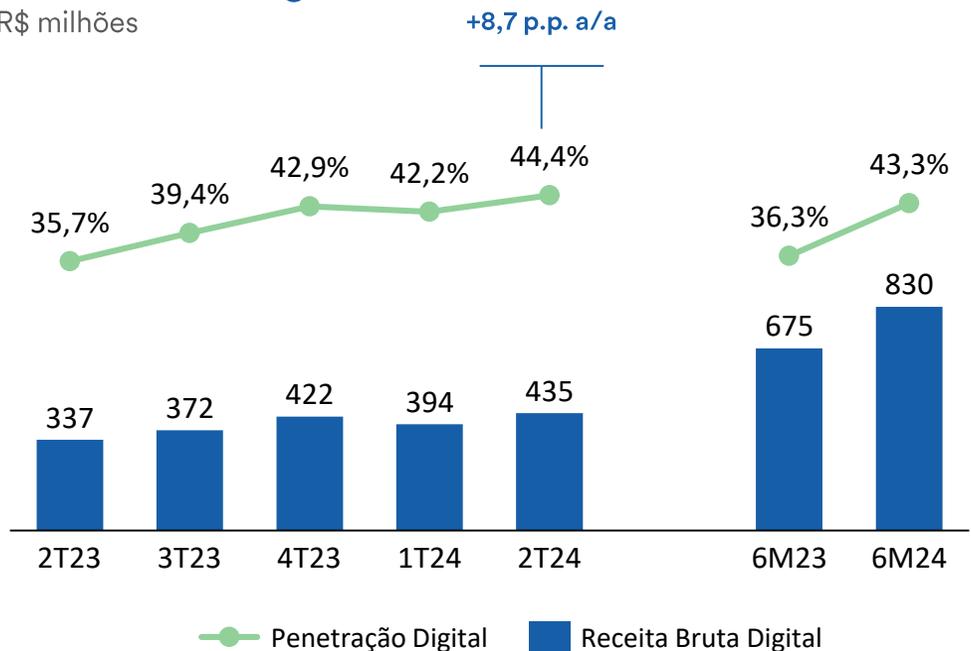
### Serviços

Queda de faturamento a/a apesar de já enxergamos uma melhora em indicadores operacionais ao longo do 2T24: aumento da rentabilidade e do *cash margin* do segmento de serviços a/a

# Receita Bruta | Desempenho por canal

## Receita Bruta Digital

R\$ milhões



## Canal Físico

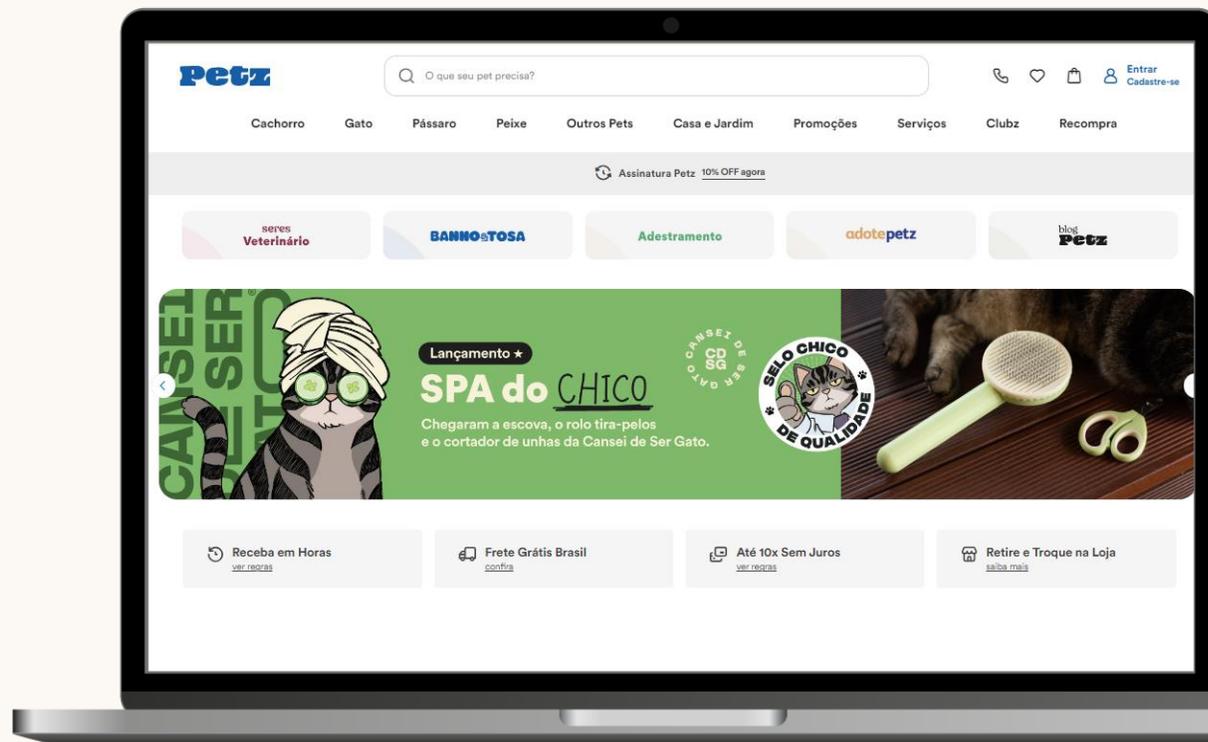
-10,2% a/a

- Redução no faturamento de serviços;
- Preferência dos clientes por compras no canal digital: 94% de Índice Omnichannel.

## Canal Digital

+29,2% a/a, sob forte base de comparação (+28,4% a/a no 2T23)

- Alto nível de serviço: 91% dos pedidos Digital entregues em até 1 dia útil;
- Produtos com condições mais competitivas e atraentes.

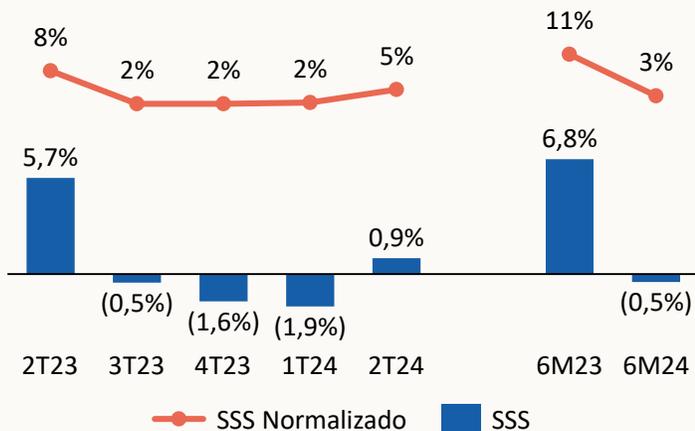


## Performance de Lojas

**Performance positiva de 0,9% a/a no 2T24**, revertendo a tendência negativa dos últimos 3 trimestres. Ainda, vale destacar que essa performance teve uma tendência crescente, ao longo dos meses de abril, maio e junho, com julho apresentando o melhor resultado dessa série, e agosto, até o momento, seguindo a mesma tendência.

### Crescimento Same Store Sales

Varição %, a/a



### EBITDA "4-Wall" (Lojas)

% da Receita Bruta Lojas Petz

Safras	# Lojas	EBITDA "4-wall" (2T24 LTM)
Até 2018	80	15,6%
2019	26	16,0%
2020	28	15,6%
2021	37	14,5%
2022	50	10,7%
2023	30	8,0%
2024	6	(4,6%)

# 2T24

**+3** lojas,  
**1** em novo UF

**252** lojas em **24**  
UFs

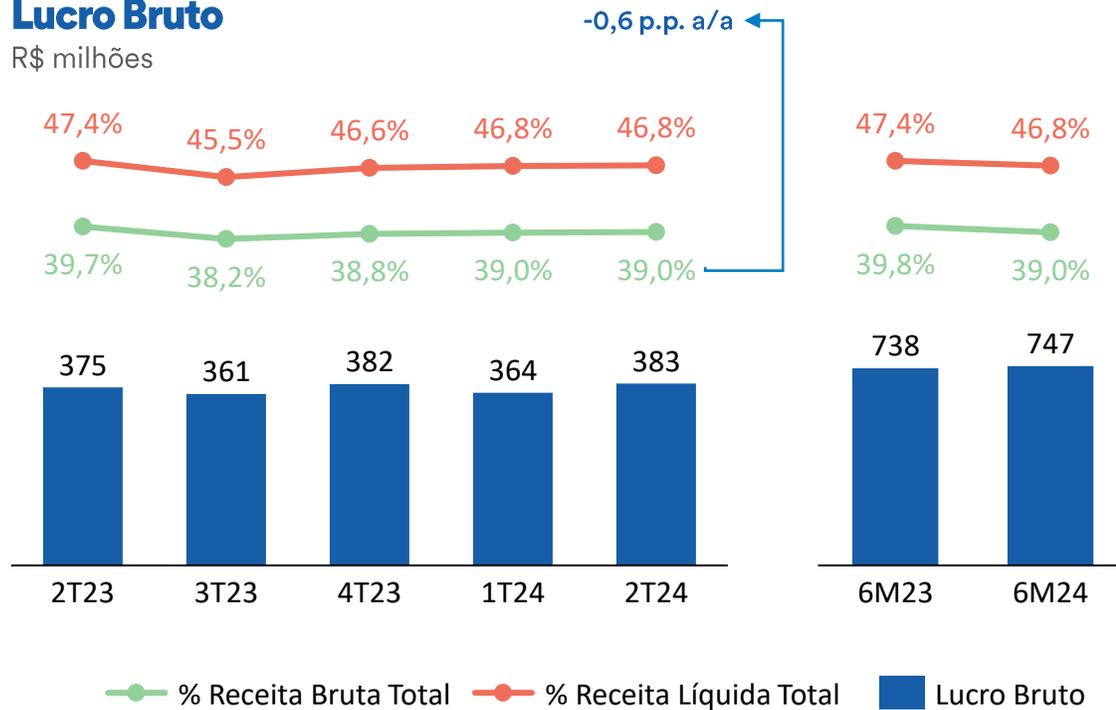
**44%** das lojas não  
atingiram maturidade



Pressão de margem a/a reflexo do aumento relevante da penetração Digital, aumento de alíquota de ICMS em alguns estados e mudanças tributárias de PIS/Cofins, além do ajuste na estratégia de precificação.

## Lucro Bruto

R\$ milhões



### Efeito base de comparação

Foco em rentabilidade e preservação de margem no 2T23, gerando uma forte base de comparação. Em 2024, a Companhia busca um equilíbrio em crescimento e rentabilidade.



### Crescimento do cash margin

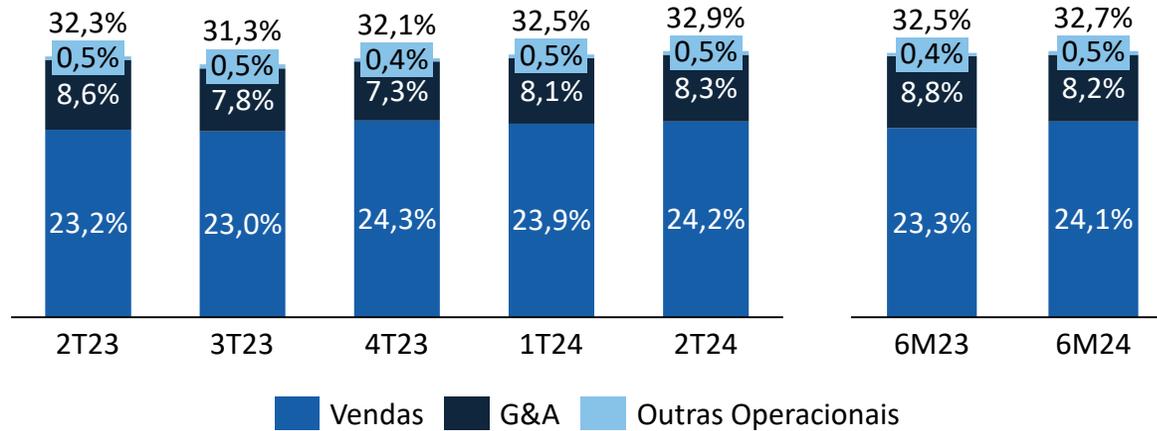
Estratégia com foco na otimização do *cash margin*, que cresceu em comparação ao ano anterior. Ainda, a adição de novos clientes gera um efeito positivo que abre perspectivas para um aumento do *cash margin* futuro.

# Despesas Operacionais e EBITDA Ajustado

Pressão de margem, reflexo da margem bruta, aumento do Digital e menor alavancagem operacional

## Despesas Operacionais

% Receita Bruta Grupo Petz

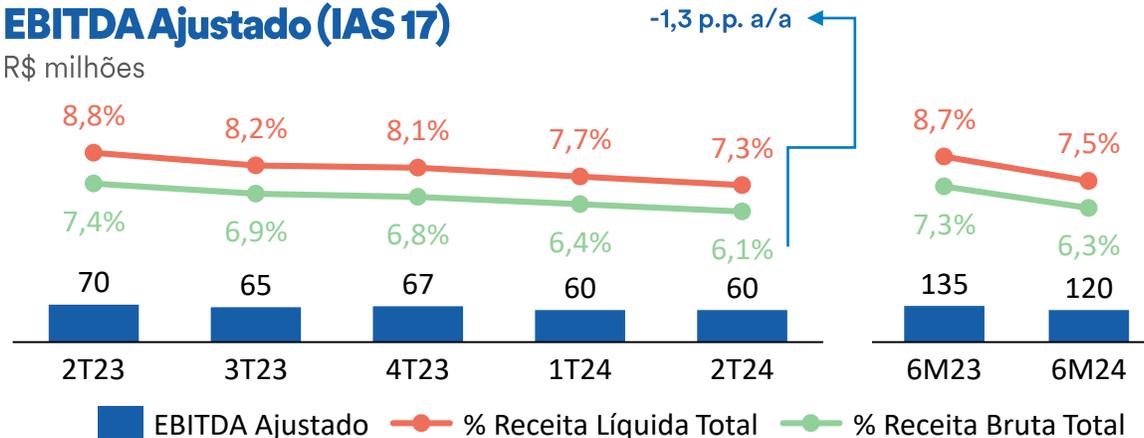


**Vendas: +8,4% a/a**  
**24,2% da RB (+1,0 p.p. a/a)**

Reflexo do processo de abertura de lojas e maturação do parque em um contexto de menor alavancagem operacional

## EBITDA Ajustado (IAS 17)

R\$ milhões



**Gerais & Administrativas: -0,7% a/a**  
**8,3% da RB (-0,4 p.p. a/a)**

Otimizações em pacotes de despesas implementadas no final de 2023 e sinergias com as companhias adquiridas

Impactado principalmente por:

- **Marcação a Mercado do Derivativo (Swap):**

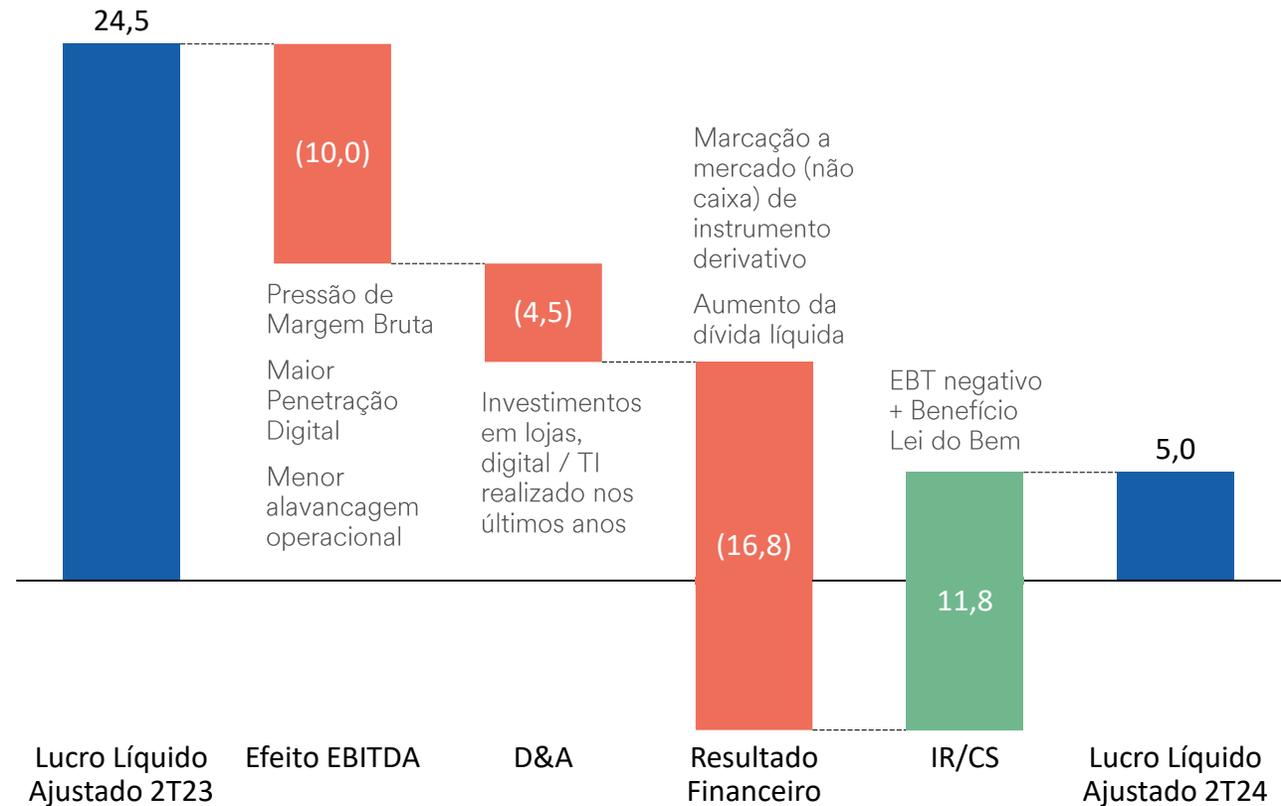
- Derivativo atrelado à linha de financiamento “4131”, em dólar, captada em março de 2023.
- Impacto negativo **não caixa** de R\$12,4 milhões.
- Variação da marcação a mercado pode ocorrer entre trimestres, mas **o impacto acumulado após 5 anos será zero.**

- **Aumento da Dívida Líquida:**

- Aumento de R\$50,1 milhões na dívida líquida.
- Principalmente causado pela recompra de ações realizadas em 2023.

## Lucro Líquido Ajustado 2T24 vs. 2T23

R\$ milhões

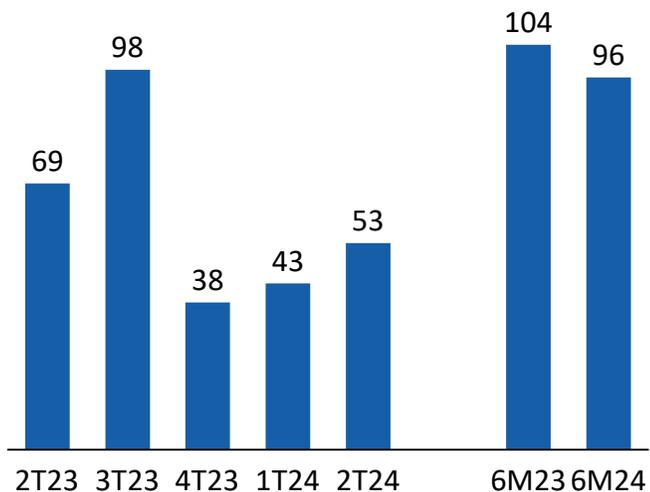


# Fluxo de caixa, investimentos e endividamento

Mais um trimestre de geração operacional suficiente para cobrir os investimentos, excluindo os juros sobre financiamentos

## Fluxo de Caixa Operacional

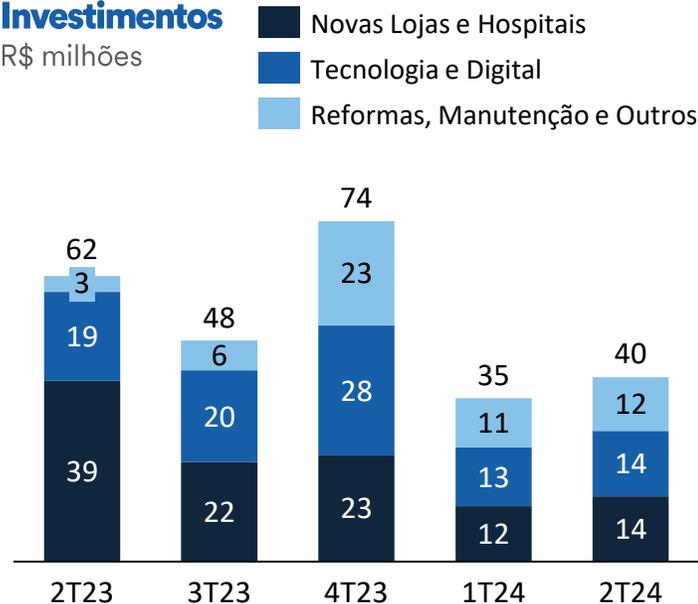
R\$ milhões



- **R\$53 milhões** de geração de caixa operacional, impulsionado pela eficiência operacional e gestão eficiente do capital de giro
- Melhoria no ciclo de caixa de **~4 dias a/a**

## Investimentos

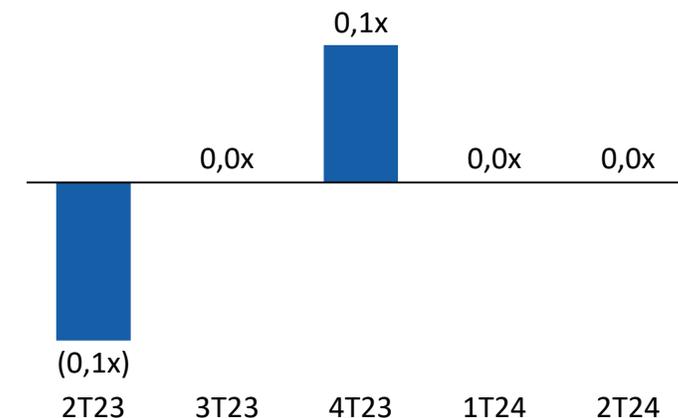
R\$ milhões



- **Redução de 35% a/a** de Investimentos Totais
- **Redução de 64% a/a** de Novas Lojas, reflexo do menor ritmo de abertura em 2024, redução do capex por loja e otimização na tipologia das lojas
- **Redução de 27% a/a** de *Tech* e Digital que refletem melhorias de soluções para clientes e de processos internos para ganhos de produtividade

## Alavancagem (IAS 17)

Dívida Líquida/EBITDA Ajustado 12M



- A disciplina financeira para aprovações de investimentos e gestão do caixa viabilizaram um investimento de R\$196,9 milhões nos últimos 12 meses, além de pagamento de R\$4,3 milhões de dividendos e recompras de ação de R\$62 milhões realizado no 3T23, praticamente sem aumento do endividamento da Companhia.

# Q&A

Para perguntar, clique em “**Q&A**”  
na parte inferior da tela;

**Escreva sua pergunta**, junto com  
seu nome e empresa.

*To ask questions, click on the “**Q&A**”  
icon at the bottom of the screen;*

***Write your question***, your name and  
company.

A Petz tem tudo  
que seu pet precisa  
para curtir um verão



# GRUPO **Petz**

## **Aline Penna**

VP de Finanças, RI/ESG e Novos Negócios

## **Marcos Benetti**

Gerente de RI, M&A e Novos Negócios

## **Nicole Caputo**

Consultora de RI

## **Thaise Furtado**

Analista Sr. de RI

## **Jaqueline Almeida**

Assistente de RI

[ri.petz.com.br](http://ri.petz.com.br)

[ri@petz.com.br](mailto:ri@petz.com.br)

## **Assessoria de Imprensa**

Marília Paiotti | [petz@novapr.com.br](mailto:petz@novapr.com.br)