

Apresentação Institucional

Outubro 2023



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.

Overview do mercado pet

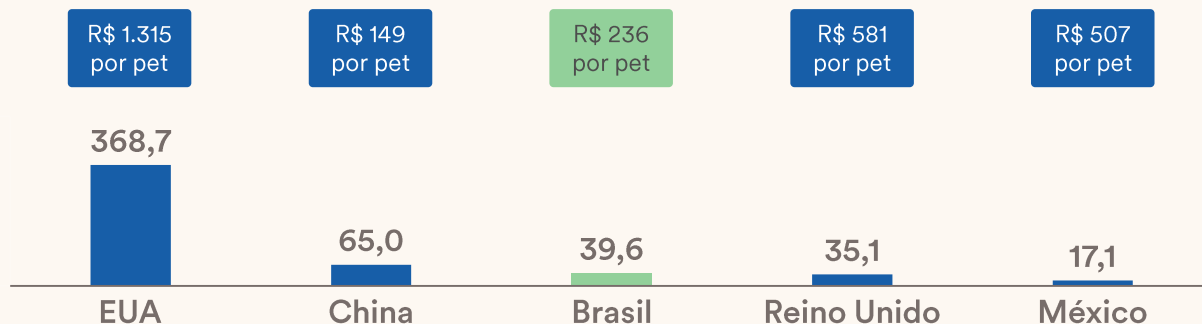


Mercado relevante e de alto crescimento

Brasil é o 3º maior mercado pet do mundo, com fortes tendências estruturais que impulsionando crescimento

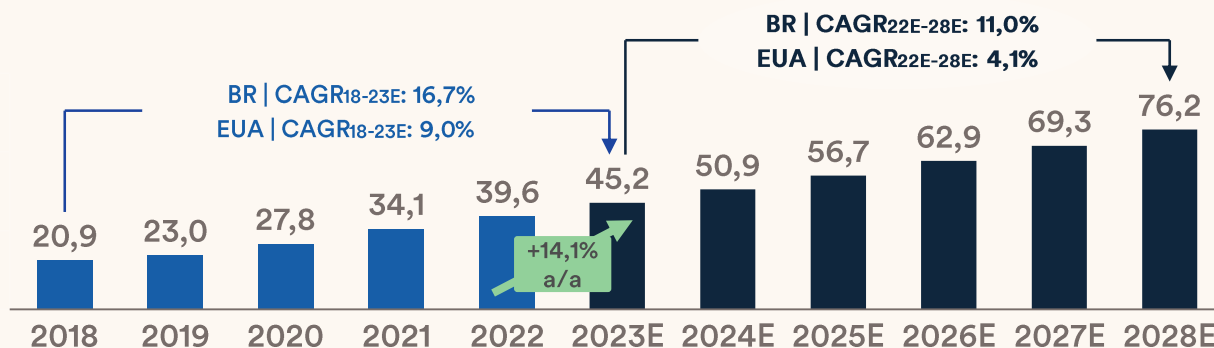
Mercados de Produtos para Pets e Gasto Anual por Pet¹

(R\$ bilhões, R\$ por pet, 2022)



Evolução do Mercado Pet no Brasil²

(R\$ bilhões)

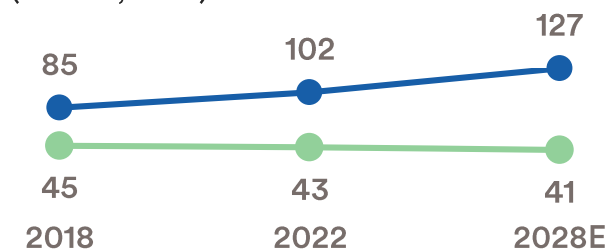


Tendências:

- Humanização dos pets: pet como um membro da família
- Acesso à informação
- Postergação dos casais em ter filhos e redução do número de crianças por família
- Envelhecimento dos Baby Boomers com maior tendência a ter pets
- Verticalização em centros urbanos

Número de Cães e Gatos vs Crianças de até 14 anos³

(Milhões, Brasil)

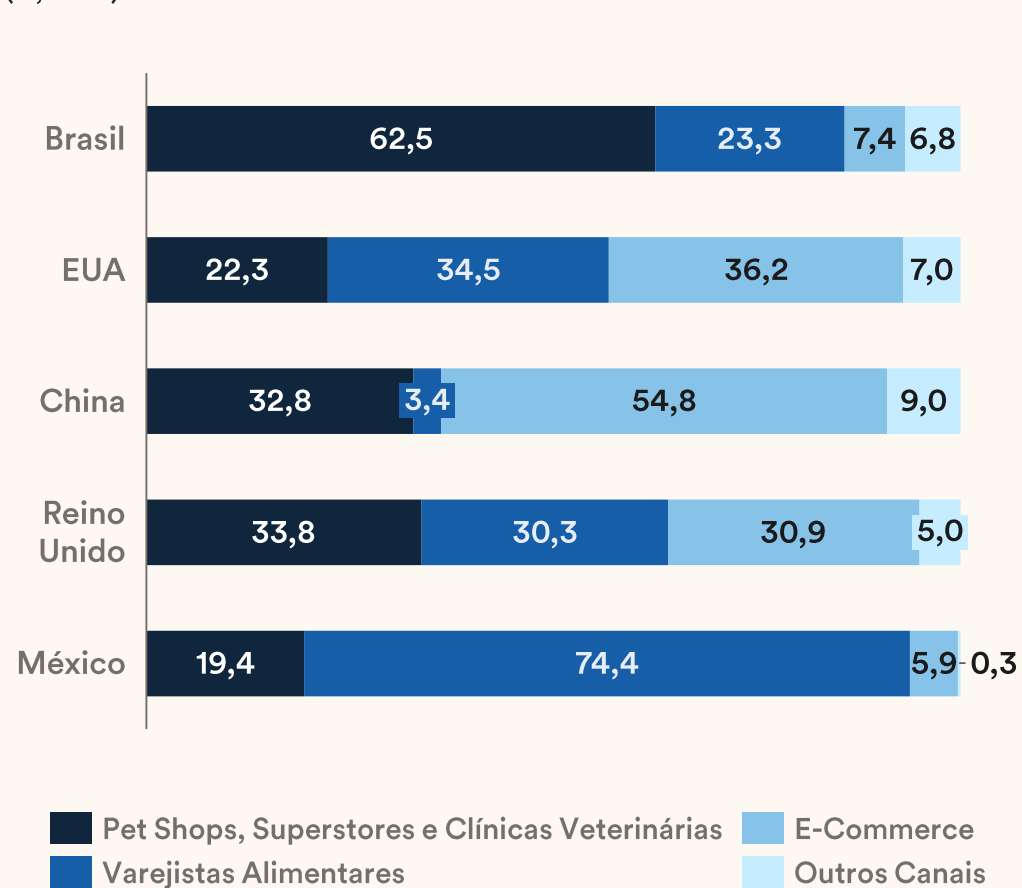


Mercado especializado altamente fragmentado

Consolidação do mercado em estágio inicial no Brasil

Venda de Produtos para Pets por Canal

(%, 2022)



Proposta de Valor

	Petz	Online	Pequenos Pet Shops	Varejo de Alimentos
Sortimento de Produtos	✓	✓	○	✗
Veterinário	✓	✗	○	✗
Estética	✓	✗	✓	✗
Plataforma Online	✓	✓	✗	○
Omnichannel	✓	✗	✗	○
Expertise & Aconselhamento	✓	○	○	✗
Conveniência de Loja	✓	✗	✓	✓
Preço	=	=	=	=

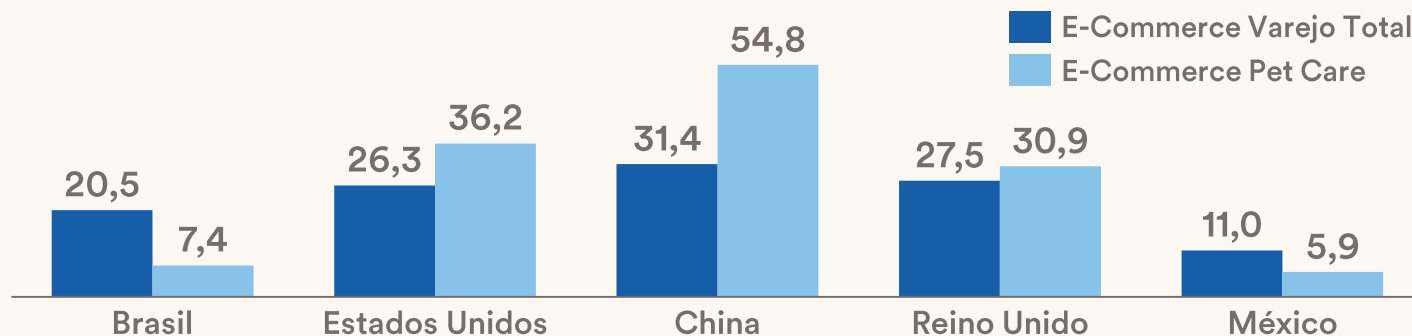
✓ Todos ofertam.
 ○ Alguns ofertam.
 ✗ Nenhum oferta.
 = Não há diferença de proposta.

Potencial de crescimento adicional vindo do online

Penetração do e-commerce ainda é baixa quando comparada a outros países e segmentos

Penetração do e-commerce no varejo e mercado pet por país em 2022¹

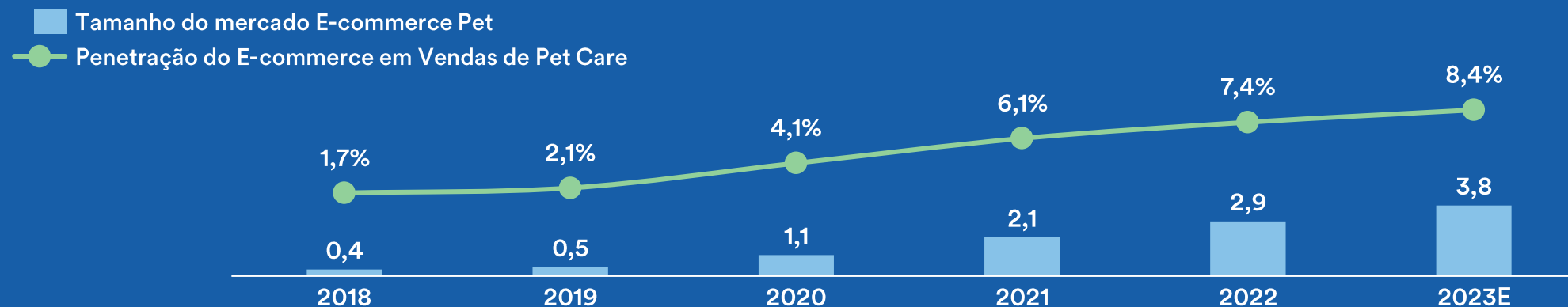
(Vendas E-commerce dividido por vendas totais)



Dos grandes países do mundo, Brasil é um dos poucos onde a penetração do e-commerce no mercado pet é menor que a representação do e-commerce no varejo em geral.

Tamanho do Mercado de E-commerce Pet e Penetração no Brasil²

(R\$ bilhões; % Penetração do Mercado de E-commerce Pet)

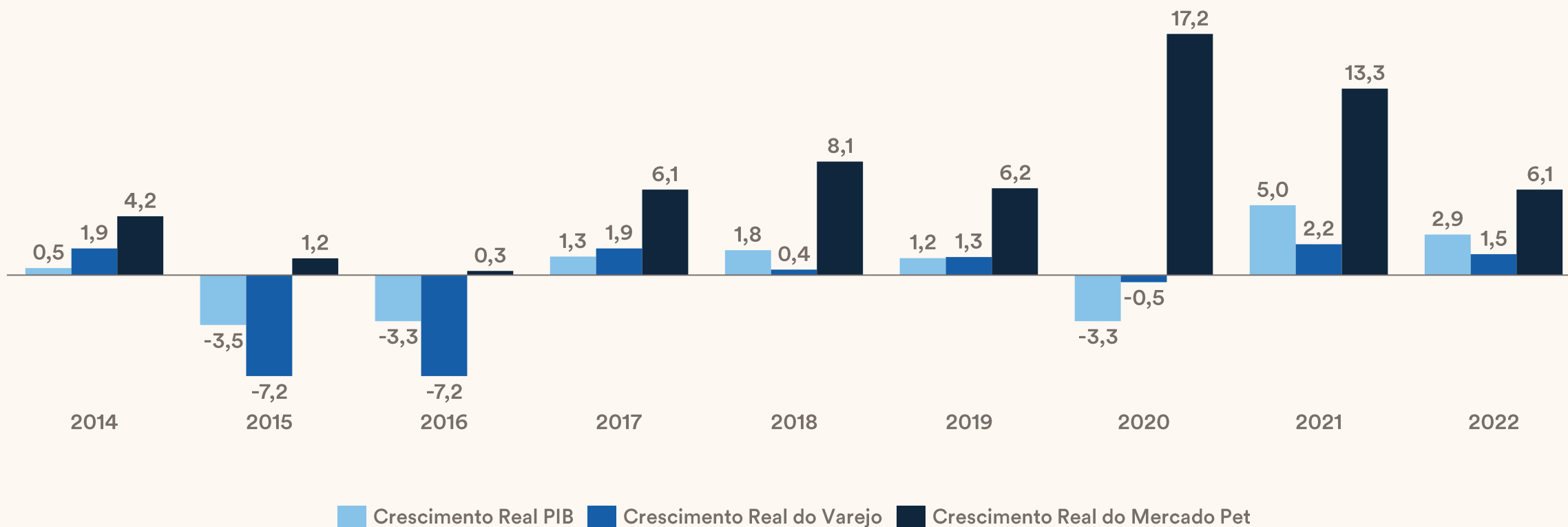


Mercado altamente resiliente

Mercado pet apresentou crescimento consistente ao longo dos ciclos econômicos

Crescimento real do PIB, varejo e mercado pet no Brasil

(% ano contra ano, em termos reais)

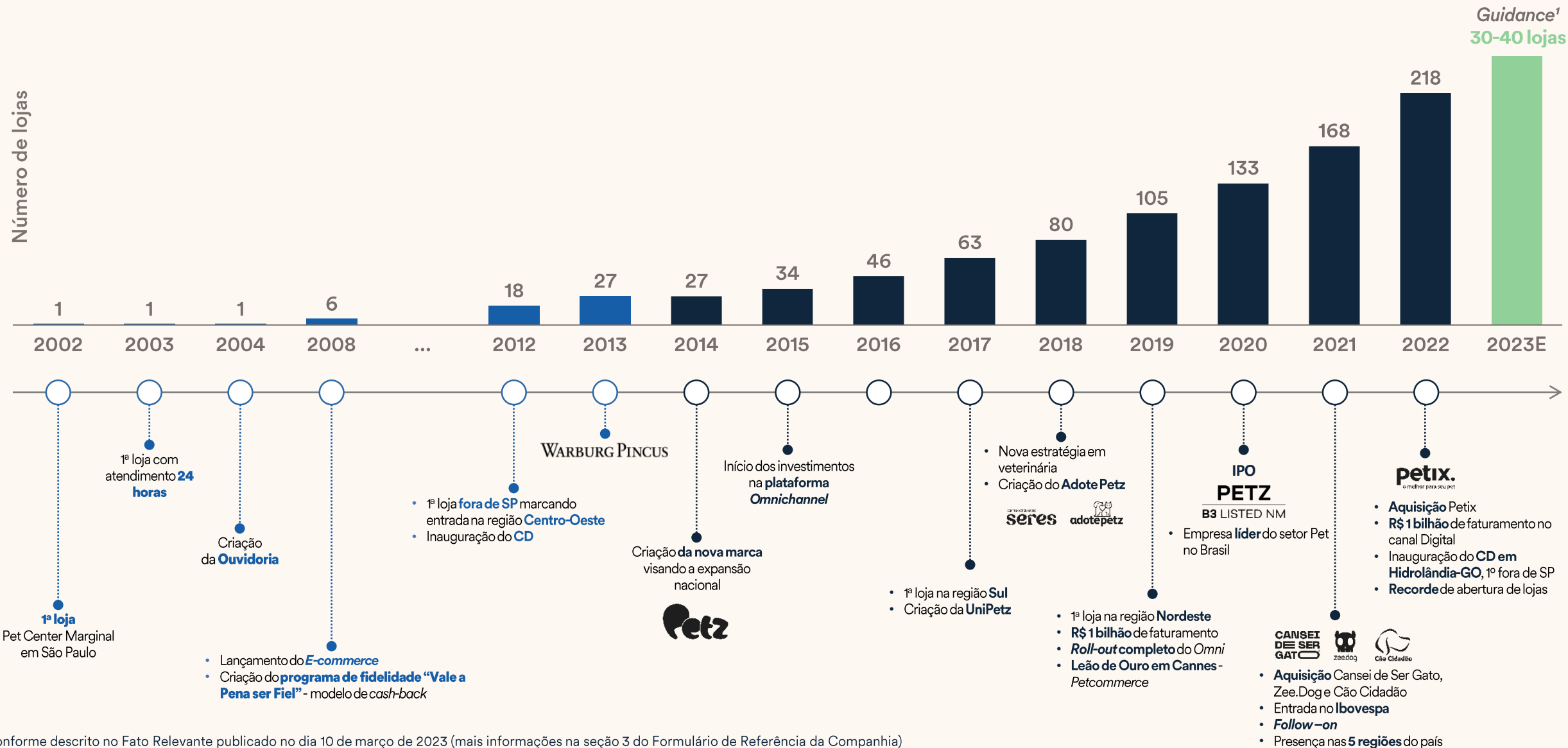


Overview Petz



Uma história de 21 anos de crescimento e sucesso





Expansão contínua com foco do cliente e inovação



¹ Conforme descrito no Fato Relevante publicado no dia 10 de março de 2023 (mais informações na seção 3 do Formulário de Referência da Companhia)

Novas verticais / M&A

Adicionando competências chave: consolidar e ampliar a liderança no segmento Pet e aumentar a barreira de entrada no setor

				
Diferencial Competitivo	✓	✓	✓	✓
Novas competências	✓	✓	✓	✓
Liderança no Segmento	✓	✓	✓	✓
Produtos Exclusivos	✓	✓	✓	✓
Mentalidade de fundador	✓	✓	✓	✓



Produtos Exclusivos

Canal Físico

Canal Digital

B2B: Franquias e Pet shops

O maior e mais completo ecossistema pet do Brasil

Veterinário

Estética

Adestramento e outros serviços

Adoção

Conteúdo e cursos





Petz em números¹

O Melhor e Mais
Completo Ecossistema
para os apaixonados
por Pets

- **Maior varejista pet no Brasil**
231 lojas em **23** UFs em todas as regiões do Brasil
Faturamento Bruto de **R\$ 3,7 BI** em 2T23 LTM²
- **Lojas**
Padrão: sortimento completo de produtos e serviços de Estética e Veterinária
Express: sortimento dos principais produtos (foco em cães e gatos) e localização de conveniência
- **Omnichannel**
Plataforma **100%** Integrada com a maior oferta de SKUs
36% de Penetração do Digital e **89%** de Índice *Omnichannel*
- **Serviços**
~**4%** do faturamento total no 2T23 LTM²
Maior rede veterinária do Brasil (Seres) com **125** unidades e **principal rede** de centros de estética
Adote Petz: **maior programa** de adoção do Brasil (+**70 mil** adoções)



Expansão de lojas Petz

On track com guidance de 30-40 lojas em 2023

Destaques 2T23

Inauguração de 11 lojas, 45⁽¹⁾ nos últimos 12 meses

52% das lojas localizadas fora de São Paulo, maior patamar já registrado (vs. 47% no 2T22)

54% das lojas ainda não completaram o 3º ano de operação, sendo que 19% estão em seu 1º ano



¹ Considera o encerramento da unidade Ayrton Senna, Rio de Janeiro-RJ no 1T23. Mais informações no release do 1T23 (pg.9).

Digital Petz “Standalone”

Plataforma líder, escalável com nível de serviço diferenciado e rentável

+R\$1,2BI

Faturamento Digital no 2T23 LTM¹,
+37% a/a, sob uma base forte de
comparação (+49% a/a no 2T22
LTM¹)

36%

Penetração Digital no 2T23, (+3,4
p.p. a/a, mas em linha com os
últimos trimestres)

89%

Índice *Omnichannel* no 2T23,
patamar referência no varejo
brasileiro e mundial

~70%

do faturamento Digital vindo do
App, +1 milhão de usuários ativos
mensais em jun/23

~380mil

assinantes (+20% a/a), sendo 29%
da Receita Bruta Petz “*Standalone*”
em jun/23

~95%

das vendas *Ship from Store*
entregues em até 1 dia útil

2,6MM

clientes *Omnichannel* ativos na
base Petz (+15% a/a)

+60%

Gasto médio mensal do cliente
Omni vs. canal físico

Evolução do Ecossistema Petz

Movimento estratégico para sustentar crescimento e potencializar relevância no mercado

Ecossistema Petz





Digital

- Lançamento do piloto do Clube de Benefícios da Petz (Clubz);
- E-commerce: melhoria de *UX*, com foco em maior conversão;
- Nova versão do App, desenvolvido para facilitar navegação e uso de todos os serviços do Ecossistema Petz (*cross-selling*);

Produtos



- Fortalecimento do portfólio de marca própria, definindo diferentes *price points* nas diversas categorias;
- Ferramenta de fidelização / engajamento dos tutores, rentabilidade e diferenciação vs. competidores;


4 pilares estratégicos do *Brand Refresh*

Lojas

- Nova comunicação visual, buscando melhor experiência do cliente e ganho de produtividade;
- Novo projeto arquitetônico (piloto em 4 unidades);
- Adequação de embalagens, outros pontos de contato com cliente;



Pessoas

- Fortalecimento da marca empregadora, gerando mais engajamento e oportunidades para os colaboradores.
- 

CLUBZ

Clube de benefícios pensado para todo o ecossistema, com *roll-out* ao longo do 3T23.

O que

Vantagens personalizadas, cupons, CashPetz e benefícios exclusivos para membros.

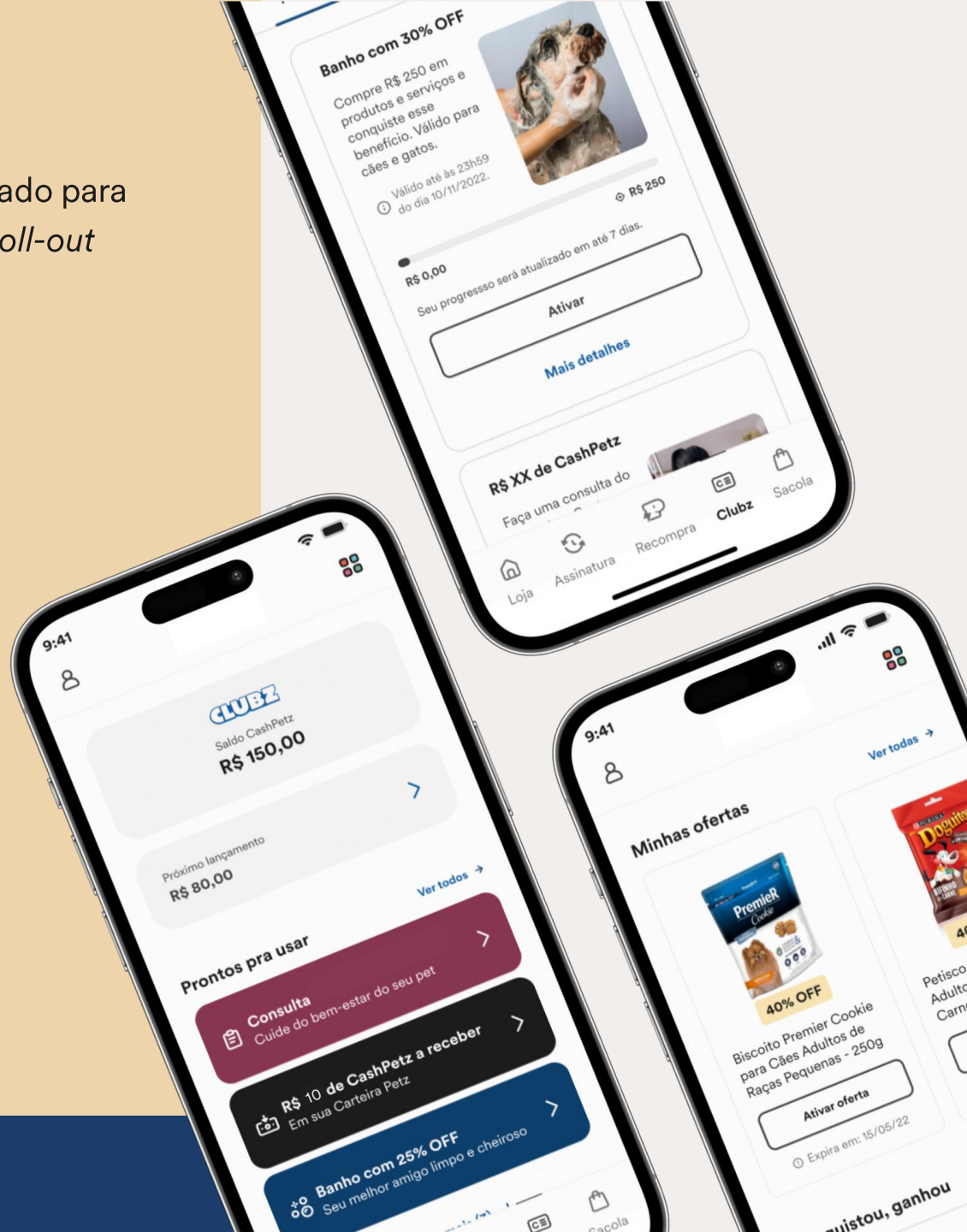
Por que

Maior eficiência de **conversão, monetização e fluxo orgânico** para o Ecossistema Petz.

Como

Jornada gamificada e divertida, gerando valor na interação com cliente e marca.

Forte fator de diferenciação vs. concorrência

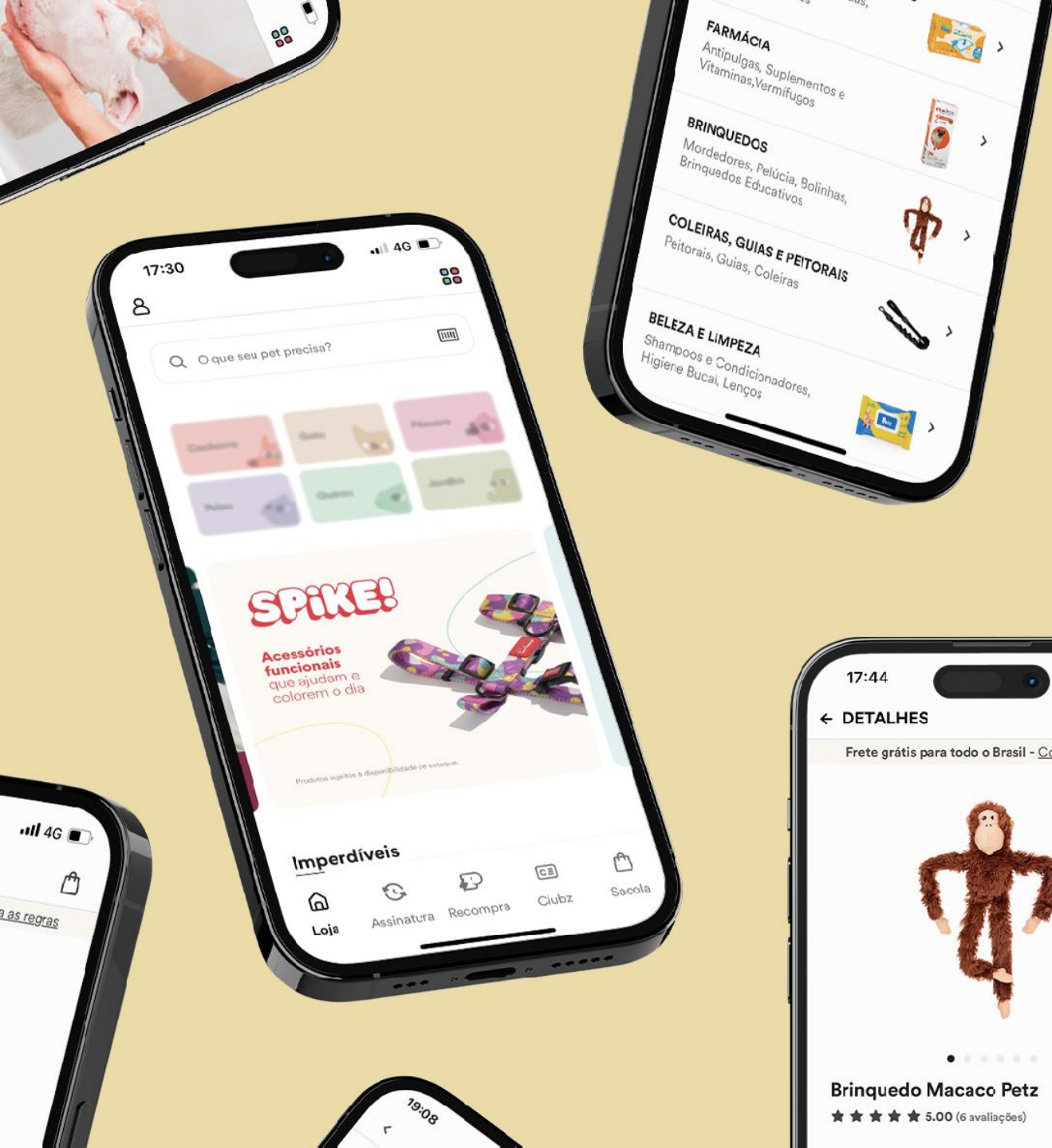


SuperApp Petz

Experiência completa
do ecossistema.

Tudo que o tutor precisa para
cuidar do pet, em um só app.

Com novas funcionalidades, a
nova versão integra a
experiência de compra,
agrega potencial **de cross-
selling e upselling**, além de
aumentar **conversão**.



Marca Própria Grupo Petz

Fortalecimento do portfólio de produtos através da ampliação da **proposta de valor com novo sortimento em diferentes categorias.**

Lançamentos 1S23

Acessórios **Spike**

Coleções de guias, coleiras e peitorais



Granulado Higiênico **Petz**

Granulado biodegradável para gatos à base de cereais

Tapetes Higiênicos **Fresh**

Linhas Tradicional, *Slim* e Carvão



Camas Puff **Petz**

Diferentes cores e tamanhos

Marca Própria Grupo Petz

Ferramenta de fidelização / engajamento dos tutores, rentabilidade e diferenciação vs. competidores

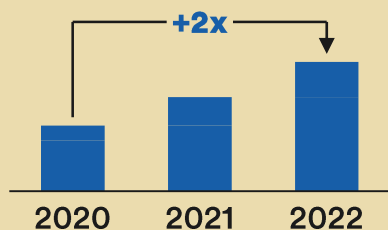
24% (+5 p.p. a/a)

Share de marca própria nas categorias presentes em jun/23

8% (+1 p.p. a/a)

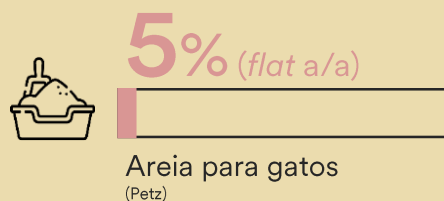
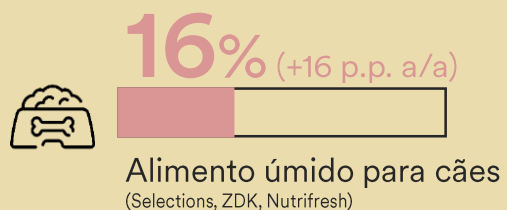
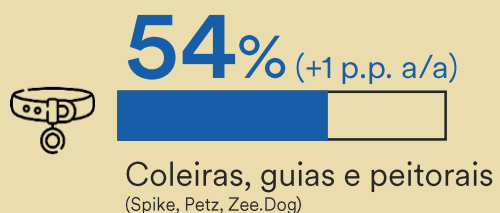
Share de marca própria no faturamento total de produtos

Evolução do sortimento (# de SKUs)



Negociações com potenciais parceiros para produção de ração seca marca própria

Share por Categoria no 2T23 (% Receita Bruta de Produtos Petz "Standalone")



Rearquitetura de marcas

Estratégias variadas de proposta de valor para atender um maior mercado endereçável



Plano de saúde Petz

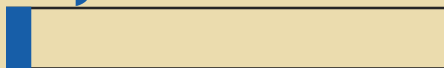
Ferramenta importante de cross-selling e otimização da capacidade instalada

Mercado ainda pouco penetrado, mas em rápida expansão

Mercado Norte-Americano

(Fonte: NAPHA, 2022 – Cães e Gatos)

2,5%



Penetração de pets cobertos por plano de saúde

22%

Crescimento a/a no números de pets assegurados

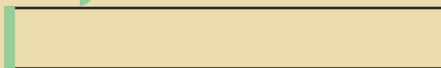
USD 3,5BI

Mercado Norte-Americano de plano de saúde pet

Mercado Brasileiro

(Fonte: estimativa interna)

0,3%



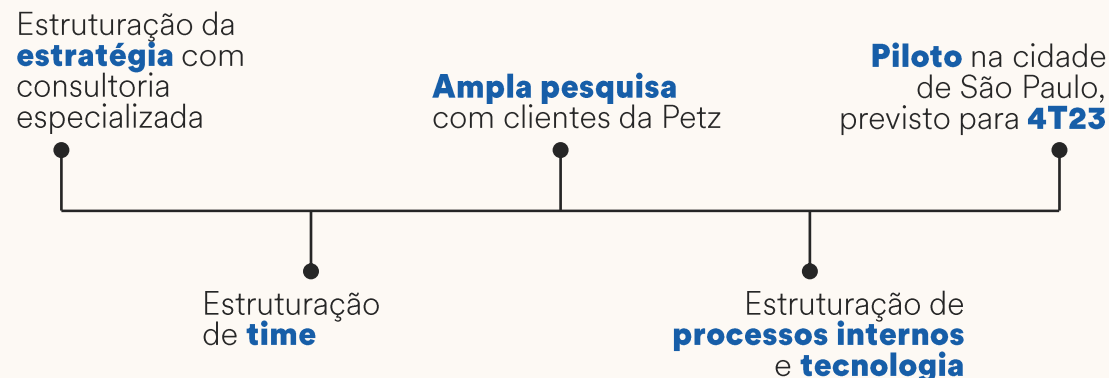
Penetração de pets cobertos por plano de saúde (ou cerca de **350mil** pets)



Proposta de valor Petz diferenciada

- Foco em **prevenção**
- Plano de cuidados **exclusivo** e **customizado**
- Uso da **rede própria** de **excelência Seres** para maximizar capacidade instalada e **otimizar custos** e **sinistralidade**
- **Baixo custo** de **aquisição** de clientes considerando a base recorrente de Petz
- **Equipe altamente qualificada** e experiente proveniente da **saúde humana**





Roadmap:



Destques Financeiros



Destaque financeiros | Grupo Petz 2T23





2T23	 Receita Bruta Total (RBT)	 Lucro Bruto	 EBITDA Ajustado	 Geração de Caixa Operacional
Grupo Petz	R\$ 944,8 MM +18,0% a/a	R\$ 375,0 MM +14,5% a/a 39,7% RBT (-1,2 p.p. a/a)	R\$ 69,9 MM +5,9% a/a 7,4% RBT (-0,8 p.p. a/a)	+R\$ 60,0 MM vs. +R\$3,0 MM no 2T22

Destaque

- **Receita Bruta Petz** “Standalone”: R\$870,3 MM; **+16,2% a/a**, com destaque para Produtos (**+17,2% a/a**)
- **Receita Bruta Digital Petz** “Standalone” (RBDP): R\$311,8 MM; **+28,4% a/a**
- **Same-Store-Sales: +5,7% a/a**, sendo **SSS normalizado¹: ~8% a/a**
- **Lucro Bruto Petz** “Standalone”: R\$345,8 MM; **+13,8 a/a**; Margem Bruta de **39,7%** da RBP (**-0,8% a/a**)
- **Petix**: Números consolidados desde o 3T22, modelo de negócio (fábrica, B2B) que **apresenta margem bruta por volta de 15%**
- **Despesas Operacionais Grupo Petz** R\$305,0 MM; **+16,7% a/a**
- **Margem EBITDA Ajustado Grupo Petz: +0,3 p.p. t/t**
- **EBITDA Ajustado Petz** “Standalone”: R\$71,3 MM; **+3,3% a/a**; Margem EBITDA Ajustada de **8,2%** da RBP (**-1,0 p.p. a/a**)
- **EBITDA “Aquisições”: -R\$1,3MM**, uma melhora vs. 2T22 e 1T23
- **R\$24,5 MM** de Lucro Líquido Ajustado (**-25,1% a/a**), reflexo do **aumento da D&A, menor resultado financeiro** no 2T23 e **efeito ainda negativo das aquisições**
- Eficiência em capital de giro, reflexo principalmente da **redução de níveis de estoque**
- **Melhora** significativa de **9** dias no **ciclo de caixa** Petz “Standalone”

¹ Excluindo as lojas que foram impactadas pela abertura de novas unidades da Petz nas zonas de influência e/ou na mesma cidade.

Destques financeiros | Grupo Petz 1S23

1S23	 Receita Bruta Total (RBT)	 Lucro Bruto	 EBITDA Ajustado	 Geração de Caixa Operacional
Grupo Petz	R\$ 1.857,7 MM +20,1% a/a	R\$ 738,4 MM +17,0% a/a 39,8% RBT (-1,1 p.p. a/a)	R\$ 134,9 MM +14,3% a/a 7,3% RBT (-0,4 p.p. a/a)	+R\$ 94,5 MM vs. -R\$60,9 MM no 1S22

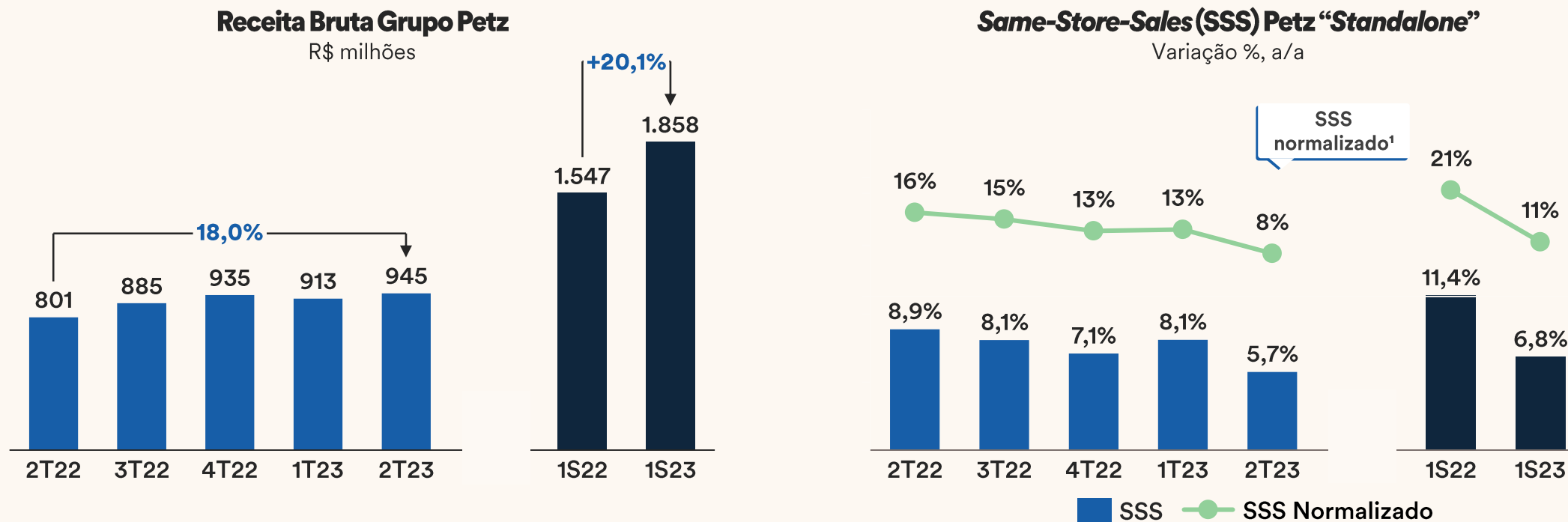
Destques

- **Receita Bruta Petz**
“*Standalone*”: R\$1.706,0 MM;
+18,3% a/a, com destaque para Produtos (**+19,1% a/a**)
- **Receita Bruta Digital Petz**
“*Standalone*” (RBDP): R\$612,4 MM; **+32,3% a/a**
- **Same-Store-Sales: +6,8% a/a**, sendo SSS normalizado¹: **~11% a/a**
- **Lucro Bruto Petz**
“*Standalone*”: R\$683,3 MM;
+17,0 a/a; Margem Bruta de **40,1%** da RBP (**-0,4% a/a**)
- **Petix**: Números consolidados desde o 3T22
- **Despesas Operacionais Grupo Petz**: R\$603,5 MM; **+17,6% a/a** (**-0,7 p.p. a/a**)
- **EBITDA Ajustado Petz**
“*Standalone*”: R\$141,4 MM;
+14,1% a/a; Margem EBITDA Ajustada de **8,3%** da RBP (**-0,3 p.p. a/a**)
- Reflexo principalmente da **redução de níveis de estoque e maior eficiência tributária** com novo CD de Goiás (menor acúmulo de créditos)
- **Reforço da posição de caixa** com R\$400 MM de emissão de debêntures e financiamento de longo prazo

¹ Excluindo as lojas que foram impactadas pela abertura de novas unidades da Petz nas zonas de influência e/ou na mesma cidade.

Sólido crescimento da Receita Bruta Grupo Petz

Destaque para performance de Produtos Petz “Standalone” e consolidação de Petix desde 3T22



R\$ 870 MM

Receita Bruta Petz “Standalone” (+16% a/a), com destaque para Produtos (+17% a/a), mesmo diante de um cenário macro desafiador

SSS de 5,7% (8% normalizado¹)

Reflexo do arrefecimento do cenário macro desafiador no varejo e no Brasil, inflação do segmento Pet, queda no faturamento em Serviços e ritmo acelerado de expansão

R\$ 96 MM

Receita Bruta “Aquisições” (Zee.Dog + Petix) com crescimento de 71% a/a, reflexo principalmente da consolidação de Petix a partir do 3T22

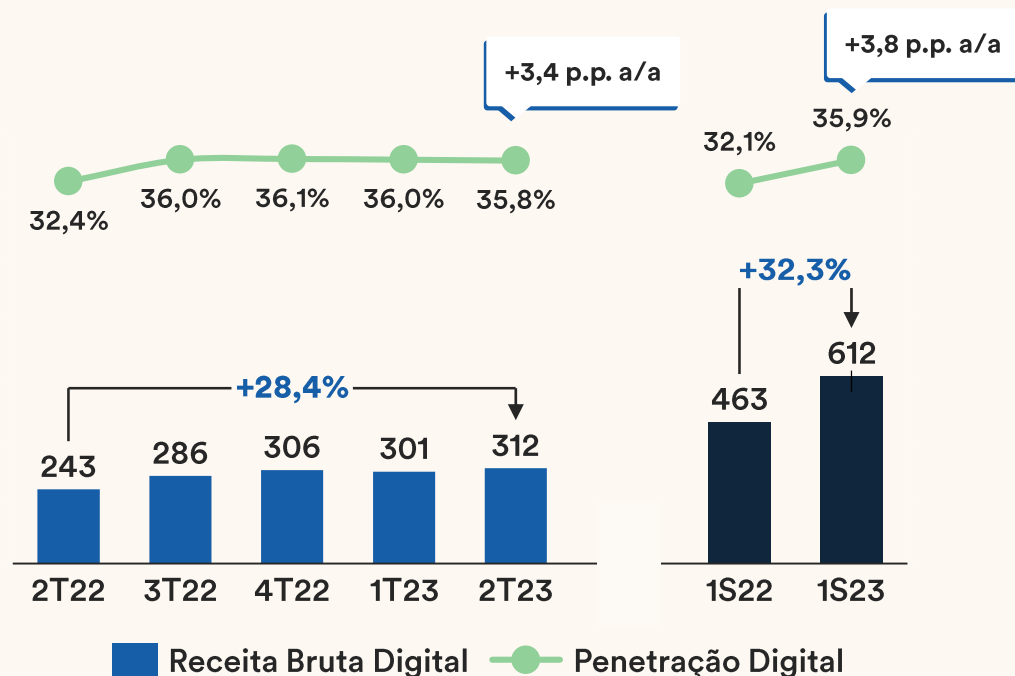
¹ Excluindo as lojas que foram impactadas pela abertura de novas unidades da Petz nas zonas de influência e/ou na mesma cidade.

Digital Petz “Standalone” com crescimento robusto e alto nível de serviço

Crescimento de +28% a/a (sob forte base +34% a/a no 2T22)

Receita Bruta Digital e Penetração Digital

R\$ milhões, % Receita Bruta Petz “Standalone”



Penetração Digital +3,4 p.p. a/a

e em linha com os 3 últimos trimestres, reflexo das mudanças implementadas nas condições comerciais para melhorar rentabilidade do canal



Iniciativas de rentabilidade

Eliminações: dinâmica de desconto acumulativo vs. taxa de serviço no *Pick-up*



~2,6MM Clientes Omnichannel

ativos na base Petz (+15% a/a), com gasto médio mensal de +60% vs. cliente canal físico

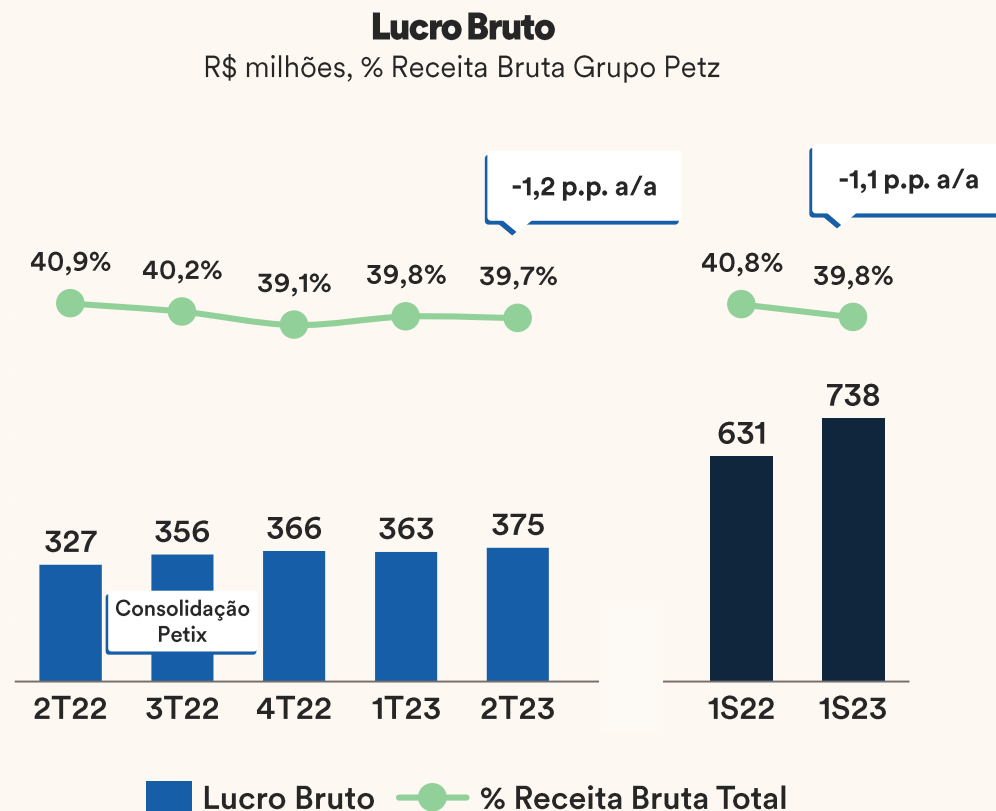


Alto nível de serviço

95% das vendas *Ship from Store* entregues em até 1 dia útil, sendo 87% de todos os pedidos do Digital

Margem Bruta Grupo Petz ligeiramente pressionada...

... reflexo principalmente da performance Petz “Standalone” e da consolidação de Petix (margem bruta estruturalmente menor)



Margem Grupo Petz -1,2 p.p. a/a, mas flat t/t

reflexo principalmente da performance Petz “Standalone” e da consolidação de Petix



Margem Petz “Standalone” -0,8 p.p. a/a

reflexo do aumento da Penetração Digital a/a, além de maior investimento em competitividade no canal e efeito Alimento no mix



Consolidação Petix

Desde o 3T22, com modelo de negócio (fábrica, B2B) que apresenta **margem bruta por volta de 15%**

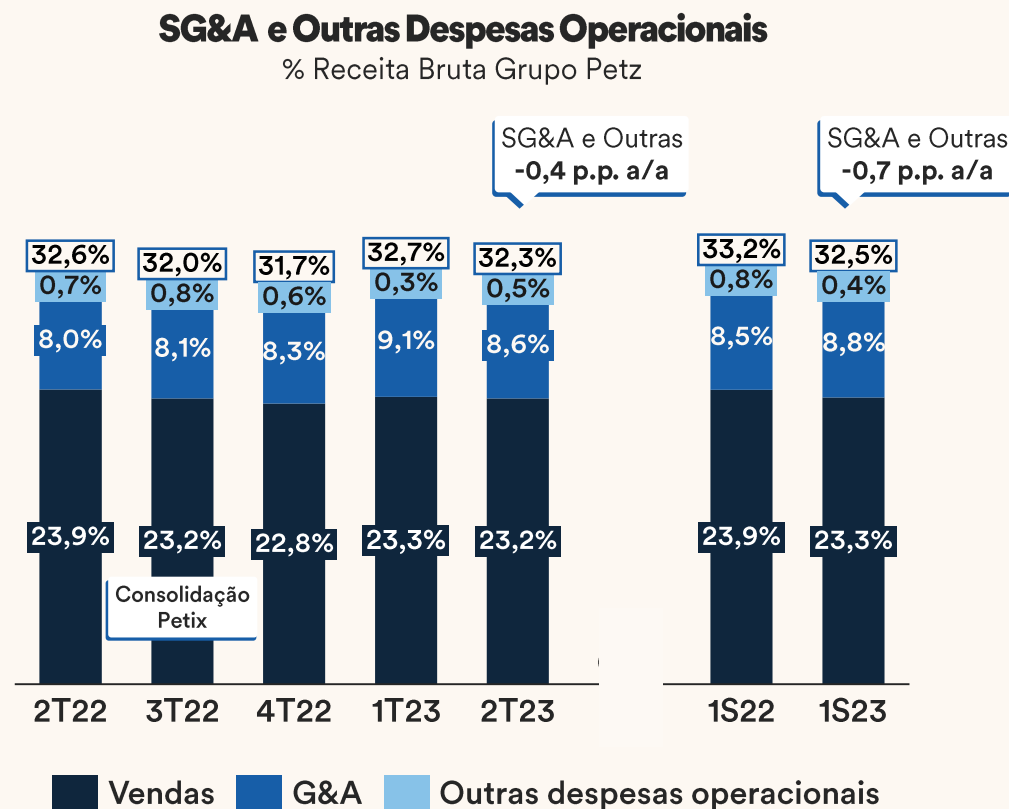


Inflação interna pet

estável, mas ainda em níveis elevados, o que reflete em menor renda disponível para consumo de itens discricionários

Eficiência das Despesas Operacionais do Grupo Petz...

... reflexo das iniciativas em Despesas com Vendas e Outras



+17% a/a

das Despesas Operacionais do Grupo Petz, representando um patamar de 32% sobre a Receita Bruta (-0,4 p.p. a/a)



+14% a/a

das Despesas com Vendas, resultado de eficiência nas despesas variáveis do Digital (marketing e last mile) e consumo (energia elétrica e suprimentos)



+27% a/a

das Despesas de G&A, reflexo do reforço nos times de Serviços e RH e incremento das despesas de CD (inauguração do CD de Goiás no 2T22)

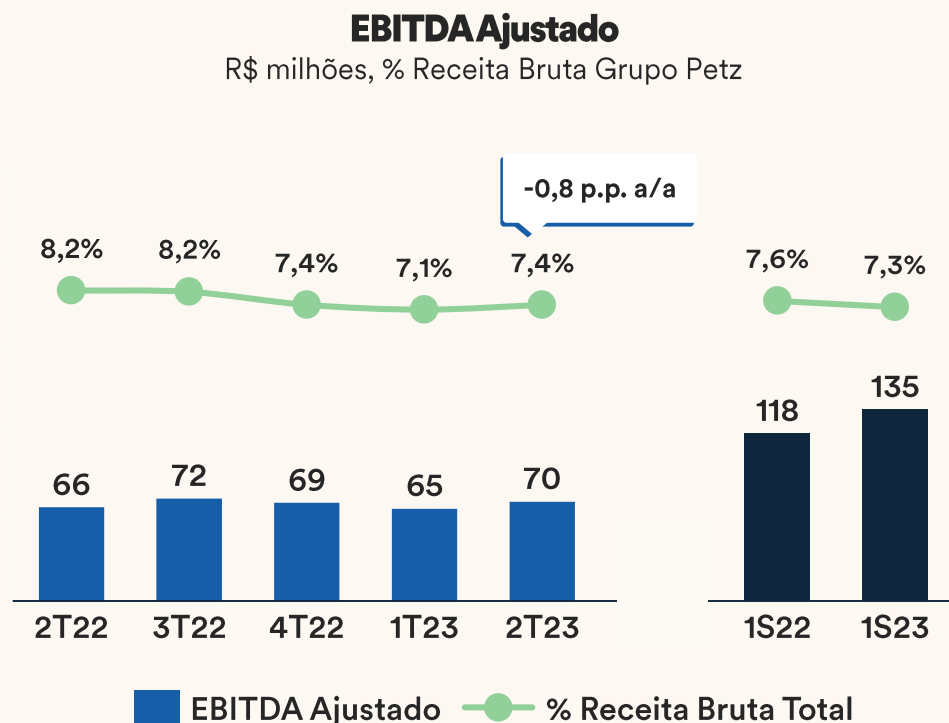


-26% a/a

de Outras Despesas Operacionais (pré-op de novas lojas), reflexo de maior eficiência com as novas unidades, apesar do maior ritmo de abertura no 2T23 vs. 2T22

Margem EBITDA Ajustada Grupo Petz com pressão a/a

Eficiências em Despesas não foram suficientes para *offset* pressão de margem bruta



EBITDA “4-wall” (Lojas)
% Receita Bruta Petz “Standalone”

Safra	# Lojas	EBITDA “4-wall” (2T23LTM)
Até 2018	80	18,7%
2019	26	18,5%
2020	28	17,3%
2021	37	15,3%
2022*	50	9,6%
2023	14	8,8%



7,4%

de Margem EBITDA Ajustada Grupo Petz
(-0,8 p.p. a/a e +0,3 p.p. t/t)

8,2%

de Margem EBITDA Ajustada Petz “Standalone”
(-1,0 p.p. a/a), reflexo da pressão de margem bruta, maturação das lojas, maior participação do Digital e incremento das despesas de G&A a/a

-R\$1,3 MM

de EBITDA “Aquisições”, uma melhora vs. -R\$3MM no 2T22 e -R\$5MM no 1T23, reflexo da performance de Petix e captura de sinergias da integração com a Petz

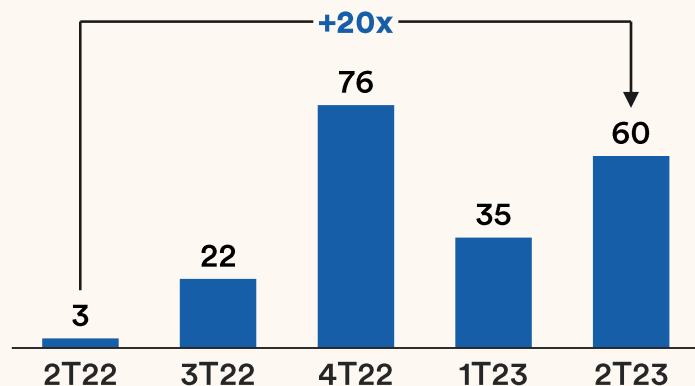
* Safra 2022: excluindo as 18 lojas abertas no 4T22 (sendo 7 apenas em dezembro), o EBITDA “4-wall” ex-IFRS 16 teria sido de 11,1%.

Robusta posição de caixa, sólida vantagem competitiva

Geração de caixa operacional forte no 2T23 e reforço de caixa com R\$200 MM de emissão de debêntures

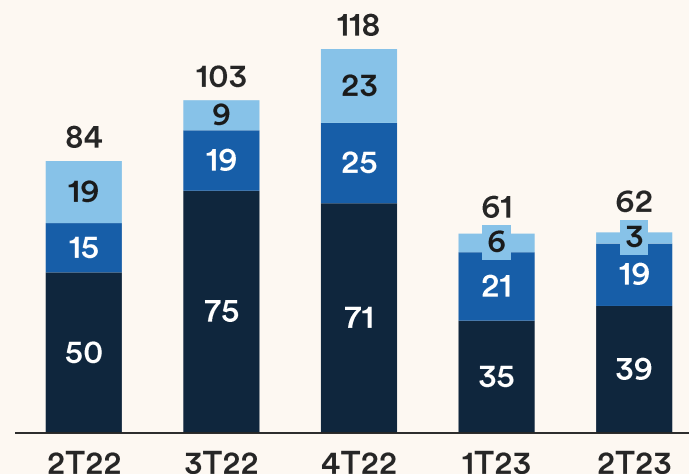
Fluxo de Caixa Operacional

R\$ milhões



Investimentos

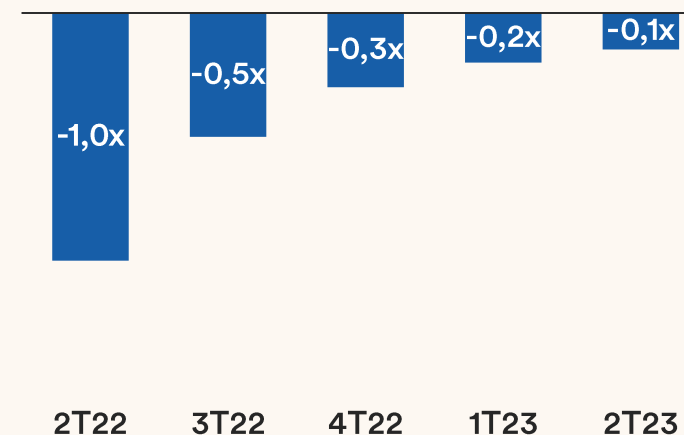
R\$ milhões



- Novas Lojas e Hospitais
- Tecnologia e Digital
- Reformas, Manutenção e Outros¹

Alavancagem (IAS 17)

Dívida Líquida/EBITDA Ajustado 12M



- **R\$60 MM** de geração de caixa operacional
- **Redução dos níveis de estoques e maior eficiência tributária** com novo CD de Goiás (menor acúmulo de créditos)

- **-26% a/a** de Investimentos, reflexo de Reformas, Manutenção e Outros (**-82% a/a**), dado que no 2T22 tivemos reformas de maior porte e não recorrentes relacionados à logística (abertura do CD, ampliação de CDs existentes) e empresas adquiridas
- Investimento em Tecnologia e Digital (**+27% a/a**) refletem inovação, UX e infra de TI

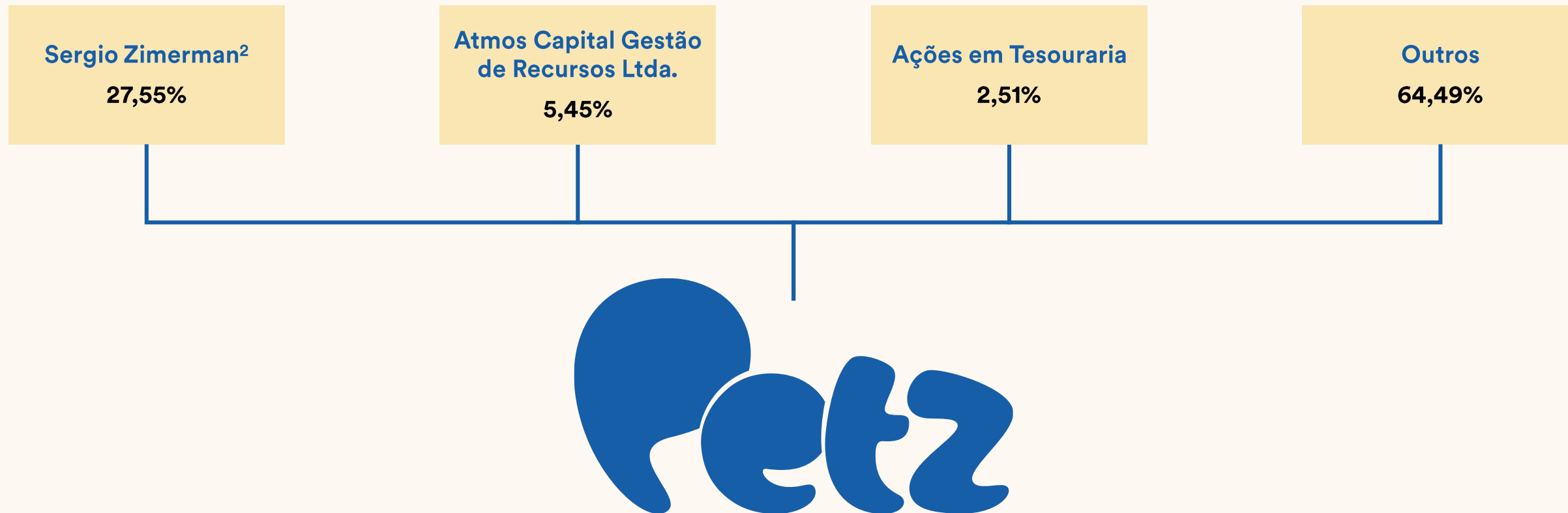
- **R\$25 MM** de Lucro Líquido Ajustado (-25% a/a), reflexo do aumento da D&A, menor resultado financeiro no 2T23 e efeito ainda negativo das aquisições
- **R\$39 MM** de caixa líquido no 2T23

¹ Inclui consolidação do CAPEX das empresas adquiridas (Zee.Dog e Petix).

Anexo



Composição acionária¹





PETZ
B3 LISTED NM

IBOVESPA B3

IBRX100 B3

IBRA B3

IGC B3

ITAG B3

IGCT B3

IGC-NM B3

ICON B3

SMLL B3

<https://ri.petz.com.br>
ri@petz.com.br

Aline Penna

VP de Finanças, RI/ESG e Novos Negócios

Matheus Nascimento

Gerente Sr. de RI/ESG e Novos Negócios

Mirele Aragão

Consultora de RI/ESG

Carolina Igi

Consultora de RI/ESG

Felipe Foltram

Analista Sr. RI/ESG

André Alves

Analista Jr. RI/ESG