

# Apresentação Institucional

2T24

**Petz**

CENTRO VETERINÁRIO  
**seres**

**BANHO & TOSA**  
Petz



  
**adotepetz**

  
zee.dog

**CANSEI  
DE SER  
GATO**

**petix.**  
o melhor para seu pet



# 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.

# ÍNDICE

OVERVIEW DO MERCADO PET	-----	<b>04</b>
OVERVIEW PETZ	-----	<b>08</b>
DESTAQUES FINANCEIROS	-----	<b>17</b>
<i>REFRESH</i> DA MARCA PETZ	-----	<b>27</b>
ANEXOS	-----	<b>35</b>

A decorative graphic on the left side of the slide consists of a thick blue line that starts at the top left, curves down and then up, then curves down and then up again, ending in a small loop. Below this line are three circular shapes: two overlapping circles on the left, each divided diagonally from the top-left to the bottom-right, with the top-left half being blue and the bottom-right half being white; and a single solid blue circle below them.

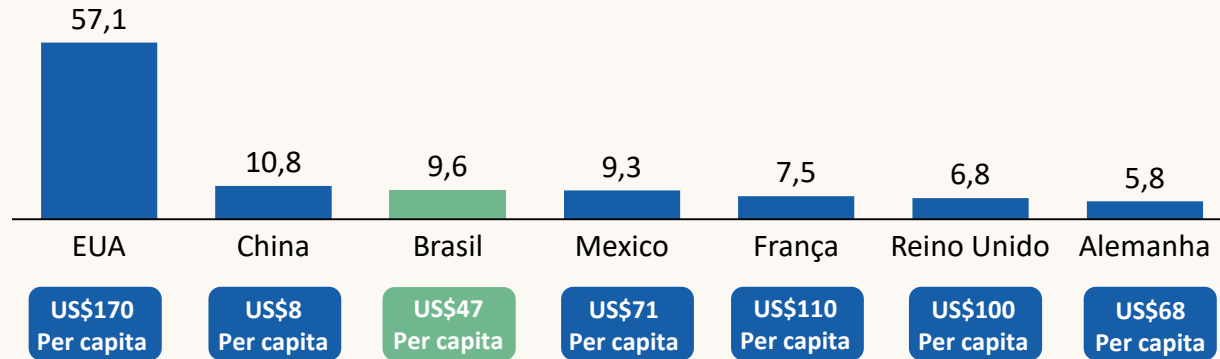
# Overview do mercado pet

# Mercado relevante e de alto crescimento

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

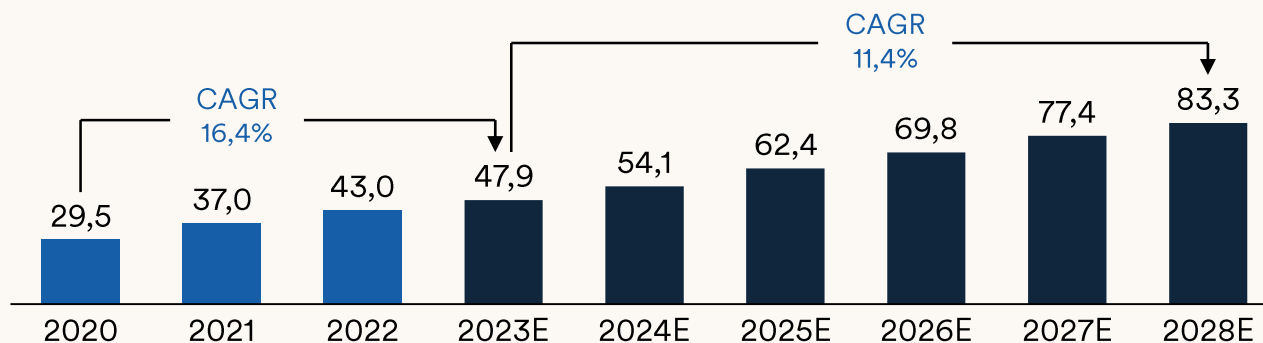
## Mercados de Produtos para Pets e Gasto Anual per Capita<sup>1</sup>

(US\$ bilhões, US\$ per capita, 2023)



## Evolução do Mercado Pet no Brasil<sup>2</sup>

(R\$ bilhões)

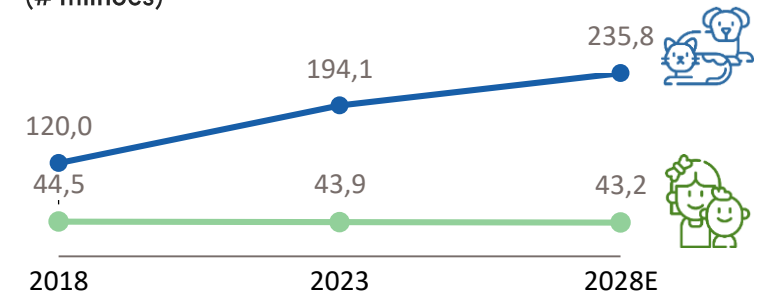


## Tendências:

- 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

## População Pets vs. Crianças com Menos de 14 Anos no Brasil<sup>2</sup>

(# milhões)



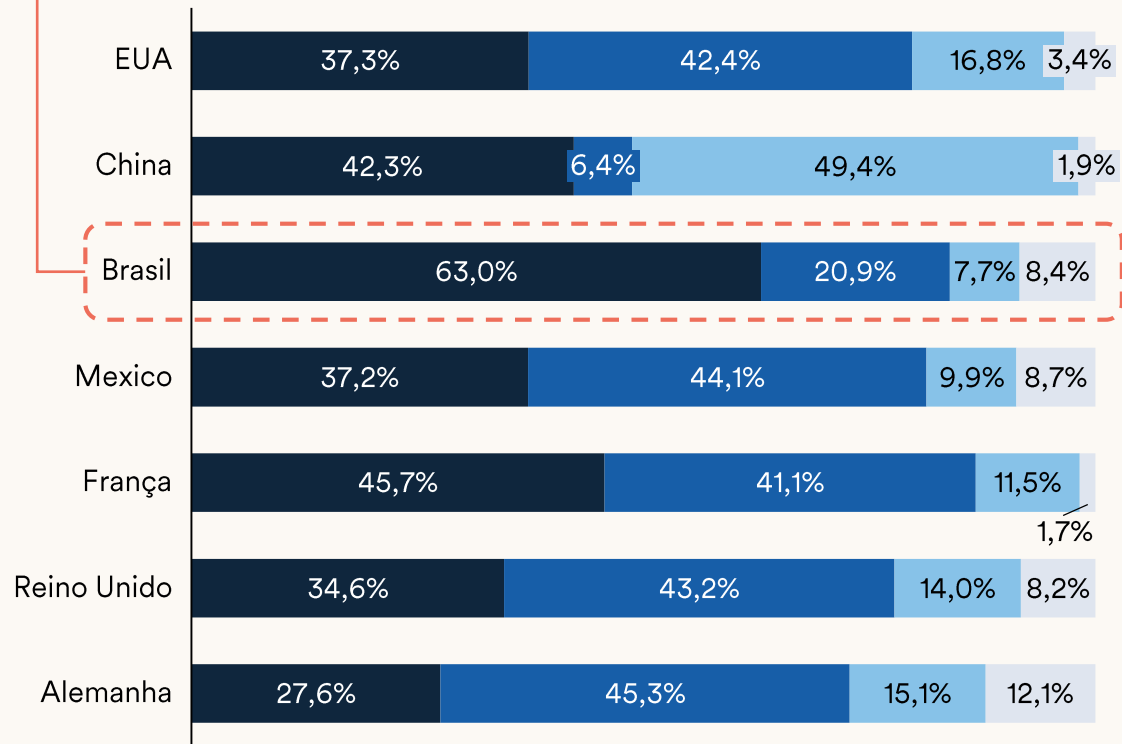
# Mercado especializado altamente fragmentado

Oportunidade para consolidação do mercado no Brasil

## Venda de Produtos para Pets por Canal<sup>1</sup>

(%, 2023E)

Vendas em Pet Shops Locais, Pet Superstores e Clínicas Veterinárias: maior índice quando comparado aos maiores mercados do mundo



Pet Shops, Superstores e Clínicas Veterinárias
  E-commerce
  Varejistas Alimentares
  Outros Canais

## Proposta de Valor

	<b>PETZ</b>	Online	Pequenos Pet Shops	Varejo de Alimentos
Sortimento de Produtos	✓	✓	○	✗
Veterinário	✓	✗	○	✗
Estética	✓	✗	✓	✗
Plataforma Online	✓	✓	✗	○
Omnichannel	✓	✗	✗	○
Expertise & Aconselhamento	✓	○	○	✗
Conveniência de Loja	✓	✗	✓	✓
Preço	=	=	=	=

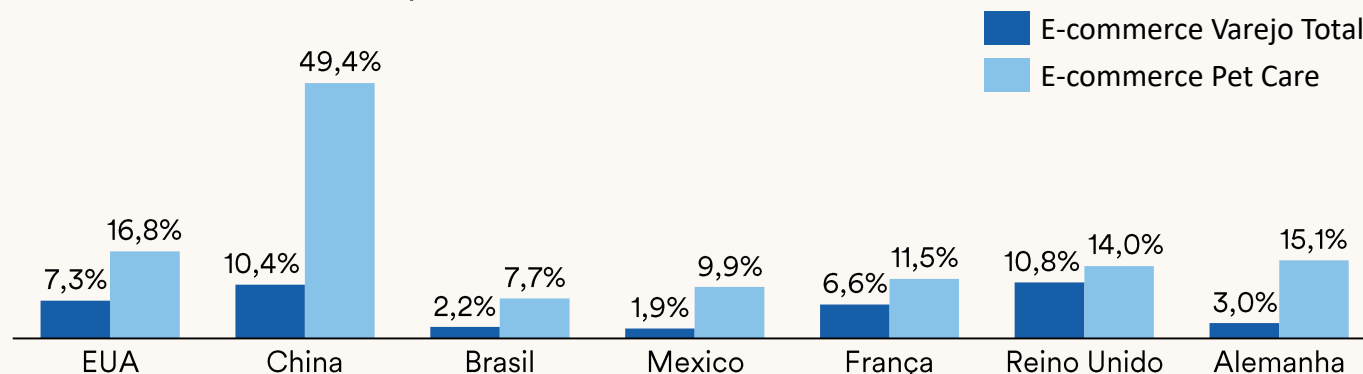
✓ Todos ofertam. ✗ Nenhum oferta.  
 ○ Alguns ofertam. = Não há diferença de proposta.

# Potencial de crescimento adicional vindo do online

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

## Penetração do e-commerce no varejo e mercado pet por país em 2023E (%)<sup>1</sup>

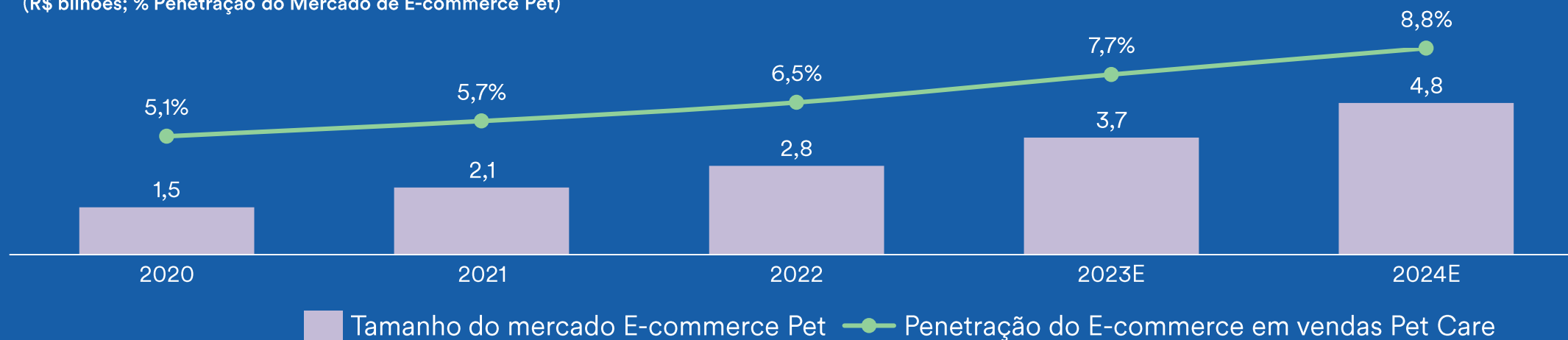
(Vendas E-commerce dividido por vendas totais)



Dos grandes países do mundo, o 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 Brasil<sup>1</sup>

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



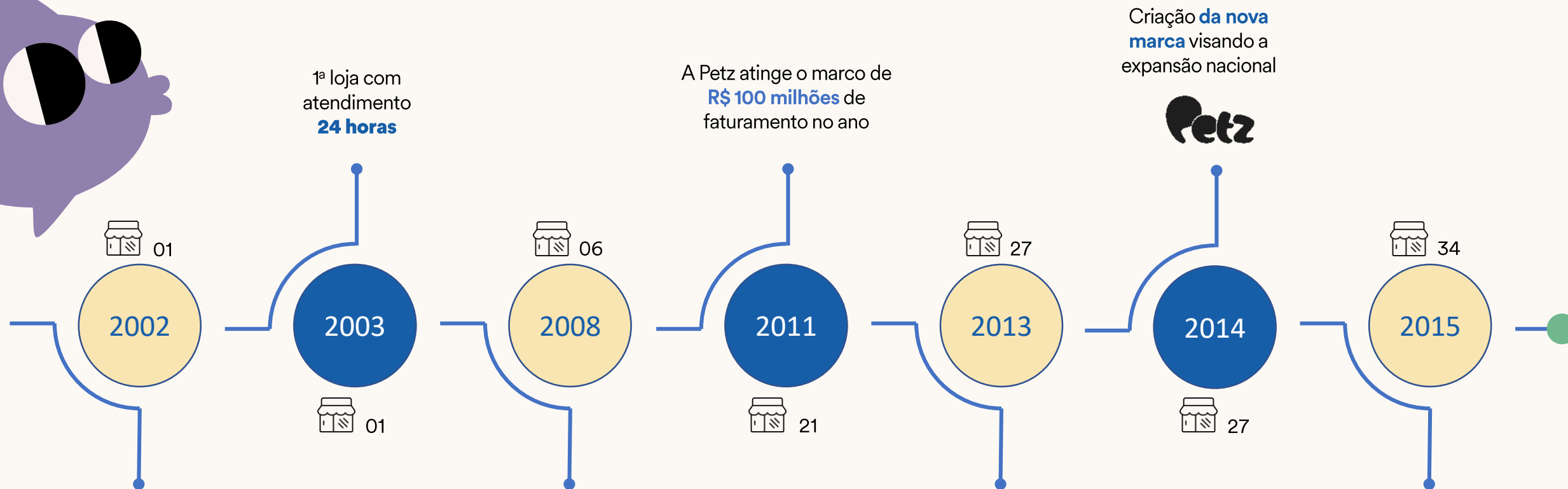
■ Tamanho do mercado E-commerce Pet —●— Penetração do E-commerce em vendas Pet Care



# Overview Petz



# Uma história de 22 anos de crescimento e sucesso



1ª loja com atendimento **24 horas**

A Petz atinge o marco de **R\$ 100 milhões** de faturamento no ano

Criação da **nova marca** visando a expansão nacional



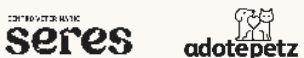
**Fundação**  
Abertura da 1ª loja com a marca Pet Center Marginal em São Paulo/SP

- Lançamento do **E-commerce**
- Criação do **programa de fidelidade “Vale a Pena ser Fiel”** - modelo de *cash-back*

Entrada do Fundo de investimentos  
**WARBURG PINCUS**

Início dos investimentos na **plataforma Omnichannel**

# Uma história de 22 anos de crescimento e sucesso

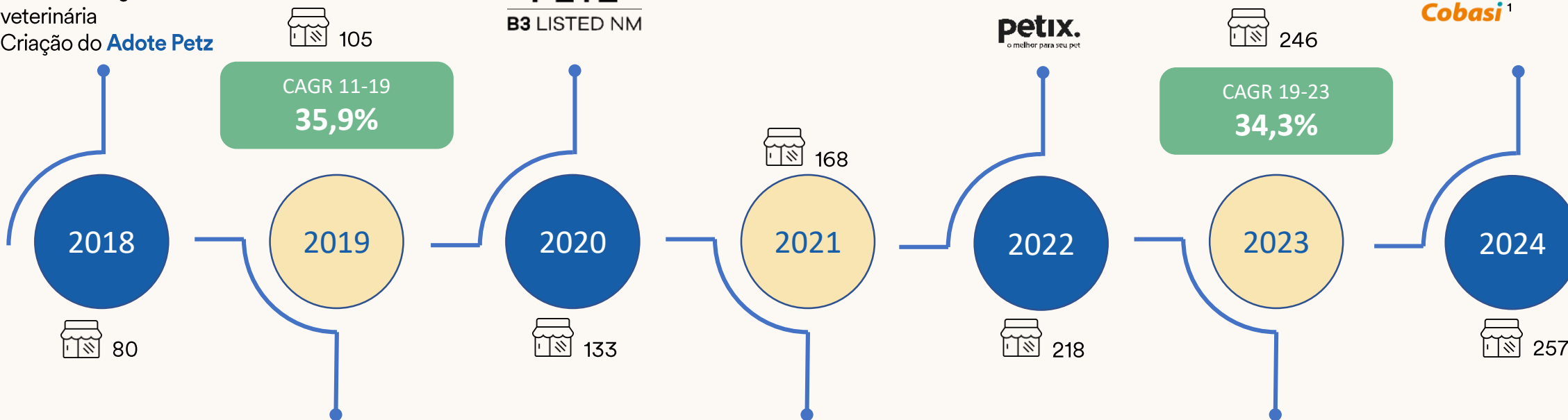


- Nova estratégia em veterinária
- Criação do **Adote Petz**

IPO  
**PETZ**  
B3 LISTED NM

- Aquisição da **Petix**
- **R\$ 1 bilhão** de faturamento no canal digital
- Inauguração do **1º CD fora de SP (Hidrolândia – GO)**

- Assinatura do Acordo de Associação com a **Cobasi**<sup>1</sup>



A Petz atinge o marco de abertura de **100 lojas** e **R\$ 1,2 bilhão** de faturamento



- Aquisição da **Cansei de ser Gato**, **Zee.Dog** e **Cão Cidadão**
- Entrada no **Ibovespa**
- **Follow-on**
- Presença nas **5 regiões do país**

- Implementação do **Comitê de Sustentabilidade** e publicação do primeiro **Relatório de Sustentabilidade**
- Refresh da marca Petz

**Petz**



Lojas <sup>1</sup>A consumação da operação está sujeita à aprovação do CADE. <sup>2</sup>Até 13/09/2024.

# Tudo que seu pet precisa.



**Petz**

CENTRO VETERINÁRIO  
**seres**

  
**adote petz**

**petix.**  
o melhor para seu pet

  
zee.dog

**CANSEI  
DE SER  
GATO**

  
Cão Cidadão

GRUPO  
**Petz**

Produtos Exclusivos  
e marca própria

B2B: Franquias e Pet  
Shops

Serviços:  
Veterinário e  
Banho e Tosa

Canal Físico e  
Digital

Adoção  
e Adestramento

Conteúdo e  
Informação

# O maior e mais completo ecossistema pet do Brasil



- **Maior varejista pet no Brasil**  
Faturamento Bruto de **R\$ 3,8 BI** em 2T24 LTM<sup>2</sup> (+8% a/a)
- **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  
**44,4%** de Penetração do Digital e **94%** de Índice *Omnichannel*
- **Serviços**  
**Maior rede** veterinária do Brasil (Seres) com **127** unidades e **principal rede** de centros de estética  
Adote Petz: **maior programa** de adoção do Brasil (+**77 mil** adoções)

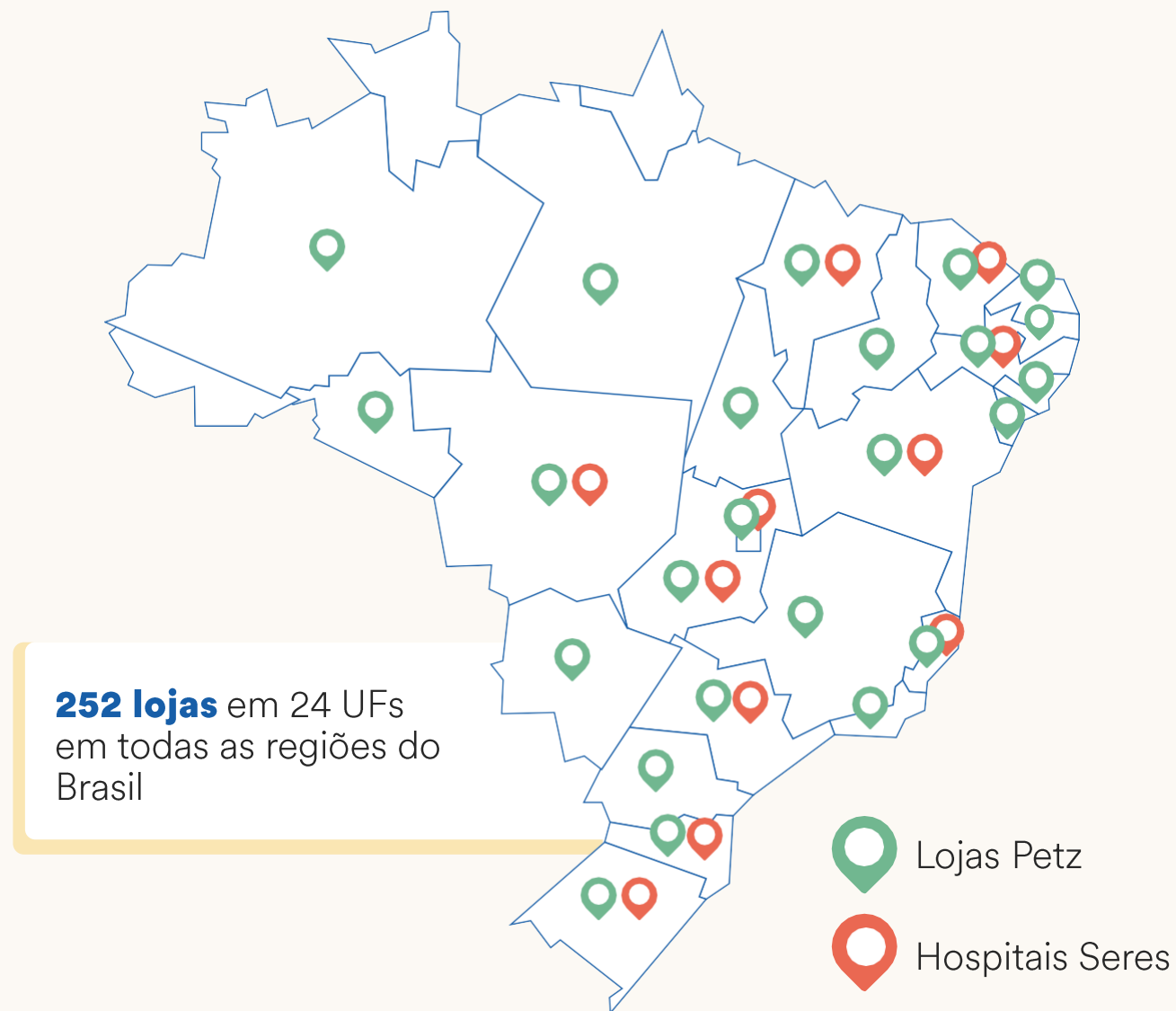
# Expansão de lojas Petz

## Destaques 2T24

**Inauguração de 3 lojas**, 22 nos últimos 12 meses

**52%** das lojas localizadas **fora de São Paulo**

**44%** das lojas ainda **não completaram o 3º ano de operação**, sendo que 9% estão em seu 1º ano



# Indicadores de clientes já mostram melhora sequencial importante

Mesmo que essa melhora não se reflita na dinâmica de top line no curto prazo, acreditamos que estamos no caminho certo para aumentar os níveis de fidelização e engajamento dos clientes

## CLIENTES ATIVOS

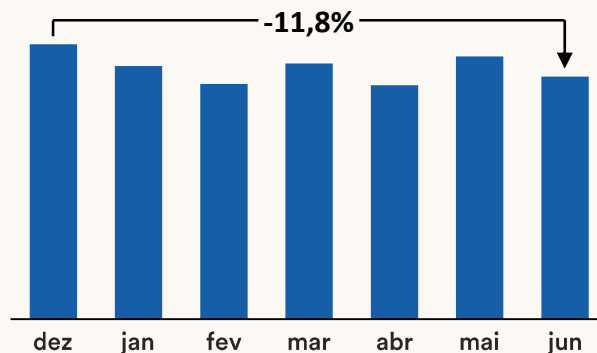
Aumento da base de clientes ativos<sup>1</sup>, reflexo de:

- redução de *churn*
- maior reativação de clientes antigos
- ritmo saudável de aquisição de novos clientes

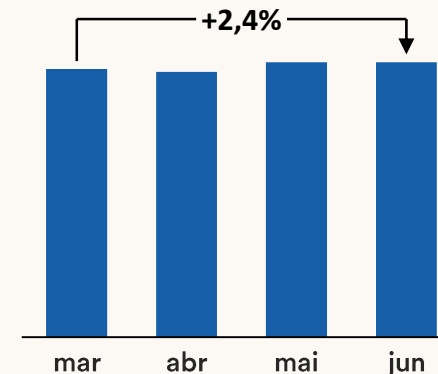
**2,8MM** (+6,4% a/a)

Clientes *Omnichannel* ativos<sup>1</sup> em jun/24

Novos clientes e reativados por mês



Número de assinantes ativos



## ASSINANTES

### Churn

Churn no mínimo histórico em jun/24 (-4,0 p.p. a/a)

**496MIL** (+17% a/a)


Assinantes ativos<sup>1</sup> em jun/24

O crescimento de top line é impulsionado pelo **aumento de cupons**, ao mesmo tempo que o **ticket médio** permanece **estável** devido a **redução nos itens por cesta** (impactando principalmente os discricionários).

<sup>1</sup> Clientes que realizaram compras nos últimos 6 meses

# Principais fundamentos do mercado pet brasileiro permanecem sólidos



Brasil é um dos maiores mercado pet do mundo, com fortes tendências estruturais que impulsionam crescimento



## Aumento populacional dos pets

Continuará crescendo, devido:



- Envelhecimento populacional humano e o efeito “ninho vazio”
- Casais decidindo ter filhos mais tarde / não ter filhos
- Aumento da expectativa de vida dos pets
- Tendência de mais de um pet por domicílio



## Humanização do pet

O ato de ter o pet como um membro da família continuará crescendo:



- Relação emocional, não baseada apenas em atributos de produto
- Jovens de hoje já veem o pet como membro da família desde que nasceram: geração cresceu acostumada a dividir espaços íntimos com o pet



## Nível de Informação dos tutores

Pessoas buscam mais informação sobre seus pets e conteúdo de qualidade é escasso:


- Blog/texto já não é o meio mais desejado (e democrático): necessidade de fortalecer canal de conteúdo, desejavelmente através de vídeo
- Acesso à informação aumenta nível de gasto



## Renda disponível da população

Momento macroeconômico atual é de contração

- Fidelização de clientes: importância de estar bem-posicionado quando o cenário melhorar



## Principais fundamentos da Petz e visão geral 2024

Estamos convictos que a Petz encontra-se em uma posição privilegiada, com sólida posição de caixa, baixo nível de endividamento, exposição imaterial a incentivos fiscais, além de líder de mercado em um segmento resiliente

### Presença em um mercado resiliente, com tendências sólidas de crescimento

- Humanização e população dos pets continua em ascensão



### Plataforma Omnichannel líder, escalável e rentável

- Crescimento em patamares saudáveis
- Plataforma em melhoria contínua
- Crescente base de clientes



### Robusta estrutura financeira

- Sólida posição de caixa
- Baixo nível de endividamento
- Exposição imaterial a incentivos fiscais



### Busca contínua por eficiência operacional

- Processo de redução de despesas em andamento
- Melhoria significativa em ciclo de caixa
- Capex em processo de redução e otimização no tamanho de lojas

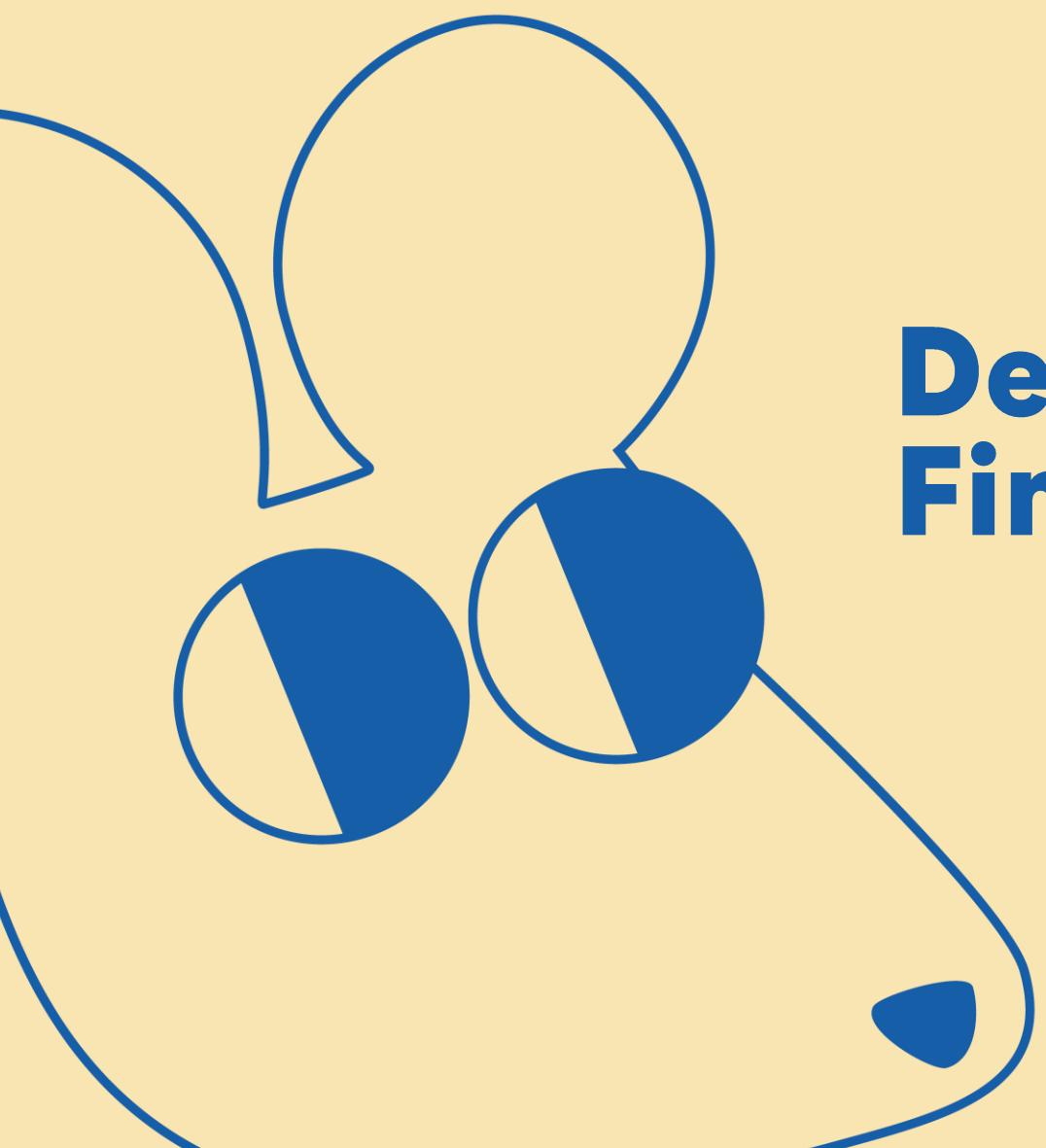


### Continuidade na captura de sinergias com adquiridas

- Melhoria significativa da performance das adquiridas
- Zee.Dog rumo ao breakeven







# **Destiques Financeiros 2T24**

## 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)



## Destques Financeiros | Grupo Petz 2T24

**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

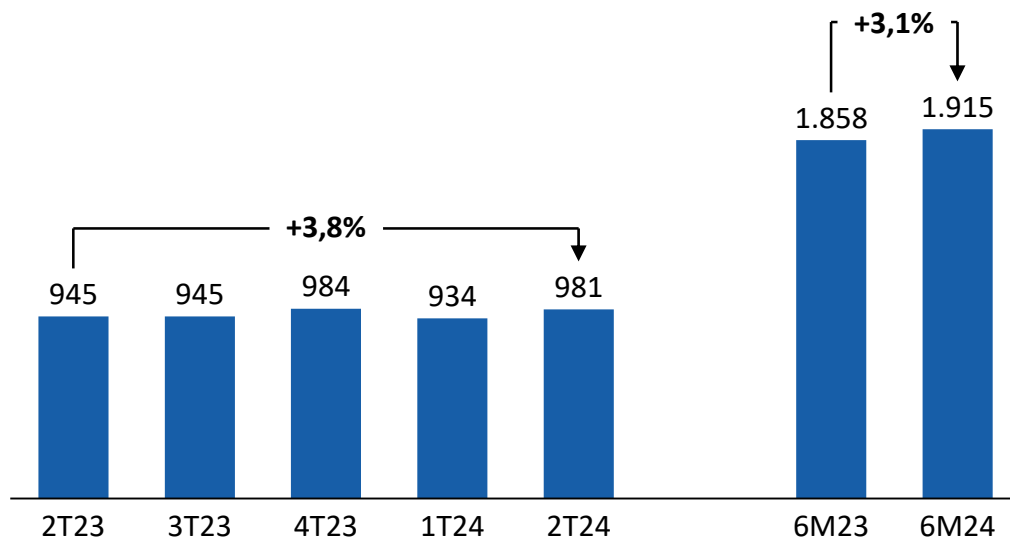
0,5% RB  
(-2,1 p.p. a/a)

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

# Receita Bruta

## 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

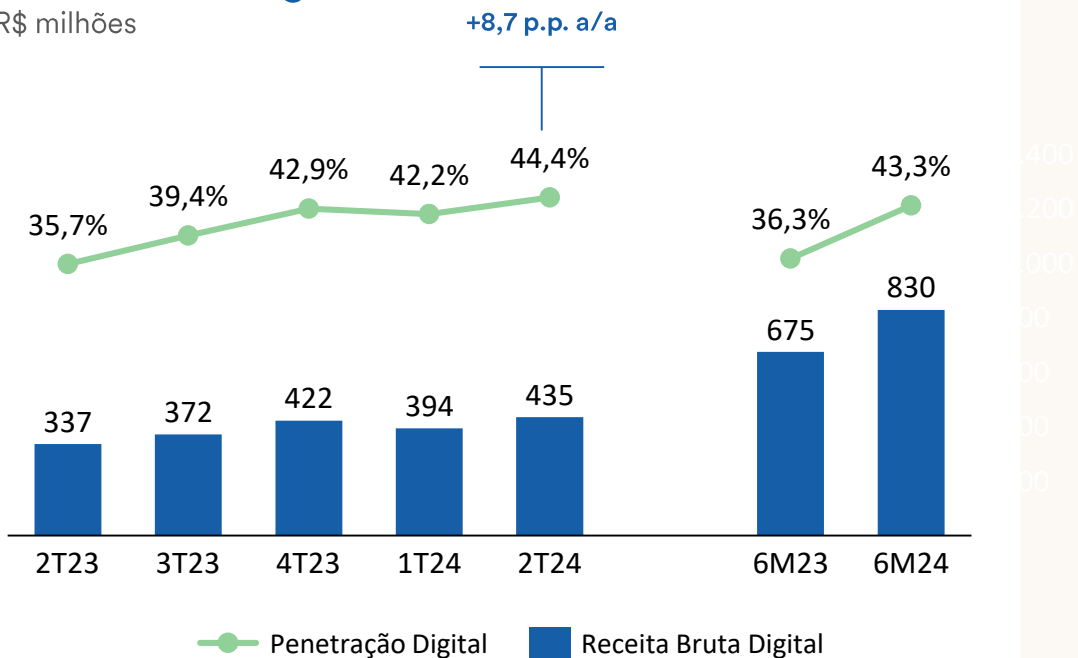
### Serviços

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

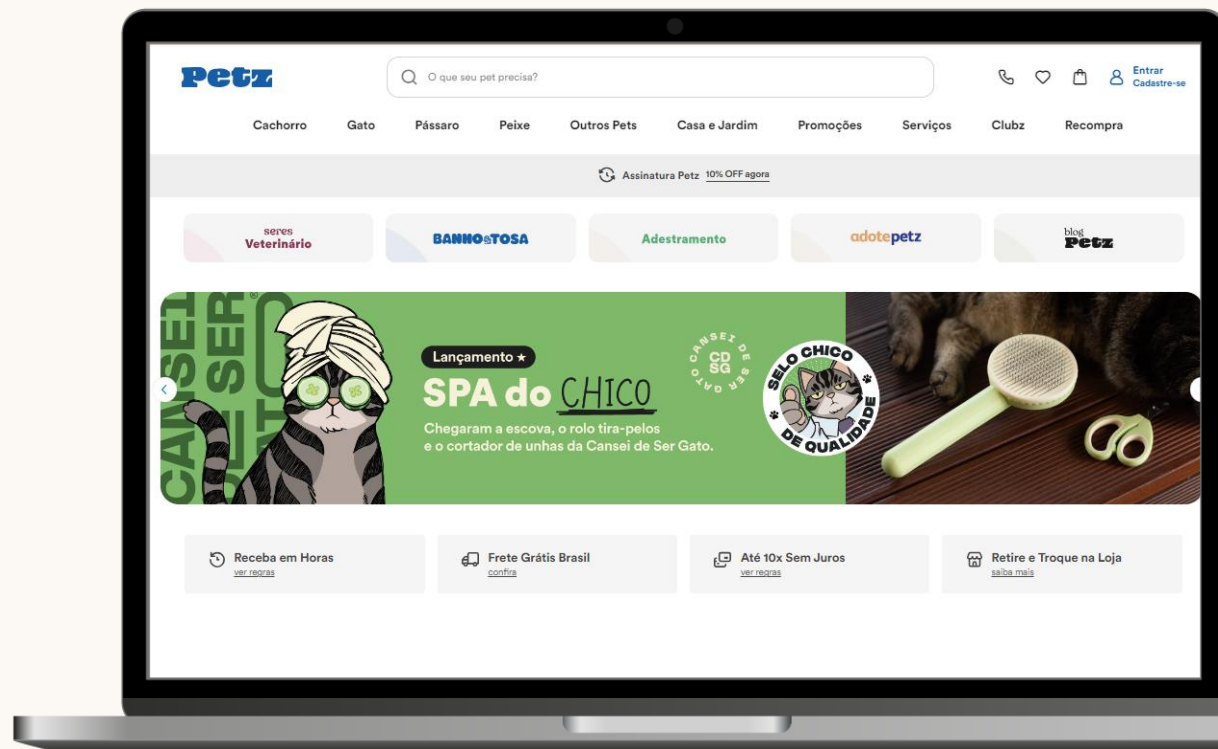
-10,2% a/a

- 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.

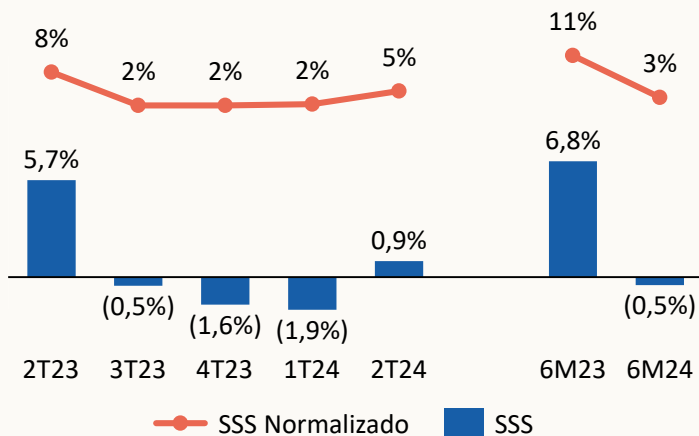


# Performance de Lojas

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

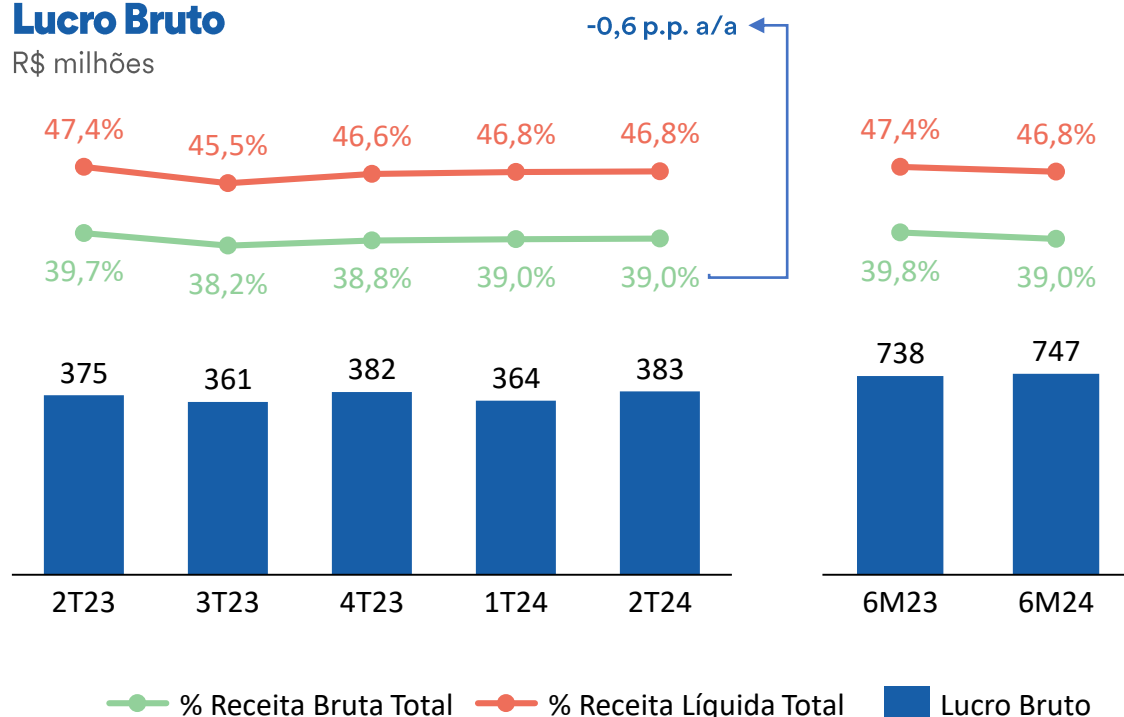


# Margem Bruta

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.

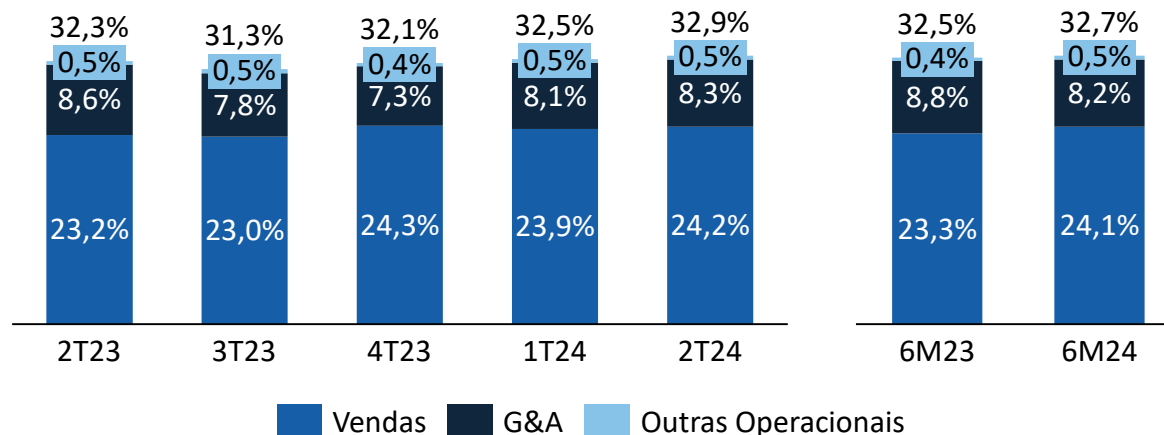


# Despesas Operacionais e EBITDA Ajustado

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

## Despesas Operacionais

% Receita Bruta Grupo Petz

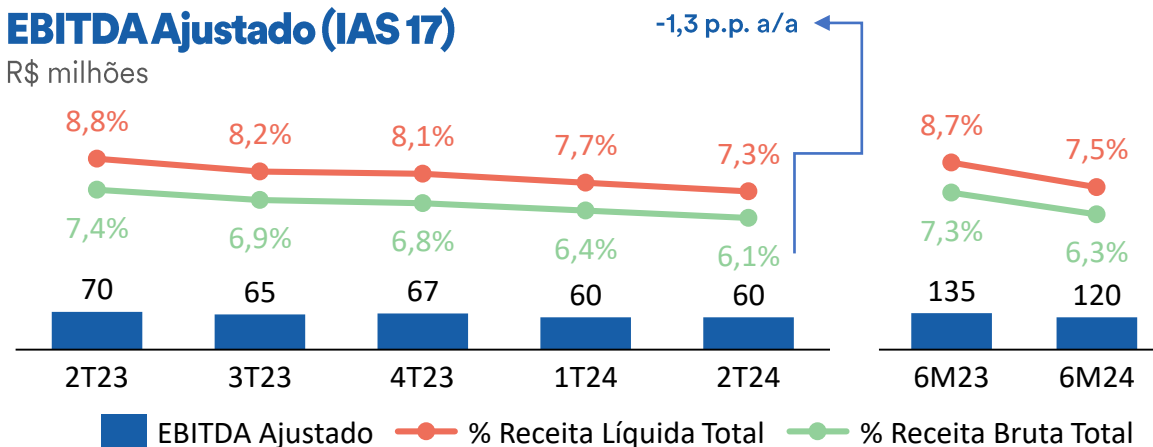


**Vendas: +8,4% a/a**  
**24,2% da RB (+1,0 p.p. a/a)**

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)**

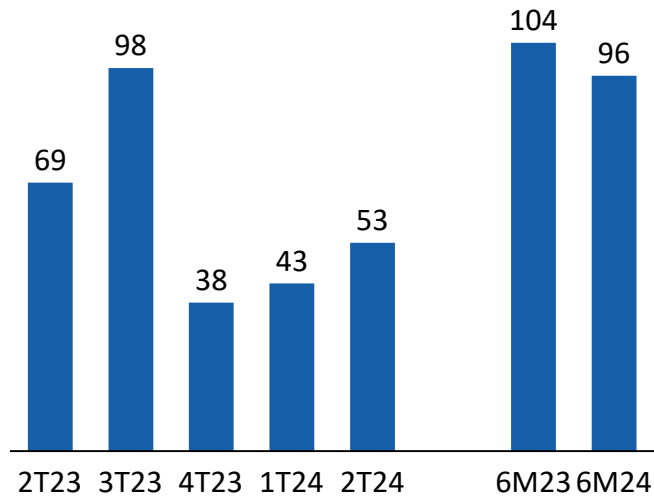
Otimizações em pacotes de despesas implementadas no final de 2023 e sinergias com as companhias adquiridas

# 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

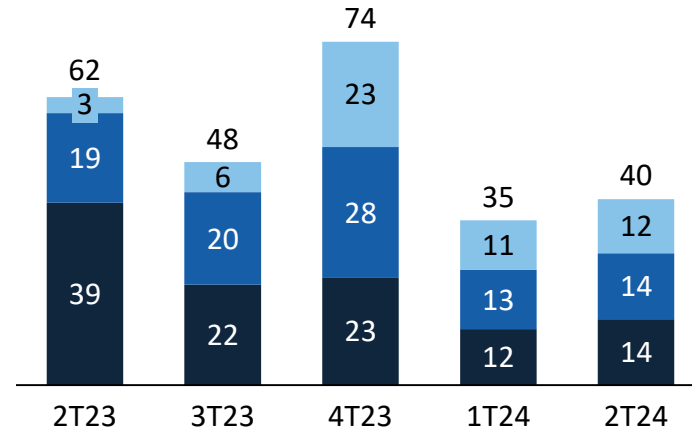


- **R\$53 milhões** de geração de caixa operacional, impulsionado pela eficiência operacional e gestão eficiente do capital de giro
- Melhoria no ciclo de caixa de **~4 dias a/a**

## Investimentos

R\$ milhões

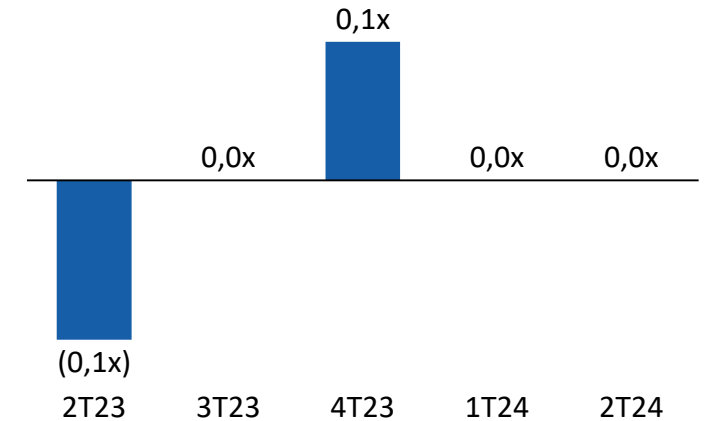
■ Novas Lojas e Hospitais  
■ Tecnologia e Digital  
■ Reformas, Manutenção e Outros



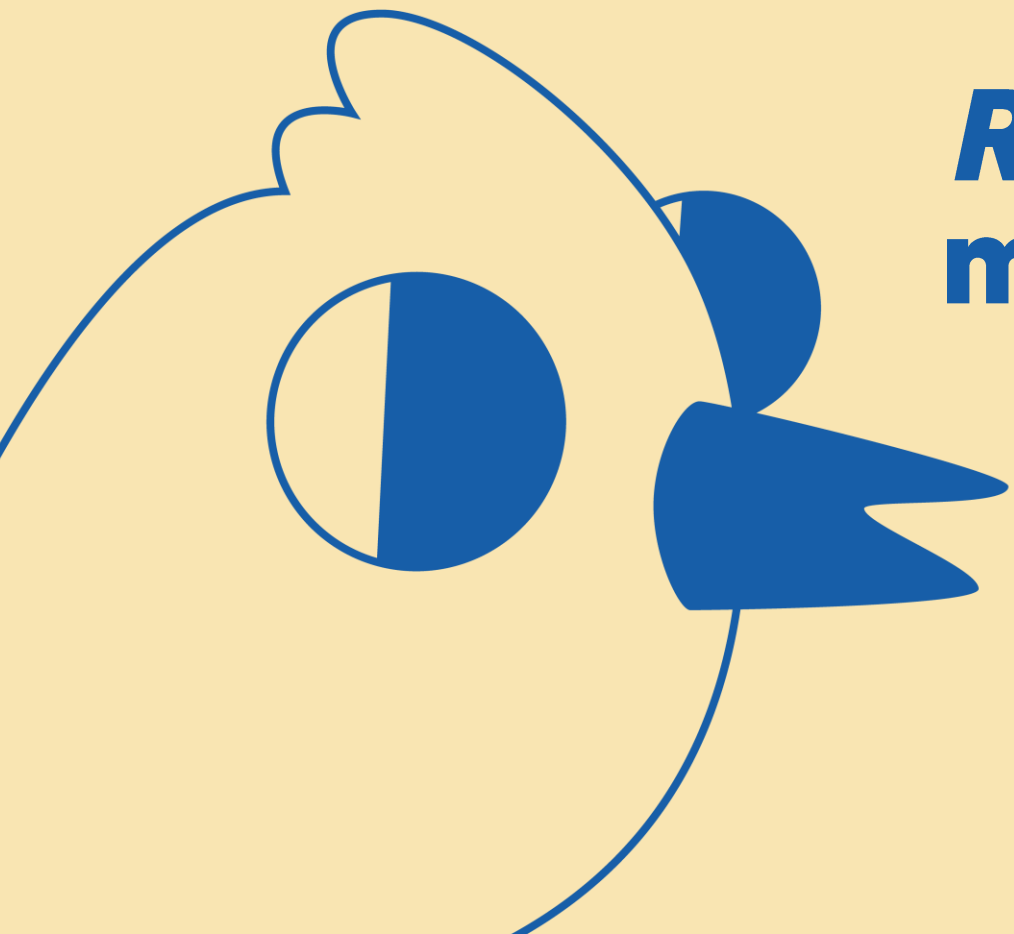
- **Redução de 35% a/a** de Investimentos Totais
- **Redução de 64% a/a** de Novas Lojas, reflexo do menor ritmo de abertura em 2024, redução do capex por loja e otimização na tipologia das lojas
- **Redução de 27% a/a** de *Tech* e Digital que refletem melhorias de soluções para clientes e de processos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



***Refresh* da  
marca Petz**

## O que é um **Brand Refresh?**

Movimento estratégico que envolve a atualização de uma marca de forma sutil para garantir a **longevidade, crescimento e relevância** no mercado, sem alterar completamente sua identidade visual ou posicionamento.

### *Refresh da marca*

The logo for PETZ, featuring the word "PETZ" in a bold, blue, sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a slight shadow effect. The 'P' is the largest, followed by 'E', 'T', and 'Z'.

Tudo que seu pet precisa

Representa o avanço da Companhia na **consolidação de seu ecossistema** de produtos e serviços, potencializado pelas recentes aquisições.

Esse processo foi embasado tanto na **evolução da relação tutor-pet**, quanto em oportunidades de **diferenciação e inovação** perante a concorrência (especializada e não-especializada).

## Geração P

Nova geração de tutores: relação das pessoas com seus pets está em transformação, tornando-se mais íntima, mais profunda e adquirindo um grau de complexidade inédito



**2** é o número médio de pets por lar

**88%**

consideram seu pet um membro da família

**65%** não hesita em gastar dinheiro com seus pets

% de tutores que demonstram afeto através de:

**68%** Comida ou petisco diferente

**48%** Brinquedos novos

**41%**

dos tutores compraram ou adotaram um pet durante a pandemia

**R\$300**

Gasto mensal médio com o pet, sendo banho e consultas os serviços mais importantes

**63%**

se consideram pai ou mãe de pet

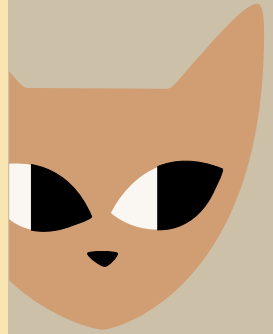
**72%**

revela interesse na causa do bem-estar animal

**68%** diz que o pet influencia nas decisões de lazer, como destino de férias, passeios de fim de semana, escolha do hotel e do restaurante

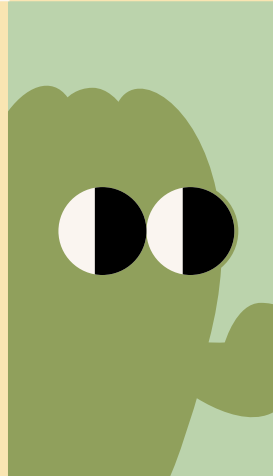
**75%** declaram que conversam com seus pets, e até prestam homenagem ao pet, como tatuagem ou festa de aniversário

## Por que um **Brand Refresh**



Criar **diferenciais competitivos** que gerem maior **fidelização** e **engajamento** dos clientes, resultando consequentemente, em aumento de *share of wallet* e frequência

## Como executamos



**Identidade visual e mensagem da marca**

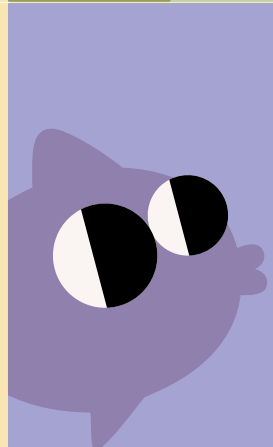
**Posicionamento de marca**

**Estratégia de marketing**

**Marcas próprias com produtos exclusivos**

**Experiência do Cliente**

## O que entregamos



- Adequação da marca à maior digitalização dos clientes
- Revisão do slogan

- Exploração de atributos focando no pet, tutor e sociedade
- Fortalecimento da conexão emocional entre pet-tutor

- Comunicação p/ além do varejo (ecossistema)
- Campanha institucional de TV e *out of home*
- Uso de novos canais de publicidade

- Continuidade da estratégia de marca própria executada desde o início do ano

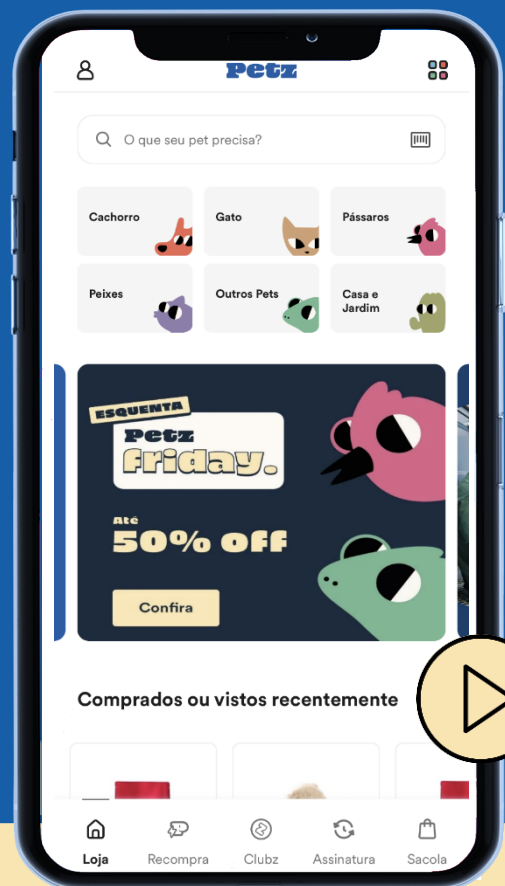
- Novo App: produtos e serviços unificados num único app
- Nova experiência em lojas

## Estratégia de marketing

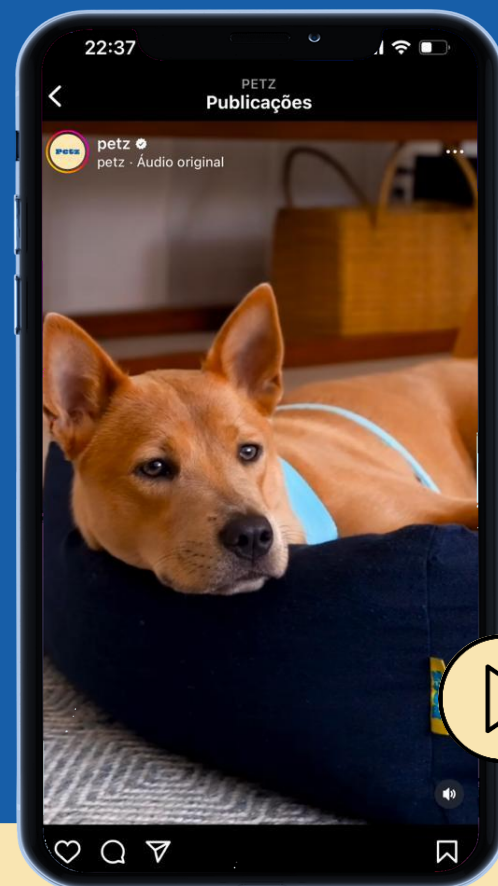
Intensificação da comunicação da Petz como ecossistema (não apenas varejo), utilização de novos canais de publicidade e promoção de eventos em loja

Lançamos uma **campanha institucional** em rede nacional - incluindo os meios TV e *out of home*.

### Novo app

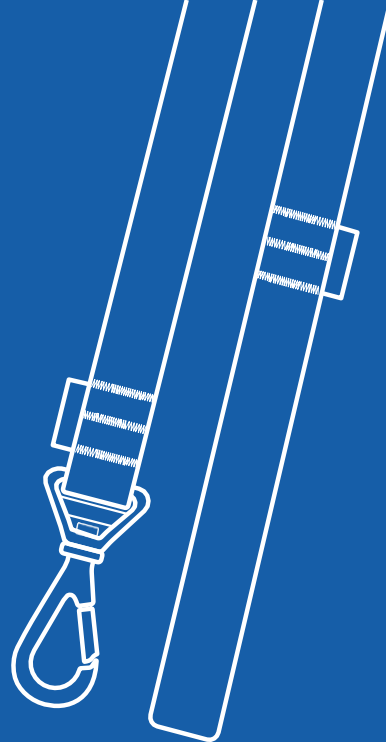


### Novos produtos



### Campanha Geração P





## Marcas próprias com produtos exclusivos

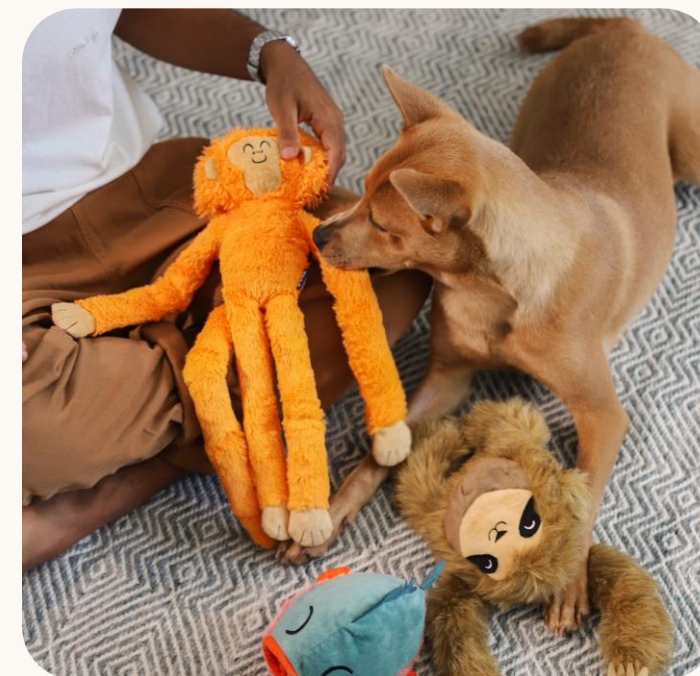
Fortalecimento do portfólio de marca própria, através de diferentes *price points* em diversas categorias



**CANSEI  
DE SER  
GATO**

### Areia Higiênica Biodegradável CDSG

- Lançamento em setembro do 1º produto de consumo recorrente da marca
- Areia é 100% natural, biodegradável, feita com milho e mandioca e sem aditivos químicos
- Resultados acima das expectativas



### Brinquedos e Pelúcias Petz

#### Destaques Marca Própria (Junho/24):

**28%** (+4 p.p. a/a)

Share de marca própria nas categorias em que temos presença

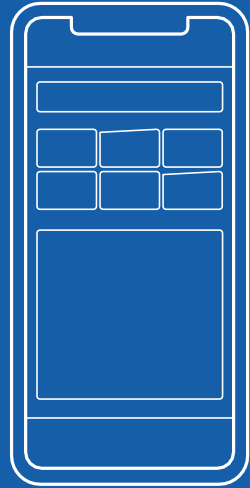
**82,4%** (+7 p.p. a/a)

Tapete higiênico (Fresh, Super Secção, Petz, Zee.Dog)

**60,3%** (+6 p.p. a/a)

Coleiras, guias e peitorais (Spike, Petz, Zee.Dog)

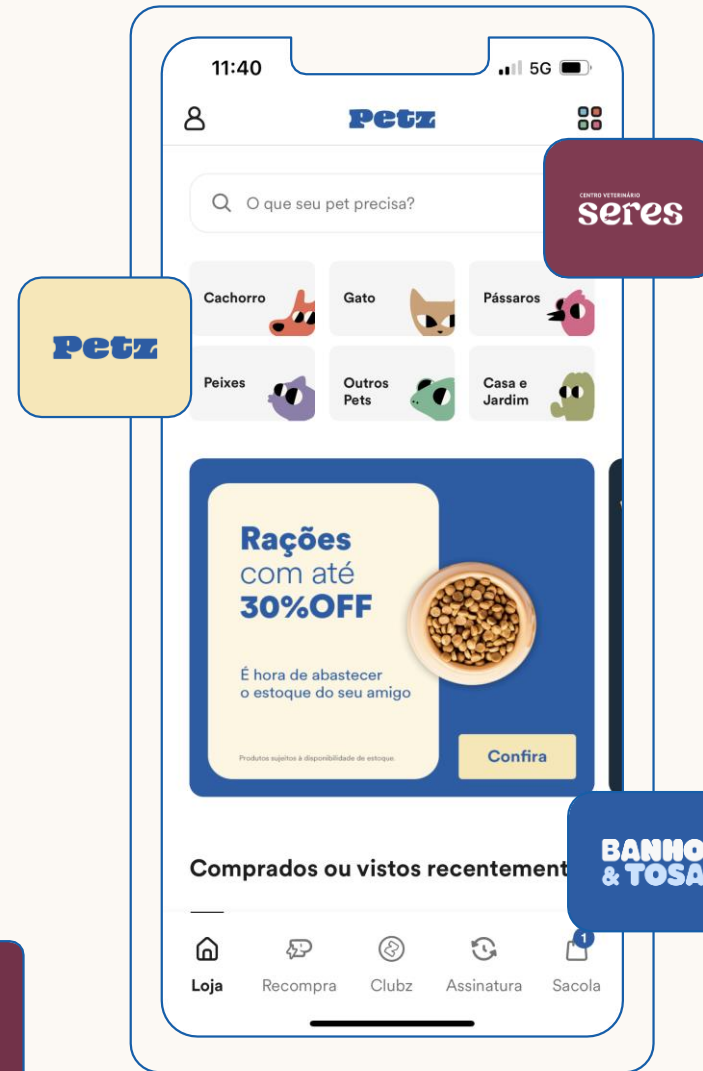
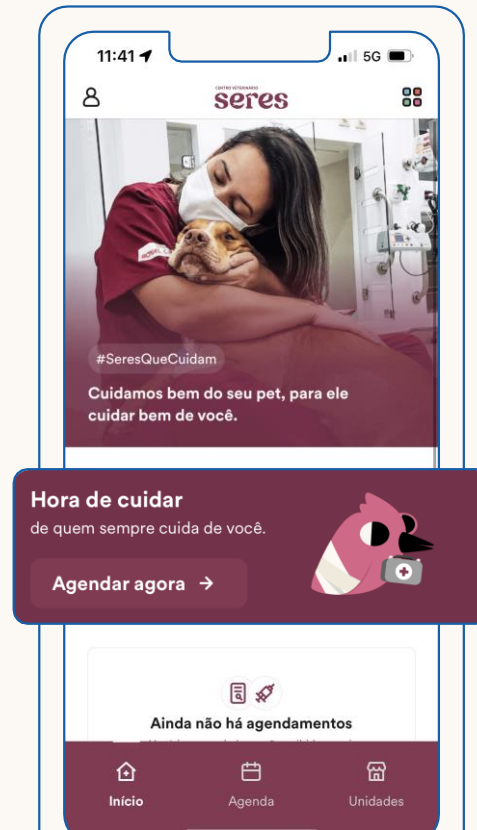




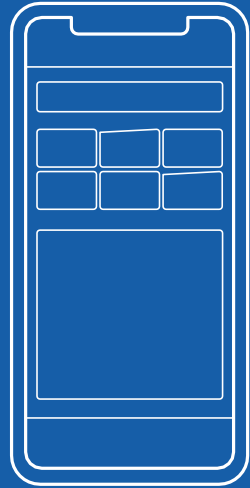
## Experiência do Cliente

Tudo que seu pet precisa em um só app.

Principais produtos e serviços e curadoria do ecossistema foram unificados num **único app**, tornando a **jornada mais fluida** e facilitando ainda mais a vida do cliente.

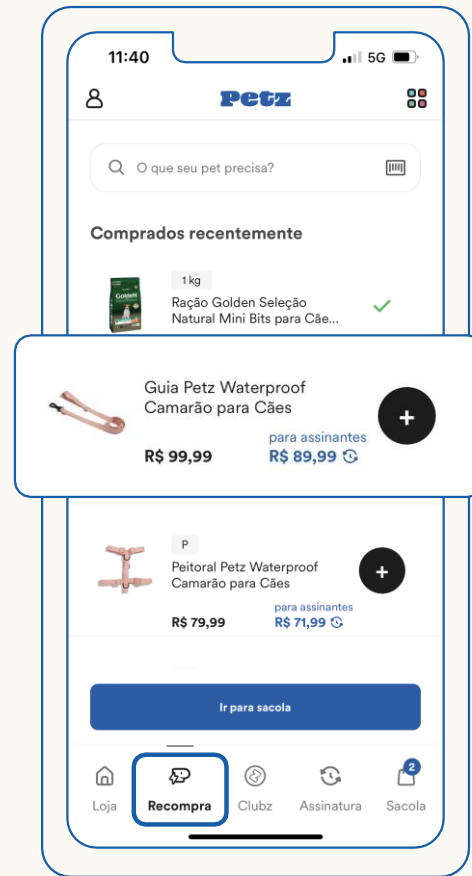



No novo app, os clientes podem **agendar os serviços** de medicina veterinária (Seres) e de Banho & Tosa.




## Experiência do Cliente

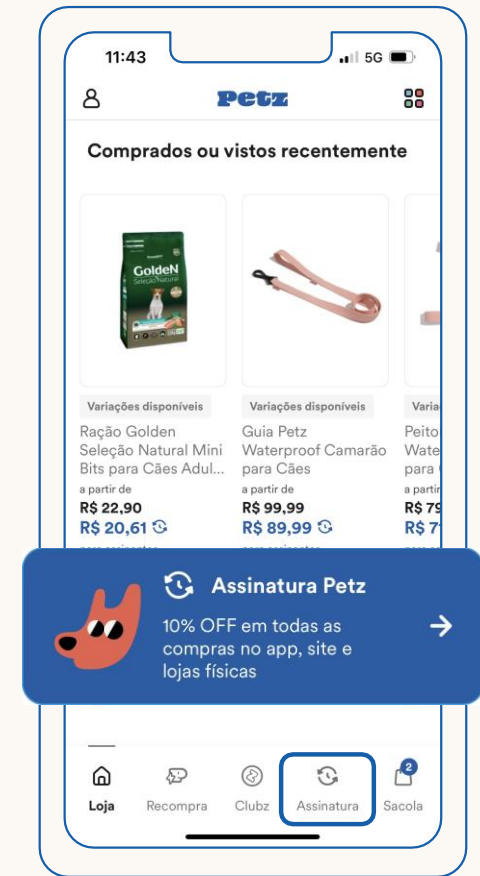
Com um design mais moderno, clientes podem recomprar, com apenas 1 clique, os itens recentes adquiridos no app, lojas e site.



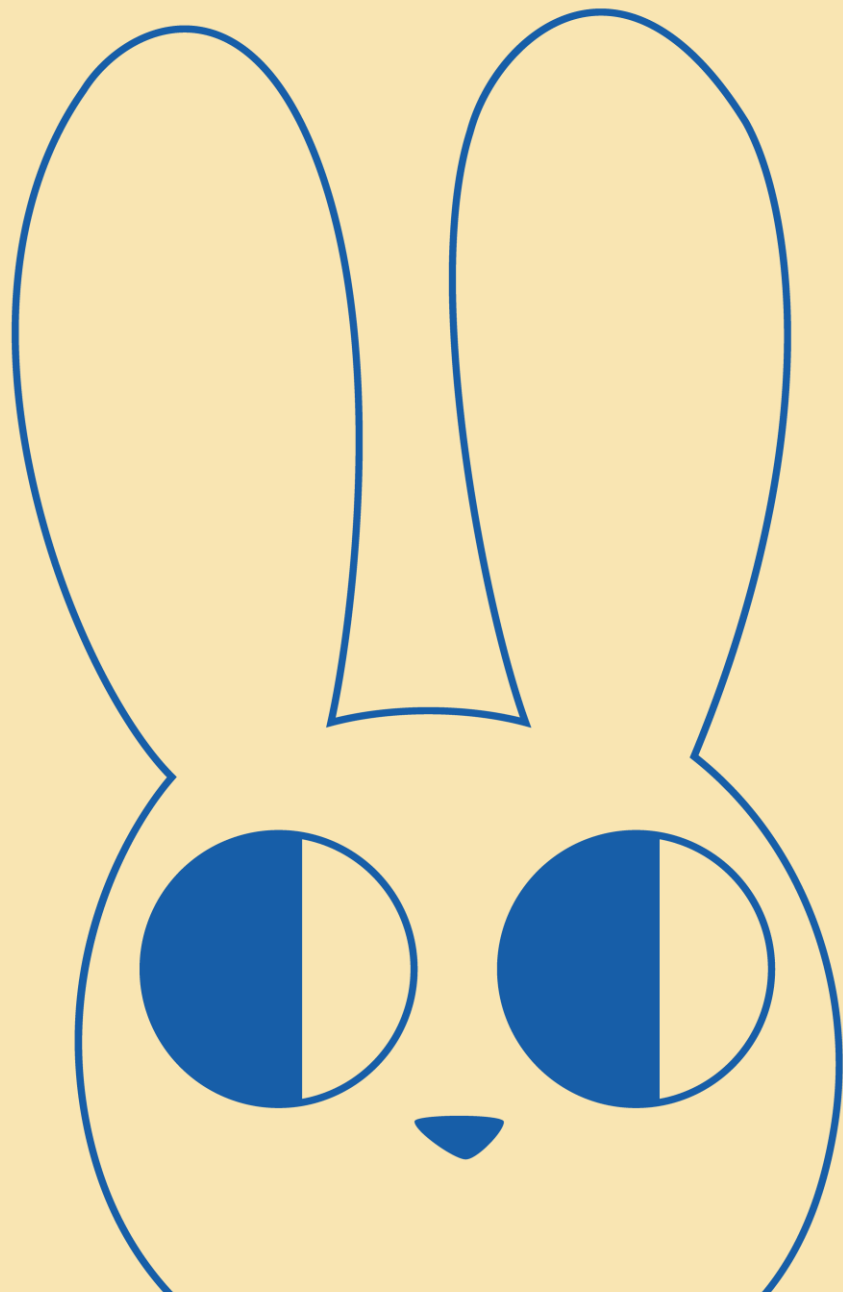
 **Recompra** de produtos favoritos em apenas um clique



 **Clubz**, o Clube de Benefícios da Petz, oferece CashPetz (cashback), ofertas exclusivas e desafios e cupons para vantagens em produtos e serviços



 **Assinatura** de produtos recorrentes



# **Anexos**

## Iniciativas Estratégicas

# 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**

# Sustentabilidade

Publicação do 2º Relatório Anual de Sustentabilidade em julho de 2024

## Destaques do Relatório

**Entrada no Índice de Carbono Eficiente – ICO2 da B3**

**Mais de 3,07 mil toneladas de resíduos reciclados**

**Entrega Consciente: Redução de 550 mil envelopes plásticos**

**Petix Upcycling:** Processamento de 650 toneladas de fraldas descartadas por mês

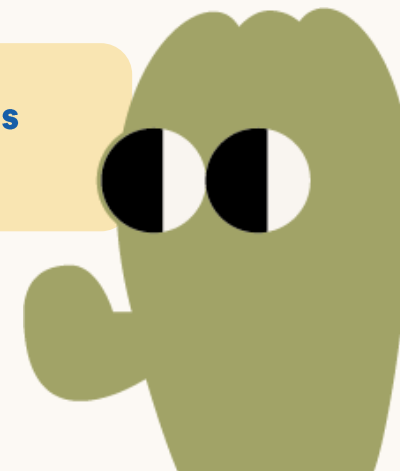
**Projeto Reversa:** Economia de R\$ 2,8 milhões em perdas por vencimentos

**Avaliação de Desempenho:** Realização para 100% dos colaboradores

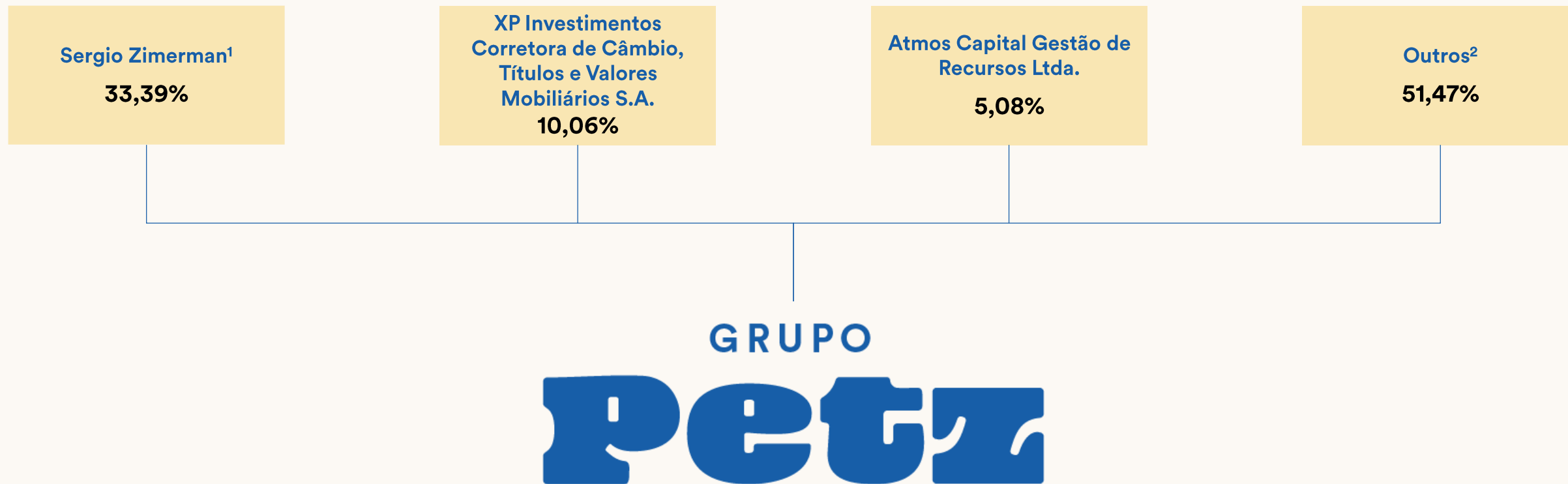
**Adote Petz:** Apoio a 135 ONGs e protetores com R\$ 8 milhões em doações

**Voluntariado Corporativo:** 690 ações sociais realizadas por 400 colaboradores

**7,3 mil pets adotados nas lojas da Petz**



## Composição Acionária



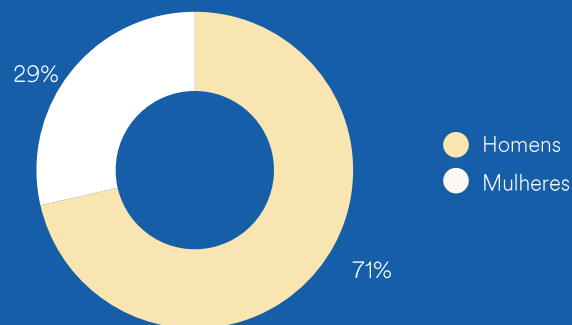
<sup>1</sup>Considerando a posição do fundo PLATINA 55 FIM.  
Dados atualizados com base no Formulário de Referência divulgado no dia 13/09/2024.

## Diversidade nos órgãos de governança: Conselho de Administração

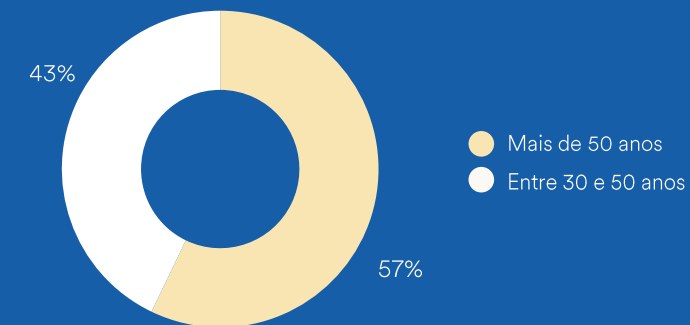
Informações Pessoais	Nome	Cláudio Roberto Ely	Eduardo Terra	Gregory Louis Reider	Ricardo Dias Mieskalo Silva	Sergio Zimerman	Sylvia de Souza Leão Wanderley	Tania Zimerman
	Função	Presidente do Conselho de Adm.	Conselheiro	Conselheiro	Conselheiro	Conselheiro	Conselheira	Conselheira
Diversidade	Gênero							
	Faixa etária	Mais de 50 anos	Entre 30 e 50 anos	Entre 30 e 50 anos	Entre 30 e 50 anos	Mais de 50 anos	Mais de 50 anos	Mais de 50 anos
	Tempo de mandatos (AGO 2026)	10 anos	4 anos	10 anos	2 anos	10 anos	2 anos	5 anos
Efetividade	Efetivo	★	★	★	★	★	★	★
	Independente	★	★	★	★	★	★	★
	Participação em conselho/comitês							
Experiências	Administração	★	★	★	★	★	★	★
	ESG		★				★	
	Marketing		★	★	★		★	
	M&A	★						
	Pessoas	★			★		★	★
	Varejo	★	★	★	★	★	★	★

Nota: Composição em junho de 2024.





### Conselho da Administração por gênero



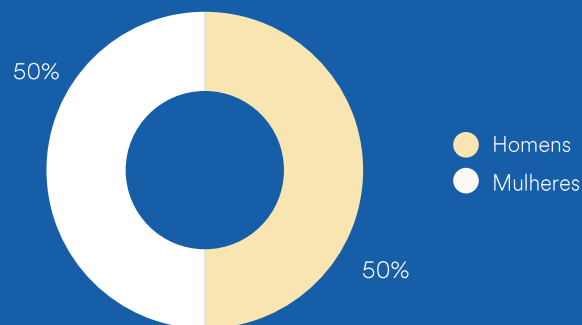
### Conselho da Administração por faixa etária



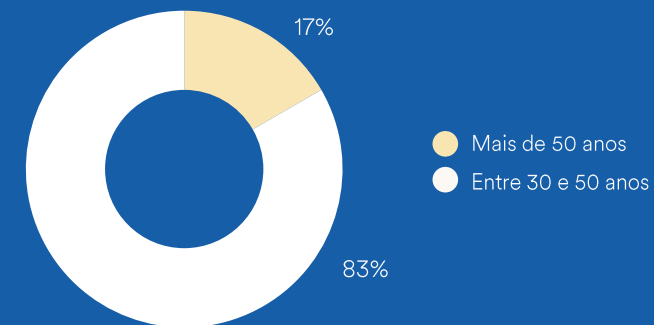
## Diversidade nos órgãos de governança: Diretoria

	Nome	Sergio Zimerman	Aline Ferreira Penna Peli	Flávia Pontes	Marcelo Silveira Maia	Rodrigo Fernandes Cruz	Thalyta Losano
<b>Informações Pessoais</b>	Função	CEO	VP Finanças, Relações com Investidores/ESG e Novos Negócios	Diretora Executiva de Pessoas, Cultura, Serviços e Integrações	VP Digital e Inovação	VP Varejo e Comercial	Diretora Jurídica
	Gênero						
<b>Diversidade</b>	Faixa etária	Mais de 50 anos	Entre 30 e 50 anos	Entre 30 e 50 anos	Entre 30 e 50 anos	Entre 30 e 50 anos	Entre 30 e 50 anos
	Tempo de casa	22 anos	2 anos	1ano	10 anos	8 anos	10 anos
<b>Experiências</b>	Estatutária	★	★		★	★	
	Tecnologia				★		
	M&A e RI	★	★				
	Operações	★			★	★	
	Pessoas			★			
	Saúde			★			
	Jurídico						★
	Varejo	★	★	★	★	★	★

**Diretoria por gênero**



**Diretoria por faixa etária**





GRUPO  
**Petz**

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

**Petz**

CENTRO VETERINÁRIO  
**seres**

**BANHO  
& TOSA**  
Petz

  
Cão Cidadão

  
adotepetz

  
zee.dog

**CANSEI  
DE SER  
GATO**

**petix.**  
o melhor para seu pet