

# Resultados 2T22

10 de agosto de 2022

## Videoconferência

11 de agosto de 2022 (quinta-feira)

10h Brasília | 9h EST | 14h GMT

[Webcast](#)

## 20 ANOS DE PETZ

Cabe muita história  
em duas décadas

São Paulo, 10 de agosto de 2022 – A Pet Center Comércio e Participações S.A. (“Grupo Petz” ou “Companhia”) (B3: PETZ3) anuncia seus resultados do segundo trimestre de 2022 (2T22). Vale destacar que os resultados Grupo Petz abaixo contemplam a consolidação da Zee.Dog de janeiro à junho de 2022, exceto quando indicado. **Para o 2T21, os resultados da Petz “Standalone” refletem o efeito do processo de ressarcimento tributário (ICMS-ST) referente à CAT-42 no trimestre,** conforme explicado na divulgação de resultados do 4T21.

Desde 2019, nossas Demonstrações Financeiras são preparadas de acordo com o IFRS 16. Para melhor representar a realidade econômica do negócio, os números deste relatório são apresentados sob a norma antiga, o IAS 17 / CPC 06. A reconciliação com o IFRS 16 do 2T22 pode ser encontrada nas páginas 29-31.

## Resultados | 2T22

- **Lojas Petz<sup>1</sup>: 187 unidades, com 9 inaugurações (44 nos últimos 12 meses)**
- **Receita Bruta Grupo Petz (RB)<sup>2</sup>: R\$800,7mm; +33,9% a/a**
- **Receita Bruta Petz “Standalone” (RBP): R\$749,2mm; +25,3% a/a**
- **Receita Bruta Digital Grupo Petz (RBD): R\$282,9mm; +56,1% a/a; 35,3% da RB**
- **Receita Bruta Digital Petz “Standalone” (RBDP): R\$242,9mm; +34,0% a/a; 32,4% da RBP; Índice Omnichannel de 89,0% da RBDP**
- **Lucro Bruto Grupo Petz<sup>3</sup>: R\$327,3mm; +34,4% a/a; Margem Bruta de 40,9% da RB (+0,2 p.p. a/a)**
- **Lucro Bruto Petz “Standalone”<sup>3</sup>: R\$303,9mm; +24,8% a/a; Margem Bruta de 40,6% da RBP (-0,2 p.p. a/a)**
- **EBITDA Ajustado Petz “Standalone”<sup>4</sup>: R\$69,0mm; +14,8% a/a; Margem EBITDA Ajustada de 9,2% da RBP (-0,8 p.p. a/a)**
- **Lucro Líquido Ajustado Grupo Petz<sup>5</sup>: R\$32,8mm; +35,7% a/a; Margem Líquida Ajustada de 4,1% da RB (+0,1 p.p. a/a)**

**B3: PETZ3**

**R\$11,30**

Por ação

**461.590.645**

Total de Ações

**R\$5,2 bilhões**

Valor de Mercado

Contatos de RI

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

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

+55 (11) 3434-7181

Dados de 10 de agosto de 2022

## Resumo do Resultado e Indicadores

R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	2T21	Var.	1S22	1S21	Var.
<b>Resultados Financeiros Grupo Petz</b>						
Receita Bruta Total <sup>2</sup>	800.718	597.985	33,9%	1.547.378	1.135.501	36,3%
Receita Bruta Petz "Standalone"	749.207	597.985	25,3%	1.441.951	1.135.501	27,0%
Receita Bruta Zee.Dog	55.895	-	15,7%	114.560	-	30,2%
Receita Bruta Digital	282.921	181.243	56,1%	540.508	336.756	60,5%
Penetração Digital (% Receita Bruta Total)	35,3%	30,3%	5,0 p.p.	34,9%	29,7%	5,3 p.p.
Lucro Bruto <sup>3</sup>	327.344	243.478	34,4%	631.397	462.001	36,7%
% Receita Bruta Total	40,9%	40,7%	0,2 p.p.	40,8%	40,7%	0,1 p.p.
EBITDA Ajustado <sup>4</sup>	66.022	60.054	9,9%	118.058	103.550	14,0%
% Receita Bruta Total	8,2%	10,0%	(1,8 p.p.)	7,6%	9,1%	(1,5 p.p.)
EBITDA Ajustado Petz "Standalone" <sup>4</sup>	68.956	60.054	14,8%	123.887	103.550	19,6%
% Receita Bruta Petz "Standalone"	9,2%	10,0%	(0,8 p.p.)	8,6%	9,1%	(0,5 p.p.)
Lucro Líquido Ajustado <sup>5</sup>	32.779	24.164	35,7%	53.884	37.545	43,5%
% Receita Bruta Total	4,1%	4,0%	0,1 p.p.	3,5%	3,3%	0,2 p.p.
<b>Indicadores Operacionais Petz Standalone</b>						
Número de Lojas <sup>1</sup>	187	143	44	187	143	44
Número de Inaugurações	9	7	2	19	12	7
Área de Lojas (m <sup>2</sup> )	178.937	150.695	28.243	178.937	150.695	28.243
Centros Veterinários Seres	142	120	22	142	120	22

<sup>1</sup> Considera o encerramento das unidades de (1) Convivas na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro e (2) Granja Viana, em Cotia, Grande São Paulo no 2T21.

<sup>2</sup> Considera o efeito das Eliminações Intercompany no valor de R\$4,4 milhões (detalhes página 10).

<sup>3</sup> Ambos períodos refletem impactos relacionados ao processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42, explicado nos resultados do 4T21. Como referência, o valor desse efeito no 2T21 e no 1S21 foi de R\$3,8 milhões e R\$ 7,2 milhões, respectivamente.

<sup>4</sup> Não considera o efeito do IFRS 16, além dos ajustes explicados na página 23. Ambos períodos refletem impactos relacionados ao processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42, explicado nos resultados do 4T21.

<sup>5</sup> Ajustes explicados na página 24. Não considera o efeito do IFRS 16, portanto não deve ser usado como referência para base de cálculo de dividendos.

## Destques Grupo Petz | 2T22



Faturamento Bruto Grupo Petz de **R\$800MM**, **+34% a/a**, apesar da forte base de comparação no 2T21



Crescimento Faturamento Digital Grupo Petz de **+56% a/a**



Penetração Digital Grupo Petz (% Fat Bruto) de **35% (+5 p.p. a/a)**



App Petz representando **+67% do Fat. Digital**, com **+1MM de MAU (+50% a/a)** e



Recordes, já em patamares de excelência, de **NPS** em todas as unidades de negócio e modalidades



**2.3MM** de clientes *Omnichannel* ativos na base Petz (**+20% a/a**)



Margem Bruta Petz *“Standalone”* **marginalmente flat a/a**, apesar da maior participação Digital e Alimento



Inflação interna acumulada LTM com **3 meses seguidos de queda** - perspectivas positivas para o ambiente de consumo no 2S22



**44 inaugurações** lojas Petz LTM, **30% do parque total**



**Inauguração novo CD** em Hidrolândia-GO, possibilitando melhor gestão de estoque, eficiência tributária



**47%** das lojas localizadas fora de São Paulo (**+7 p.p a/a**)



Entrada em Teresina-PI, marcando a **presença da Petz em 20 UFs**



Lançamento **Zee.Dog Kitchen**, feedback positivo e acima das expectativas



**Breakeven Zee.Now** no 2T22, reflexo do avanço da curva de captura das sinergias



**Closing de Petix** (julho), empresa líder na categoria de tapetes higiênicos (**30% de market share**)



**+315 mil assinantes** (**+53% a/a**), representando **27% do Fat. Bruto Petz** em junho (**+6 p.p. a/a**)



**92% das vendas** *Ship from Store* entregues em até 1 dia útil



Zee.Now: tempo médio de entrega de **46 minutos**, sendo **97%** dentro do prazo prometido

## Mensagem da Administração

### 20 anos de Petz: uma trajetória de sucesso construída com base em sólidos Valores e uma Cultura que se adapta e se reinventa

No mês em que a Petz celebra 20 anos de história, aproveitamos essa divulgação de resultados para reforçar como, ao longo dessa trajetória de sucesso construída até aqui, os nossos sólidos Valores foram imprescindíveis para a conquista da liderança do segmento Pet no Brasil. Além disso, demonstrar também como seguimos guiando o processo de tomada de decisões da Companhia com base nesses Valores, ao mesmo tempo em que a nossa Cultura, de forma constante, vai se adaptando e se reinventando diante das necessidades dos tutores e seus pets, demandas da sociedade e cenários macroeconômicos. Nesse contexto, **continuamos focados na execução do projeto de transformação do nosso modelo de negócio através da construção do Ecossistema Grupo Petz** - sempre com o objetivo de maximizar a construção de valor no médio/longo prazo para todos *stakeholders* - e assim atingir a Visão de “Ser mundialmente reconhecido como o melhor ecossistema do segmento Pet até 2025”.

Com a mentalidade do **foco “do” cliente**, ou seja, colocando-se no lugar do tutor para entender suas demandas - aspecto esse que faz parte do DNA da Companhia desde a sua fundação - **o propósito do Grupo Petz é estar presente em todo *lifelong journey* do pet**, visando sempre a saúde e bem-estar animal. Nesse sentido, buscamos aumentar os pontos de contato com os nossos clientes através de uma **solução “One-Stop-Shop”**, implementando iniciativas para interagir com um potencial tutor antes mesmo que ele adote ou compre um pet, participando da escolha da raça, nome, enxoval, primeiros cuidados de saúde, etc. até o final do ciclo da vida do animal. Esse processo de construção de plataforma é contínuo e só é possível em função de um time de **colaboradores apaixonados por pets com prazer em servir**, que **encanta os nossos clientes**, inseridos em um ambiente de meritocracia enraizada - no qual **os esforços são reconhecidos e os resultados premiados** - e, acima de tudo, onde sempre **respeitamos uns aos outros**.

Por outro lado, é inegável que a Cultura da Companhia evoluiu ao longo das últimas duas décadas, adaptando-se, de forma cada vez mais ágil, para reinventar-se a todo instante. A Petz passou de uma operação tradicional de lojas físicas, com processos estruturados e cultura de execução, para um posicionamento como Grupo Petz via uma plataforma *Omnichannel* (não só entre o canal físico e digital, mas também entre produtos e serviços) com foco na digitalização, inovação e sustentabilidade, fatores essenciais para viabilizar os negócios e conectar cada vez mais colaboradores e clientes, somados agora **a um forte componente de marcas desejadas e produtos exclusivos**. Tudo isso respaldado por um processo de tomada de decisão com governança, autonomia (e forte sentimento de empreendedorismo) e *data-driven*, com base em um conjunto estruturado e robusto de indicadores, que nos tornam atentos a todas as mudanças ao nosso redor, realizando os ajustes necessários nas operações sempre que preciso.

Acreditamos que com essa combinação de fatores, aliados a Cansei de Ser Gato, Zee.Dog, Cão Cidadão e Petix e suas respectivas Culturas e competências complementares e únicas no segmento Pet, **estamos nos tornando cada vez mais fortes e melhores posicionados - com uma proposta de valor diferenciada e complexa de ser replicada - para continuarmos sendo o grande consolidador** de um mercado resiliente, com sólidas perspectivas de crescimento para os próximos anos e ainda extremamente fragmentado – onde a Petz é líder do segmento com apenas 7,5% de *market share*.

### Desafios & Oportunidades de curto prazo: seguir investindo nos principais projetos do Grupo Petz com uma gestão eficiente e diligente no processo de alocação de capital, visando um crescimento robusto, sustentável e rentável

Em um contexto desafiador de muitas incertezas e volatilidade no cenário econômico, atreladas a fatores como inflação, taxa de juros, cadeia de *supply*/logística global, renda disponível e níveis de confiança dos consumidores, seguimos atentos para criar e capturar as melhores oportunidades no segmento Pet no Brasil. Continuamos investindo nos principais projetos do Grupo Petz com **uma gestão eficiente e diligente no processo de alocação de capital, visando um crescimento robusto, sustentável e rentável**.

Vale mencionar que, em linha com a dinâmica compartilhada na divulgação do 1T22, **seguimos observando sinais importantes de arrefecimento do índice interno de inflação acumulada dos últimos 12 meses**. Como referência, o mês de junho apresentou deflação, quebrando uma sequência de 6 meses de alta nos preços dos produtos pet. Assim,

esperamos um cenário mais construtivo com perspectivas positivas para o ambiente de consumo ao longo do segundo semestre de 2022.

Na nossa visão, **estar capitalizado e com um balanço robusto** em períodos como esse que temos enfrentado é uma **sólida vantagem competitiva, que nos permite seguir com:** (i) um plano de expansão de lojas Petz em ritmo acelerado; (ii) uma gestão eficiente nos indicadores de ruptura de produtos, através de compras táticas junto aos nossos principais fornecedores; (iii) investimentos contínuos em digitalização, melhorando a experiência dos clientes, produtividade em nossos canais e conectividade entre todos os *stakeholders*; além de (iv) novos projetos e iniciativas, orgânicos e inorgânicos, para continuar expandindo as nossas verticais de negócios.

**Plano de expansão de lojas Petz:** Ao longo dos últimos 12 meses, atingimos novo recorde histórico no ritmo de abertura com 44 lojas, considerando as 9 inaugurações no 2T22. O destaque no trimestre foi para a **entrada em Teresina-PI, marcando assim a presença da Petz em 20 Unidades Federativas (UFs) em todas as regiões do país**, e se juntando a um conjunto de unidades em novos mercados como mais um *case* de desempenho acima das expectativas iniciais no Nordeste. Com a força da marca Petz, e abrangência cada vez mais nacional, oferecemos uma proposta de valor única - elevado nível de serviço e baixo custo de servir - em mercados que não necessariamente eram atendidos com o nosso formato de loja, que proporciona um sortimento completo de produtos, plataforma *Omnichannel* integrada e experiência de compra diferenciada. Esses aspectos reforçam as vantagens de ser *first-mover*.

Nesse sentido, continuamos apresentando **retornos financeiros consistentes e compatíveis com o esperado, reflexo de patamares recordes e de excelência no NPS (Net Promoter Score)** em todas as unidades de negócio e modalidades de serviços, além de uma baixa dispersão desses indicadores entre as diversas cidades e regiões onde atuamos. **Esses fatores demonstram a qualidade da nossa execução e nos dão conforto para continuar capturando as oportunidades através do plano de expansão de lojas.** Nesse contexto, vale mencionar que estamos sempre aperfeiçoando o nosso modelo de abertura de unidades, suportados por (i) um processo de aprovação de novos pontos estruturado e com governança; (ii) uma análise detalhada de indicadores, que contempla de forma integrada todas as áreas de negócio da Companhia (expansão, *supply*, operações, trade, etc); além de (iii) toda expertise adquirida nesses últimos anos. Como resultado, estamos nos provocando a todo momento no que diz respeito às possibilidades e alternativas de formato/proposta de valor das novas lojas, inclusive em termos geográficos.

Com base nas experiências e performance da expansão ao longo desses últimos anos, está cada vez mais clara e consolidada a oportunidade de explorar e, de certa forma, aumentar o nosso mercado endereçável criando demanda, com a entrada em novas praças (*“White Space”*) através do espalhamento geográfico. Assim, **seguimos capturando market share em ritmo acelerado e de forma consistente em todas as regiões onde estamos presentes**, ao mesmo tempo em que monitoramos os efeitos dessa estratégia nos indicadores financeiros da Companhia.

Nosso plano segue orientado a consolidar nacionalmente a marca Petz, em um momento que cerca de 50% do nosso parque de lojas já está localizado fora do estado de São Paulo. Nesse sentido, **estamos observando ao longo de 2022 impactos de curto prazo pontuais a nível de Same-Store-Sales (SSS) em função do nosso ritmo acelerado de abertura de lojas.** À medida que inauguramos mais lojas em uma determinada cidade, é esperado uma migração parcial da venda (física e, principalmente, digital) de uma loja já existente para uma nova unidade – mais detalhes na página 14. Contudo, olhando sob uma perspectiva de faturamento combinado por praça, **essa dinâmica representa um ganho de market share relevante, não só em termos de receita, mas principalmente em relação ao crescimento da base de clientes nesses mercados.**

Por fim, mas não menos importante, o trimestre também foi marcado pela **inauguração do CD no estado de Goiás, o terceiro CD da Companhia, mas o primeiro fora do estado de São Paulo.** O objetivo principal dessa iniciativa é dar sustentação ao processo de abertura de lojas e diversificação geográfica, visando eficiência tributária, além de custos e despesas e, principalmente, níveis de serviço mais elevados por estarmos mais próximos dos nossos clientes

**Gestão de ruptura:** Conforme mencionado anteriormente em divulgações de resultados, vale destacar a importância da estratégia adotada de **operar com um nível mais alto de estoques em função de compras táticas e oportunidades desde o 2S21** - considerando o cenário de disrupção nas cadeias de *supply*/logística global - **principalmente em produtos recorrentes e de alto giro, garantindo disponibilidade superior à concorrência.** Assim, apesar de um cenário de elevado

nível de incerteza na cadeia de matéria prima e logística global, temos apresentado bastante sucesso ao manter patamares de ruptura de produtos extremamente saudáveis e consistentes com o histórico.

**Novos projetos e iniciativas de crescimento:** No início de julho, logo após o término do 2T22, concluímos a aquisição da Petix, empresa líder de vendas na categoria de tapetes higiênicos e uma das marcas mais reconhecidas no mercado Pet no Brasil, a SuperSecção. Com uma tecnologia exclusiva, proprietária e *eco-friendly*, a Petix é referência em alta performance, com uma proposta de valor única e um posicionamento *premium*, em uma categoria que cresce em ritmo acelerado, mas que ainda apresenta penetração muito baixa no país (cerca de 10%, enquanto uma categoria madura/consolidada chega a atingir 25% de participação).

Como uma das primeiras iniciativas após o *closing* da transação, lançamos o SuperSecção Black, um produto inovador com a qualidade e performance já reconhecida da Petix. Além disso, sobre a oportunidade de nacionalizar a produção dos tapetes higiênicos *slim* no Brasil, realizamos os investimentos necessários para importar novas máquinas e equipamentos - que devem estar operacionais ao longo do 4T22 - e que permitirão reduzir a dependência de *sourcing* externo. **Assim, temos uma importante alavanca de criação de valor para a Zee.Dog, dada a relevância do Zee.Pad dentro de seu faturamento, e para Petz, seja do ponto de vista de custo do produto, mas também para uma gestão mais eficiente de ruptura e capital de giro do Grupo Petz.**

#### Update Integração Zee.Dog: *Breakeven* da Zee.Now e Lançamento do Zee.Dog Kitchen

Desde que concluímos a transação com a Zee.Dog em dezembro de 2021, temos evoluído no processo de integração da empresa em um ritmo consistente. Nesse contexto, **o grande destaque do 2T22 foi o atingimento do *breakeven* da Zee.Now**, App de *super express delivery*. Assim, a *buniness unit* apresentou pela primeira vez na história, desde o seu lançamento em 2019, uma margem de contribuição positiva no mês de maio e, mais importante do que isso, a manutenção em território positivo também nos meses de junho e julho. Essa performance foi possível, principalmente, em função do início - e aceleração - da curva de captura das sinergias relacionadas à equalização das condições comerciais dos produtos de terceiros na Zee.Now que, até então, eram comprados através de distribuidores em condições comerciais menos favoráveis frente as praticadas pela Petz. Como referência, cerca de 85% das vendas no App foram referentes a produtos de terceiros no 2T22. Além dessa iniciativa, vale mencionar também a implementação da cobrança de uma taxa de serviço para cada pedido em meados de abril e a própria curva de maturação dos hubs da Zee.Now (15 unidades, sendo que cerca de 50% com menos de 2 ano de operação).

Assim, continuamos focados com grupos de trabalhos dedicados para o *roll-out* em 100% dos hubs e dos fornecedores planejado até o final do ano, com reflexos positivos em margem e gestão de ruptura. Seguimos também avançando no *roadmap* de integração sistêmica de *back-office*, **que permitirá a possibilidade de adicionar o modelo e proposta de valor diferenciada da Zee.Now dentro das atuais 190 lojas da Petz espalhadas por todo o território nacional, dentre outros benefícios e ganhos de eficiência para a operação.**

Outro marco importante no trimestre foi **o lançamento do Zee.Dog Kitchen (ZDK), a linha de alimentação natural pet da Zee.Dog**. Apesar de um atraso pontual no cronograma, o produto teve um *feedback* positivo e acima das nossas expectativas iniciais em termos de palatabilidade. Isso pode ser comprovado através de diversos vídeos viralizados nas redes sociais com as reações dos pets, além da realização de eventos de degustações nas lojas. Assim, **estamos cada vez mais animados com a oportunidade de ser protagonista em uma categoria que é tendência em todos os mercados Pet do mundo com um produto disruptivo**, suportado pela expertise da Zee.Dog de *branding* e *storytelling* e toda capilaridade dos canais e *know-how* de varejo da Petz.

Desde o lançamento, **os produtos ZDK estavam inicialmente disponíveis no e-commerce da Zee.Dog e nos hubs da Zee.Now, porém, já estão atualmente presentes em 100 lojas e nas plataformas digitais da Petz**. Nesse primeiro momento, estamos focados em coletar a maior quantidade de informações possíveis sobre o perfil de cada um dos clientes e os respectivos questionamento, dúvidas e *feedbacks*, para que esse mapeamento seja um *input* na estratégia de *go-to-market*, comunicação e educação dos tutores, posicionamento do produto e, eventualmente, novas embalagens e diferentes SKUs.

Sergio Zimmerman

## Resultado 2T22

### Petz “Standalone”

A Receita Bruta da Petz “Standalone” apresentou **um sólido crescimento de 25,3% a/a no 2T22, apesar da forte base de comparação de quase +60% a/a no 2T21** – patamar mais elevado de crescimento trimestral reportado em 2021. Essa performance reflete mais um sólido desempenho do Digital, marcando um novo recorde como % do faturamento total (32%; +2p.p. a/a), o que reforça nossos diferenciais competitivos através de: (i) uma plataforma *Omnichannel* com elevado nível de serviço; (ii) melhorias na navegabilidade e experiência do cliente nas plataformas digitais; (iii) um sortimento vasto e completo; e (iv) uma gestão eficiente dos índices de ruptura de produtos, em um momento desafiador na cadeia.

A margem bruta Petz “Standalone” foi de 40,6% no 2T22, uma ligeira pressão de -0,2p.p. a/a (já considerando o efeito no 2T21 do processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42). Essa performance foi um reflexo (i) da capacidade da Petz de repassar preços para o consumidor final; e (ii) do trabalho contínuo em busca de oportunidades, ganhos de eficiência e melhorias operacionais. Esses fatores mitigaram parcialmente os impactos que temos observado ao longo dos últimos trimestres, com destaque para: (i) aumento da Penetração Digital, que possui margens saudáveis, mas inferiores ao canal físico; e (ii) o crescimento da categoria de Alimento dentro do mix de produtos, que possui uma rentabilidade atrativa, mas ligeiramente menor do que os produtos de Não Alimento

O EBITDA Ajustado Petz “Standalone” apresentou crescimento de 14,8% a/a no 2T22, com margem de 9,2%. Essa performance representa uma redução de 0,8p.p. a/a, como consequência da: (i) ligeira pressão a nível de margem bruta; (ii) aceleração relevante na abertura de lojas - e a própria curva maturação das novas unidades; (iii) maiores despesas com aluguel e pessoal de loja, impactadas também pelo ambiente de pressão inflacionária; e (iv) investimentos em iniciativas corporativas em desenvolvimento, principalmente na frente de Digital/TI.

### Zee.Dog

A Zee.Dog apresentou um crescimento de Receita Bruta de 15,8% a/a no 2T22, com destaque para a sólida performance de Zee.Now (+58% a/a). Vale mencionar que o App de *super express delivery* da Zee.Dog atingiu mais de R\$100 milhões de faturamento em base anualizada, **consolidando-se como uma das maiores plataformas Digital pet do país**. Esse desempenho é reflexo da proposta de valor diferenciada do App e da maturação dos hubs (15 unidades, sendo que cerca de 50% com menos de 2 ano de operação). Nesse sentido, vale mencionar que o *Same-Hub-Sales* de Zee.Now foi de 38,6% a/a no 2T22.

Em termos de margem bruta e EBITDA Ajustada, **é esperado que o perfil de rentabilidade da Zee.Dog tenha uma evolução ao longo dos próximos trimestres, dado que as sinergias mais relevantes da transação começaram a ser capturadas durante o 2T22** - inclusive já refletidas no atingimento de *breakeven* de Zee.Now no 2T22 - e devem ser totalmente auferidas até a primeira metade de 2023, considerando também a substituição total dos tapetes higiênicos atualmente importados pela Zee.Dog da China pela produção doméstica via a recém adquirida Petix.

### Demonstração do Resultado do Exercício do Grupo Petz

Grupo Petz	2T22	2T21 <sup>1</sup>	Var.	1S22	1S21 <sup>1</sup>	Var.
R\$ mil, exceto quando indicado						
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados</b>	<b>800.718</b>	<b>597.985</b>	<b>33,9%</b>	<b>1.547.378</b>	<b>1.135.501</b>	<b>36,3%</b>
Impostos e Outras Deduções	(126.417)	(92.198)	37,1%	(240.767)	(175.559)	37,1%
<b>Receita Líq. de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados</b>	<b>674.301</b>	<b>505.787</b>	<b>33,3%</b>	<b>1.306.611</b>	<b>959.942</b>	<b>36,1%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas e dos Serviços Prestados	(346.957)	(262.309)	32,3%	(675.214)	(497.941)	35,6%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>327.344</b>	<b>243.478</b>	<b>34,4%</b>	<b>631.397</b>	<b>462.001</b>	<b>36,7%</b>
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(261.322)</b>	<b>(183.424)</b>	<b>42,5%</b>	<b>(513.339)</b>	<b>(358.451)</b>	<b>43,2%</b>
Com Vendas	(191.431)	(139.863)	36,9%	(369.480)	(272.371)	35,7%
Gerais & Administrativas	(64.038)	(39.452)	62,3%	(132.082)	(79.451)	66,2%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	(5.853)	(4.109)	42,4%	(11.777)	(6.629)	77,7%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>66.022</b>	<b>60.054</b>	<b>9,9%</b>	<b>118.058</b>	<b>103.550</b>	<b>14,0%</b>
Resultado Não Recorrente	(1.570)	33	n/a	(3.571)	534	n/a
Plano de Opção de Compra de Ações	(7.870)	(32)	n/a	(15.687)	(64)	n/a
Baixa de Imobilizado	-	(667)	n/a	(1)	(845)	(99,9%)
Depreciação & Amortização	(29.758)	(20.398)	45,9%	(57.312)	(39.447)	45,3%
<b>Lucro Operacional Antes do Resultado Financeiro</b>	<b>26.824</b>	<b>38.990</b>	<b>(31,2%)</b>	<b>41.487</b>	<b>63.728</b>	<b>(34,9%)</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>4.873</b>	<b>(3.868)</b>	<b>n/a</b>	<b>9.941</b>	<b>(7.735)</b>	<b>n/a</b>
Receitas Financeiras	13.833	2.798	394,4%	28.746	5.213	451,4%
Despesas Financeiras	(8.960)	(6.666)	34,4%	(18.805)	(12.948)	45,2%
<b>Lucro Antes do IR e da Contribuição Social</b>	<b>31.697</b>	<b>35.122</b>	<b>(9,8%)</b>	<b>51.428</b>	<b>55.993</b>	<b>(8,2%)</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(5.660)	(10.958)	(48,3%)	(17.068)	(18.138)	(5,9%)
Efeitos de SOP, M&A, Não Recorrentes e de IR e CS	6.742	(1)	n/a	19.524	(310)	n/a
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>32.779</b>	<b>24.164</b>	<b>35,7%</b>	<b>53.884</b>	<b>37.545</b>	<b>43,5%</b>

### Demonstração do Resultado do Exercício da Petz "Standalone"

Petz "Standalone"	2T22	2T21 <sup>1</sup>	Var.	1S22	1S21 <sup>1</sup>	Var.
R\$ mil, exceto quando indicado						
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados</b>	<b>749.207</b>	<b>597.985</b>	<b>25,3%</b>	<b>1.441.951</b>	<b>1.135.501</b>	<b>27,0%</b>
Impostos e Outras Deduções	(116.104)	(92.198)	25,9%	(222.719)	(175.559)	26,9%
<b>Receita Líq. de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados</b>	<b>633.103</b>	<b>505.787</b>	<b>25,2%</b>	<b>1.219.232</b>	<b>959.942</b>	<b>27,0%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas e dos Serviços Prestados	(329.189)	(262.309)	25,5%	(635.319)	(497.941)	27,6%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>303.914</b>	<b>243.478</b>	<b>24,8%</b>	<b>583.913</b>	<b>462.001</b>	<b>26,4%</b>
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(234.958)</b>	<b>(183.424)</b>	<b>28,1%</b>	<b>(460.026)</b>	<b>(358.451)</b>	<b>28,3%</b>
Com Vendas	(179.467)	(139.863)	28,3%	(348.064)	(272.371)	27,8%
Gerais & Administrativas	(49.470)	(39.452)	25,4%	(100.017)	(79.451)	25,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	(6.021)	(4.109)	46,5%	(11.945)	(6.629)	80,2%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>68.956</b>	<b>60.054</b>	<b>14,8%</b>	<b>123.887</b>	<b>103.550</b>	<b>19,6%</b>

<sup>1</sup> Refletindo o processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42, conforme explicado nos resultados do 4T21. Como referência, o valor desse efeito no 2T21 e no 1S21 foi de R\$3,8 milhões e R\$ 7,2 milhões, respectivamente.

### Rede de Lojas Petz e Centros Veterinários Seres

Ao longo do 2T22, inauguramos 9 lojas - um novo recorde para o período do segundo trimestre, que demonstra a forte capacidade de execução do plano de expansão. Das lojas abertas, 6 estão localizadas fora do estado de São Paulo, sendo que uma delas marcou a entrada em Teresina-PI, reforçando nossa estratégia de espalhamento geográfico por todo o território nacional. Ao final do 2T22, 47% das unidades estavam localizadas fora de São Paulo, o maior patamar já registrado (vs. 40% no 2T21).

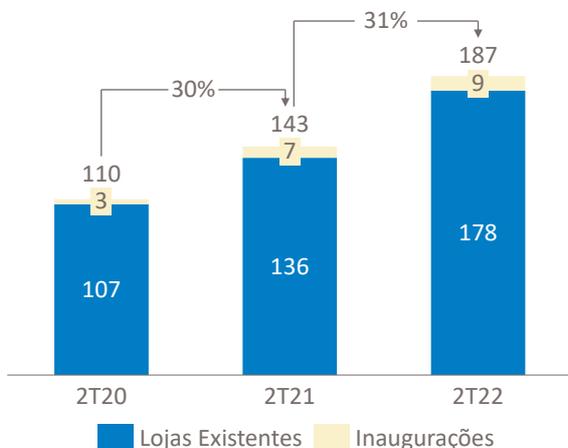
Nos últimos 12 meses, atingimos um patamar histórico recorde em relação ao ritmo de expansão: **44 aberturas<sup>2</sup> em 16 diferentes Unidades Federativas (UFs)**, que contempla 19 inaugurações no 1S22. Nesse contexto, **seguimos confiantes em relação ao nosso guidance de abertura de 50 lojas para 2022**. Terminamos o 2T22 com 187 lojas em 20 UFs nas 5 regiões do Brasil, ou seja, fortalecendo a nossa posição de liderança como a maior plataforma Pet do país não só em termos de faturamento, mas também em número de unidades e abrangência geográfica.

Cabe destacar que cerca de **53% das lojas ainda não completaram o terceiro ano de operação** (sendo que 24% ainda estão em seu primeiro ano), ou seja, ainda não atingiram todo o seu potencial esperado de faturamento e rentabilidade. Como refletido no 1S22, é esperado que esse efeito continue impactando os resultados de 2022 em função do nosso ritmo ainda mais acelerado de abertura de lojas para esse ano (**50 unidades em cima de um parque de 168 no 4T21, ou seja, cerca de 30% da base total**).

Por fim, em relação à expansão da marca “Seres”, o trimestre foi marcado também pela chegada da rede no Piauí. Encerramos o período com 142 Centros Veterinários, sendo 15 hospitais - estes presentes em 10 UFs.

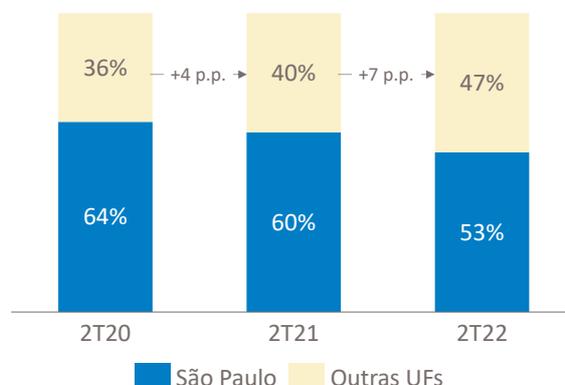
Número de Lojas Petz

Lojas Existentes, Inaugurações



Mix de Lojas Petz em São Paulo, Outras UFs

% do total de lojas



<sup>2</sup> Considera o encerramento das unidades de (1) Convivas na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro e (2) Granja Viana, em Cotia, Grande São Paulo no 2T21.

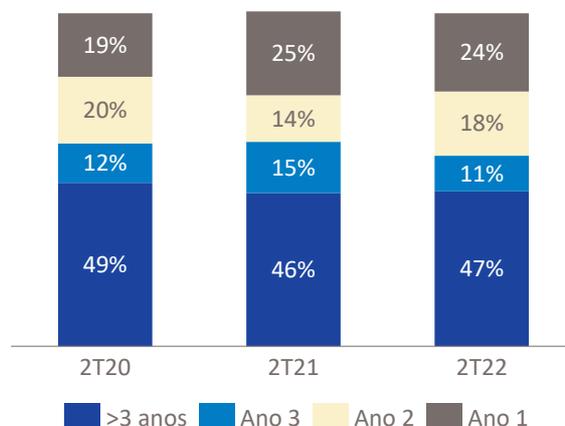
### Presença Geográfica

Número de lojas Petz e hospitais por UF



### Distribuição Etária

% do total de lojas Petz



### Receita Bruta Total

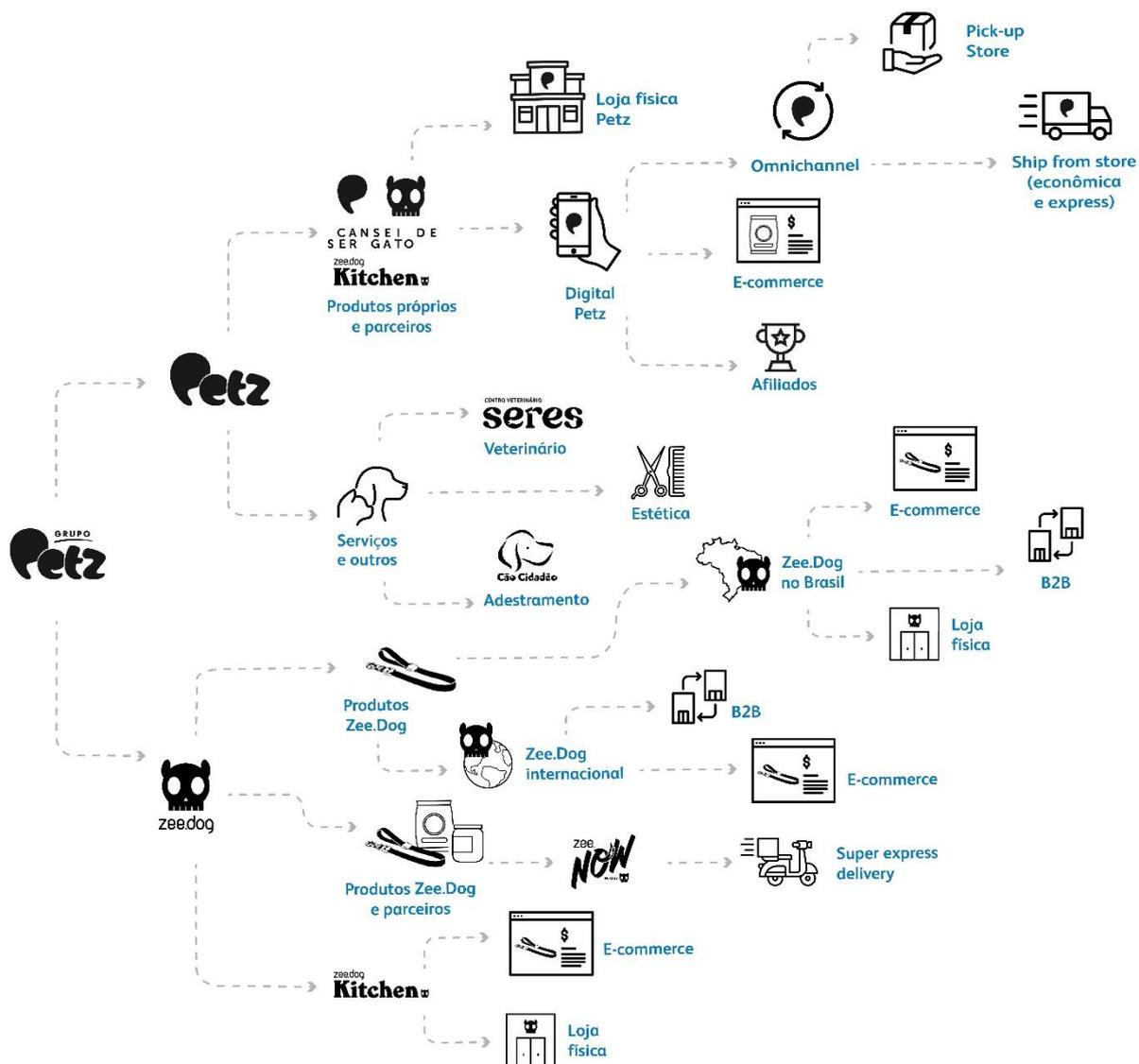
R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	2T21	Var.	1S22	1S21	Var.
<b>Receita Bruta Total Petz "Standalone"<sup>3</sup></b>	<b>749.207</b>	<b>597.985</b>	<b>25,3%</b>	<b>1.441.951</b>	<b>1.135.501</b>	<b>27,0%</b>
<b>Produtos</b>	<b>715.946</b>	<b>571.146</b>	<b>25,4%</b>	<b>1.376.235</b>	<b>1.082.803</b>	<b>27,1%</b>
Loja Física	473.078	389.903	21,3%	913.354	746.047	22,4%
Digital	242.868	181.243	34,0%	462.881	336.756	37,5%
<b>Serviços e Outros</b>	<b>33.261</b>	<b>26.839</b>	<b>23,9%</b>	<b>65.716</b>	<b>52.698</b>	<b>24,7%</b>
<b>Receita Bruta Total Zee.Dog</b>	<b>55.895</b>	<b>-</b>	<b>15,8%</b>	<b>114.560</b>	<b>-</b>	<b>30,2%</b>
Eliminações <i>Intercompany</i> <sup>4</sup>	(4.384)	-	-	(9.133)	-	-
<b>Receita Bruta Total Grupo Petz</b>	<b>800.718</b>	<b>597.985</b>	<b>33,9%</b>	<b>1.547.378</b>	<b>1.135.501</b>	<b>36,3%</b>
<b>Digital Grupo Petz<sup>5</sup></b>	<b>282.921</b>	<b>181.243</b>	<b>56,1%</b>	<b>540.508</b>	<b>336.756</b>	<b>60,5%</b>

A Receita Bruta Total do Grupo Petz inclui as vendas (i) da Petz "Standalone": produtos e serviços realizadas na rede de lojas físicas Petz, e também as vendas de produtos originadas pelos canais digitais Petz, que consideram as vendas Omnichannel (Pick-up e Ship from Store) e o E-commerce (vendas expedidas diretamente para o cliente a partir do centro de distribuição); e (ii) da Zee.Dog: as vendas de produtos exclusivos e de terceiros no App Zee.Now, produtos exclusivos na Zee.Dog Brasil (B2B, varejo físico e E-Commerce) e na Zee.Dog Internacional (B2B e E-Commerce), além da Zee.Dog Kitchen, linha de alimentação natural pet da Zee.Dog (E-Commerce e varejo físico).

<sup>3</sup> Inclui o faturamento de Cansei de Ser Gato e Cão Cidadão.

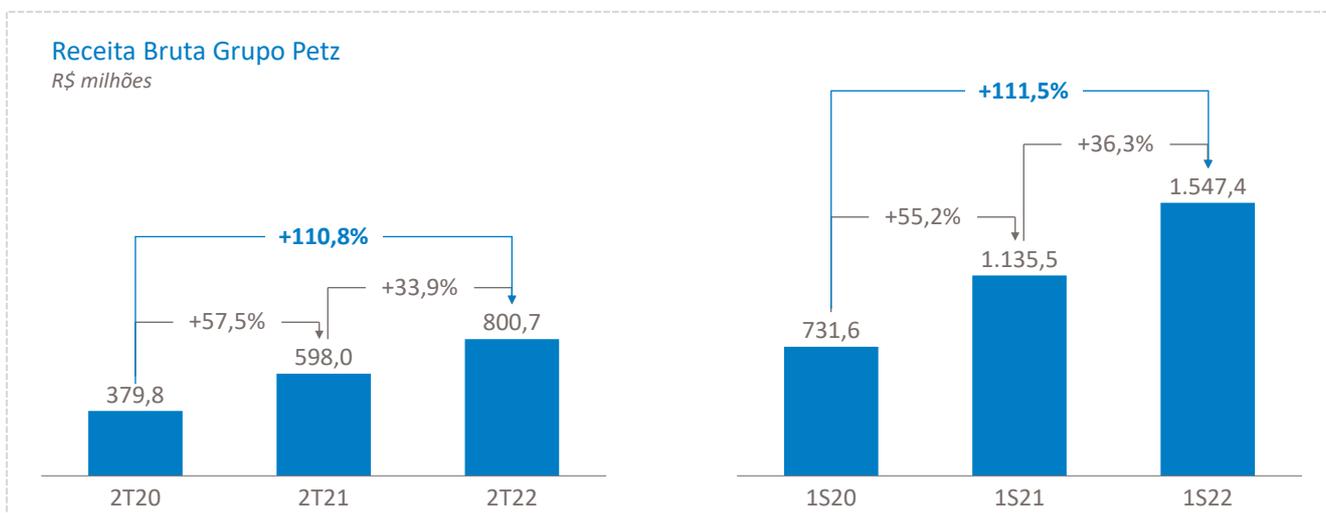
<sup>4</sup> Efeito das vendas de produtos da Zee.Dog feitas desta para a Petz, para abastecimento das lojas físicas e canais digitais da Petz.

<sup>5</sup> Considera todas as (i) vendas originadas no site e aplicativo da Petz, além das vendas em marketplaces e super Apps parceiros; e (ii) vendas de Zee.Now, E-Commerce Zee.Dog Brasil e E-Commerce Zee.Dog Internacional.



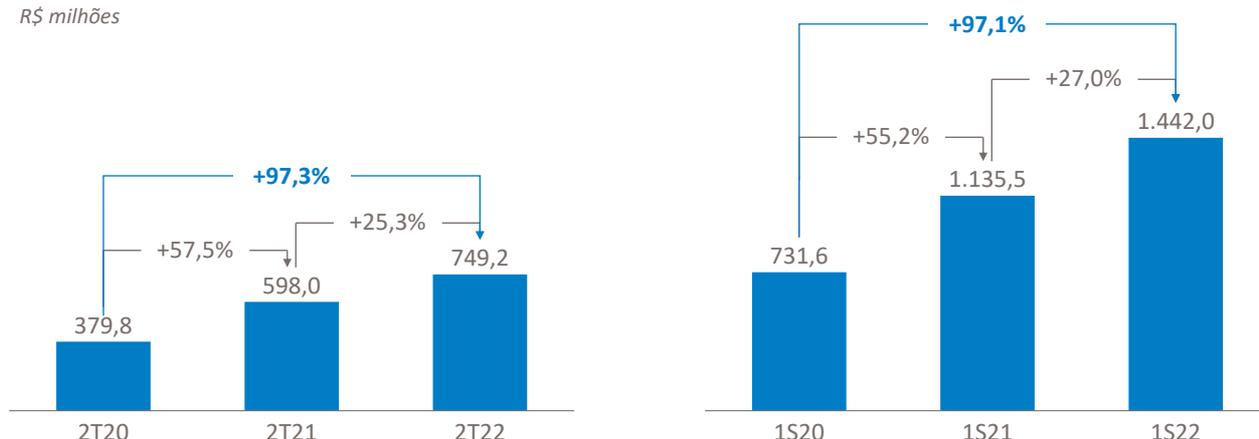
### Receita Bruta Grupo Petz

No 2T22, a Receita Bruta Total Grupo Petz foi de R\$800,7 milhões, um crescimento de 33,9% quando comparado ao mesmo período do ano anterior e +2x vs. 2T20. Encerramos o 1S22 com uma Receita Bruta Total Grupo Petz de R\$1.547,4 milhões, um crescimento de 36,3% a/a.



Receita Bruta Petz “Standalone”

R\$ milhões



Receita Bruta Petz “Standalone”

No 2T22, a Receita Bruta Total Petz “Standalone” foi de R\$749,2 milhões, um sólido crescimento de 25,3% a/a, apesar da forte base de comparação de quase 60% a/a no 2T21 - patamar mais elevado de crescimento trimestral reportado em 2021 - e um ambiente macroeconômico desafiador no varejo e no Brasil em geral. Vale destacar que essa performance no trimestre representa um crescimento de quase 2x vs. 2T20.

As vendas totais da Petz “Standalone” no 2T22 foram impulsionadas pelo segmento de produtos (+25,4% a/a), com destaque novamente para o aumento do faturamento do Digital, que cresceu 34,0% em relação ao 2T21 e somou R\$242,9 milhões no período. Vale mencionar que esse sólido crescimento se deu sob uma base comparativa já beneficiada pelo aumento da participação do Digital como reflexo da pandemia (crescimento de 85,0% a/a no 2T21). Assim, a Penetração Digital sob a Receita Bruta Total atingiu um novo recorde com um patamar de 32,4% (vs. 30,3% no 2T21). A venda de produtos nas lojas físicas também apresentou sólido desempenho no trimestre, totalizando um faturamento de R\$473,1 milhões, um aumento de 21,3% a/a. Essa evolução nas vendas, tanto nos canais digitais quanto nas lojas físicas, é explicada principalmente por mudanças estruturais no setor Pet, além da aceleração da expansão da rede de lojas, crescimento da base de clientes, e também do repasse de preços para o consumidor final, decorrente da pressão inflacionária na cadeia de fornecedores, principalmente na categoria de Alimento.

No segmento de Serviços e Outros, crescemos 23,9% a/a, desempenho explicado pela base de comparação mais fraca do 2T21 e a abertura de novas lojas. Apesar de iniciativas para melhorar a produtividade e experiência do cliente nos Centros de Estética, sua retomada tem ocorrido de forma gradual. Por outro lado, o Centro Veterinário Seres apresentou um crescimento sólido de 26,4% a/a no 2T22, já sob uma base de comparação de cerca de +50% no 2T21, impulsionado pela: (i) maturação de rede de hospitais e clínicas; (ii) abertura de novas unidades; e (iii) maior cuidado dos tutores com a saúde de seus pets, o que inclusive contribuiu para a sólida performance das unidades mais antigas.

Encerramos o 1S22 com uma Receita Bruta Petz “Standalone” de R\$1.442,0 milhões, um crescimento de 27,0% em relação ao ano anterior – vs. uma forte base de comparação de +55,2% no 1S21. Esse crescimento reflete a performance de Produtos (+27,1% a/a), com destaque para o aumento do Digital, que cresceu 37,5% a/a e somou R\$462,9 milhões no período (32,1% da Receita Bruta Total Petz “Standalone”). O segmento de Serviços e Outros apresentou um crescimento de 24,7% a/a, reflexo da performance dos serviços veterinários sob a marca Seres, com um aumento de mais de 26%, e também dos Centros de Estética, em função de motivos já mencionados acima.

Receita Bruta Zee.Dog

No 2T22, a Receita Bruta da Zee.Dog foi de R\$55,9 milhões, um crescimento de +15,8% a/a. Como destaque positivo do trimestre, vale mencionar a forte performance de Zee.Now (+58% a/a), reflexo da proposta de valor diferenciada do App de *super express delivery* e da maturação dos hubs (15 unidades, sendo que cerca de 50% com menos de 2 ano de operação). Nesse sentido, vale mencionar que o *Same-Hub-Sales* de Zee.Now foi de 38,6% a/a no 2T22.

Em linha com a dinâmica observada nas vendas dos canais da Petz - em que os tutores tendem a postergar a compra e reposição de itens discricionários, como acessórios e brinquedos - a performance de **Zee.Dog Brasil** em geral acompanhou um ambiente macroeconômico desafiador. Contudo, esse impacto foi de menor intensidade devido ao posicionamento e força de marca da Zee.Dog.

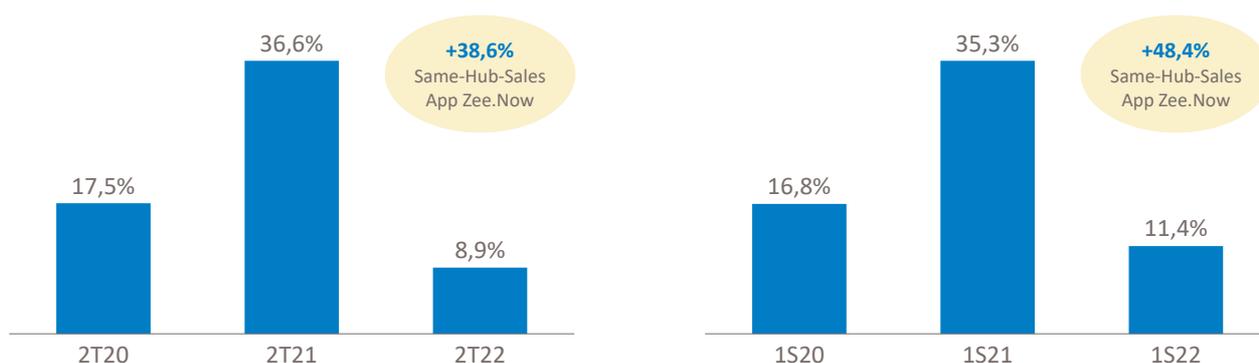
Além disso, neste trimestre tivemos o **lançamento do Zee.Dog Kitchen (ZDK), a linha de alimentação natural pet da Zee.Dog**. Apesar de um atraso pontual no cronograma, o produto teve um *feedback* positivo e acima das nossas expectativas iniciais em termos de palatabilidade. Isso pode ser comprovado através de diversos vídeos viralizados nas redes sociais com as reações dos pets, além da realização de eventos de degustações nas lojas. Assim, **estamos cada vez mais animados com a oportunidade de ser protagonista em uma categoria que é tendência em todos os mercados Pet do mundo com um produto disruptivo**, suportado pela expertise da Zee.Dog de *branding* e *storytelling* e toda capilaridade dos canais e *know-how* de varejo da Petz.

Em relação à performance **Zee.Dog Internacional**, tivemos impactos desde o final do 1T22 na cadeia de *supply* por conta de novos *lockdowns* na China relativos a pandemia do COVID, gerando atrasos no abastecimento e entregas do ciclo de coleções do período. Como consequência, observamos alguns clientes B2B postergando pedidos ao longo do 2T22 dado o nível de estoque mais alto, consequência do encavalamento dos recebimentos. **Acreditamos que esse efeito seja temporário e conjuntural, com expectativas positivas em relação as próximas janelas de pedidos em agosto e, principalmente, outubro.**

No 1S22, a **Receita Bruta da Zee.Dog foi de R\$114,6 milhões, um crescimento de +30,2% a/a**, reflexo principalmente da sólida performance de Zee.Now (+70,6% a/a).

### Crescimento Same-Store-Sales (SSS) Petz “Standalone”

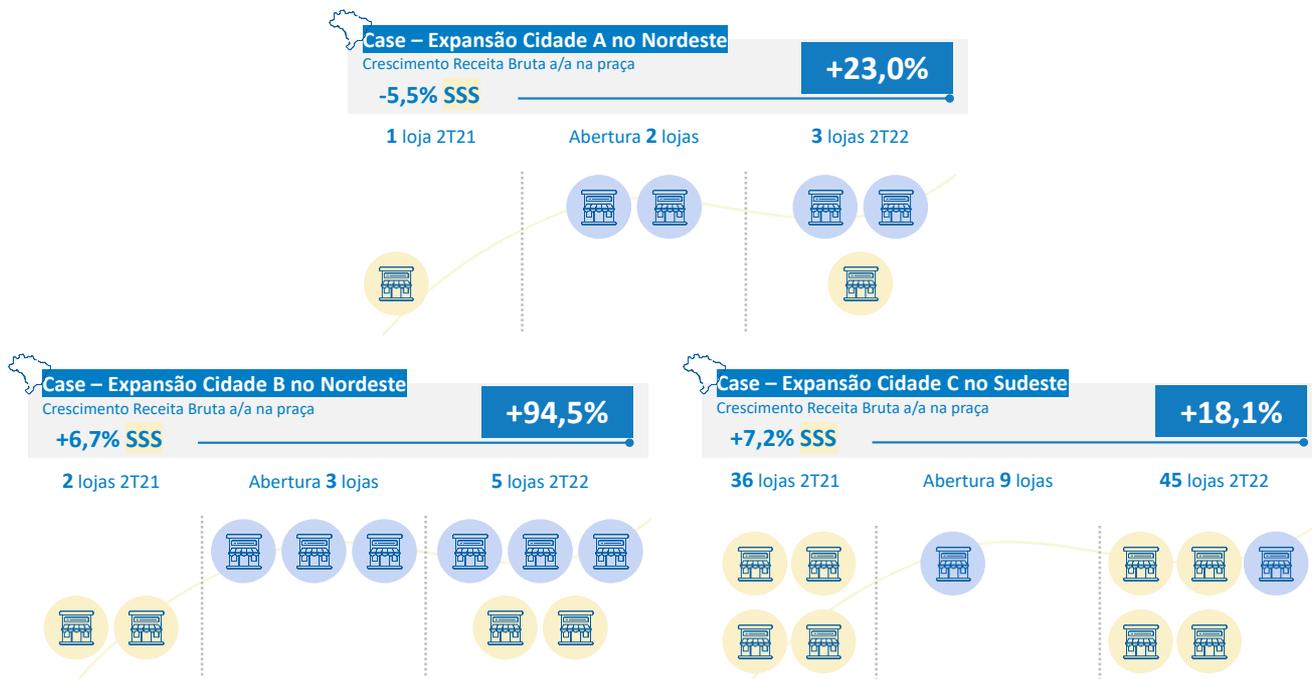
Crescimento Same-Store-Sales Petz “Standalone”  
Variação %, a/a



O **Same-Store-Sales (SSS) Petz “Standalone”** apresentou um crescimento de **8,9% a/a no 2T22 (vs. +14,1% no 1T22)**, performance explicada principalmente pela forte base de comparação (+36,6% a/a no 2T21).

Nosso plano de expansão segue orientado a consolidar nacionalmente a marca Petz, em um momento que cerca de 50% do nosso parque de lojas já está localizado fora do estado de São Paulo. Nesse sentido, **estamos observando ao longo de 2022 impactos de curto prazo pontuais a nível de Same-Store-Sales (SSS) em função do nosso ritmo acelerado de abertura de lojas**. À medida que inauguramos mais lojas em uma determinada cidade, é esperado uma migração parcial da venda (física e, principalmente, digital) de uma loja já existente para uma nova unidade. Contudo, olhando sob uma perspectiva de faturamento combinado por praça, **essa dinâmica representa um ganho de market share relevante, não só em termos de receita, mas principalmente em relação ao crescimento da base de clientes nesses mercados.**

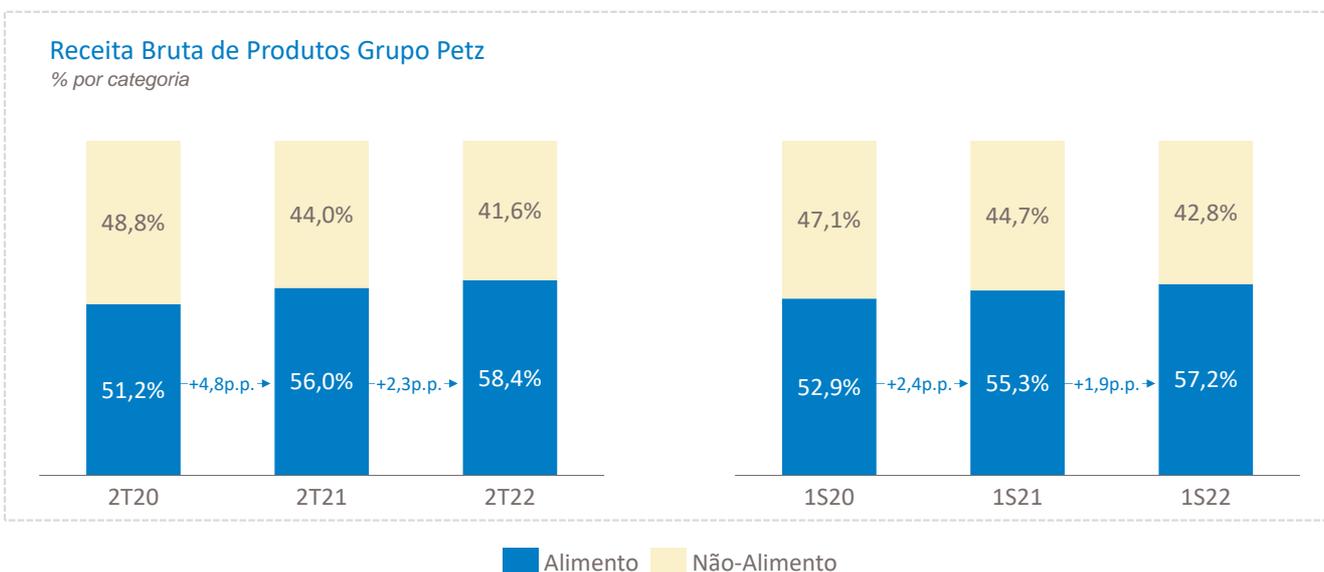
Estudos de Caso: Crescimento SSS vs Receita Bruta Total na Praça



Adicionalmente, presenciamos um ambiente macroeconômico desafiador no varejo e no Brasil em geral, em que os tutores tendem a comprar menos itens discricionários, como acessórios e brinquedos. Vale ressaltar que temos observado tendências que reforçam a resiliência de Alimentos, dado que a *trade-down* na categoria é sensível, levando em consideração a complexidade para adaptação do pet a um alimento de menor valor agregado. Além disso, após 3 meses consecutivos de arrefecimento da inflação interna, esperamos um cenário mais construtivo com perspectivas positivas para o ambiente de consumo ao longo do segundo semestre de 2022.

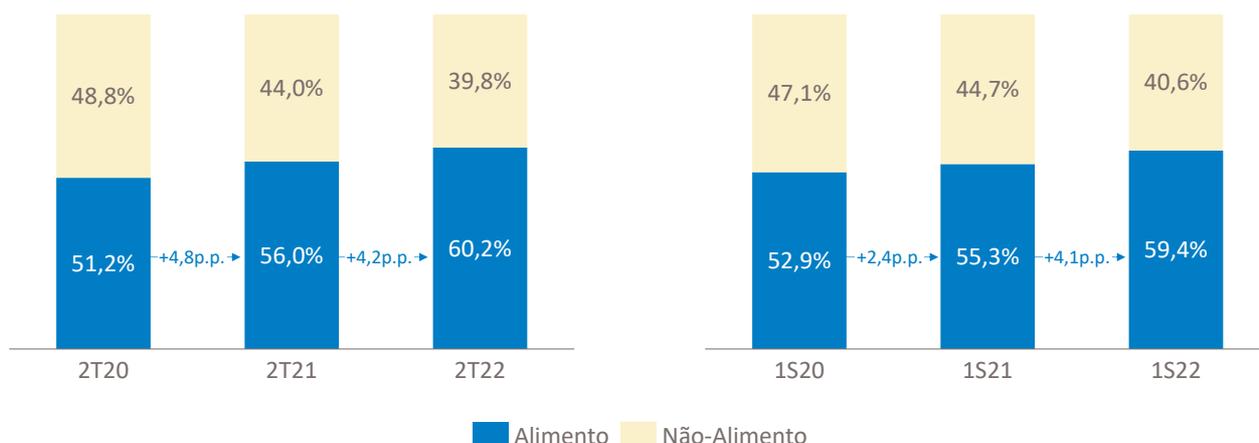
Durante o 1S22, o crescimento SSS foi de 11,4% a/a vs. uma forte base de comparação no 1S21 (+35,3% a/a).

Receita Bruta de Produtos



Receita Bruta de Produtos Petz “Standalone”

% por categoria



A Receita Bruta de Produtos Petz “Standalone” da categoria de Alimento cresceu 34,7% quando comparada ao mesmo período do ano anterior, representando **60,2% do faturamento de produtos Petz “Standalone” no 2T22, um aumento de 4,2 p.p. de representatividade em relação ao 2T21**. Essa mudança no mix de produtos entre Alimento e Não-Alimento é reflexo principalmente: (i) do cenário de pressão inflacionária, dado que a demanda de Alimento é pouco elástica, possibilitando maior repasse dos preços para o consumidor final vs. Não-Alimento; (ii) da maior penetração do Digital nas vendas da Companhia, o qual tem estruturalmente uma maior participação de Alimento; e (iii) da base de comparação no 2T21 ainda influenciada pelo maior nível de interação entre pets e tutores, com consequente maior consumo de Não Alimento - destaque para a categoria de acessórios, aquarismo, jardinagem e piscina durante os meses de maior isolamento social.

Nesse sentido, vale ressaltar que **é esperado que a participação dessas categorias de Não-Alimento possa ter uma recuperação a partir do 3T22 em função de uma necessidade maior de renovação/reposição dos “enxovais” adquiridos ao longo da pandemia e de uma base mais comparável no 2S21** (Não-Alimento representando 41,8% no 2S21 vs. 44,7% no 1S21). Além disso, conforme mencionado acima, esperamos um cenário mais construtivo com perspectivas positivas para o ambiente de consumo ao longo do segundo semestre de 2022 com o arrefecimento da inflação.

No 1S22, a categoria de Alimento representou 59,4% do faturamento de produtos, 4,1 p.p. acima em relação a 1S21.

Considerando a Zee.Dog, a **Receita Bruta Grupo Petz de Alimento cresceu 40,8% a/a**, representando 58,4% do faturamento de produtos do Grupo Petz no 2T22. No 1S22, a categoria de Alimento representou 57,2% do faturamento de Produtos do Grupo Petz.

**Petz Innovation Studio (PIS) – Branding & Inovação, Design de Produtos**

Desde a sua criação em janeiro de 2022, o *Petz Innovation Studio* (PIS) tem como **objetivo a construção do único “Brand house” do mercado Pet no mundo**, trabalhando com as marcas já existentes do Grupo Petz (Petz, Seres, Zee.Dog, Adote Petz, Cansei de Ser Gato, Cão Cidadão e, mais recentemente, Petix), mas também com o processo de criação de novas marcas exclusivas. Esse movimento tem como referência uma estratégia bem definida de posicionamento de marcas e produtos (*Good, Better e Best*) em cada uma das categorias de atuação, preservando os valores e essência de cada uma das marcas.

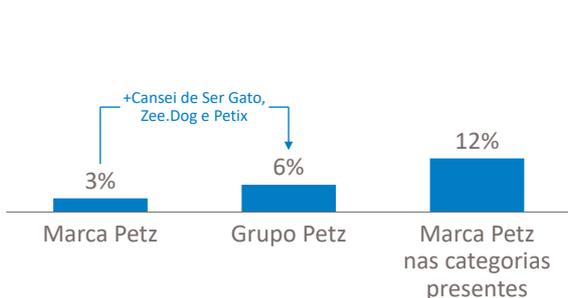
Nesse sentido, vale destacar que o *pipeline* de lançamentos de produtos sob a marca “Petz” para os próximos meses já contempla itens desenvolvidos e trabalhados dentro do ambiente do PIS. Isso reforça a relevância da estratégia de cada vez mais termos produtos desejados, com design exclusivo e conteúdo/*storytelling* diferenciados, **não só como um instrumento de rentabilidade** - dado que as margens são, na média, +5-10p.p. maiores vs. produtos similares da mesma categoria - **mas de fidelização e engajamentos dos tutores**. Essa que é uma vantagem competitiva fundamental para ampliar a nossa posição de liderança no segmento Pet, além de aumentar a barreira de entrada para novos *players*.

Como referência, atingimos no 2T22 uma participação de marca própria “Petz” de 3% do faturamento de produtos (12% se considerarmos o *share* apenas das categorias onde temos presença). Mais importante do que a participação % nesse momento, dado que o *share* de Alimento e Digital aumentaram substancialmente ao longo dos últimos trimestres - efeitos que diluem o % de participação de marca própria - o faturamento dos produtos “Petz” atingiu novo recorde de faturamento com um **montante de R\$81,0 milhões nos últimos 12 meses, um crescimento de 27% vs. o mesmo período do ano anterior.**

Quando consolidamos os produtos das outras marcas do Grupo Petz (Cansei de Ser Gato, Zee.Dog e Petix), a **participação de marca própria dobra para 6%**. Assim, vale ressaltar que em algumas categorias como (i) **snacks**; (ii) **coleiras, guias e peitorais para cães**; e (iii) **tapete higiênico**, o **share de produtos marca própria atingiu patamares de 27%, 50% e 56%**, respectivamente, e consolidando a nossa posição de liderança nesses grupos.

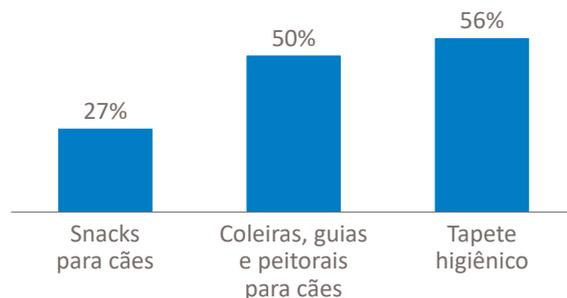
### Share de Marca Própria

% Receita Bruta de Produtos Petz “Standalone” no 2T22



### Share de Marca Própria por Categoria Grupo Petz

% Receita Bruta de Produtos Petz “Standalone” no 2T22



### Últimos lançamentos Marca Petz

Snack Crocante para Cães e Gatos (10 SKUs)

Snack Gourmet para Cães e Gatos (14 SKUs)

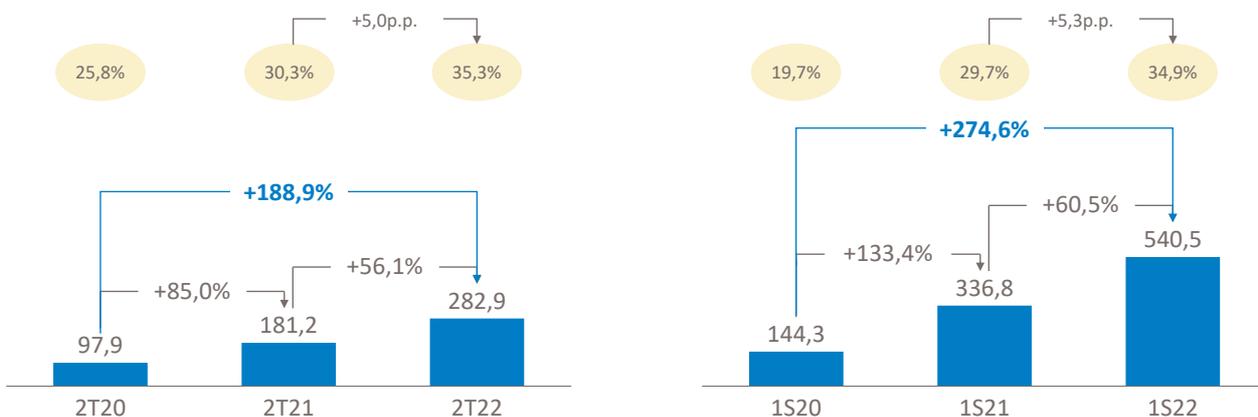
Snack Funcionais para Gatos (8 SKUs)

Snack Gourmet Bacon para Cães (4 SKUs)

### Desempenho Digital

#### Receita Bruta Digital e Penetração Digital Grupo Petz

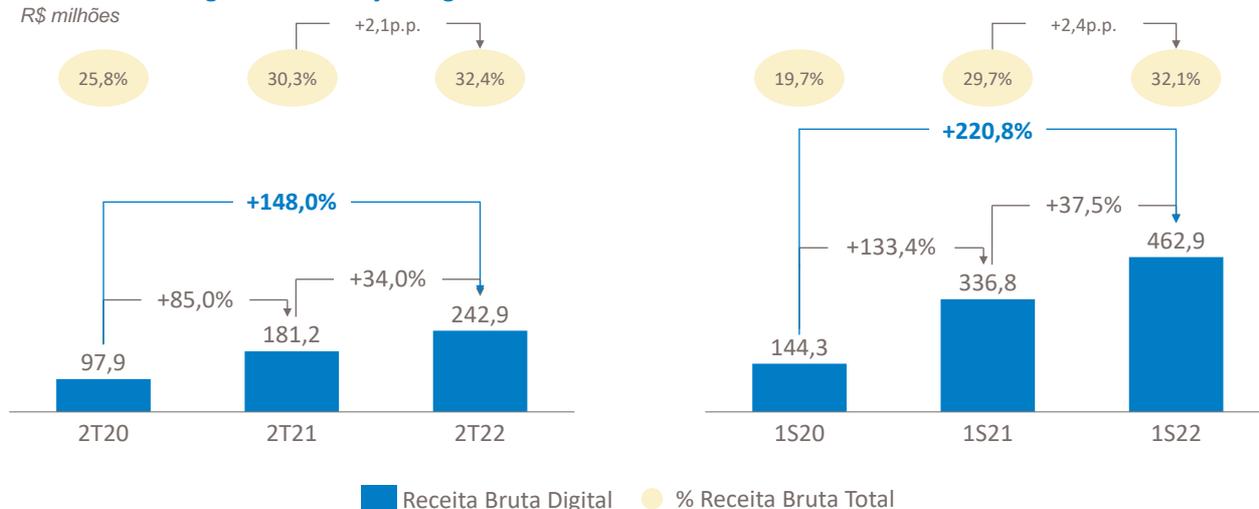
R\$ milhões



■ Receita Bruta Digital    ● % Receita Bruta Total

Receita Bruta Digital e Penetração Digital Petz “Standalone”

R\$ milhões



O Digital da Petz “Standalone” continua sendo o grande destaque dos resultados. A Companhia vem, de maneira consistente, se mostrando preparada para ampliar o *share* das vendas digitais com rentabilidade e excelência em nível de serviço, reflexo principalmente da integração e escalabilidade da nossa plataforma *Omnichannel*, na qual todas as 187 lojas operam como “mini-CDs”, mas também das diversas iniciativas que temos implementado para transformar a experiência do cliente e do colaborador a nível de loja cada vez mais omni e digital. Vale mencionar também um vasto sortimento de cerca de 20 mil SKUs disponíveis no site da Petz, que posiciona a Companhia como maior oferta do segmento.

No 2T22, o faturamento do Digital Petz “Standalone” totalizou R\$242,9 milhões, um crescimento expressivo de +34,0% a/a, performance essa já sobre uma forte base de comparação no 2T21 (crescimento de +85,0% a/a). Cabe destacar que o Digital representou 32,4% da Receita Bruta Petz “Standalone”, um aumento de 2,1 p.p. quando comparado com 30,3% no 2T21. Esse cenário reforça a nossa visão de que existe uma demanda maior por experiência e nível de serviço diferenciados através das plataformas digitais - proporcionando conveniência, diante de uma mudança de hábito por parte do consumidor após a pandemia. Considerando as vendas de Zee.Now e E-Commerce da Zee.Dog Brasil e da Zee.Dog Internacional, o faturamento do Digital do Grupo Petz totalizou R\$282,9 milhões (+56,1% a/a), representando uma penetração do canal Digital de 35,3% da Receita Bruta Total Grupo Petz (+5,0p.p. vs. 2T21).

Nesse contexto, o App da Petz se consolida, trimestre após trimestre, como o principal canal de venda Digital, com mais de 1 milhão de usuários ativos (MAU – Monthly Active Users) em junho de 2022, +40% a/a. As vendas do App já representam mais de 67% do faturamento do Digital Petz “Standalone” em junho de 2022 (vs. 61% em junho de 2021). É importante destacar que mantivemos a liderança no setor Pet em termos downloads do App<sup>6</sup>. O Programa de Assinatura da Petz também ganhou representatividade, atingindo +315 mil assinantes, um crescimento de mais de +50% a/a, representando 27% da Receita Bruta Total Petz “Standalone” em junho de 2022 (vs. 20% em junho de 2021). A aceleração do Programa de Assinatura contribui positivamente para o processo de fidelização dos clientes, aumentando a recorrência no volume de compras de produtos e em serviços. Vale destacar que, apesar do forte incremento da base de assinantes, o indicador de *churn* continua atingindo os menores patamares históricos.

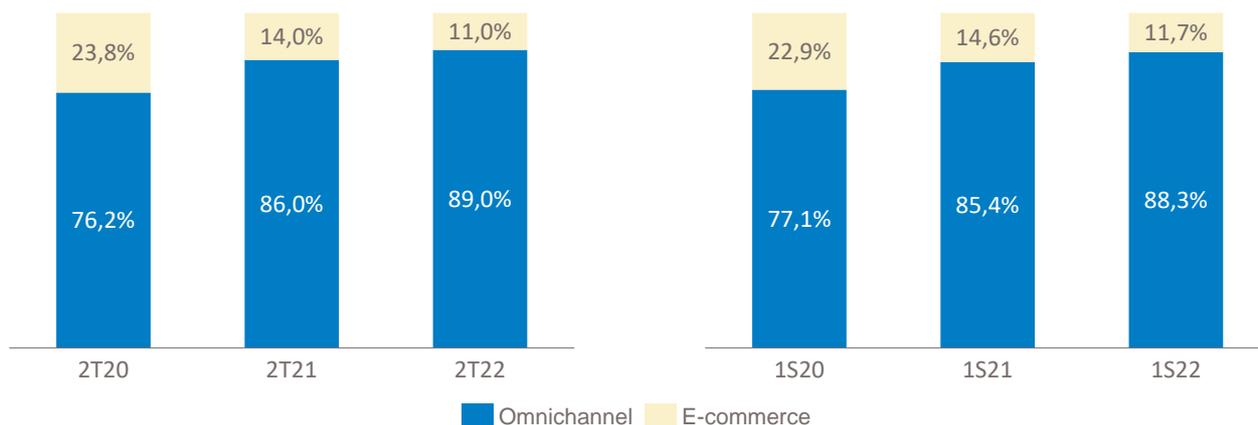
Vale destacar, que ao longo desse trimestre, tivemos um desempenho recorde na evolução de patamares de NPS (Net Promoter Score), já em níveis e excelência, em todas as unidades de negócio e modalidades de vendas. Essa evolução é um reflexo das inúmeras iniciativas e investimentos - que temos compartilhado nos últimos releases de resultados -

<sup>6</sup> Fonte: SimilarWeb. Acesso em 27 de julho de 2022.

para melhorar a navegabilidade e experiência de compra dos nossos clientes, como o programa “Minhas Ofertas” e digitalização da experiência de *Pick-up* na loja, através do uso de *lockers* ou *tablets*, tornando o processo de retirada do pedido muito mais fácil e rápido.

No 1S22, a Petz “*Standalone*” teve um faturamento do Digital de R\$462,9 milhões (+37,5% a/a), que representa uma penetração do Digital de 32,1% do faturamento total (vs. 29,7% no 1S21). No mesmo período, a penetração do Digital do Grupo Petz representou 34,9% do faturamento total.

**Índice Omnichannel e Participação do E-commerce Petz “*Standalone*”**  
% Receita Bruta Digital Petz



No 2T22, a Receita Bruta Petz “*Standalone*” proveniente da plataforma *Omnichannel*, a qual inclui vendas realizadas através do *Pick-up* e do *Ship from Store*, cresceu 38,5% a/a, representando um Índice *Omnichannel* de 89,0% (vs. 86,0% no 2T21), um patamar referência no varejo brasileiro e mundial. Mesmo com este crescimento abrupto e mudança de patamar nas vendas digitais, nossa operação tem se provado escalável, dado que temos entregue, de maneira consistente, excelência em nível de serviço e experiência do cliente. **No 2T22, entregamos 92% das vendas da Petz “*Standalone*” realizadas através da modalidade *Ship from Store* em até 1 dia útil.** Quando analisamos todas as entregas de pedidos realizados através dos canais digitais da Petz “*Standalone*” (incluindo vendas expedidas do CD), esse índice atingiu a marca dos impressionantes 82% no período.

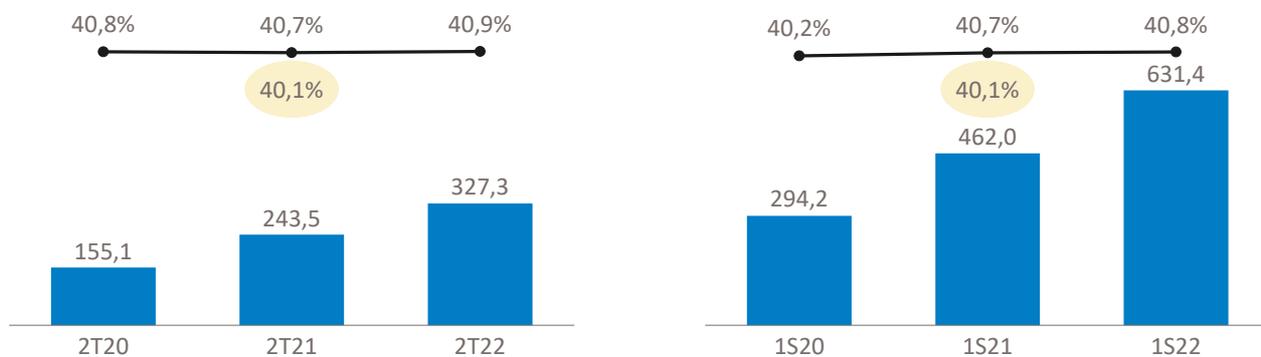
**Lucro Bruto**

O Lucro Bruto do Grupo Petz no 2T22 totalizou R\$327,3 milhões, um crescimento de 34,4% a/a. A margem bruta foi de 40,9% sobre a Receita Bruta Grupo Petz, +0,2 p.p. vs. o mesmo período do ano anterior (já considerando o efeito do processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42, conforme mencionado na divulgação do 4T21). Essa performance no 2T22 reflete: (i) a consolidação dos números da Zee.Dog; (ii) a capacidade da Petz de repassar preços para o consumidor final; e (iii) o trabalho contínuo em busca de oportunidades, ganhos de eficiência e melhorias operacionais. Esses fatores mitigaram parcialmente os impactos que temos observado ao longo dos últimos trimestres, com destaque para: (i) aumento da Penetração Digital, que possui margens saudáveis, mas inferiores ao canal físico; e (ii) o crescimento da categoria de Alimento dentro do mix de produtos, que possui uma rentabilidade atrativa, mas ligeiramente menor do que os produtos de Não Alimento.

No 1S22, a margem bruta do Grupo Petz foi de 40,8%, em linha com o mesmo período do ano anterior, reflexo dos mesmos fatores mencionados acima.

### Lucro Bruto Grupo Petz

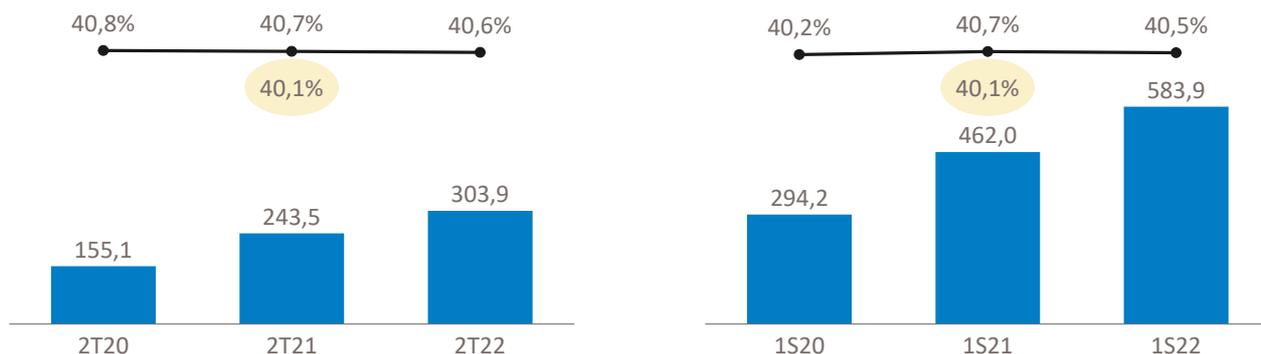
R\$ milhões, % Receita Bruta Grupo Petz



■ Lucro Bruto ● % Receita Bruta Total ● % Receita Bruta Total (ex. CAT-42)

### Lucro Bruto Petz "Standalone"

R\$ milhões, % Receita Bruta Petz

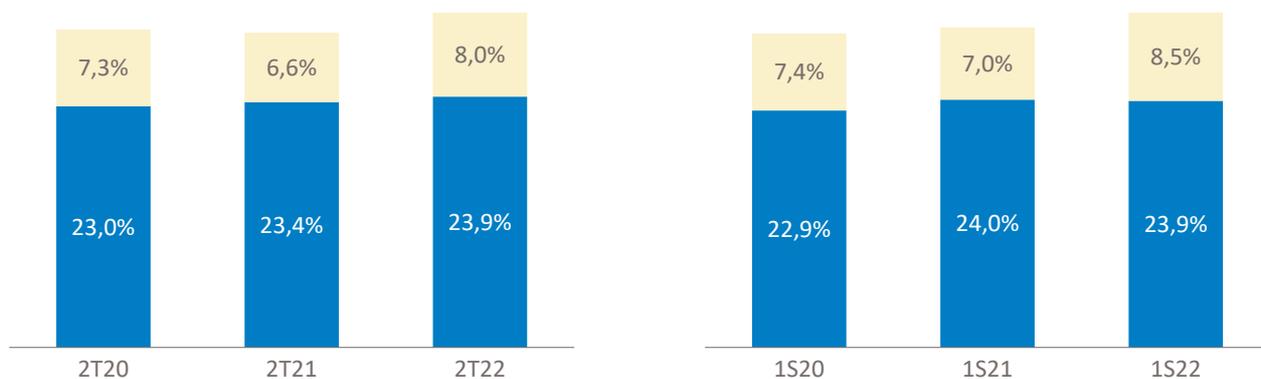


■ Lucro Bruto ● % Receita Bruta Total ● % Receita Bruta Total (ex. CAT-42)

## Despesas Operacionais

### Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas Grupo Petz

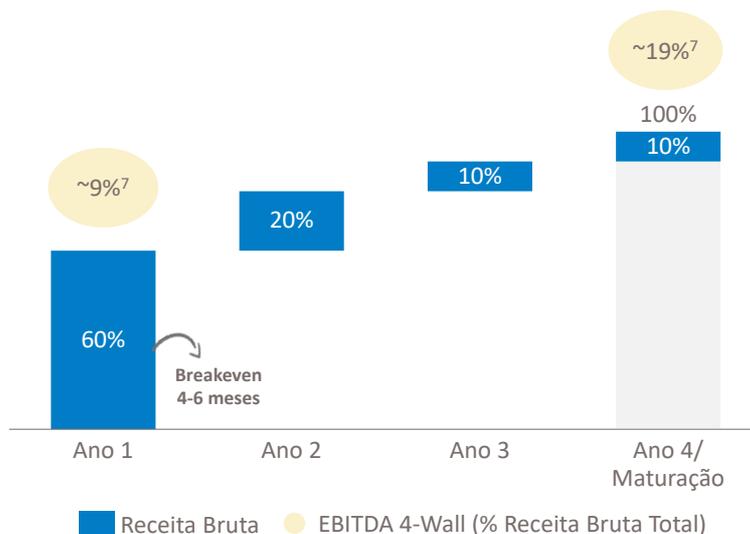
% Receita Bruta Grupo Petz



■ Vendas ■ G&A

Maturação de Loja Padrão Atual – Formato Experiência

Base 100



As Despesas Operacionais do Grupo Petz totalizaram R\$261,3 milhões no 2T22 (+42,5% a/a), representando um patamar de 32,6% sobre a Receita Bruta Grupo Petz (+2,0p.p. a/a), explicado principalmente pelo fato (i) de que 53% das lojas Petz “Standalone” não completaram o seu terceiro ano de operação (sendo que 24% ainda estão em seu primeiro ano), ou seja, ainda não atingiram o potencial esperado de faturamento e rentabilidade e (ii) da consolidação da Zee.Dog nos resultados do 2T22. No 1S22, as Despesas Operacionais somaram R\$513,3 milhões, um crescimento de 43,2% a/a., representando 33,2% do faturamento total (+1,6p.p. a/a).

As Despesas com Vendas do Grupo Petz foram de R\$191,4 milhões no 2T22, +36,9% acima do mesmo período do ano passado, representando 23,9% da Receita Bruta Total (vs. 23,4% no 2T21). Essa performance é reflexo (i) do *aging* do parque de lojas; (ii) maiores despesas com aluguéis e pessoal de loja; e (iii) da consolidação dos números da Zee.Dog. Esses efeitos foram parcialmente compensados por ganhos de eficiência em marketing de performance, através de algoritmos preditivos proprietários, que geram mais produtividade nos investimentos; e meios de pagamento, com a implantação do PIX nos canais digitais da Petz.

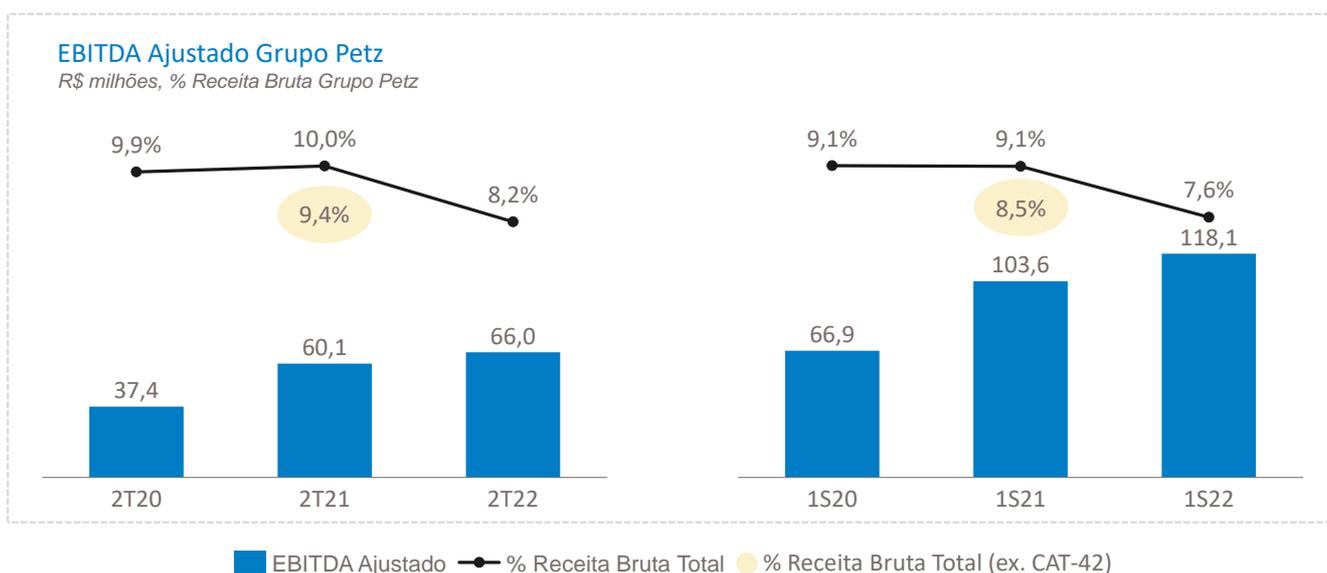
As Despesas Gerais & Administrativas (G&A) do Grupo Petz totalizaram R\$64,0 milhões no 2T22, +62,3% acima do 2T21, representando 8,0% da Receita Bruta Total Grupo Petz (+1,4 p.p. a/a). Esse desempenho é reflexo (i) da consolidação de Zee.Dog; e (ii) dos investimentos em iniciativas corporativas em desenvolvimento, principalmente na frente de tecnologia/digital, com o objetivo de aumentar a capacidade de escala tecnológica, resiliência e segurança. Esses fatores foram parcialmente compensados pela maior eficiência na gestão de pessoal dos CDs e corporativo.

Outras Despesas Operacionais do Grupo Petz foram de R\$5,9 milhões no 2T22, 42,4% acima do mesmo período do ano passado, refletindo a aceleração da expansão de lojas Petz “Standalone”. Ressaltamos também que, em geral, após a abertura, as lojas levam entre 4 e 6 meses para atingirem *breakeven* - no 1S22 inauguramos 19 lojas (vs. 12 no 1S21).

<sup>7</sup> EBITDA 4-Wall. Não considera despesas de holding, pré-operacionais e armazenagem.

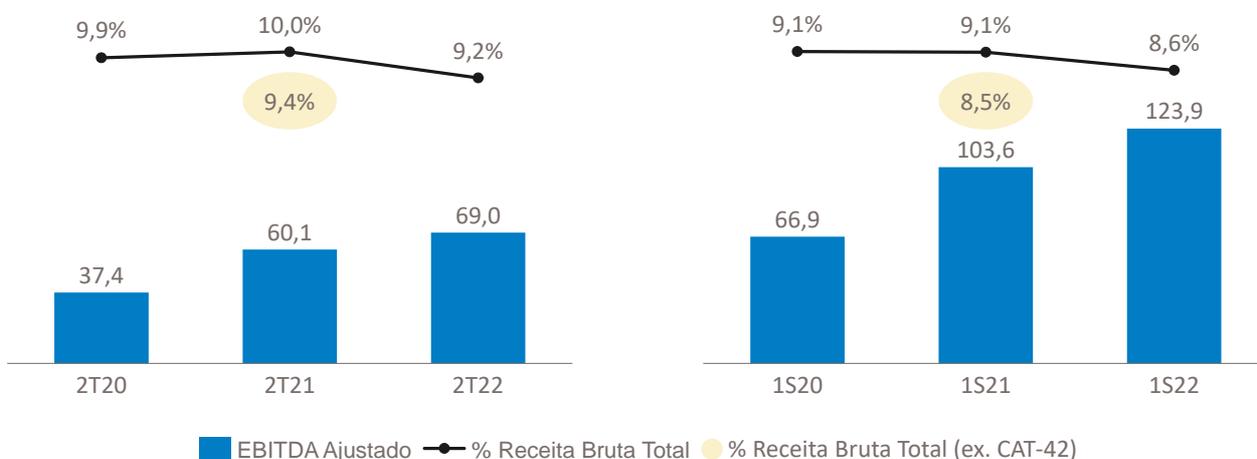
Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	2T21	Var.	1S22	1S21	Var.
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas (G&amp;A)</b>	<b>255.469</b>	<b>179.315</b>	<b>42,5%</b>	<b>501.562</b>	<b>351.822</b>	<b>42,6%</b>
<b>% Receita Bruta Total</b>	<b>31,9%</b>	<b>30,0%</b>	<b>1,9 p.p.</b>	<b>32,4%</b>	<b>31,0%</b>	<b>1,4 p.p.</b>
Vendas	191.431	139.863	36,9%	369.480	272.371	35,7%
<b>% Receita Bruta Total</b>	<b>23,9%</b>	<b>23,4%</b>	<b>0,5 p.p.</b>	<b>23,9%</b>	<b>24,0%</b>	<b>(0,1 p.p.)</b>
Gerais & Administrativas (G&A)	64.038	39.452	62,3%	132.082	79.451	66,2%
<b>% Receita Bruta Total</b>	<b>8,0%</b>	<b>6,6%</b>	<b>1,4 p.p.</b>	<b>8,5%</b>	<b>7,0%</b>	<b>1,5 p.p.</b>
<b>Outras Despesas Operacionais</b>	<b>5.853</b>	<b>4.109</b>	<b>42,4%</b>	<b>11.777</b>	<b>6.629</b>	<b>77,7%</b>
<b>% Receita Bruta Total</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,0 p.p.</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,2 p.p.</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>261.322</b>	<b>183.424</b>	<b>42,5%</b>	<b>513.339</b>	<b>358.451</b>	<b>43,2%</b>
<b>% Receita Bruta Total</b>	<b>32,6%</b>	<b>30,7%</b>	<b>2,0 p.p.</b>	<b>33,2%</b>	<b>31,6%</b>	<b>1,6 p.p.</b>

### EBITDA Ajustado



### EBITDA Ajustado Petz "Standalone"

R\$ milhões, % Receita Bruta Petz



R\$ mil, exceto quando indicado	2T22			2T21		
	Grupo Petz	Petz	Zee.Dog	Grupo Petz	Petz	Zee.Dog
Receita Bruta Total	800.718	749.207	55.895	597.985	597.985	-
EBITDA Ajustado	66.022	68.956	(2.934)	60.054	60.054	-
<i>EBITDA Ajustado/Receita Bruta Total</i>	<i>8,2%</i>	<i>9,2%</i>	<i>(5,2%)</i>	<i>10,0%</i>	<i>10,0%</i>	-

R\$ mil, exceto quando indicado	1S22			1S21		
	Grupo Petz	Petz	Zee.Dog	Grupo Petz	Petz	Zee.Dog
Receita Bruta Total	1.547.378	1.441.951	114.560	1.135.501	1.135.501	-
EBITDA Ajustado	118.058	123.887	(5.829)	103.550	103.550	-
<i>EBITDA Ajustado/Receita Bruta Total</i>	<i>7,6%</i>	<i>8,6%</i>	<i>(5,1%)</i>	<i>9,1%</i>	<i>9,1%</i>	-

O EBITDA Ajustado Petz “Standalone” foi de R\$69,0 milhões no 2T22, um crescimento de 14,8% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA Ajustada no trimestre representou 9,2% da Receita Bruta Petz “Standalone”, uma queda de 0,8p.p. vs. 2T21, reflexo da (i) ligeira pressão a nível de margem bruta; (ii) aceleração da expansão de rede de lojas, lembrando que 53% das lojas Petz “Standalone” ainda não atingiram o potencial esperado de faturamento e rentabilidade; e (iii) maiores despesas com aluguel e pessoal de loja, impactadas principalmente pelo ambiente de pressão inflacionária/reajustes. Esses fatores foram parcialmente compensados por: (i) iniciativas de eficiências em marketing de performance e meios de pagamentos e (ii) gestão eficiente de pessoal dos CDs e corporativo. **Considerando a Zee.Dog, o EBITDA Ajustado Grupo Petz foi de R\$66,0 milhões no 2T22 (+9,9% a/a), representando 8,2% da Receita Bruta Total (-1,8p.p. a/a).**

Em relação à margem EBITDA de Zee.Dog, assim como já mencionado no 1T22, **é esperada uma evolução positiva ao longo do próximo semestre, levando em consideração que as sinergias mais relevantes da transação com a Petz começaram a ser capturadas durante o 2T22.**

Nesse sentido, em maio atingimos o *breakeven* da Zee.Now (e mantivemos a margem de contribuição em território positivo também nos meses de junho e julho), reflexo do início de captura de sinergia da integração com a Petz, através (i) do processo de equalização das condições comerciais dos produtos de terceiros na Zee.Now que, até então, eram comprados através de distribuidores em condições comerciais menos favoráveis frente as praticadas pela Petz; (ii) da implementação da taxa de serviço de R\$3,99 - em linha com a praticada por outros aplicativos de entrega super-expressa (em minutos) - sem impacto no comportamento das vendas, *churn* e satisfação dos clientes; e (iii) da maturação dos hubs (15 unidades, sendo que cerca de 50% com menos de 2 ano de operação).

Ainda nesse trimestre, tivemos o impacto da desalavancagem operacional no canal Zee.Dog Internacional, conforme mencionado anteriormente, e despesas referentes ao lançamento de Zee.Dog Kitchen.

Por fim, reforçamos nossa expectativa de **continuar acelerando a curva de captura de sinergia, principalmente com a chegada das máquinas importadas na Petix em meados do quarto trimestre**, as quais serão capazes de produzir o tapete *super slim* (“Zee.Pad”) – o SKU mais vendido da marca e que representa cerca de 25% do faturamento da Zee.Dog Brasil.

No 1S22, o EBITDA Ajustado Petz “Standalone” foi R\$123,9 milhões, um crescimento de 19,6% a/a, com uma margem de 8,6% (-0,5 p.p. a/a). No mesmo período, o EBITDA Ajustado do Grupo Petz foi R\$118,1 milhões, que representa uma margem EBITDA Ajustada de 7,6% (-1,5 p.p. a/a).

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	2T21	Var.	1S22	1S21	Var.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>32.779</b>	<b>24.164</b>	<b>35,7%</b>	<b>53.884</b>	<b>37.545</b>	<b>43,5%</b>
(+) Plano de Opção de Compra de Ações	(7.870)	(32)	n/a	(15.687)	(64)	n/a
(+) Efeitos Não Recorrentes Ajustado no EBITDA	(1.570)	33	n/a	(3.571)	534	n/a
(+) Atualização de Contas a Pagar Por Aquisição de Empresas	(2.160)	-	n/a	(4.769)	-	n/a
(+) Efeitos de Imposto de Renda e Contribuição Social	4.858	(0)	n/a	4.503	(160)	n/a
<b>Lucro Líquido</b>	<b>26.037</b>	<b>24.164</b>	<b>7,7%</b>	<b>34.360</b>	<b>37.855</b>	<b>(9,2%)</b>
(-) Imposto de Renda e Contribuição Social	5.660	10.958	(48,3%)	17.068	18.138	(5,9%)
(-) Depreciação & Amortização	29.758	20.398	45,9%	57.312	39.447	45,3%
(-) Resultado Financeiro	(4.873)	3.868	n/a	(9.941)	7.735	n/a
<b>EBITDA</b>	<b>56.582</b>	<b>59.388</b>	<b>(4,7%)</b>	<b>98.799</b>	<b>103.175</b>	<b>(4,2%)</b>
(-) Plano de Opção de Compra de Ações <sup>8</sup>	7.870	32	n/a	15.687	64	n/a
(-) Baixa de Imobilizado	-	667	n/a	1	845	(99,9%)
(-) Resultado Não Recorrente	1.570	(33)	n/a	3.571	(534)	n/a
(-) Receitas Não Recorrentes	-	(2.999)	n/a	-	(5.597)	n/a
(-) Despesas Não Recorrentes	1.570	2.966	(47,1%)	3.571	5.063	(29,5%)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>66.022</b>	<b>60.054</b>	<b>9,9%</b>	<b>118.058</b>	<b>103.550</b>	<b>14,0%</b>
<i>EBITDA Ajustado/Receita Bruta Total</i>	<i>8,2%</i>	<i>10,0%</i>	<i>(1,8 p.p)</i>	<i>7,6%</i>	<i>9,1%</i>	<i>(1,5 p.p)</i>

No 2T22, o Resultado Não Recorrente do Grupo Petz refere-se principalmente às Despesas - que totalizaram R\$1,6 milhão - primordialmente relacionadas à contratação de consultorias estratégicas. Já no 2T21, o Resultado Não Recorrente refere-se à (i) receita de créditos de PIS/COFINS sobre despesas relacionadas a exercícios anteriores líquidos de despesas com consultoria fiscal referente a esses créditos quase que integralmente compensada pelas (ii) Despesas Não Recorrentes decorrentes de divergências de impostos de anos anteriores.

### Depreciação & Amortização, Resultado Financeiro e IR/CS

As despesas de Depreciação & Amortização no 2T22 totalizaram R\$29,8 milhões, o que representa um crescimento de 45,9% a/a. A evolução é explicada pelos investimentos feitos pela Companhia nos últimos anos, principalmente na expansão da rede de lojas Petz "Standalone", cuja maioria das unidades ainda possui menos de três anos de operação.

O Resultado Financeiro no 2T22 totalizou R\$4,9 milhões, comparado com -R\$3,9 milhões registrados no 2T21, explicado por maiores receitas financeiras. Vale destacar que as Despesas Financeiras no 2T22 incluíram R\$2,2 milhões relacionados à correção de valores a serem pagos futuramente aos acionistas das empresas adquiridas.

As despesas com Imposto de Renda e Contribuição Social totalizaram R\$5,7 milhões no 2T22 vs. R\$11,0 milhões no mesmo período do ano anterior. A alíquota efetiva no 2T22 foi de 17,9%, reflexo de (i) pagamento de juros sobre capital próprio, (ii) Lei do Bem e (iii) resultado reportado negativo de controladas no trimestre.

No 1S22, o Resultado Financeiro foi de R\$9,9 milhões, comparado com -R\$7,7 milhões registrado no 1S21, também explicado pela entrada de recursos do *follow-on* e aumento das taxas de juros entre os períodos analisados, resultando em maiores rendimentos de aplicações financeiras, parcialmente compensados pela correção de valores a serem pagos futuramente aos acionistas das adquiridas, no montante de R\$4,8 milhões no 1S22.

<sup>8</sup> Efeito não caixa e contabilizado a partir do momento da distribuição das outorgas, levando em considerando o período de *vesting* de cada opção. Nesse sentido, vale mencionar que a maior parte dessas despesas é referente ao segundo plano de opções aprovado na época do IPO (*strike price* de R\$ 13,75), e calculado com base no preço da ação em julho/agosto de 2021.

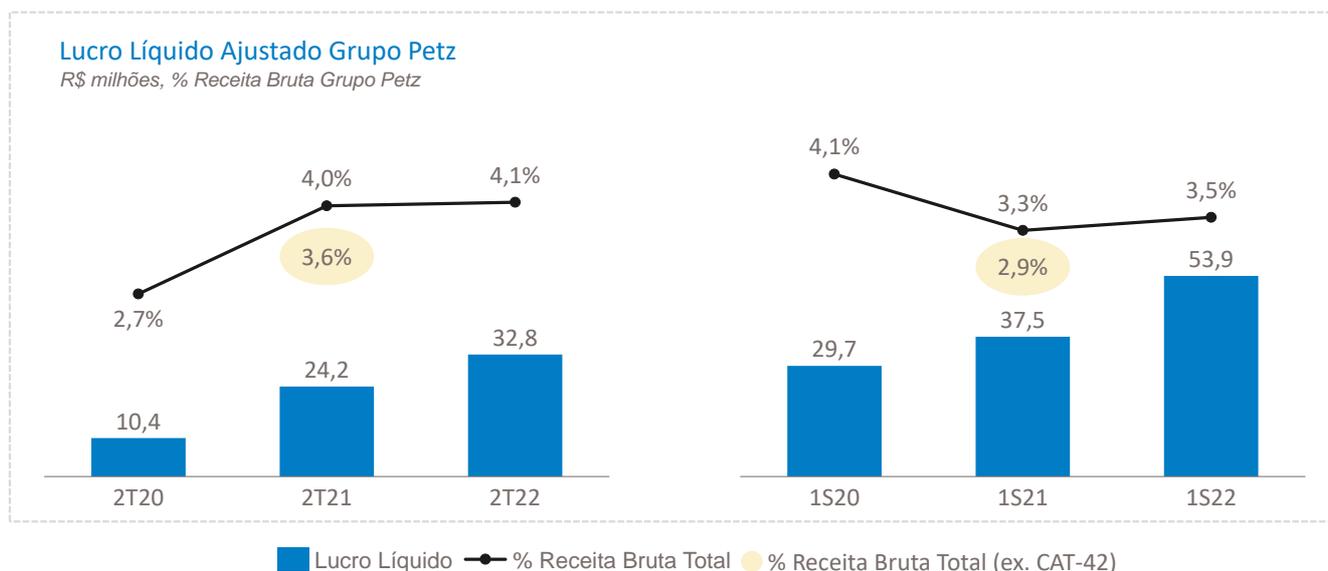
As despesas com Imposto de Renda e Contribuição Social totalizaram R\$17,1 milhões no 1S22 vs. R\$18,1 milhões no mesmo período do ano anterior, representando alíquotas efetivas de 33,2% e 32,4%, respectivamente, impactadas pelos efeitos explicados acima no trimestre e pelos juros sobre capital próprio declarados em 25 de junho de 2021.

### Lucro Líquido Ajustado

O Lucro Líquido Ajustado do Grupo Petz no 2T22 totalizou R\$32,8 milhões, um crescimento robusto de 35,7% a/a, reflexo principalmente da melhora no resultado financeiro e evolução do resultado operacional, explicado nas seções anteriores.

Os ajustes realizados ao Lucro Líquido foram a exclusão das: (i) despesas financeiras / juros sobre valores a serem pagos futuramente aos acionistas das adquiridas (não caixa); (ii) despesas com o plano de Opção de Compra de Ações (não caixa); e (iii) despesas não recorrentes, já explicadas na seção de EBITDA Ajustado. É importante mencionar que para o cálculo desses ajustes, a exclusão dos efeitos no IR/CS é realizada considerando a alíquota de 34%. A alíquota efetiva do IR/CS também considera o efeito de 34% sobre o EBT das controladas.

No 1S22, o Lucro Líquido Ajustado, considerando os mesmos ajustes detalhados acima, foi de R\$53,9 milhões, um aumento de +43,5% contra R\$37,5 milhões no mesmo período do ano anterior, também explicado pela evolução do resultado operacional e melhora no resultado financeiro.



### Fluxo de Caixa Ajustado<sup>9</sup>

O Fluxo de Caixa Operacional no 2T22 teve uma geração de R\$3,0 milhões vs. R\$13,1 milhões no mesmo período do ano anterior. Destaca-se o maior consumo em estoque ocasionado pelo (i) reforço tático por conta do cenário de disrupção nas cadeias de *supply*/logística global, prevenindo assim ruptura de produtos e garantindo disponibilidade superior à concorrência; (ii) aberturas de novas lojas (9 inaugurações no 2T22 vs. 7 no 2T21), com destaque para o aumento de lojas mais distantes de São Paulo, o que implica em um maior volume de mercadorias em trânsito; e (iii) inauguração dos CDs de Mauá-SP e Hidrolândia-GO. Em termos de fornecedores, destaca-se o maior volume de importações, bem como atrasos de algumas entregas desde novembro de 2021 em função dos desafios na cadeia de *supply* global. Vale ressaltar

<sup>9</sup> A Companhia entende que, para melhor representar seu Fluxo de Caixa, deve-se desconsiderar efeitos da estrutura de capital no Fluxo de Caixa Operacional, além de utilizar alíquota teórica do IR (34%) sobre EBIT. Para o Fluxo de Caixa de Financiamento, deve-se considerar os efeitos da estrutura de capital, além do IR sobre o Resultado Financeiro.

que, a partir do 2S22, esperamos o início da estabilização em relação aos níveis de estoque e fluxo de importações. Por fim, vale destacar o potencial ganho de eficiência tributária com o CD de Hidrolândia-GO.

Em termos de Fluxo de Caixa Líquido, a Companhia consumiu R\$105,6 milhões no 2T22 vs. R\$126,5 milhões no mesmo período do ano anterior, explicado principalmente pelo (i) menor consumo do Fluxo de Caixa de Financiamento, por conta de menor pagamento de empréstimos e financiamentos e de dividendos/juros sobre capital próprio, parcialmente compensado por (i) maiores Investimentos (R\$82,3 milhões vs. R\$61,3 milhões no ano anterior) e (ii) menor geração de Fluxo de Caixa Operacional, explicado acima.

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	2T21	Var.	1S22	1S21	Var.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>66.022</b>	<b>60.054</b>	<b>9,9%</b>	<b>118.058</b>	<b>103.550</b>	<b>14,0%</b>
Resultado Não Recorrente	(1.570)	(3.804)	(58,7%)	(3.571)	(6.648)	(46,3%)
Imposto de Renda (34% x EBIT)	(9.120)	(13.257)	(31,2%)	(14.106)	(21.668)	(34,9%)
<b>Recursos da Operação</b>	<b>55.332</b>	<b>42.993</b>	<b>28,7%</b>	<b>100.381</b>	<b>75.234</b>	<b>33,4%</b>
Contas a Receber	(24.298)	(22.494)	8,0%	(38.236)	(41.358)	(7,5%)
Estoques	(8.482)	(20.106)	(57,8%)	(57.196)	(49.178)	16,3%
Fornecedores	(9.571)	9.750	n/a	(36.880)	36.383	n/a
Outros Ativos/Passivos	(9.999)	3.003	n/a	(28.991)	(9.085)	219,1%
<b>Fluxo Caixa Operacional</b>	<b>2.982</b>	<b>13.147</b>	<b>(77,3%)</b>	<b>(60.922)</b>	<b>11.996</b>	<b>(607,8%)</b>
<b>Fluxo de Caixa de Investimentos</b>	<b>(82.290)</b>	<b>(61.314)</b>	<b>34,2%</b>	<b>(159.037)</b>	<b>(108.103)</b>	<b>47,1%</b>
<b>Fluxo de Caixa de Financiamento</b>	<b>(26.890)</b>	<b>(90.412)</b>	<b>(70,3%)</b>	<b>(76.013)</b>	<b>(125.008)</b>	<b>(39,2%)</b>
Captação de empréstimos e financiamentos	-	-	n/a	-	0	n/a
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(25.463)	(74.010)	(65,6%)	(80.900)	(129.019)	(37,3%)
Aumento de capital	-	-	n/a	1.149	21.791	(94,7%)
Pagamento de dividendos	(6.965)	(13.865)	(49,8%)	(6.965)	(13.865)	(49,8%)
Outros	5.538	(2.537)	n/a	10.703	(3.915)	n/a
<b>Geração de Fluxo de Caixa</b>	<b>(106.198)</b>	<b>(138.579)</b>	<b>(23,4%)</b>	<b>(295.972)</b>	<b>(221.115)</b>	<b>33,9%</b>
Aplicações Financeiras	630	12.063	(94,8%)	14.657	12.063	21,5%
<b>Fluxo de Caixa Líquido</b>	<b>(105.568)</b>	<b>(126.516)</b>	<b>(16,6%)</b>	<b>(281.315)</b>	<b>(209.052)</b>	<b>34,6%</b>

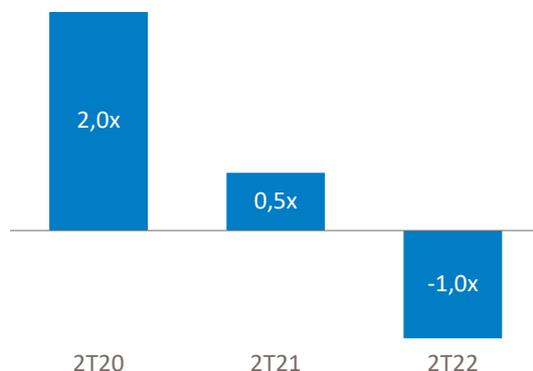
## Endividamento

A Companhia preza pela disciplina no que se refere a sua estrutura de capital, mesmo diante da aceleração de sua estratégia de expansão. No 2T21, a relação Dívida Líquida sobre EBITDA Ajustado era de 0,5x. Com os recursos do *follow-on*, realizado em novembro de 2021, a Companhia elevou o seu Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras para R\$392,4 milhões, levando a uma posição Caixa Líquido de R\$246,7 milhões ao final do 2T22. Vale ressaltar que estarmos capitalizados nos traz uma vantagem competitiva, garantindo (i) a execução do plano de expansão de lojas Petz com 50 lojas previstas para 2022, (ii) investimentos adicionais em tecnologia, logística e, não menos importante, (iii) o reforço tático dos estoques e a consequente disponibilidade de produtos recorrentes superior à concorrência, que certamente contribui para acelerar o processo de captura de market share em um segmento Pet ainda extremamente fragmentado.

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	2T21	Var.
<b>Dívida Bruta</b>	<b>145.681</b>	<b>369.065</b>	<b>(60,5%)</b>
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	95.261	223.860	(57,4%)
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	50.420	145.205	(65,3%)
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>392.385</b>	<b>266.953</b>	<b>47,0%</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	392.357	234.705	67,2%
Aplicações Financeiras	28	32.248	(99,9%)
<b>Dívida Líquida</b>	<b>(246.704)</b>	<b>102.112</b>	<b>(341,6%)</b>
EBITDA Ajustado (Últimos 12 meses)	256.148	197.429	29,7%
<i>Dívida Líquida/EBITDA Ajustado (Últimos 12 meses)</i>	<i>(1,0x)</i>	<i>0,5x</i>	<i>(1,5x)</i>

## Alavancagem Grupo Petz

Dívida Líquida/EBITDA Ajustado 12M



## Investimentos

Os Investimentos Totais somaram R\$83,8 milhões no 2T22, crescimento de 37,6% a/a. Em linha com nossa estratégia de expansão, R\$49,5 milhões foram investidos na construção de novas lojas e hospitais, uma evolução de 28,0% a/a, impulsionados pela maior abertura de lojas (9 aberturas no 2T22 vs. 7 no 2T21).

Investimos R\$15,1 milhões em Tecnologia e Digital no 2T22 (+19,6% a/a) com o objetivo de (i) integrar as plataformas com sistemas internos e e-commerce; (ii) melhorar a navegabilidade e experiência de compra dos nossos clientes, especialmente nos aplicativos; e (iii) otimizar o PDV frente de caixa com maior produtividade.

Reformas, Manutenção e Outros, totalizaram R\$19,2 milhões no 2T22, o que representa uma evolução de 99,9% a/a. Esse aumento se deve principalmente (i) consolidação do capex das empresas adquiridas (Zee Dog e Cansei de Ser Gato); (ii) novo CD em Goiás; e (iii) manutenção do nosso parque de lojas.

Grupo Petz	2T22	2T21	Var.	1S22	1S21	Var.
R\$ mil, exceto quando indicado						
Novas Lojas e Hospitais	49.506	38.672	28,0%	98.842	69.663	41,9%
Tecnologia e Digital	15.140	12.662	19,6%	25.780	22.844	12,9%
Reformas, Manutenção e Outros	19.194	9.604	99,9%	24.040	14.602	64,6%
<b>Investimentos Totais</b>	<b>83.840</b>	<b>60.939</b>	<b>37,6%</b>	<b>148.663</b>	<b>107.109</b>	<b>38,8%</b>
Efeito Não Caixa	(1.908)	375	n/a	10.016	994	907,6%
<b>Fluxo de Caixa do Imobilizado e Intangível</b>	<b>81.932</b>	<b>61.314</b>	<b>33,6%</b>	<b>158.679</b>	<b>108.103</b>	<b>46,8%</b>

## Balço Patrimonial

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	1T22	4T21	3T21	2T21
<b>ATIVO</b>					
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.193.089</b>	<b>1.257.682</b>	<b>1.363.903</b>	<b>695.338</b>	<b>762.013</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	392.357	497.925	673.672	144.846	234.705
Aplicações Financeiras	28	658	14.532	17.015	32.248
Contas a Receber	290.715	269.749	259.605	210.873	202.221
Estoques	391.720	383.238	334.524	262.419	234.878
Impostos e contribuições a recuperar	95.094	81.505	68.193	41.811	39.986
Outros Créditos	23.175	24.607	13.377	18.374	17.975
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>1.344.751</b>	<b>1.294.958</b>	<b>1.252.439</b>	<b>604.493</b>	<b>541.814</b>
Outros Créditos - LP	19.296	17.509	16.033	6.026	4.932
Impostos e contribuições a Recuperar - LP	3.198	3.798	3.760	2.182	1.847
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	14.083	19.711	15.477	9.922	5.686
Imobilizado	671.474	627.386	592.996	507.291	460.286
Intangível	636.700	626.554	624.173	79.072	69.063
Investimentos	-	-	-	-	-
<b>Total do Ativo</b>	<b>2.537.840</b>	<b>2.552.640</b>	<b>2.616.342</b>	<b>1.299.831</b>	<b>1.303.827</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>Passivo Circulante</b>	<b>534.571</b>	<b>556.574</b>	<b>619.762</b>	<b>549.715</b>	<b>562.918</b>
Fornecedores	284.692	295.720	339.433	252.960	231.040
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	95.261	96.866	128.268	174.471	223.860
Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias	73.903	84.686	74.957	68.060	55.670
Obrigações Tributárias	32.164	29.020	27.543	28.120	26.419
Dividendos a Pagar	13.851	17.816	17.816	4.514	4.521
Contas a pagar pela aquisição de controladas	5.588	5.857	5.684	320	-
Outras Obrigações	26.078	23.783	22.725	18.638	18.423
Programa de fidelização	3.034	2.826	3.336	2.632	2.985
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>148.657</b>	<b>169.965</b>	<b>191.103</b>	<b>123.886</b>	<b>146.536</b>
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	50.420	74.116	97.813	121.509	145.205
Contas a pagar pela aquisição de controladas	90.549	88.478	86.041	1.180	-
Outras Obrigações	1.200	1.293	1.073	-	-
Provisão para riscos cíveis e trabalhistas	6.488	6.078	6.176	1.197	1.331
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>1.854.612</b>	<b>1.826.101</b>	<b>1.805.477</b>	<b>626.230</b>	<b>594.373</b>
Capital Social	1.724.259	1.724.259	1.578.065	409.041	409.041
Reserva de Capital	39.505	39.505	39.505	54.639	54.639
Reserva para Opção Outorgadas	30.542	22.672	14.856	7.039	1.818
Reserva Especial de Ágio	24.825	24.825	24.825	24.825	24.825
Ajuste de avaliação patrimonial	(145.045)	(146.859)	-	-	-
Reserva de Lucros	180.526	161.699	148.226	130.686	104.050
<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>2.537.840</b>	<b>2.552.640</b>	<b>2.616.342</b>	<b>1.299.831</b>	<b>1.303.827</b>

## Fluxo de Caixa – Método Indireto

Grupo Petz	2T22	2T21	1S22	1S21
R\$ mil, exceto quando indicado				
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>8.520</b>	<b>10.610</b>	<b>(49.246)</b>	<b>8.081</b>
Lucro Antes de Imposto de Renda	31.697	35.122	51.428	55.993
Efeito ressarcimento tributário CAT-42	-	(3.837)	-	(7.182)
Depreciação & Amortização	29.823	20.464	57.443	39.578
Provisão para perdas nos estoques	1.708	1.553	3.555	4.196
Opções outorgadas reconhecidas	7.870	32	15.686	64
Juros sobre empréstimos e financiamentos	5.285	5.387	11.299	10.309
Baixa do imobilizado	-	667	1	845
Programa de fidelização	208	340	(302)	(29)
Provisão para riscos cíveis e trabalhistas	411	2	313	(353)
Rendimento de aplicações financeiras	-	(338)	(153)	(549)
Atualização monetária sobre imposto de renda e da contribuição social	2.160	-	4.769	-
Atualização de contas a pagar por aquisição de empresas	-	-	-	-
Depreciação de reembolso de benfeitorias	(66)	(66)	(132)	(132)
<b>Variação no Capital de Giro</b>	<b>(70.576)</b>	<b>(48.716)</b>	<b>(193.153)</b>	<b>(94.659)</b>
ATIVO				
Contas a Receber	(24.298)	(22.494)	(38.236)	(41.358)
Estoques	(10.190)	(21.659)	(60.751)	(53.374)
Impostos e contribuições a recuperar	(13.168)	(2.052)	(28.030)	626
Outros Créditos	738	(1.835)	(13.765)	(6.672)
PASSIVO				
Fornecedores	(9.571)	9.750	(36.880)	36.383
Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias	(10.784)	(6.864)	(1.055)	1.954
Obrigações Tributárias	6.847	2.346	5.843	(16.395)
Contas a pagar	1.226	3.069	4.503	1.835
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(6.253)	(3.944)	(13.983)	(9.088)
Juros Pagos Sobre Empréstimos e Financiamentos	(5.123)	(5.033)	(10.799)	(8.570)
<b>Fluxo de Caixa de Investimento</b>	<b>(81.660)</b>	<b>(49.251)</b>	<b>(144.380)</b>	<b>(96.040)</b>
Aplicações Financeiras	630	12.063	14.657	12.063
Investimentos	(358)	-	(358)	-
Aquisição de imobilizado e intangível	(81.932)	(61.314)	(158.679)	(108.103)
<b>Fluxo de Caixa de Financiamento</b>	<b>(32.428)</b>	<b>(87.875)</b>	<b>(87.689)</b>	<b>(121.093)</b>
Captação de empréstimos e financiamentos	-	-	-	-
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(25.463)	(74.010)	(80.900)	(129.019)
Aumento de capital	-	-	1.149	21.791
Custos de transação na emissão de ações pagos	-	-	(973)	-
Pagamento de dividendos	(6.965)	(13.865)	(6.965)	(13.865)
<b>Fluxo de Caixa Líquido</b>	<b>(105.568)</b>	<b>(126.516)</b>	<b>(281.315)</b>	<b>(209.052)</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa no Início do Período	497.925	361.221	673.672	443.757
Caixa e Equivalentes de Caixa no Fim do Período	392.357	234.705	392.357	234.705

## Anexo I: Impacto IFRS 16 – Demonstração do Resultado do Exercício

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22		Var.
	IAS 17	IFRS 16	
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados</b>	<b>800.718</b>	<b>800.718</b>	-
Impostos e Outras Deduções	(126.417)	(126.417)	-
<b>Receita Líquida de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados</b>	<b>674.301</b>	<b>674.301</b>	-
Custo das Mercadorias Vendidas e dos Serviços Prestados	(346.957)	(346.957)	-
<b>Lucro Bruto</b>	<b>327.344</b>	<b>327.344</b>	-
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(300.520)</b>	<b>(288.971)</b>	<b>(11.549)</b>
Com Vendas	(215.045)	(204.991)	(10.054)
Gerais & Administrativas	(70.182)	(68.951)	(1.231)
Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas	(15.293)	(15.029)	(264)
<b>Lucro Operacional Antes do Resultado Financeiro</b>	<b>26.824</b>	<b>38.373</b>	<b>(11.549)</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>4.873</b>	<b>(15.190)</b>	<b>20.063</b>
Receitas Financeiras	13.833	13.833	-
Despesas Financeiras	(8.960)	(29.023)	20.063
<b>Lucro Antes do IR e da Contribuição Social</b>	<b>31.697</b>	<b>23.183</b>	<b>8.514</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(5.660)	(2.716)	(2.944)
<b>Lucro Líquido do Exercício</b>	<b>26.037</b>	<b>20.467</b>	<b>5.570</b>

## Anexo II: Reconciliação EBITDA – Demonstrações Financeiras vs. EBITDA Ajustado

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22	2T21	1S22	1S21
<b>Lucro Antes do Resultado Financeiro (EBIT)</b>	<b>38.372</b>	<b>42.918</b>	<b>63.016</b>	<b>70.817</b>
(+) Depreciação & Amortização	29.757	20.398	57.311	39.446
(+) Depreciação - Direito de Uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16)	34.290	24.548	66.896	47.535
<b>EBITDA</b>	<b>102.419</b>	<b>87.864</b>	<b>187.223</b>	<b>157.798</b>
(+) Despesas de Aluguel	(45.671)	(32.097)	(88.258)	(61.588)
<b>EBITDA ex./ IFRS 16</b>	<b>56.748</b>	<b>55.767</b>	<b>98.965</b>	<b>96.210</b>
(-) Plano de Opção de Compra de Ações	7.870	32	15.686	64
(-) Baixa de Imobilizado	-	667	1	845
(-) Baixa de direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16)	(166)	(217)	(166)	(217)
(-) Efeito CAT 42	-	3.837	-	7.182
<b>(-) Resultado Não Recorrente</b>	<b>1.570</b>	<b>(33)</b>	<b>3.571</b>	<b>(534)</b>
(-) Receitas Não Recorrentes	-	(2.999)	-	(5.597)
(-) Despesas Não Recorrentes	1.570	2.966	3.571	5.063
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>66.022</b>	<b>60.053</b>	<b>118.057</b>	<b>103.550</b>

Anexo III: Impacto IFRS 16 – Balanço Patrimonial

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22		Var.
	IAS 17	IFRS 16	
<b>ATIVO</b>			
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.193.089</b>	<b>1.191.889</b>	<b>1.200</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	392.357	392.357	-
Aplicações Financeiras	28	28	-
Contas a Receber	290.715	290.715	-
Estoques	391.720	391.720	-
Impostos e contribuições a recuperar	95.094	95.094	-
Outros Créditos	23.175	21.975	1.200
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>1.344.751</b>	<b>2.273.141</b>	<b>(928.390)</b>
Outros Créditos – LP	19.296	19.296	-
Impostos e contribuições a recuperar	3.198	3.198	-
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	14.083	43.934	(29.851)
Imobilizado	671.474	1.583.051	(911.577)
Intangível	636.700	623.662	13.038
<b>Total do Ativo</b>	<b>2.537.840</b>	<b>3.465.030</b>	<b>(927.190)</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>			
<b>Passivo Circulante</b>	<b>534.571</b>	<b>626.521</b>	<b>(91.950)</b>
Fornecedores	284.692	284.692	-
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	95.261	95.261	-
Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias	73.903	73.903	-
Obrigações Tributárias	32.164	32.164	-
Dividendos a Pagar	13.851	13.851	-
Contas a pagar pela aquisição de controladas	5.588	5.588	-
Outras Obrigações	26.078	8.310	17.768
Programa de fidelização	3.034	3.034	-
Arrendamentos Direito de Uso a Pagar (IFRS 16)	-	109.718	(109.718)
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>148.657</b>	<b>1.042.402</b>	<b>(893.745)</b>
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures - NC	50.420	50.420	-
Contas a pagar pela aquisição de controladas	90.549	90.549	-
Outras Obrigações	1.200	1.200	-
Provisão de Risco Cíveis, Trabalhistas e Tributários	6.488	6.488	-
Arrendamentos Direito de Uso a Pagar (IFRS 16)	-	893.745	(893.745)
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>1.854.612</b>	<b>1.796.107</b>	<b>58.505</b>
Capital Social	1.724.259	1.724.259	-
Reserva de Capital	39.505	39.505	-
Reserva para Opção Outorgadas	30.542	30.542	-
Reserva Especial de Ágio	24.825	24.825	-
Ajuste de avaliação patrimonial	(145.045)	(145.045)	-
Reserva de Lucros	180.526	122.021	58.505
<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>2.537.840</b>	<b>3.465.030</b>	<b>(927.190)</b>

## Anexo IV: Impacto IFRS 16 – Fluxo de Caixa

Grupo Petz R\$ mil, exceto quando indicado	2T22		Var.
	IAS 17	IFRS 16	
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>8.520</b>	<b>46.418</b>	<b>(37.898)</b>
Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	31.697	23.183	8.514
Depreciação e Amortização	29.823	29.823	-
Depreciação - direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16)	-	34.290	(34.290)
Despesa de juros - direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16)	-	21.617	(21.617)
Provisão para perdas nos estoques	1.708	1.708	-
Opções outorgadas reconhecidas	7.870	7.870	-
Juros sobre empréstimos e financiamentos	5.285	5.285	-
Baixa do imobilizado	-	-	-
Baixa de direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16)	-	(166)	166
Programa de fidelização	208	208	-
Provisão para riscos cíveis e trabalhistas	411	411	-
Rendimento de aplicações financeiras	-	-	-
Atualização monetária sobre imposto de renda e da contribuição social	2.160	2.160	-
Atualização de contas a pagar por aquisição de empresas	-	-	-
Reembolso de benfeitorias	(66)	(66)	-
<b>ATIVO</b>			
Contas a Receber	(24.298)	(24.298)	-
Estoques	(10.190)	(10.190)	-
Impostos e contribuições a recuperar	(13.168)	(13.168)	-
Outros Créditos	738	738	-
<b>PASSIVO</b>			
Fornecedores	(9.571)	(9.571)	-
Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias	(10.784)	(10.784)	-
Obrigações Tributárias	6.847	6.847	-
Contas a pagar	1.226	(631)	1.857
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(6.253)	(6.253)	-
Juros Pagos Sobre Empréstimos e Financiamentos	(5.123)	(5.123)	-
Juros pagos sobre direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16)	-	(7.472)	7.472
<b>Fluxo de Caixa de Investimento</b>	<b>(81.660)</b>	<b>(81.660)</b>	<b>-</b>
Aplicações Financeiras	630	630	-
Investimentos	(358)	(358)	-
Aquisição de imobilizado e intangível	(81.932)	(81.932)	-
<b>Fluxo de Caixa de Financiamento</b>	<b>(32.428)</b>	<b>(70.326)</b>	<b>37.898</b>
Captção de Dívida	-	-	-
Pagamento de empréstimos e financiamentos	(25.463)	(25.463)	-
Aumento de capital	-	-	-
Custos de transação na emissão de ações pagos	-	-	-
Pagamento de dividendos	(6.965)	(6.965)	-
Pagamento de direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16)	-	(37.898)	37.898
<b>Fluxo de Caixa Líquido</b>	<b>(105.568)</b>	<b>(105.568)</b>	<b>-</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa no Início do Período	497.925	497.925	-
Caixa e Equivalentes de Caixa no Fim do Período	392.357	392.357	-

## Glossário

### Dados Operacionais Petz “Standalone”

Petz “Standalone” referem-se às métricas da Petz, incluindo as adquiridas Cansei de Ser Gato e Cão Cidadão (exceto quando indicado).

- **Same-Store-Sales (SSS)** - O SSS considera (i) vendas das lojas físicas com mais de 12 meses, sejam essas vendas de produtos ou serviços, (ii) vendas *Omnichannel* (*Pick-up* e *Ship from Store*) das lojas físicas com mais de 12 meses e (iii) vendas do *E-commerce* (venda expedida do CD diretamente para o cliente final).
- **Receita Bruta Digital** – A Receita Bruta Digital considera todas as vendas originadas no site e aplicativo da Petz, além das vendas em *marketplaces* e *super Apps* parceiros.
- **Vendas Omnichannel** – As Vendas *Omnichannel* consideram todas as vendas *Pick-up* e *Ship from Store* da Petz.
- **Pick-up** – O *Pick-up* considera aquelas vendas que são feitas pelo canal digital, mas que o cliente opta por retirar nas lojas físicas.
- **Ship from Store** – O *Ship from Store* considera as vendas feitas pelo canal digital e entregues na casa do cliente, saindo de qualquer uma de nossas lojas físicas.
- **Índice Omnichannel** – O Índice *Omnichannel* considera as Vendas *Omnichannel* Petz como um % da Receita Bruta Digital Petz.
- **Vendas E-commerce** – As Vendas *E-commerce* consideram todas as vendas expedidas do CD diretamente para o cliente final.
- **Categoria Alimento** – A Categoria Alimento considera produtos como: rações prescritas, super premium, premium e standard, rações úmidas, petiscos, entre outros.
- **Categoria Não-Alimento** – A Categoria Não-Alimento considera produtos como: acessórios, produto de higiene & limpeza, medicamentos, entre outros.

### Medições Não Contábeis

- **EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada** - O EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) ou LAJIDA (Lucros Antes de Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações) é uma medição não contábil divulgada pela Companhia em consonância com a Instrução CVM nº 527/12. A partir do cálculo acima, é realizado o ajuste para eliminação de efeitos não recorrentes no resultado e, para melhor comparabilidade, exclui-se também o efeito da adoção do CPC06/IFRS16, que entrou em vigor em 1 de janeiro de 2019, os ajustes geram o EBITDA Ajustado. Efeitos não recorrentes são caracterizados por efeitos pontuais que acontecem no resultado da Companhia. Por estes montantes não fazerem parte recorrente do resultado, a Companhia opta em realizar o ajuste para que no “EBITDA Ajustado” apareçam apenas números recorrentes. A Companhia utiliza o EBITDA Ajustado como medida de performance para efeito gerencial e para comparação com empresas similares.
- **Dívida Líquida** - A Dívida Líquida aqui apresentada é resultante do somatório dos empréstimos de curto e longo prazos presentes no Passivo Circulante e no Passivo Não Circulante da Companhia subtraídos da soma de Caixa e Equivalentes de Caixa com Títulos e Valores Mobiliários presentes no Ativo Circulante e no Ativo Não Circulante da Companhia.
- Companhia entende que o **Índice de Dívida Líquida/EBITDA Ajustado** auxilia na avaliação da alavancagem e liquidez. O **EBITDA Ajustado** (Últimos 12 meses) é a somatória dos últimos 12 meses (Last Twelve Months EBITDA) e também representa uma alternativa da geração operacional de caixa.
- O **EBITDA Ajustado, Lucro Líquido Ajustado, Dívida Líquida**, indicador **Dívida Líquida/EBITDA Ajustado LTM e Geração de Caixa Operacional** apresentadas neste documento não são medidas de lucro em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil e não representa os fluxos de caixa dos períodos apresentados e, portanto, não é uma medida alternativa aos resultados ou fluxos de caixa.
- **Geração de Caixa Operacional** aqui apresentada é uma medição gerencial, resultante do fluxo de caixa de atividades operacionais apresentados na Demonstração de Fluxo de Caixa (DFC), ajustada pelo “Arrendamento do direito de uso”, que a partir de adoção do CPC06/IFRS16 passou a ser contabilizado na DFC, como atividade de financiamento.

## 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.

## Contatos Relações com Investidores

**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

**André Alckmin**, Estagiário de RI/ESG

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

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

+55 (11) 3434 7181