

Resultados 4T21

Videoconferência

17 de março de 2022 (quinta-feira)

10h Brasília | 9h EST | 13h GMT

Português

Tel.: +55 11 4090-1621

Tel.: +55 11 3181-8565

Senha: Petz

[Webcast](#)

Inglês (Tradução Simultânea)

Tel.: +1 (412) 717-9627

Tel.: +1 (844) 204-8942 (toll free)

Senha: Petz

[Webcast](#)

Ecosistema Grupo Petz



São Paulo, 16 de março de 2022 – A Pet Center Comércio e Participações S.A. (“Petz” ou “Companhia”) (B3: PETZ3) anuncia seus resultados do quarto trimestre de 2021 (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 4T21 pode ser encontrada nas páginas 24-26.

Destaques | 4T21 (2021)

- **Lojas¹**: 168 unidades, com 15 inaugurações no 4T21 (37 aberturas em 2021)
- **Centro Veterinário Seres**: 132 unidades, das quais 14 hospitais (2 inaugurações no 4T21 e 4 em 2021)
- **Receita Bruta Total (RBT)**: R\$694,4mm; +32,3% a/a no 4T21 (R\$2,5bn em 2021; +44,8% a/a)
- **Receita Bruta Digital (RBD)**: R\$214,5mm; +57,1% a/a; 30,9% da RBT; Índice Omnichannel de 89,1% da RBD no 4T21 (R\$750,0mm em 2021; +89,6% a/a; 30,3% da RBT)
- **Same-Store-Sales (SSS)²**: +16,9% a/a no 4T21 (+26,1% em 2021)
- **Lucro Bruto³**: R\$298,2mm; +40,0% a/a; 42,9% da RBT no 4T21 (R\$1,0bn em 2021; +46,1% a/a; 41,0% da RBT)
- **EBITDA Ajustado**: R\$65,6mm⁴; +39,4% a/a; 9,4% da RBT no 4T21 (R\$241,6mm em 2021; +50,3% a/a; 9,8% da RBT)
- **Lucro Líquido⁵**: R\$31,9mm; +16,2% a/a; 4,6% da RBT no 4T21 (R\$91,6mm em 2021; +23,5% a/a; 3,7% da RBT). Excluindo itens não recorrentes, o crescimento no 4T21 foi de +27,8% a/a (+63,1% a/a em 2021).

B3: PETZ3

R\$17,87

Por ação

459.940.195

Total de Ações

R\$8,2 bilhões

Valor de Mercado

Contatos de RI

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

ri@petz.com.br

+55 (11) 3434-6400

Dados de 16 de março de 2022

Resumo do Resultado e Indicadores

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | Var. | 2021 | 2020 | Var. |
|--|---------------------|---------|------------|-----------|-----------|-----------|
| Resultados Financeiros | | | | | | |
| Receita Bruta Total | 694.447 | 524.962 | 32,3% | 2.471.532 | 1.706.729 | 44,8% |
| Same-Store-Sale (SSS) ² % a/a | 16,9% | 36,8% | (20,0 p.p) | 26,1% | 26,5% | (0,4 p.p) |
| Receita Bruta Digital | 214.501 | 136.552 | 57,1% | 750.024 | 395.634 | 89,6% |
| Penetração Digital (% Receita Bruta Total) | 30,9% | 26,0% | 4,9 p.p. | 30,3% | 23,2% | 7,2 p.p. |
| Índice Omnichannel (% Receita Bruta Digital) | 89,1% | 83,8% | 5,3 p.p. | 86,9% | 79,8% | 7,1 p.p. |
| Lucro Bruto ³ | 298.247 | 213.107 | 40,0% | 1.012.867 | 693.506 | 46,1% |
| % Receita Bruta Total | 42,9% | 40,6% | 2,4 p.p. | 41,0% | 40,6% | 0,3 p.p. |
| EBITDA Ajustado | 65.552 ⁴ | 47.039 | 39,4% | 241.641 | 160.749 | 50,3% |
| % Receita Bruta Total | 9,4% | 9,0% | 0,5 p.p. | 9,8% | 9,4% | 0,4 p.p. |
| Lucro Líquido ⁵ | 31.863 | 27.417 | 16,2% | 91.613 | 74.196 | 23,5% |
| % Receita Bruta Total | 4,6% | 5,2% | (0,6 p.p) | 3,7% | 4,3% | (0,6 p.p) |
| Indicadores Operacionais | | | | | | |
| Número de Lojas ¹ | 168 | 133 | 35 | 168 | 133 | 35 |
| Número de Inaugurações | 15 | 13 | 2 | 37 | 28 | 9 |
| Área de Lojas (m ²) | 165.172 | 142.074 | 23.098 | 165.172 | 142.074 | 23.098 |
| Presença em Unidades Federativas (UFs) | 19 | 16 | 3 | 19 | 16 | 3 |
| Centros Veterinários Seres | 132 | 114 | 18 | 132 | 114 | 18 |

¹ 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.

² O SSS inclui (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 (vendas expedidas do CD diretamente para o cliente final).

³ Inclui impactos do ano de 2021 relacionados ao processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42. Considerando apenas o efeito recorrente do 4T21, o Lucro Bruto Ajustado seria R\$285,7 milhões, com uma margem de 41,1% (uma expansão de +0,5 p.p. a/a) - detalhes na página 14.

⁴ Não considera o efeito do IFRS 16 e não inclui resultado de natureza não recorrente dos 9M21 relacionados ao processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42 (detalhes na página 14), além das despesas não caixa de baixa de imobilizado e plano de opção de compra de ações ("SOP").

⁵ Não considera o efeito do IFRS 16, portanto não deve ser usado como referência para base de cálculo de dividendos. Detalhes sobre os efeitos não recorrentes na página 18.

Mensagem da Administração

2021: uma nova visão estratégica e o foco na construção de um ecossistema completo, confiável e integrado como diferencial competitivo de longo prazo

Desde a abertura de capital em setembro de 2020, o **Grupo Petz** vem consolidando ainda mais a sua posição de **destaque e referência no Brasil e no mundo quando o assunto é omnicanalidade no setor de varejo** - resultado de um projeto que se iniciou em 2015 com os primeiros investimentos na plataforma *Omnichannel*. Essa estratégia, com execução sempre em busca da excelência, foi estruturada com base em três pilares: (i) processos bem definidos e gestão de indicadores; (ii) uso de tecnologia; e (iii) cultura organizacional - resultando, dentre outros fatores, em alta assertividade de estoque e baixos níveis de ruptura. Assim, essas foram fundações necessárias para criar **uma equação única de valor: elevado nível de serviço e baixo custo de servir**. Sendo assim, continuamos a evoluir nessa frente com o objetivo de oferecer uma visão integrada não só entre canais (físico e digital) e segmentos (produtos e serviços), mas também através de uma **experiência omni** - reflexo de uma transformação digital que abrange as mais diversas áreas da Companhia, do *back-office* ao *front*, e extrapola para a interação com pets e tutores. Contudo, acreditamos que as **vantagens competitivas que nos trouxeram até a liderança absoluta no segmento Pet não necessariamente são as mesmas que nos manterão nessa posição no longo prazo**.

Nesse sentido, 2021 ficou marcado como o início de um novo ciclo estratégico para o Grupo Petz. Ser **“mundialmente reconhecido como o melhor ecossistema do segmento Pet até 2025”** reflete a nossa ambição de ser uma plataforma completa, confiável e, principalmente, integrada para **oferecer o que há de melhor para pets e tutores nos mais diferentes pontos de contato e jornadas de compra**. O caminho a ser trilhado para aumentar os nossos diferenciais competitivos ao longo dos próximos anos inclui a evolução do conceito de uma varejista tradicional para um **ecossistema de marcas e produtos desejados, disponíveis em lojas (físicas ou online) com experiência diferenciada e forte “sentimento de comunidade”, além de uma oferta ampla de serviços de excelente qualidade**.

Nesse contexto, o ano também será lembrado pela aceleração do processo de construção do nosso ecossistema através de aquisições. Anunciamos **três movimentos estratégicos (e complementares)** - Cansei de Ser Gato (CDSG), Zee.Dog e Cão Cidadão/Alexandre Rossi - para oferecer uma experiência cada vez mais única e integrada para todos os *stakeholders*. Adicionalmente, em janeiro de 2022, anunciamos a aquisição da Petix¹, que se encaixa perfeitamente no que buscamos ao selecionar potenciais *targets*: **empresas líderes em seus respectivos segmentos de atuação e que ofereçam um diferencial competitivo muito claro na perspectiva dos clientes**, para o bem-estar e experiência dos pets e seus tutores. Estamos trazendo o que há de mais inovador e diferenciado no segmento, **incluindo empreendedores e modelos de negócios com competências chave que se tornarão vantagens competitivas fundamentais para consolidar e ampliar nossa posição de liderança no segmento Pet, além de aumentar a barreira de entrada para novos *players* no setor**.

Realizamos em novembro o **primeiro *follow-on* da história do Grupo Petz, através do qual levantamos cerca de R\$780 milhões** para reforçar a nossa posição de caixa. Mesmo diante de um cenário de volatilidade no mercado de capitais, a transação foi muito bem-sucedida - sendo uma das ofertas prioritárias com o maior *ratio* de exercício por parte dos atuais acionistas na história da B3, que demonstra a confiança por parte dos investidores no que foi feito até o momento (em termos da execução da estratégia compartilhada na época do IPO) e corrobora as sólidas perspectivas futuras de crescimento para a Companhia.

Em termos de resultados, entregamos um crescimento expressivo em 2021, acima das nossas expectativas, apesar das adversidades enfrentadas ao longo de um ano bastante desafiador. Essa performance foi um reflexo da expansão acelerada e consistente de lojas físicas (recorde de 37 inaugurações e 4 novos hospitais “Seres”), mas principalmente em função da evolução das vendas do Digital, o que reforça nosso diferencial competitivo através de uma plataforma

¹ Conclusão da transação ainda sujeita a condições precedentes e aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

Omnichannel. Fechamos o ano com um **faturamento de cerca de R\$2,5 bilhões - crescimento de 45% vs. 2020 e +2x vs. 2019. O Digital representou cerca de R\$750 milhões - crescimento de cerca de 90% a/a**, ou mais de 30% do faturamento total (vs. 23% em 2020). Importante mencionar que essa evolução do faturamento consolidado também representa **um incremento orgânico de mais de R\$760 milhões vs. 2020, ou seja, crescemos em apenas um ano praticamente o equivalente ao faturamento do terceiro maior player do segmento Pet no Brasil**. Dessa forma, consolidamos a nossa posição de liderança no segmento atingindo cerca de 7,5% de *market share* (incremento de +1,5 p.p. a/a), de acordo com os dados da Euromonitor².

2022: “o ano das integrações” e a hora de acelerar!

Estruturamos a agenda estratégica 2022 do Grupo Petz com **três principais prioridades: (i) integração das empresas adquiridas; (ii) expansão de varejo, com novo *guidance* recorde de abertura de 50 lojas; e (iii) ampliação da oferta de serviços, principalmente em saúde pet**.

O Grupo Petz, que em seus quase 20 anos de história sempre havia crescido de maneira orgânica, **definiu 2022 como “o ano das integrações”**. Nesse contexto, nosso objetivo é integrar da maneira correta, buscando o melhor equilíbrio entre qualidade e velocidade ao longo do processo. Isso porque **extrair o melhor de cada companhia adquirida exige foco, dedicação, processos e sistemas**. Aliar governança e controle com a obtenção de sinergias - sejam elas de receita ou de custo/despesa - é fundamental e o nosso desafio (e compromisso) é monetizar isso, criando valor no longo prazo sem alterar a essência, autonomia e cultura das nossas investidas.

Outra grande prioridade para 2022 é o plano de expansão de lojas. Ao final de 2021 anunciamos o *guidance*³ de abertura de 50 unidades para o ano, que representa uma aceleração frente aos patamares discutidos na época do IPO. Essa decisão foi um resultado da consistência dos retornos financeiros obtidos e, principalmente, da evolução e baixa dispersão do NPS (*Net Promoter Score*) entre as lojas das mais diversas cidades e regiões do país - que por sua vez demonstra a qualidade da nossa operação e execução de varejo. Com isso, continuamos a explorar a oportunidade de consolidar o segmento Pet no Brasil - que ainda apresenta grande fragmentação e potencial de crescimento, com foco na estratégia de espalhamento geográfico por todo território nacional, além da vantagem significativa em ser o primeiro *player* a chegar em novas praças.

Na **frente de serviços de saúde pet**, seguimos com o objetivo de ampliar nossa presença em capitais e grandes cidades através da abertura de novos hospitais de excelência, entregando o que há de mais avançado na medicina veterinária por meio de uma estrutura verticalizada que equilibre qualidade técnica e rentabilidade das operações. Conforme já mencionado em outras divulgações de resultados, estamos trabalhando junto a uma consultoria especializada para nos apoiar no mapeamento de mercado, **na estruturação do nosso planejamento no segmento de laboratórios e na criação de nosso plano de saúde pet verticalizado**, para garantir a melhor combinação entre qualidade e preços justos aos tutores. Vale mencionar também o **hub de serviços** - projeto iniciado com a aquisição da Cão Cidadão, que trouxe consigo toda expertise de adestramento - e cujos serviços adjacentes como *pet training*, *dog walker*, *hotel/day care* e *pet sitter* serão adicionados no decorrer dos próximos meses. O Grupo Petz pretende intermediar esses serviços, sendo o responsável pela procedência, qualidade e segurança dos pets. A frente de serviços é estratégica para o Grupo Petz para atender todas as necessidades dos pets e seus tutores, além de representar **uma importante ferramenta de *cross-selling* de produtos e aumento de frequência e recorrência nas lojas físicas e canais digitais**.

Nesse contexto, diante da complexidade e tamanho que o Grupo Petz adquiriu, aproveitamos a oportunidade nesse momento para anunciar a implementação de **uma nova estrutura organizacional**, através da criação de 5 novas vice-presidências: (i) Finanças, Relações com Investidores/ESG e Novos Negócios; (ii) Comercial e Marketing; (iii) Digital e

² Companhia, baseado em *Euromonitor International Limited, Retailing in Brazil 2021*, vendas formais ao consumidor final no varejo, incluindo impostos, em termos correntes.

³ Conforme descrito no Fato Relevante publicado no dia 9 de novembro de 2021 (mais informações na seção 11 do Formulário de Referência da Companhia).

Supply; (iv) Operações e Expansão; e (v) Serviços. Esse movimento tem como objetivo potencializar a execução das principais agendas estratégicas da Companhia, além de proporcionar mais espaço e oportunidades para promoções e meritocracia dentro do Grupo - importante instrumento para retenção de talentos, que são fundamentais para a continuidade e evolução do projeto.

Por fim, mas não menos importante, vale destacar o **início formal de nossa agenda ESG**. Ao longo dos últimos meses, realizamos um trabalho profundo com uma consultoria especializada em sustentabilidade de modo a combinar iniciativas de sucesso e impacto social que já existem (bem-estar animal e produtos com causa através do Adote Petz, parcerias com a Editora MOL e Arredondar) com elementos adicionais que foram considerados prioritários para criar valor para nossos negócios, a sociedade e o planeta.

Em termos operacionais e financeiros, **iniciamos 2022 em linha com nossas expectativas**, ainda que as perspectivas macroeconômicas do país imponham desafios ao ambiente de negócios, considerando as pressões inflacionárias em toda a cadeia de suprimentos e o impacto nos níveis de confiança e renda disponível dos consumidores, além de um cenário de incerteza global em função dos conflitos internacionais recentes. **O segmento de varejo Pet apresentou forte resiliência no Brasil ao longo dos últimos anos, mas não é completamente imune a crises**. Contudo, **o Grupo Petz possui o que chamamos de “dupla resiliência”** em função da nossa proposta de valor diferenciada – crescendo assim constantemente em ritmo mais acelerado do que os concorrentes, em um mercado que continua apresentando taxas elevadas de crescimento. Soma-se a isso um *mix* de produtos concentrado em elementos de forte recorrência e “essencialidade”, como alimentos, farmácia e higiene (80% das vendas).

Seguimos confiantes em nosso trabalho, em nossa estratégia e agradecemos a todos os nossos *stakeholders* pela parceria e confiança depositada ao longo do último ano. Nosso objetivo é poder retribuí-los com foco na operação, resultados sólidos e satisfação máxima de nossos clientes ao longo de 2022.

Sergio Zimmerman

Demonstração do Resultado do Exercício

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | 2021 | 2020 |
|--|-----------------------|------------------|------------------|------------------|
| Receita Bruta de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados | 694.447 | 524.962 | 2.471.532 | 1.706.729 |
| Impostos e Outras Deduções | (102.219) | (83.180) | (374.006) | (269.973) |
| Receita Líquida de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados | 592.228 | 441.782 | 2.097.526 | 1.436.756 |
| Custo das Mercadorias Vendidas e dos Serviços Prestados | (293.981) | (228.675) | (1.084.659) | (743.250) |
| Lucro Bruto | 298.247 | 213.107 | 1.012.867 | 693.506 |
| Receitas (Despesas) Operacionais | (220.130) | (166.068) | (771.226) | (532.757) |
| Com Vendas | (163.910) | (122.445) | (578.514) | (392.617) |
| Gerais & Administrativas | (50.563) | (38.375) | (174.466) | (125.222) |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas | (5.657) | (5.248) | (18.246) | (14.918) |
| Efeito ressarcimento tributário CAT-42 | (12.565) ⁵ | - | - | - |
| EBITDA Ajustado | 65.552 | 47.039 | 241.641 | 160.749 |
| Resultado Não Recorrente | (12.417) | (2.679) | (11.521) | 8.842 |
| Não Recorrente | (12.417) | (2.679) | (11.521) | 9.842 |
| Covid19 | - | - | - | (1.000) |
| Plano de Opção de Compra de Ações | (7.816) | (107) | (13.102) | (283) |
| Baixa de Imobilizado | (20) | (123) | (863) | (174) |
| Efeito ressarcimento tributário CAT-42 | 12.565 ⁵ | - | - | - |
| Depreciação & Amortização | (24.029) | (17.611) | (85.447) | (61.106) |
| Lucro Operacional Antes do Resultado Financeiro | 33.835 | 26.519 | 130.708 | 108.028 |
| Resultado Financeiro | 1.193 | (4.089) | (10.731) | (14.126) |
| Receitas Financeiras | 8.462 | 2.776 | 16.874 | 14.218 |
| Despesas Financeiras | (7.269) | (6.865) | (27.605) | (28.344) |
| Lucro Antes do IR e da Contribuição Social | 35.028 | 22.430 | 119.977 | 93.902 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | (3.165) | 4.987 | (28.364) | (19.706) |
| Lucro Líquido do Exercício | 31.863 | 27.417 | 91.613 | 74.196 |

⁵ Resultado não recorrente referente aos 9M21 relacionados ao processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42, reconhecidos em dezembro de 2021 (detalhes na página 14).

Rede de Lojas e Centros Veterinários Seres

Ao longo do 4T21, inauguramos 15 lojas - um novo recorde trimestral de aberturas para a Companhia e que demonstra a nossa forte capacidade de execução do plano de expansão. Das lojas abertas, 10 estão localizadas fora do estado de São Paulo, o que reforça nossa estratégia de espalhamento geográfico por todo o território nacional. Ao final do 4T21, 44% das unidades estavam localizadas fora de São Paulo - o maior patamar já registrado - e 56% em São Paulo (vs. 39% e 61% no 4T20, respectivamente).

Encerramos o ano de 2021 com 37 aberturas, um novo recorde anual, ligeiramente acima das nossas expectativas iniciais, e que marcou a entrada em 3 novos estados: Tocantins (1 loja em Palmas), Amazonas (1 loja em Manaus) e Alagoas (1 loja em Maceió). Com isso, terminamos o ano com 168 lojas em 19 Unidades Federativas (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.

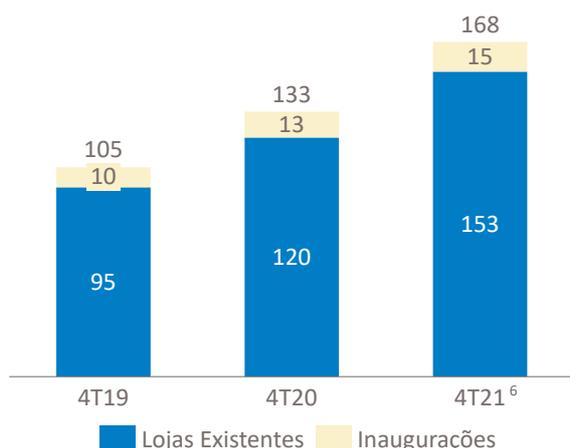
Combinada com a força e robustez da marca, a Petz chega às novas praças com uma proposta de valor única - elevado nível de serviço e baixo custo de servir - em mercados que não necessariamente eram atendidos com o nosso formato de loja, que oferece sortimento completo de produtos, *Omnichannel* integrado e experiência de compra diferenciada.

Cabe destacar que 54% das lojas ainda não completaram o terceiro ano de operação (sendo que 22% ainda estão em seu primeiro ano), ou seja, ainda não atingiram todo o seu potencial esperado de faturamento e rentabilidade. É projetado que esse efeito impacte 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, ou seja, cerca de 30% da base total).

Por fim, em relação à expansão da marca “Seres”, terminamos o 4T21 com 132 Centros Veterinários, sendo 14 hospitais - estes presentes em 9 UFs. No trimestre, foram inaugurados 2 novos hospitais, ambos em São Paulo-SP, 1 na loja Giovanni Gronchi e 1 na loja da Rua Augusta – totalizando um novo recorde de 4 novas unidades no ano de 2021 (somando-se a 1 na loja no bairro da Santa Cecília em São Paulo-SP e 1 em Fortaleza-CE). Adicionalmente, após o 4T21, abrimos em janeiro 1 novo hospital em Brasília-DF – marcando a presença da marca “Seres” em 10 UFs.

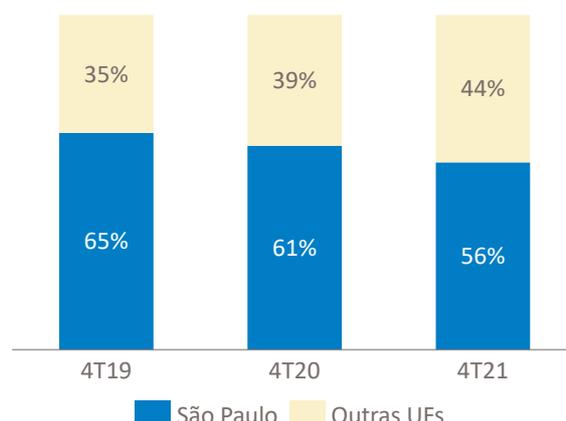
Número de Lojas

Lojas Existentes, Inaugurações



Mix de lojas em São Paulo, Outras UFs

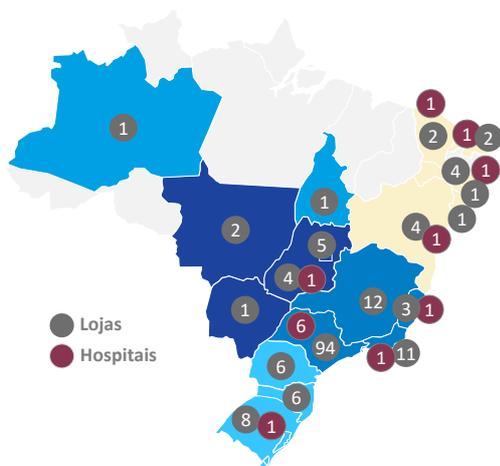
% do total de lojas



⁶ Considera o encerramento das unidades de Convivas na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro e Granja Viana, em Cotia, Grande São Paulo. Mais informações sobre o encerramento dessas operações na página 9 do release 2T21.

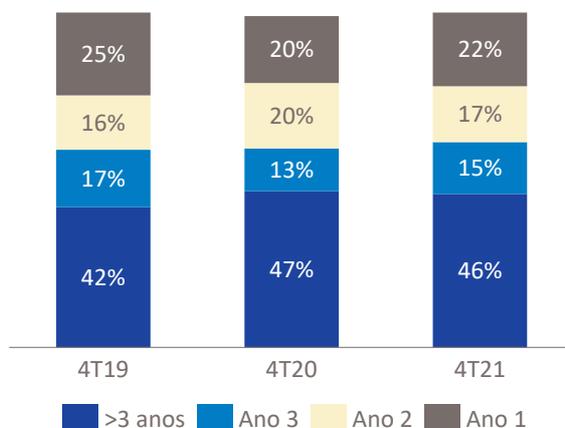
Presença Geográfica

Número de lojas e hospitais por UF



Distribuição Etária

% do total de lojas



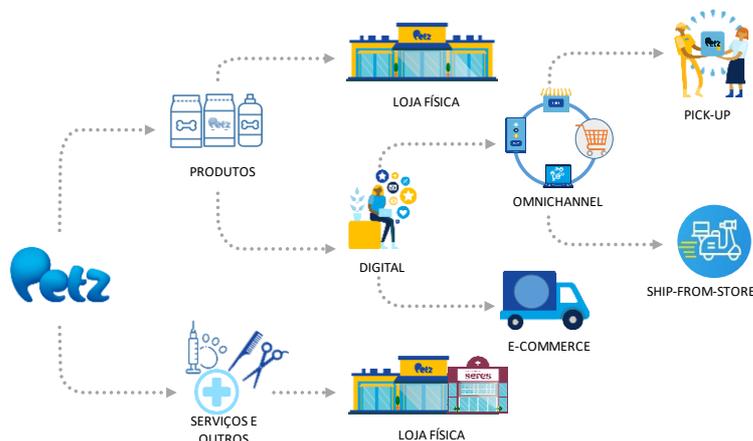
Receita Bruta Total

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | Var. | 2021 | 2020 | Var. |
|---------------------------------|----------------|----------------|--------------|------------------|------------------|--------------|
| Receita Bruta Total | 694.447 | 524.962 | 32,3% | 2.471.532 | 1.706.729 | 44,8% |
| Produtos | 664.044 | 501.492 | 32,4% | 2.358.289 | 1.625.236 | 45,1% |
| Loja Física | 449.543 | 364.940 | 23,2% | 1.608.265 | 1.229.602 | 30,8% |
| Digital | 214.501 | 136.552 | 57,1% | 750.024 | 395.634 | 89,6% |
| Serviços e Outros | 30.403 | 23.470 | 29,5% | 113.243 | 81.493 | 39,0% |

A Petz é uma plataforma de soluções especializada no setor Pet que opera uma estratégia de omnicanalidade completa, que integra não só os canais físico e digital, mas também os segmentos de produtos e serviços, complementando a experiência de compra e o atendimento diferenciado proporcionados nas lojas físicas com a conveniência e agilidade dos canais digitais.

Assim, a Receita Bruta Total da Companhia inclui as vendas de produtos e serviços realizadas na rede de lojas físicas, e também as vendas de produtos originadas pelos canais digitais, 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).

Segmentos e Canais da Petz



No 4T21, a **Receita Bruta Total** foi de R\$694,4 milhões, um sólido crescimento de **32,3%** quando comparado ao mesmo período do ano anterior, apesar de uma base de comparação forte (+58,9% a/a no 4T20) e um ambiente macroeconômico desafiador no varejo e no Brasil em geral. Vale destacar que essa performance no trimestre representa um crescimento de **+2x vs. 4T19** e também o **8º trimestre consecutivo de crescimento acima de 30% a/a**.

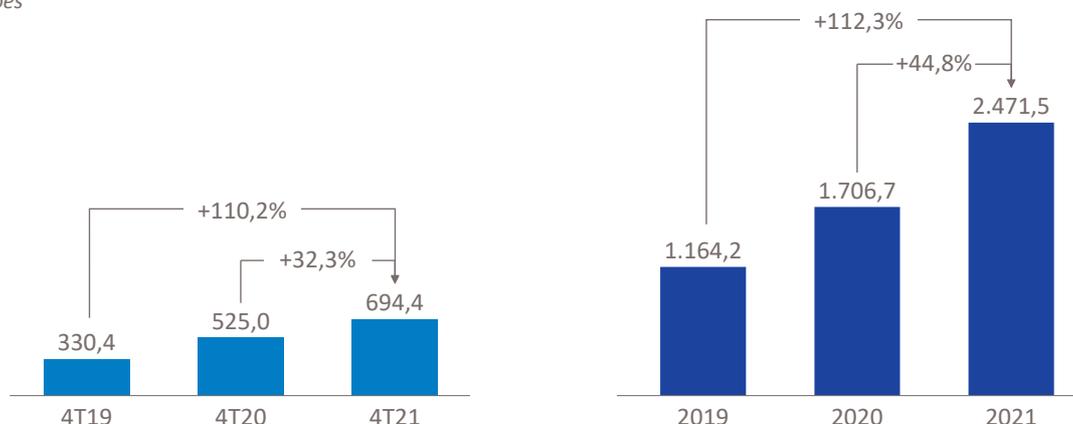
As vendas totais no 4T21 foram impulsionadas pelo segmento de produtos (+32,4% a/a), com **destaque novamente para o aumento do faturamento do Digital, que cresceu 57,1% em relação ao 4T20** e somou cerca de R\$215 milhões no período. Vale mencionar que esse forte crescimento se deu sob uma base comparativa já beneficiada pelo aumento da participação do Digital como reflexo da pandemia (+312,9% a/a no 4T20). Assim, a Penetração Digital sob a Receita Bruta Total foi de 30,9% (vs. 26,0% no 4T20). A venda de produtos nas lojas físicas também apresentou sólido desempenho no trimestre, totalizando um faturamento de R\$449,5 milhões, um aumento de 23,2% a/a. Essa evolução nas vendas, tanto nos canais digitais quanto nas lojas físicas, é explicada principalmente por mudanças estruturais no setor Pet já mencionados em reportes de resultados anteriores, além da expansão da rede de lojas, crescimento da base de clientes, e também do repasse de preço para o consumidor final decorrente da pressão inflacionária na cadeia de fornecedores, principalmente na categoria de Alimento.

No segmento de Serviços e Outros, crescemos 29,5% a/a, desempenho explicado pela base de comparação mais fraca do 4T20, dado que as atividades dos Centros de Estética ainda estavam retomando de maneira gradual depois do fechamento desses espaços devido ao cenário de pandemia de COVID-19. Apesar de iniciativas para melhorar a produtividade e experiência do cliente nesse segmento, a retomada tem ocorrido de forma gradual em função do maior receio por parte dos tutores de realizar esse tipo de procedimentos fora de casa. Por outro lado, **o Centro Veterinário Seres continua apresentando um crescimento sólido de 26,4% a/a no 4T21, já sob uma base de comparação de cerca de 35% no 4T20**, impulsionado (i) pela maturação de rede de hospitais e clínicas, (ii) abertura de novas unidades e (iii) em função do maior cuidado dos tutores com a saúde de seus pets, o que também contribuiu para a sólida performance das unidades mais antigas.

Encerramos o 2021 com uma Receita Bruta Total de R\$2,5 bilhões, um crescimento de 44,8% em relação ao ano anterior (ou um incremento de quase R\$765 milhões) e +2x vs. o montante registrado em 2019. Esse crescimento reflete a performance de Produtos (+45,1% a/a), com destaque para o substancial aumento do Digital, que cresceu 89,6% a/a e somou R\$750,0 milhões no período (30,3% da Receita Bruta Total). O segmento de Serviços e Outros apresentou um crescimento de 39,0% a/a, reflexo da sólida performance do Centro Veterinário Seres, com um aumento de cerca de 40%, e também dos Centros de Estética, em função de motivos já mencionados acima.

Receita Bruta Total

R\$ milhões



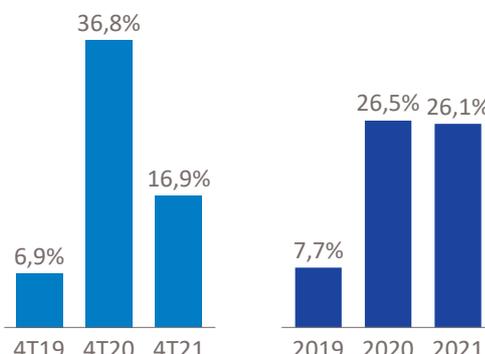
Crescimento da Receita Bruta Total

Varição %, a/a



Crescimento Same-Store-Sales (SSS)

Varição %, a/a

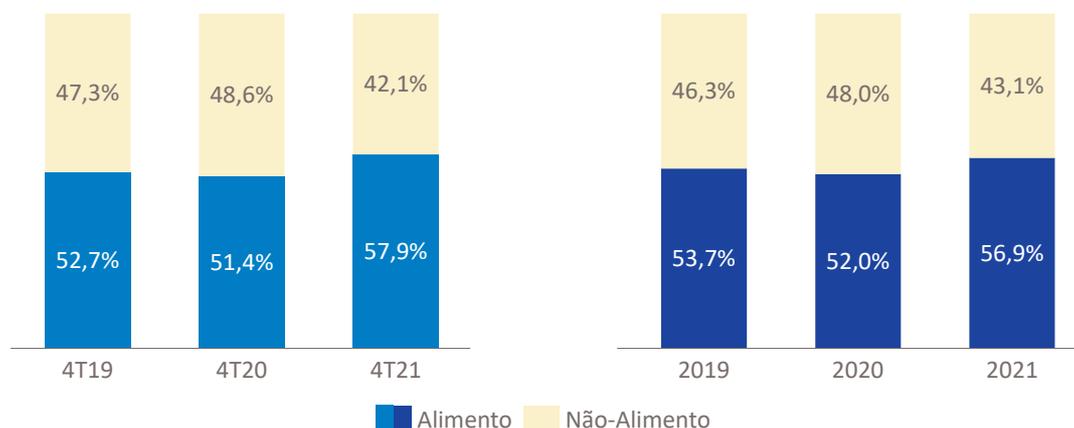


O **Same-Store-Sales (SSS)** apresentou um crescimento de **16,9% a/a no 4T21**, o que representa mais uma sólida performance em cima de uma base de comparação forte (**+36,8% no 4T20**), reflexo do *ramp-up* da rede de lojas e do desempenho das unidades com mais de três anos de operação, além do repasse de preço para o consumidor em função da inflação. Cabe destaque para o ótimo resultado das lojas localizadas fora de São Paulo, além de ganhos de *market share* tanto pelo canal físico quanto pelo digital.

Em 2021, o crescimento SSS foi de +26,1% a/a, em linha com o número apresentado em 2020 (+26,5% a/a).

Receita Bruta de Produtos

% por categoria



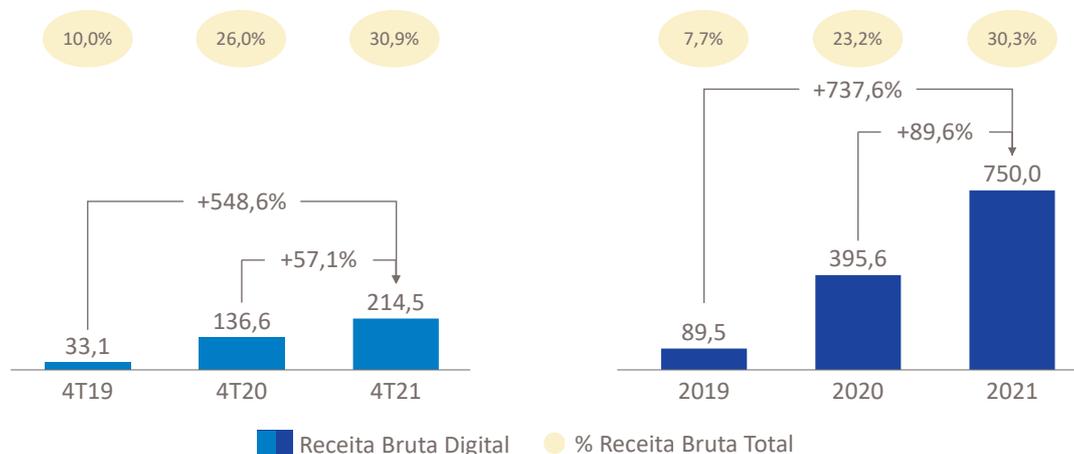
A Receita Bruta da categoria de Alimento cresceu 49,0% quando comparada ao mesmo período do ano anterior, representando 57,9% do faturamento de produtos no 4T21, um aumento de +6,5 p.p. de representatividade em relação ao 4T20. Essa mudança no *mix* de produtos entre Alimento e Não-Alimento é reflexo 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 base de comparação no 4T20 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 a pandemia; e (iii) da maior penetração do canal Digital nas vendas da Companhia, o qual tem estruturalmente uma maior participação de Alimento.

Em 2021, a categoria de Alimento representou 56,9% do faturamento de produtos, +4,9 p.p. acima em relação a 2020.

Desempenho Digital

Receita Bruta Digital e Penetração Digital

R\$ milhões



O Digital do Grupo Petz continua sendo o grande destaque dos resultados. A Companhia vem, de maneira consistente, se mostrando preparada para ampliar o share nas vendas digitais com rentabilidade e excelência em nível de serviço, reflexo principalmente da integração e escalabilidade da nossa plataforma *Omnichannel*, na qual todas as 168 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 quase 20 mil SKUs disponíveis em nosso site, que posiciona o Grupo Petz como detentor da maior oferta do segmento. A plataforma Digital Petz, que tem se mostrado extremamente escalável, foi a que mais ganhou participação de mercado nesse canal no segmento Pet nos últimos anos.

No 4T21, o faturamento do Digital totalizou R\$214,5 milhões, um crescimento expressivo de 57,1% a/a, performance essa já sobre uma forte base de comparação no 4T20 (crescimento de +300% a/a). Cabe destacar que o Digital representou 30,9% da Receita Bruta Total, um aumento de quase 5 p.p. quando comparado com 26,0% no 4T20. 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.

Ainda que, a partir do 2T20, a Penetração Digital tenha uma base mais comparável, as vendas pelos canais digitais continuam crescendo mais do que o esperado. Apesar disso, a robustez e escalabilidade da nossa plataforma e o modelo de negócio sustentável com foco em *Customer Experience*, são capazes de manter os patamares saudáveis de rentabilidade da Companhia e o alto nível de serviço para os tutores de pets.

No ano de 2021, a Petz teve um faturamento pelos canais digitais de R\$750,0 milhões, um crescimento expressivo de +89,6% a/a, já sob uma base de comparação difícil (+341,8% a/a em 2020). Assim, esse patamar de faturamento representou uma penetração do Digital de 30,3% do faturamento total (+7,2 p.p. a/a vs. 23,2% em 2020).

Nesse contexto, o App da Petz se consolida, trimestre após trimestre, como o principal canal de venda Digital. Atingimos o marco 1 milhão de usuários ativos (MAU – Monthly Active Users) no ano de 2021, mais de 1,5x maior que na comparação com a base do ano anterior, com as vendas do App já representando cerca de 67% do faturamento do Digital em dezembro de 2021 (vs. 56% em dezembro de 2020). Nesse contexto, é importante destacar que em 2021

tivemos um total de downloads do App equivalente ao 2º e 3º colocados no setor Pet somados⁷. Assim, vale mencionar também que mantemos a liderança no setor Pet em número de downloads e nos rankings das lojas da Google Play e Apple Store.

O Programa de Assinatura da Petz também ganhou representatividade e encerrou o ano com uma base de aproximadamente 260 mil assinantes, quase 2x maior na comparação a/a, representando 23% da Receita Bruta Total em dezembro de 2021 (vs. 15% em dezembro de 2020). A aceleração do Programa de Assinatura contribui positivamente para o processo de fidelização dos clientes, aumentando a recorrência no volume de compras e em serviços. Vale destacar que, apesar do forte incremento da base de assinantes, o indicador de *churn* apresentou em dezembro o menor patamar nos últimos 24 meses.

Esses investimentos representam uma pressão na rentabilidade em um primeiro momento, contudo, dados os nossos índices de LTV (*Lifetime Value*)/CAC (*Customer Acquisition Cost*) saudáveis, acreditamos que uma vez dentro da plataforma da Petz, temos produtos e serviços necessários para engajar e cada vez mais melhorar nossos níveis de recompra e recorrência. Além disso, através de algoritmos preditivos proprietários, começamos a implementar nesses últimos meses um modelo de LTV/CAC individualizado. Esse mecanismo nos ajuda a identificar o nível de investimento que se faz necessário para conversão de cada tipo de cliente em função do perfil de compra (por categoria e canal).

Nesse sentido, ao longo dos últimos meses, ainda na frente de CRM e *data analytics* – com foco no atendimento e relacionamento com os nossos clientes, cabe destaque para a performance e evolução do programa “Minhas Ofertas”, uma funcionalidade do nosso App desenvolvida de forma proprietária. Esse programa, conforme já mencionado em divulgações anteriores, consiste na personalização de ofertas para cada cliente, visando maior eficiência na conversão de vendas, *upsell*, *cross-sell* e recompra. Entre junho e dezembro de 2021, a participação de clientes com ofertas ativadas aumentou em mais de 3x. Além disso, o “Minhas Ofertas” ainda impulsiona o NPS de lojas físicas, principalmente por: (i) melhora da percepção de preço do cliente através do acesso a promoções personalizadas na palma da mão; (ii) fidelização; e (iii) atendimento, com a melhora da qualidade na interação entre colaborador e tutor em loja.

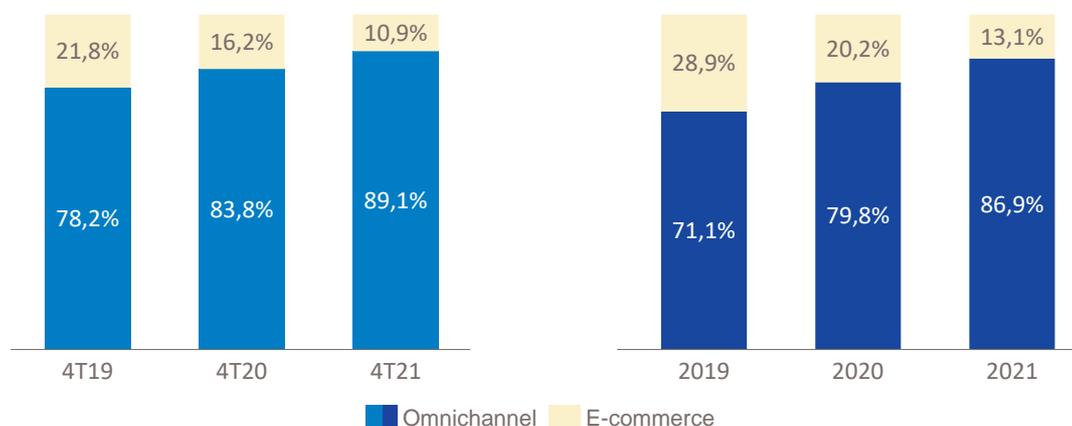
O ano de 2021 foi marcado também pelos lançamentos e *roll-out* de duas iniciativas dentro da Companhia: o agendamento via App dos serviços do Centro de Estética e a estratégia do *self check-out*. A função de agendamento de serviços do Centro de Estética já está disponível para 100% das nossas lojas. Mesmo com um baixo esforço de divulgação, já atingimos uma participação de 23% de todos os agendamentos da Companhia sendo feitos pelo App - em algumas unidades, esse número é ainda mais emblemático, chegando a representar por volta de 50% dos agendamentos. Esse nível de engajamento e aderência inicial demonstram nossa capacidade de oferecer uma experiência diferenciada para os nossos clientes, facilitando a entrada de novos tutores no banho & tosa e a recorrência do serviço, além de trazer maior produtividade e menor ociosidade para os colaboradores das lojas.

Em relação ao *roll-out* da estratégia do *self check-out*, a ferramenta já está presente em mais de 35 lojas da rede, representando quase 45% das vendas de produtos nessas unidades. A tecnologia desenvolvida para o autoatendimento dos clientes permite que, de forma autônoma e com contato reduzido, realizem o registro da compra e pagamento do produto. Essa iniciativa, pioneira no setor Pet com abrangência nacional, além de trazer uma experiência de compra melhor e mais fluida para o cliente, faz com que a Companhia obtenha ganhos de produtividade, otimizando mão-de-obra principalmente em finais de semana e feriados. Nesse sentido, vale a pena destacar também o projeto piloto do WFM (*WorkForce Management*) para planejamento e gestão de escala de equipes em 7 lojas que está em implementação ao longo dos últimos meses. Trata-se também de uma iniciativa diferenciada no varejo brasileiro dado que estamos adotando a ferramenta de maneira completa e integrada, o que representa tanto a otimização de escalas, quanto integração com diversos indicadores de RH.

⁷ Fonte: SimilarWeb. Acesso em 11 de março de 2022.

Índice Omnichannel e Participação do E-commerce

% Receita Bruta Digital



No 4T21, a Receita Bruta proveniente da plataforma *Omnichannel*, a qual inclui vendas realizadas através do *Pick-up* e do *Ship from Store*, cresceu 67,1% a/a, representando um Índice *Omnichannel* de 89,1% (vs. 87,2% no 3T21 e 83,8% no 4T20), um novo recorde para a Companhia e uma 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. **Em 2021 entregamos 92% das vendas realizadas através da modalidade *Ship from Store* em até 1 dia útil**, consistente com patamares apresentados em períodos anteriores. Quando analisamos **todas as entregas de pedidos realizados através dos canais digitais (incluindo vendas expedidas do CD)**, esse índice atingiu a marca dos impressionantes **84% no período**. Por fim, cabe destacar novamente a performance da modalidade Expressa dentro da Companhia, cuja entrega acontece em poucas horas, e que cada vez mais tem ganhado relevância nas vendas.

Esses resultados refletem a robustez e escalabilidade de nossa plataforma *Omnichannel*, contudo estamos sempre em busca de melhorias com o objetivo de estarmos próximos e entendermos profundamente as necessidades e expectativas de nossos clientes e colaboradores, criando valor para todos os *stakeholders* do Grupo Petz. Para isso, olhamos para a omnicanalidade de maneira mais abrangente, levando em consideração não só a digitalização do cliente durante sua jornada, como também de nossos colaboradores a fim de (i) tornar a operação mais eficiente; (ii) aproximar e melhorar a experiência e produtividade de nossos colaboradores; (iii) encontrar novos modelos de negócios, por meio de iniciativas orgânicas e/ou inorgânicas.

Nesse sentido, na frente de cliente, implementamos algumas iniciativas que intensificam a experiência *Omnichannel*, como por exemplo: (i) padronização do *check-out* e carrinho de compras do site Petz no *desktop* e também no *mobile*, com uma experiência mais próxima do que a que oferecemos no App, melhorando as taxas de conversão de compra; **(ii) 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**; e (iii) integração de conteúdo sobre produtos na loja física, auxiliando na tomada de decisão de compra dos clientes - as duas últimas ações ajudam também na redução de tempo de permanência em loja e consequentemente aumentam o NPS.

Em relação às iniciativas de digitalização da jornada de nossos colaboradores, tivemos ao longo dos últimos meses o lançamento do App Jobs. Com essa ferramenta, trazemos as principais informações e processos da operação das lojas para o meio digital, a fim de ganhar agilidade e aumentar a produtividade da nossa operação. Assim, **a cultura digital permite que todo o fluxo operacional das lojas seja feito por meio de aplicativos e soluções desenvolvidas de forma proprietária para otimizar as atividades**, empoderando o colaborador no negócio e facilitando o dia a dia em atividades como o abastecimento da loja e a reposição de produtos, o que reflete diretamente em uma acuracidade maior de estoque, e consequentemente em maior nível de serviço e satisfação dos clientes.

Por fim, continuamos avaliando oportunidades na área de logística para ganhos de eficiência e redução no custo de servir, melhorias no nível de serviço, além de automatização dos processos internos em busca contínua por ganhos de produtividade. Nesse contexto, ao longo dos últimos meses, trabalhamos em ações, tais como: (i) **retirada na loja (Pick-up) em minutos**; (ii) **agendamento de horário de entrega** pelos clientes; e (iii) **roll-out da estratégia de re-despacho logístico** (otimizar o envio de uma mercadoria do CD com uma carga de abastecimento de uma loja, que por sua vez fica responsável por expedir o produto até a casa do cliente), que não só traz benefícios em termos de custo/despesa, mas também em nível de serviço ofertado. Essas melhorias são algumas das iniciativas do nosso pipeline que aumentarão ainda mais nossas taxas de conversão, retenção e frequência de compra, além das oportunidades de *cross-selling* entre segmentos e canais.

Nesse contexto, para ampliar e fortalecer nossa infraestrutura logística, **inauguramos em dezembro de 2021 o nosso segundo CD, que está localizado em Mauá (grande São Paulo). Para 2022, já temos contrato assinado para o terceiro CD, sendo a nossa primeira unidade fora do estado de São Paulo, localizada em Goiás e que deverá entrar em operação em meados do segundo semestre.** Seguimos montando uma estrutura de distribuição cada vez mais eficiente com base não só em custos e despesas, mas visando melhorar cada vez mais a nossa proposta de valor, nível de serviço e experiência para os tutores e seus pets espalhados por todo território nacional.

Lucro Bruto e Lucro Bruto Ajustado

O Lucro Bruto no 4T21 totalizou R\$298,2 milhões, um crescimento de 40,0% a/a. A margem bruta foi de 42,9% sobre a Receita Bruta Total, uma expansão de +2,4 p.p. vs. o mesmo período do ano anterior (40,6% no 4T20). Ao longo de 2021, revisitamos o processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42 (ICMS relacionado ao regime de substituição tributária, quando as mercadorias são transferidas ou vendidas dos CDs de São Paulo para as lojas e clientes de outros estados) e identificamos oportunidades. O montante total líquido de ressarcimento fiscal para o exercício de 2021 foi de R\$19,1 milhões, os quais foram reconhecidos de forma integral em dezembro de 2021. **Considerando apenas o ressarcimento referente ao 4T21, o Lucro Bruto Ajustado seria R\$285,7 milhões, com uma margem bruta de 41,1% (uma expansão de + 0,5 p.p. a/a). Por fim, cabe destacar que tal revisão altera os patamares de margem bruta da Companhia inclusive para os trimestres subsequentes.**

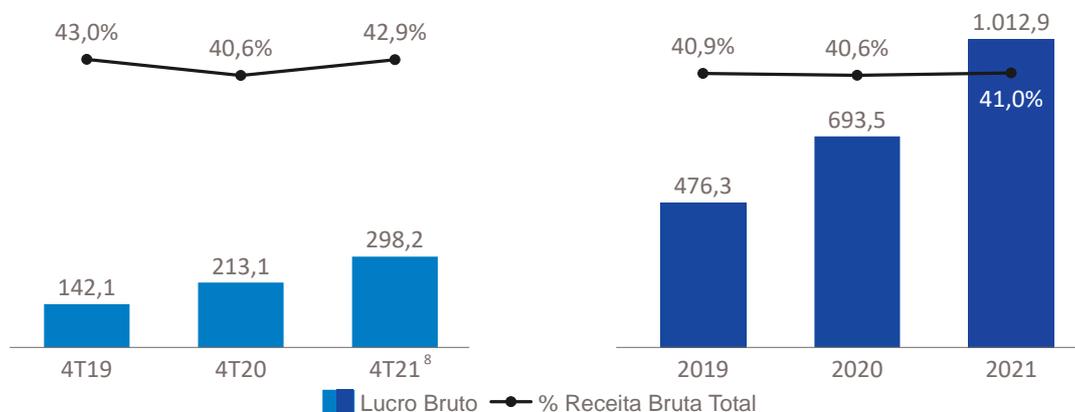
É importante mencionar que a base de comparação de 2020 apresentada ainda não foi ajustada, contudo o montante anual de ressarcimentos extemporâneos a serem recuperados é bastante inferior vs. 2021 em função de: (i) uma menor contribuição das operações fora do estado de São Paulo em 2020; e (ii) uma participação bem menos relevante do canal Digital na Receita Bruta Total na época.

Nesse contexto, vale ressaltar que trabalhamos de forma contínua em busca de oportunidades, potenciais ganhos de eficiência e melhorias operacionais para aumentar os patamares de rentabilidade da Companhia. São esses esforços que ajudam a mitigar impactos como os 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; (ii) pressão inflacionária; e (iii) o crescimento da categoria de Alimento dentro de produtos, que possui uma rentabilidade atrativa, mas menor do que os produtos de Não Alimento.

No ano de 2021, o Lucro Bruto foi de R\$1,0 bilhão (+46,1% a/a), o que representa uma margem bruta de 41,0%, expansão de +0,3 p.p. quando comparada com o ano anterior (40,6% em 2020), dados os mesmos fatores mencionados acima.

Lucro Bruto

R\$ milhões, % Receita Bruta Total



Despesas Operacionais

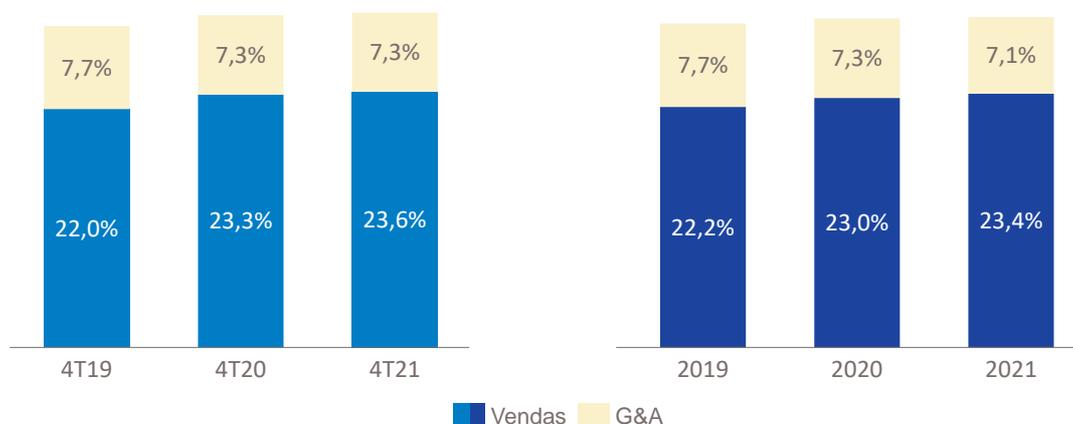
As Despesas Operacionais totalizaram R\$220,1 milhões no 4T21 (+32,6% a/a), representando um patamar de 31,7% sobre a Receita Bruta, ligeiramente acima (+0,1 p.p.) quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | Var. | 2021 | 2020 | Var. |
|--|----------------|----------------|-------------------|----------------|----------------|-------------------|
| Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas (G&A) | 214.473 | 160.820 | 33,4% | 752.980 | 517.839 | 45,4% |
| % Receita Bruta Total | 30,9% | 30,6% | 0,2 p.p. | 30,5% | 30,3% | 0,1 p.p. |
| Vendas | 163.910 | 122.445 | 33,9% | 578.514 | 392.617 | 47,3% |
| % Receita Bruta Total | 23,6% | 23,3% | 0,3 p.p. | 23,4% | 23,0% | 0,4 p.p. |
| Gerais & Administrativas (G&A) | 50.563 | 38.375 | 31,8% | 174.466 | 125.222 | 39,3% |
| % Receita Bruta Total | 7,3% | 7,3% | (0,0 p.p.) | 7,1% | 7,3% | (0,3 p.p.) |
| Outras Despesas Operacionais | 5.657 | 5.248 | 7,8% | 18.246 | 14.918 | 22,3% |
| % Receita Bruta Total | 0,8% | 1,0% | (0,2 p.p.) | 0,7% | 0,9% | (0,1 p.p.) |
| Despesas Operacionais | 220.130 | 166.068 | 32,6% | 771.226 | 532.757 | 44,8% |
| % Receita Bruta Total | 31,7% | 31,6% | 0,1 p.p. | 31,2% | 31,2% | 0,0 p.p. |

⁸ Impacto de R\$19,1 milhões referentes ao processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42, reconhecidos de forma integral em dezembro de 2021. Considerando apenas o efeito referente ao 4T21, a margem bruta teria sido 41,1% (+0,5 p.p. a/a).

Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas (G&A)

% Receita Bruta Total



As Despesas com Vendas foram de R\$163,9 milhões no 4T21, 33,9% acima do mesmo período do ano passado e representaram 23,6% da Receita Bruta Total (vs. 23,3% no 4T20). Esse resultado se deve principalmente por maiores despesas com (i) **embalagens** - consumo impulsionado pelo forte crescimento do Digital combinado à alta de preços relacionada à inflação; (ii) **aluguéis**, cujas despesas também têm sido impactadas pelo ambiente de pressão inflacionária; (iii) **pessoal de loja**, por conta do maior dissídio coletivo vs. 2020; e (iv) **transporte**, devido à pela maior diversificação geográfica do parque de lojas (distância CD e lojas fora de SP). Além desses fatores, **vale lembrar que 54% das lojas da nossa rede ainda não completaram o seu terceiro ano de operação (sendo que 22% ainda estão em seu primeiro ano)**, ou seja, ainda não atingiram o potencial esperado de faturamento e rentabilidade. Em geral, após a abertura, nossas lojas físicas levam entre 4 e 6 meses para atingirem *breakeven* - e apenas no 4T21 abrimos 15 lojas, totalizando 25 novas unidades só no 2S21 (das 37 aberturas de 2021, ou cerca de 70%).

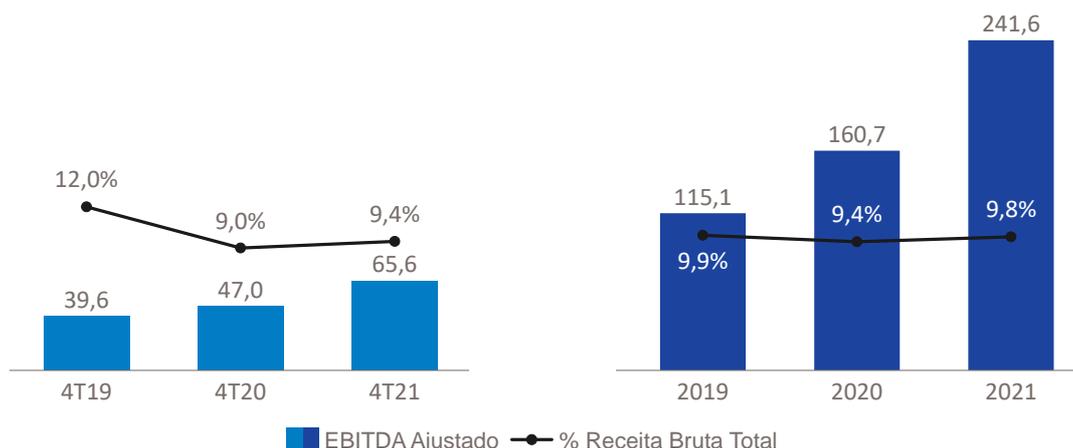
As Despesas Gerais & Administrativas (G&A) totalizaram R\$50,6 milhões no 4T21, 31,8% acima do 4T20, representando 7,3% da Receita Bruta Total (em linha com o 4T20). Esse desempenho é reflexo do dissídio maior do que o esperado, pagamento de PLR por atingimento total das metas do ano e também dos investimentos em pessoal para iniciativas corporativas em desenvolvimento (tecnologia/digital, além de novos projetos para o ecossistema Grupo Petz e “Seres”).

Em 2021, as Despesas Operacionais somaram R\$771,2 milhões, um crescimento de 44,8% a/a, representando 31,2% do faturamento total (em linha com o ano anterior), com a pressão em Despesas com Vendas (+0,4 p.p. a/a) sendo mitigada pela diluição das Despesas Gerais & Administrativas (-0,3 p.p. a/a).

EBITDA Ajustado

EBITDA Ajustado

R\$ milhões; % Receita Bruta Total



O EBITDA Ajustado foi de R\$65,6 milhões no 4T21, um crescimento expressivo de 39,4% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA Ajustada no trimestre representou 9,4% da Receita Bruta Total, +0,5 p.p. superior ao 4T20, mesmo com uma Penetração Digital estruturalmente maior. Vale mencionar que, além das iniciativas tributárias citadas anteriormente, a expansão de margem EBITDA Ajustada se deve à melhor rentabilidade do canal Digital, com a otimização de despesas de frete, juntamente com a implementação de iniciativas de eficiência logística e de marketing de performance.

No 2021, o EBITDA Ajustado foi R\$241,6 milhões, um crescimento de 50,3% a/a, com uma margem de 9,8% (+0,4 p.p. a/a).

Reconciliação do EBITDA Ajustado

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | Var. | 2021 | 2020 | Var. |
|--|-----------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|
| Lucro Líquido | 31.863 | 27.417 | 16,2% | 91.613 | 74.196 | 23,5% |
| (-) Imposto de Renda e Contribuição Social | 3.165 | (4.987) | n.r. | 28.364 | 19.706 | 43,9% |
| (-) Depreciação & Amortização | 24.029 | 17.611 | 36,4% | 85.447 | 61.106 | 39,8% |
| (-) Resultado Financeiro | (1.193) | 4.089 | n.r. | 10.731 | 14.126 | (24,0%) |
| EBITDA | 57.864 | 44.130 | 31,1% | 216.155 | 169.134 | 27,8% |
| (-) Plano de Opção de Compra de Ações | 7.816 | 107 | 7204,7% | 13.102 | 283 | 4529,7% |
| (-) Baixa de Imobilizado | 20 | 123 | (83,7%) | 863 | 174 | 396,0% |
| (-) Efeito ressarcimento tributário CAT-42 | (12.565) ⁹ | - | - | - | - | - |
| (-) Resultado Não Recorrente | 12.417 | 2.679 | 363,5% | 11.521 | (8.842) | (230,3%) |
| (-) Receitas Não Recorrentes | (2.220) | - | - | (9.668) | (12.521) | (22,8%) |
| (-) Despesas Não Recorrentes | 14.637 | 2.679 | 446,4% | 21.189 | 3.679 | 475,9% |
| EBITDA Ajustado | 65.552 | 47.039 | 39,4% | 241.641 | 160.749 | 50,3% |
| <i>EBITDA Ajustado/Receita Bruta Total</i> | <i>9,4%</i> | <i>9,0%</i> | <i>0,5 p.p.</i> | <i>9,8%</i> | <i>9,4%</i> | <i>0,4 p.p.</i> |

No 4T21, o Resultado Não Recorrente refere-se principalmente ao efeito líquido das (i) Despesas Não Recorrentes, primordialmente relacionadas à aquisição de Zee.Dog e o planejamento de sua integração à Petz; e (ii) Receita de créditos fiscais de ICMS. Já no 4T20, as Despesas Não Recorrentes referem-se à contratação de consultorias estratégicas, honorários advocatícios referentes a créditos fiscais e estruturação das novas instalações do “Alô Petz” (SAC).

Na comparação anual, além dos efeitos acima mencionados, tivemos nos primeiros nove meses de 2021 (i) Despesas Não Recorrentes decorrentes da contratação de consultoria estratégica, com destaque para o projeto com foco em *Customer Analytics*, parcialmente compensada pela (ii) Receita de créditos de PIS/COFINS sobre despesas relacionadas a exercícios anteriores, líquidos de despesas com consultoria fiscal referente a esses créditos. Em 2020, além dos efeitos acima mencionados, o Resultado Não Recorrente é um efeito líquido de (i) Receitas Não Recorrentes no 1T20 referentes a créditos fiscais pela exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/COFINS e (ii) Despesas Não Recorrentes do 2T20 referente a doações para o COVID-19.

Depreciação & Amortização, Resultado Financeiro e IR/CS

As despesas de Depreciação & Amortização no 4T21 totalizaram R\$24,0 milhões, o que representa um crescimento de 36,4% a/a, vs. R\$17,6 milhões no mesmo período do ano anterior. A evolução é explicada pelos investimentos feitos pela

⁹ Resultado não recorrente referente aos 9M21 relacionados ao processo de ressarcimento tributário referente à CAT-42 (detalhes na página 14).

Companhia nos últimos anos, principalmente na expansão da rede, cuja maioria das lojas ainda possuem menos de três anos de operação. No ano de 2021, as despesas de Depreciação & Amortização somaram R\$85,4 milhões, um crescimento de +39,8% a/a., representando 3,5% da Receita Bruta Total (-0,1 p.p. a/a).

O Resultado Financeiro no 4T21 totalizou R\$1,2 milhões, comparado com -R\$4,1 milhões registrados no 4T20, explicado principalmente pela entrada de recursos do *follow-on* e aumento das taxas de juros entre os períodos analisados, resultando em maiores rendimentos de aplicações financeiras.

Em 2021, o Resultado Financeiro foi de -R\$10,7 milhões vs. -R\$14,1 milhões em 2020. Excluindo o efeito não recorrente da correção monetária dos créditos fiscais reconhecidos no 1T20 no valor de R\$6,2 milhões, o Resultado Financeiro a/a teve uma melhora de 47,3%, principalmente explicado por um caixa médio maior em 2021 vs. 2020, dado o montante remanescente do IPO e entrada de recursos do *follow-on* e maiores taxas de juros (maiores rendimentos de aplicações financeiras).

As despesas com Imposto de Renda e Contribuição Social totalizaram R\$3,2 milhões no 4T21 (9,0% de alíquota efetiva) - impactadas principalmente pelo benefício fiscal da Lei do Bem (R\$5,3 milhões) e dos juros sobre capital próprio (R\$3,4 milhões) - vs. uma receita de R\$5,0 milhões no mesmo período do ano anterior - impactadas pelo benefício fiscal da dedutibilidade das despesas do IPO e dos juros sobre capital próprio (R\$4,2 milhões). Em 2021, as despesas com IRPJ e CSLL totalizaram R\$28,4 milhões, um aumento de 43,9% a/a.

Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

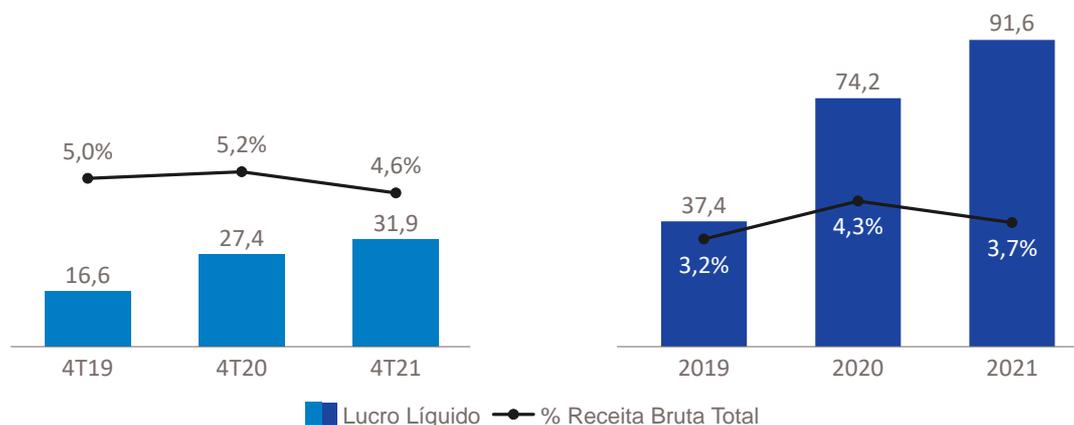
O Lucro Líquido no 4T21 totalizou R\$31,9 milhões contra R\$27,4 milhões registrados no mesmo período do ano anterior, um aumento de 16,2%, explicado principalmente pela evolução do resultado operacional, além dos efeitos acima mencionados de créditos de IRPJ e CSLL sobre juros sobre capital próprio e da Lei do Bem. No 4T20, o Lucro Líquido teve impacto de créditos de IRPJ e CSLL sobre o IPO e juros sobre capital próprio.

Para efeitos comparativos, excluindo os itens não recorrentes explicados anteriormente e os benefícios do IRPJ e CSLL sobre IPO e da Lei do Bem na base de comparação, o Lucro Líquido do 4T21 apresentou um aumento de 27,8% a/a e uma variação como percentual da Receita Bruta Total de -0,1 p.p. a/a.

Em 2021, o Lucro Líquido foi de R\$91,6 milhões, um aumento de 23,5% a/a, representando 3,7% da Receita Bruta Total (-0,6 p.p. em relação a 2020). A variação a/a como percentual da Receita Bruta Total é explicada principalmente pelos itens não recorrentes e os créditos de IRPJ e CSLL sobre IPO mencionados anteriormente. **Excluindo estes efeitos, a variação a/a como percentual da Receita Bruta Total seria +0,4 p.p. e o aumento do Lucro Líquido seria de 63,1%.**

Lucro Líquido

R\$ milhões, % Receita Bruta Total



Fluxo de Caixa Ajustado¹⁰

O Fluxo de Caixa Operacional no 4T21 totalizou R\$7,3 milhões vs. R\$45,4 milhões no mesmo trimestre do ano anterior, reflexo principalmente de (i) maior consumo no ciclo de caixa operacional, principalmente por um maior reforço (tático) nos níveis de estoques em relação ao mesmo período do ano anterior, aberturas de novas lojas mais distantes do CD e a inauguração do CD de Mauá, e (ii) ressarcimento de ICMS-ST referentes ao regime de substituição tributária (CAT-42), reconhecidos de forma integral em dezembro de 2021 após conclusão das revisões de oportunidades de eficiência tributária realizadas.

A Companhia gerou R\$524,3 milhões de caixa no 4T21, frente à um consumo de R\$55,8 milhões no 4T20, impactada principalmente pela entrada líquida de recursos do *follow-on* (R\$757,0 milhões) em novembro de 2021, parcialmente compensada por maiores investimentos no período, incluindo a aquisição de Zee.Dog e Cão Cidadão.

Em 2021, além do maior consumo no ciclo de caixa operacional pelos motivos mencionados, o Fluxo de Caixa Operacional foi negativamente impactado por (i) decisão desfavorável para a Companhia no 1T21 no processo de exclusão do PIS/COFINS da própria base de cálculo, resultando em um pagamento de R\$18,5 milhões, enquanto que em 2020 a Companhia realizava a provisão mensal dos valores, gerando um efeito positivo no Fluxo de Caixa Operacional daquele ano, e (ii) créditos de ICMS-ST mencionados acima.

A Companhia gerou R\$197,7 milhões em 2021, frente à uma geração de R\$317,2 milhões em 2020, impactada principalmente por: (i) menor geração de Fluxo de Caixa Operacional; (ii) maiores fluxos de caixa de investimento em relação ao ano anterior (incluindo as aquisições de Cansei de Ser Gato, Zee.Dog e Cão Cidadão e de aquisição de imobilizado); e (iii) maiores pagamentos de empréstimos (R\$274,0 milhões em 2021 vs. R\$113,7 milhões em 2020), parcialmente compensados pela maior entrada de caixa no *follow-on* em 2021 frente ao IPO em 2020.

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | Var. | 2021 | 2020 | Var. |
|---|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|----------------|
| EBITDA Ajustado | 65.552 | 47.039 | 39,4% | 241.641 | 160.749 | 50,3% |
| Resultado Não Recorrente | 148 | (2.679) | n.r. | (11.521) | 8.842 | n.r. |
| Imposto de Renda (34% x EBIT) | (11.504) | (9.016) | 27,6% | (44.441) | (36.730) | 21,0% |
| Recursos da Operação | 54.196 | 35.344 | 53,3% | 185.679 | 132.861 | 39,8% |
| Contas a Receber | (22.231) | (23.277) | (4,5%) | (73.030) | (66.042) | 10,6% |
| Estoques | (48.701) | (12.323) | 295,2% | (125.114) | (53.044) | 135,9% |
| Fornecedores | 39.432 | 27.190 | 45,0% | 89.470 | 67.343 | 32,9% |
| Outros Ativos/Passivos | (15.376) | 18.450 | n.r. | (17.379) | 35.634 | n.r. |
| Fluxo de Caixa Operacional | 7.320 | 45.384 | (83,9%) | 59.626 | 116.752 | (48,9%) |
| Fluxo de Caixa de Investimentos | (167.581) | (61.454) | 172,7% | (344.841) | (176.592) | 95,3% |
| Fluxo de Caixa de Financiamento | 684.565 | (39.707) | (1824,1%) | 482.945 | 377.052 | 28,1% |
| Captação de empréstimos e financiamentos | - | - | - | - | 210.000 | (100,0%) |
| Pagamento de empréstimos e financiamentos | (72.010) | (34.634) | 107,9% | (274.038) | (113.690) | 141,0% |
| Aumento de capital | 779.068 | - | - | 800.859 | 336.735 | 137,8% |
| Custos de transação na emissão de ações pagos | (21.957) | (3.387) | 548,3% | (22.345) | (24.792) | (9,9%) |
| Pagamento de dividendos | - | - | - | (13.872) | (22.398) | (38,1%) |
| Outros | (536) | (1.686) | (68,2%) | (7.659) | (8.803) | (13,0%) |
| Geração de Fluxo de Caixa | 524.304 | (55.777) | (1040,0%) | 197.730 | 317.212 | (37,7%) |
| Aplicações Financeiras | 4.522 | 60.268 | (92,5%) | 32.185 | (42.732) | (175,3%) |
| Fluxo de Caixa Líquido | 528.826 | 4.491 | 11675,2% | 229.915 | 274.480 | (16,2%) |

¹⁰ 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.

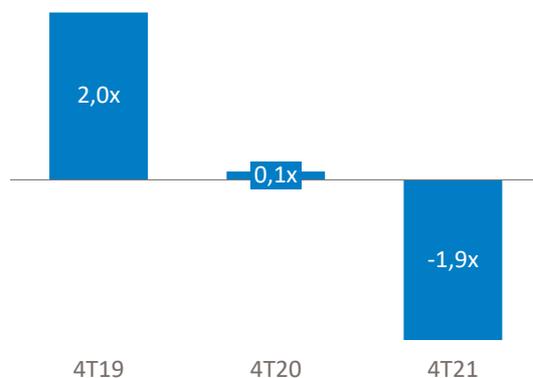
Endividamento

A Companhia preza pela disciplina no que se refere a sua estrutura de capital, mesmo diante da aceleração de sua estratégia de expansão. No 4T20, a relação Dívida Líquida sobre EBITDA Ajustado era de 0,1x. 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\$688,2 milhões, levando a uma posição Caixa Líquido de R\$462,1 milhões ao final do 4T21, o que nos deixa confortáveis para continuar acelerando a nossa estratégia de expansão.

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | Var. |
|---|------------------|----------------|----------------|
| Dívida Bruta | 226.081 | 496.345 | (54,5%) |
| Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo | 128.268 | 273.942 | (53,2%) |
| Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo | 97.813 | 222.403 | (56,0%) |
| Caixa e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras | 688.204 | 487.518 | 41,2% |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 673.672 | 443.757 | 51,8% |
| Aplicações Financeiras | 14.532 | 43.761 | (66,8%) |
| Dívida Líquida | (462.123) | 8.827 | n.r. |
| EBITDA Ajustado (Últimos 12 meses) | 241.641 | 160.748 | 50,3% |
| <i>Dívida Líquida/EBITDA Ajustado (Últimos 12 meses)</i> | <i>-1,9x</i> | <i>0,1x</i> | <i>(2,0x)</i> |

Alavancagem

Dívida Líquida/EBITDA Ajustado 12M



Investimentos

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | Var. | 2021 | 2020 | Var. |
|---|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| Novas Lojas e Hospitais | 71.605 | 46.142 | 55,2% | 198.048 | 123.890 | 59,9% |
| Tecnologia e Digital | 15.107 | 9.396 | 60,8% | 49.148 | 30.647 | 60,4% |
| Reformas, Manutenção e Outros | 15.507 | 7.944 | 95,2% | 36.175 | 19.206 | 88,4% |
| Investimentos Totais | 102.219 | 63.482 | 61,0% | 283.372 | 173.743 | 63,1% |
| Efeito Não Caixa | (3.429) | (2.028) | 69,1% | (11.051) | 2.849 | - |
| Fluxo de Caixa do Imobilizado e Intangível | 98.790 | 61.454 | 60,8% | 272.321 | 176.592 | 54,2% |

Os Investimentos Totais somaram R\$102,2 milhões no 4T21, crescimento de 61,0% a/a. Em linha com nossa estratégia de expansão, R\$71,6 milhões foram investidos na construção de novas lojas e hospitais, uma evolução de 55,2% a/a, impulsionados pela maior abertura de lojas (15 aberturas no 4T21 vs. 13 no 4T20).

Investimos R\$15,1 milhões em Tecnologia e Digital no 4T21 (+60,8% a/a) com os objetivos de: (i) integrar cada vez mais os canais e segmentos; (ii) melhorar a navegabilidade e experiência de compra dos nossos clientes, especialmente nos aplicativos; (iii) atender às exigências da LGPD; e (iv) otimizar o PDV frente de caixa gerando ganho de produtividade para a Companhia. Como mencionado anteriormente, essas frentes de investimentos são essenciais para (i) tornar a operação mais eficiente; (ii) aproximar e melhorar a experiência e produtividade de nossos colaboradores; e (iii) encontrar novos modelos de negócios, por meio de iniciativas orgânicas e/ou inorgânicas.

Reformas, Manutenção e Outros, totalizaram R\$15,5 milhões no 4T21, o que representa uma evolução de 95,2% a/a. Esse aumento se deve principalmente à (i) construção do novo CD em Mauá - focado em produtos de alto giro, como ração, tapete higiênico e areia para gatos - a fim de reduzir a dependência do CD de Embu-SP e ampliar a capacidade instalada de armazenamento e distribuição no estado; (ii) ampliação do CD de Embu-SP; e (iii) aumento proporcional do nosso parque de lojas a/a.

Balço Patrimonial

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 3T21 | 2T21 | 1T21 | 4T20 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ATIVO | | | | | |
| Ativo Circulante | 1.363.903 | 695.338 | 762.013 | 855.961 | 886.275 |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 673.672 | 144.846 | 234.705 | 361.221 | 443.757 |
| Aplicações Financeiras | 14.532 | 17.015 | 32.248 | 43.972 | 43.761 |
| Contas a Receber | 259.605 | 210.873 | 202.221 | 180.092 | 160.675 |
| Estoques | 334.524 | 262.419 | 234.878 | 214.773 | 185.701 |
| Impostos e contribuições a recuperar | 68.193 | 41.811 | 39.986 | 38.369 | 41.722 |
| Outros Créditos | 13.377 | 18.374 | 17.975 | 17.534 | 10.659 |
| Ativo Não Circulante | 1.252.439 | 604.493 | 541.814 | 505.502 | 475.680 |
| Outros Créditos - LP | 16.033 | 6.026 | 4.932 | 3.843 | 2.884 |
| Impostos e contribuições a Recuperar - LP | 3.760 | 2.182 | 1.847 | 1.975 | 1.701 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | 15.477 | 9.922 | 5.686 | 10.143 | 8.432 |
| Imobilizado | 592.996 | 507.291 | 460.286 | 427.204 | 405.761 |
| Intangível | 624.173 | 79.072 | 69.063 | 62.337 | 56.902 |
| Investimentos | - | - | - | - | - |
| Total do Ativo | 2.616.342 | 1.299.831 | 1.303.827 | 1.361.463 | 1.361.955 |
| PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | | | | |
| Passivo Circulante | 619.762 | 549.715 | 562.918 | 613.305 | 593.246 |
| Fornecedores | 339.433 | 252.960 | 231.040 | 221.677 | 195.675 |
| Empréstimos, Financiamentos e Debêntures | 128.268 | 174.471 | 223.860 | 273.819 | 273.942 |
| Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias | 74.957 | 68.060 | 55.670 | 62.534 | 53.716 |
| Obrigações Tributárias | 27.543 | 28.120 | 26.419 | 23.572 | 36.556 |
| Dividendos a Pagar | 17.816 | 4.514 | 4.521 | 13.867 | 13.867 |
| Contas a pagar pela aquisição de controladas | 5.684 | 320 | - | - | - |
| Outras Obrigações | 22.725 | 18.638 | 18.423 | 15.190 | 16.475 |
| Programa de fidelização | 3.336 | 2.632 | 2.985 | 2.646 | 3.015 |
| Passivo Não Circulante | 191.103 | 123.886 | 146.536 | 170.448 | 224.305 |
| Empréstimos, Financiamentos e Debêntures | 97.813 | 121.509 | 145.205 | 168.901 | 222.403 |
| Contas a pagar pela aquisição de controladas | 86.041 | 1.180 | - | - | - |
| Outras Obrigações | 1.073 | - | - | - | - |
| Provisão para riscos cíveis e trabalhistas | 6.176 | 1.197 | 1.331 | 1.547 | 1.902 |
| Patrimônio Líquido | 1.805.477 | 626.230 | 594.373 | 577.710 | 544.404 |
| Capital Social | 1.578.065 | 409.041 | 409.041 | 409.041 | 387.250 |
| Reserva de Capital | 39.505 | 54.639 | 54.639 | 54.639 | 54.639 |
| Reserva para Opção Outorgadas | 14.856 | 7.039 | 1.818 | 1.786 | 1.754 |
| Reserva Especial de Ágio | 24.825 | 24.825 | 24.825 | 24.825 | 24.825 |
| Reserva de Lucros | 148.226 | 130.686 | 104.050 | 87.419 | 75.936 |
| Total do Passivo e Patrimônio Líquido | 2.616.342 | 1.299.831 | 1.303.827 | 1.361.463 | 1.361.955 |

Fluxo de Caixa – Método Indireto

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | 2021 | 2020 |
|---|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| Fluxo de Caixa Operacional | 6.784 | 43.698 | 51.967 | 107.949 |
| Lucro Antes de Imposto de Renda | 35.028 | 22.430 | 119.977 | 93.902 |
| Depreciação & Amortização | 24.096 | 17.665 | 85.713 | 61.357 |
| Provisão para perdas nos estoques | (5.731) | (2.094) | 213 | (3.579) |
| Opções outorgadas reconhecidas | 7.817 | 107 | 13.102 | 283 |
| Juros sobre empréstimos e financiamentos | 5.891 | 5.248 | 22.119 | 23.832 |
| Baixa do imobilizado | 69 | 121 | 914 | 174 |
| Programa de fidelização | 704 | 617 | 321 | 763 |
| Provisão para riscos cíveis e trabalhistas | 118 | (681) | (277) | (309) |
| Rendimento de aplicações financeiras | (264) | (408) | (1.181) | (1.029) |
| Atualização monetária sobre imposto de renda e da contribuição social | (281) | - | (281) | - |
| Depreciação de reembolso de benfeitorias | (67) | (54) | (266) | (251) |
| Variação no Capital de Giro | (60.596) | 747 | (188.387) | (67.194) |
| ATIVO | | | | |
| Contas a Receber | (22.231) | (23.277) | (73.030) | (66.042) |
| Estoques | (42.970) | (10.229) | (125.327) | (49.465) |
| Impostos e contribuições a recuperar | (18.765) | 2.994 | (18.295) | (3.665) |
| Outros Créditos | (2.498) | 86 | (11.237) | (4.364) |
| PASSIVO | | | | |
| Fornecedores | 39.432 | 27.190 | 89.470 | 67.343 |
| Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias | 3.485 | 1.855 | 17.830 | 17.596 |
| Obrigações Tributárias | (2.690) | 6.518 | (16.802) | 19.326 |
| Contas a pagar | 1.468 | 2.393 | 3.480 | 6.218 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos | (9.158) | (2.956) | (33.242) | (31.858) |
| Juros Pagos Sobre Empréstimos e Financiamentos | (6.669) | (3.827) | (21.234) | (22.283) |
| Fluxo de Caixa de Investimento | (163.059) | (1.186) | (312.656) | (219.324) |
| Aplicações Financeiras | 4.522 | 60.268 | 32.185 | (42.732) |
| Investimentos | (68.791) | - | (72.520) | - |
| Aquisição de imobilizado e intangível | (98.790) | (61.454) | (272.321) | (176.592) |
| Fluxo de Caixa de Financiamento | 685.101 | (38.021) | 490.604 | 385.855 |
| Captação de empréstimos e financiamentos | - | - | - | 210.000 |
| Pagamento de empréstimos e financiamentos | (72.010) | (34.634) | (274.038) | (113.690) |
| Aumento de capital | 779.068 | - | 800.859 | 336.735 |
| Custos de transação na emissão de ações pagos | (21.957) | (3.387) | (22.345) | (24.792) |
| Pagamento de dividendos | - | - | (13.872) | (22.398) |
| Fluxo de Caixa Líquido | 528.826 | 4.491 | 229.915 | 274.480 |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Início do Período | 144.846 | 439.266 | 443.757 | 169.277 |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Fim do Período | 673.672 | 443.757 | 673.672 | 443.757 |

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

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | | Var. |
|--|------------------|------------------|----------------|
| | IAS 17 | IFRS 16 | |
| Receita Bruta de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados | 694.447 | 694.447 | - |
| Impostos e Outras Deduções | (102.219) | (102.219) | - |
| Receita Líquida de Vendas de Mercadorias e Serviços Prestados | 592.228 | 592.228 | - |
| Custo das Mercadorias Vendidas e dos Serviços Prestados | (293.981) | (293.981) | - |
| Lucro Bruto | 298.247 | 298.247 | - |
| Receitas (Despesas) Operacionais | (264.412) | (255.291) | (9.121) |
| Com Vendas | (183.199) | (174.715) | (8.484) |
| Gerais & Administrativas | (55.303) | (54.099) | (1.204) |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas | (25.910) | (26.477) | 567 |
| Lucro Operacional Antes do Resultado Financeiro | 33.835 | 42.956 | (9.121) |
| Resultado Financeiro | 1.193 | (15.939) | 17.132 |
| Receitas Financeiras | 8.462 | 8.462 | - |
| Despesas Financeiras | (7.269) | (24.401) | 17.132 |
| Lucro Antes do IR e da Contribuição Social | 35.028 | 27.017 | 8.011 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | (3.165) | (442) | (2.723) |
| Lucro Líquido do Exercício | 31.863 | 26.575 | 5.288 |

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

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | 4T20 | 2021 | 2020 |
|--|---------------|---------------|----------------|----------------|
| Lucro Antes do Resultado Financeiro (EBIT) | 42.956 | 31.674 | 162.204 | 124.102 |
| (+) Depreciação & Amortização | 24.029 | 17.611 | 85.446 | 61.106 |
| (+) Depreciação - Direito de Uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16) | 29.169 | 21.417 | 103.417 | 79.862 |
| EBITDA | 96.154 | 70.702 | 351.067 | 265.070 |
| (+) Despesas de Aluguel | (38.290) | (26.572) | (134.694) | (95.936) |
| EBITDA ex./ IFRS 16 | 57.864 | 44.130 | 216.373 | 169.134 |
| (-) Plano de Opção de Compra de Ações | 7.816 | 107 | 13.101 | 283 |
| (-) Baixa de Imobilizado | 20 | 123 | 863 | 174 |
| (-) Baixa de direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16) | - | - | (217) | - |
| (-) Efeito ressarcimento tributário CAT-42 | (12.565) | - | - | - |
| (-) Resultado Não Recorrente | 12.417 | 2.679 | 11.521 | (8.842) |
| (-) Receitas Não Recorrentes | (2.220) | - | (9.668) | (12.521) |
| (-) Despesas Não Recorrentes | 14.637 | 2.679 | 21.189 | 3.679 |
| EBITDA Ajustado | 65.552 | 47.039 | 241.641 | 160.749 |

Anexo III: Impacto IFRS 16 – Balanço Patrimonial

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | | Var. |
|--|------------------|------------------|------------------|
| | IAS 17 | IFRS 16 | |
| ATIVO | | | |
| Ativo Circulante | 1.363.903 | 1.362.704 | 1.199 |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 673.672 | 673.672 | - |
| Aplicações Financeiras | 14.532 | 14.532 | - |
| Contas a Receber | 259.605 | 259.605 | - |
| Estoques | 334.524 | 334.524 | - |
| Impostos e contribuições a recuperar | 68.193 | 68.193 | - |
| Outros Créditos | 13.377 | 12.178 | 1.199 |
| Ativo Não Circulante | 1.252.439 | 2.084.643 | (832.204) |
| Outros Créditos – LP | 16.033 | 16.033 | - |
| Impostos e contribuições a recuperar | 3.760 | 3.760 | - |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | 15.477 | 39.287 | (23.810) |
| Imobilizado | 592.996 | 1.401.390 | (808.394) |
| Intangível | 624.173 | 624.173 | - |
| Total do Ativo | 2.616.342 | 3.447.347 | (831.005) |
| PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | | |
| Passivo Circulante | 619.762 | 699.604 | (79.842) |
| Fornecedores | 339.433 | 339.433 | - |
| Empréstimos, Financiamentos e Debêntures | 128.268 | 128.268 | - |
| Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias | 74.957 | 74.957 | - |
| Obrigações Tributárias | 27.543 | 27.543 | - |
| Dividendos a Pagar | 17.816 | 17.816 | - |
| Contas a pagar pela aquisição de controladas | 5.684 | 5.684 | - |
| Outras Obrigações | 22.725 | 6.524 | 16.201 |
| Programa de fidelização | 3.336 | 3.336 | - |
| Arrendamentos Direito de Uso a Pagar (IFRS 16) | - | 96.043 | (96.043) |
| Passivo Não Circulante | 191.103 | 988.487 | (797.384) |
| Empréstimos, Financiamentos e Debêntures - NC | 97.813 | 97.813 | - |
| Contas a pagar pela aquisição de controladas | 86.041 | 86.041 | - |
| Outras Obrigações | 1.073 | 1.073 | - |
| Provisão de Risco Cíveis, Trabalhistas e Tributários | 6.176 | 6.176 | - |
| Arrendamentos Direito de Uso a Pagar (IFRS 16) | - | 797.384 | (797.384) |
| Patrimônio Líquido | 1.805.477 | 1.759.256 | 46.221 |
| Capital Social | 1.578.065 | 1.578.065 | - |
| Reserva de Capital | 39.505 | 39.505 | - |
| Reserva para Opção Outorgadas | 14.856 | 14.856 | - |
| Reserva Especial de Ágio | 24.825 | 24.825 | - |
| Reserva de Lucros | 148.226 | 102.005 | 46.221 |
| Total do Passivo e Patrimônio Líquido | 2.616.342 | 3.447.347 | (831.005) |

Anexo IV: Impacto IFRS 16 – Fluxo de Caixa

| R\$ mil, exceto quando indicado | 4T21 | | Var. |
|---|------------------|------------------|-----------------|
| | IAS 17 | IFRS 16 | |
| Fluxo de Caixa Operacional | 6.784 | 39.176 | (32.392) |
| Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social | 35.028 | 27.017 | 8.011 |
| Depreciação e Amortização | 24.096 | 24.096 | - |
| Depreciação - direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16) | - | 29.169 | (29.169) |
| Despesa de juros - direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16) | - | 18.447 | (18.447) |
| Provisão para perdas nos estoques | (5.731) | (5.731) | - |
| Opções outorgadas reconhecidas | 7.817 | 7.817 | - |
| Juros sobre empréstimos e financiamentos | 5.891 | 5.891 | - |
| Baixa do imobilizado | 69 | 69 | - |
| Baixa de direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16) | - | - | - |
| Programa de fidelização | 704 | 704 | - |
| Provisão para riscos cíveis e trabalhistas | 118 | 118 | - |
| Rendimento de aplicações financeiras | (264) | (264) | - |
| Atualização monetária sobre imposto de renda e da contribuição social | (281) | (281) | - |
| Reembolso de benfeitorias | (67) | (67) | - |
| ATIVO | | | |
| Contas a Receber | (22.231) | (22.231) | - |
| Estoques | (42.970) | (42.970) | - |
| Impostos e contribuições a recuperar | (18.765) | (18.765) | - |
| Outros Créditos | (2.498) | (2.498) | - |
| PASSIVO | | | |
| Fornecedores | 39.432 | 39.432 | - |
| Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias | 3.485 | 3.485 | - |
| Obrigações Tributárias | (2.690) | (2.690) | - |
| Contas a pagar | 1.468 | 633 | 835 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos | (9.158) | (9.158) | - |
| Juros Pagos Sobre Empréstimos e Financiamentos | (6.669) | (6.669) | - |
| Juros pagos sobre direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16) | - | (6.378) | 6.378 |
| Fluxo de Caixa de Investimento | (163.059) | (163.059) | - |
| Aplicações Financeiras | 4.522 | 4.522 | - |
| Investimentos | (68.791) | (68.791) | - |
| Aquisição de imobilizado e intangível | (98.790) | (98.790) | - |
| Fluxo de Caixa de Financiamento | 685.101 | 652.709 | 32.392 |
| Captação de Dívida | - | - | - |
| Pagamento de empréstimos e financiamentos | (72.010) | (72.010) | - |
| Aumento de capital | 779.068 | 779.068 | - |
| Custos de transação na emissão de ações pagos | (21.957) | (21.957) | - |
| Pagamento de dividendos | - | - | - |
| Pagamento de direito de uso (CPC 06 (R2)/IFRS 16) | - | (32.392) | 32.392 |
| Fluxo de Caixa Líquido | 528.826 | 528.826 | - |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Início do Período | 144.846 | 144.846 | - |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Fim do Período | 673.672 | 673.672 | - |

Glossário

Dados Operacionais

- **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*.
- **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* como um % da Receita Bruta Digital.
- **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**, a **Dívida Líquida**, o 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

Natália Esteves, Analista de RI/ESG

ri@petz.com.br

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

+55 (11) 3434-6084