

RELATÓRIO DO IPO DA PETZ:



APAIXONADOS POR PETZ!!

**ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO SÃO TRATADOS
COMO FILHOS PELOS SEUS DONOS**



1. ANÁLISE MICROECONÔMICA
2. HISTÓRIA DA PETZ E ESTRUTURA SOCIETÁRIA
3. SOBRE A OFERTA
4. NÚMEROS HISTÓRICOS DA EMPRESA
5. ANÁLISE POR MÚLTIPLOS
6. SOBRE A OFERTA E RECOMENDAÇÃO

1-ANÁLISE MICROECONÔMICA:

Para entender o relacionamento humano com os animais, é analisado o termo humanização, que pode ser entendido como as atitudes e as práticas dos donos que farão seus pets serem parte da família, como se fossem uma pessoa. Este processo de humanização pode ser visto com maior ênfase nas práticas de consumo dos donos, na compra de peças de roupas, acessórios e quaisquer adornos que distinguirão seus animais dos demais (PESSANHA; PORTILHO, 2008).

O número de pets nos lares brasileiros não para de crescer. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), existem mais de 140 milhões de animais de estimação nos lares do país. Esse é um mercado em franco crescimento no mundo e, no Brasil, um dos mercados que mais cresce e que de acordo com o estudo feito pelo Grupo GS&Gouvêa de Souza, especialista em mercado de varejo e consumo brasileiro, apontou que o mercado pet deve faturar cerca de **R\$ 20 bilhões** até o final de 2020.

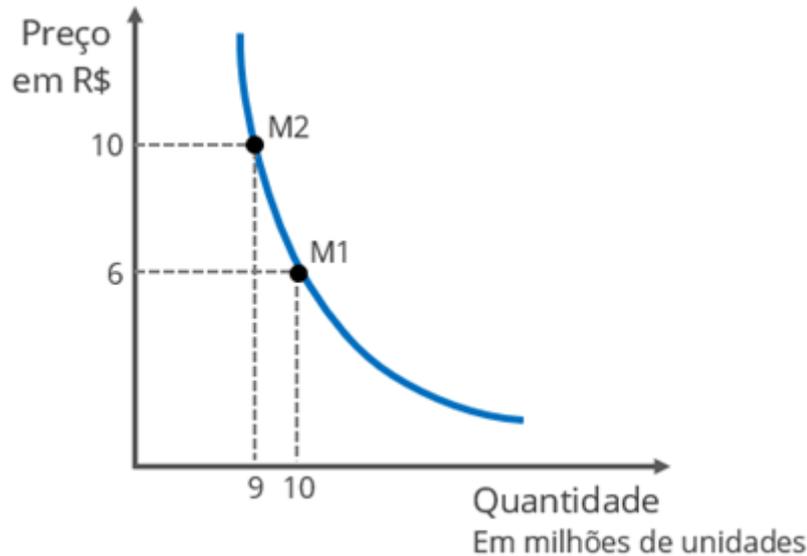
De acordo com a ABINPET (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação), o ramo que mais fatura no segmento é o de alimentação, sendo responsável por 70% do Mercado Pet, e novidades nesse setor podem ser grandes oportunidades para a expansão dos produtos para o mercado internacional, que sempre procura por inovações.

O consumo do setor, abrange todas as classes sociais, diferenciando-se apenas na quantidade dispendida com os produtos. É um segmento que cresce anualmente e tem expectativa contínua, por cada vez mais ser maior a quantidade de lares que tenham pelo menos um animal. O mercado é procurado para oferecimento de alimentos e produtos que proporcionarão o inter-relacionamento do dono e do animal direta ou indiretamente.

Há uma mudança na estrutura das famílias brasileiras, com casamentos mais tardios e, conseqüentemente, a escolha pela maternidade mais tardia, com uma redução no número de nascimentos de bebês, de acordo com dados do IBGE. A combinação destas tendências leva a uma redução do tamanho das famílias, com o aumento de interesse por pets e da disponibilidade financeira para mantê-los.

Soares e Medeiros (2014) apresentam, em análise amostral, que 82% dos consumidores do mercado pet são mulheres, enquanto 18% são do gênero masculino, podendo ser explicado pelo desenvolvimento maior da região do cérebro responsável pela afetividade e por questão emocional de ter um animal doméstico ser próximo de se ter um filho, até então não programado

A demanda é praticamente inelástica, ou seja, uma mudança significativa de preço (P) provoca pouca mudança na demanda, dizemos que o produto é insensível ao preço. Isso costuma acontecer com produtos ditos "essenciais"



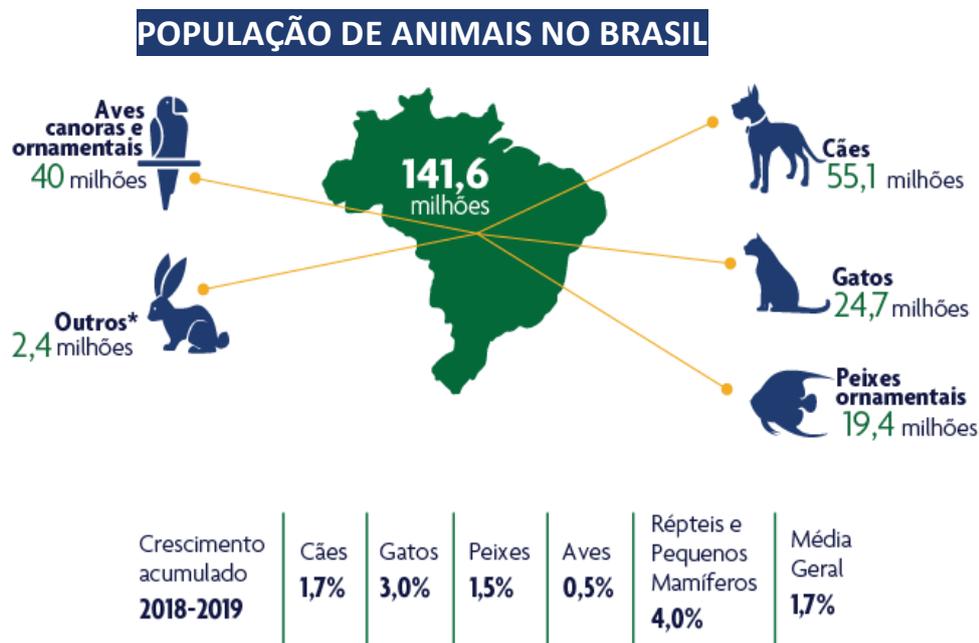
Como exemplo, olhem para o gráfico acima, é exatamente o que vemos no mercado pet, uma mudança no preço da ração não provoca uma mudança no mesmo patamar da quantidade consumida. Nesse exemplo, digamos que o preço da ração mude de 10 para 6 reais, a quantidade consumida aumentaria muito pouco (de 9 para 10), porque são produtos perecíveis e essenciais. Logo a demanda é inelástica e varia pouco, até mesmo quando temos uma crise, por exemplo, a covid, teve um baixo impacto na demanda do setor.

O mercado brasileiro de produtos pets é o quarto maior do mundo, estimado em cerca de R\$23,5 bilhões em receita de mercado, conforme estudos da Euromonitor, e se caracteriza por alto crescimento e resiliência em cenários de crise ou desaceleração econômica, inclusive na crise gerada pela pandemia de Covid-19. Além disso, o mercado de produtos pets tem como características a recorrência da demanda e a baixa sazonalidade, significativamente menor do que as de outras categorias de varejo e consumo, apresentando volume de vendas equilibrado durante todo o ano.

Concluindo é um mercado caracterizado por alto crescimento, com ambiente competitivo de alta fragmentação e grande resiliência em cenários de crise ou desaceleração econômica. O diferencial da PETZ é a integração do canal físico e digital e a gama de produtos e serviços oferecidos que outros pets não têm.

Nas figuras abaixo veremos a população de animais do Brasil e o seu crescimento por animal e, também o faturamento da Indústria de PET no país e o crescimento por segmento (PET VET, PET CARE E PET FOOD).

A primeira figura mostra que temos 141,6 milhões de PETS nos lares brasileiros e demonstra que o líder ainda são os cães, mas está havendo um crescimento de gatos, répteis e pequenos mamíferos nos últimos anos.



Dados 2019. Fonte: Instituto Pet Brasil. Elaboração: Abinpet.

A segunda figura mostra o faturamento da indústria no ano de 2019, sendo a grande líder a alimentação (pet food) que representa mais de 73%. No entanto, um crescimento bom no ano de 2019 de serviços pet care, que significa “cuidados com animais de estimação” e principalmente de “Pet Vet” que é o segmento, que compreende indústrias e integrantes da cadeia de distribuição de medicamentos veterinários, crescendo 15%.



Fonte/Elaboração: Abinpet.

QUAIS FATORES FAZEM DO SEGMENTO UM MERCADO PROMISSOR?

A – MERCADO PET BRASILEIRO É O SEGUNDO MAIOR DO MUNDO

Globalmente, o setor pet movimenta vasta quantia de US\$120 bilhões anuais. Neste cenário, o Brasil ocupa o segundo lugar no ranking dos maiores mercados mundiais, atrás apenas dos Estados Unidos e está a frente de diversos países desenvolvidos, como os países europeus.

B – GRANDE ESPAÇO PARA CRESCIMENTO

Segundo o IBGE, há hoje 140 milhões de animais de estimação no Brasil entre cães, aves, gatos, peixes e outros animais domésticos de pequeno porte. Um levantamento feito pela Abinpet detectou que 9% dos proprietários de cães e 3% de gatos não têm o costume de comprar ração. Isso quer dizer que ainda há espaço para crescimento quando se fala em alimentação para pets.

Considerando que o consumo de rações deu um grande salto quando os fabricantes perceberam o potencial das classes C e D e passaram a oferecer produtos com preços mais em conta, pense no que você pode fazer para atender as necessidades desse público, não só em relação à alimentação, mas a outros produtos e serviços.

C- OS PETS SÃO OS “NOVOS FILHOS”

Se você já notou que os pets vêm conquistando cada vez mais espaço como membros da família, um levantamento feito pela consultoria Venchi Ancona comprova sua constatação: predominantemente, quem compra e cuida dos pets são mulheres, ente 25 e 40 anos e o mesmo cuidado com alimentação e saúde que têm consigo, elas acabam estendendo aos seus bichinhos.

Atualmente, a média de gasto anual per capita é de R\$390 para raças pequenas e R\$760 para raças grandes. Com cada vez mais opções de cuidados, mimos e indulgências essa média só tende a crescer.

2-HISTÓRIA DA EMPRESA PETZ E ESTRUTURA SOCIETÁRIA :

Fundada em 2002, a partir da visão inicial do fundador, Sergio Zimerman, de que uma rede de lojas especializadas, com oferta não só de produtos, mas de serviços e eventos, seria a maneira ideal de criar valor na relação com apaixonados por pets e assegurar mais expectativa e melhor qualidade de vida dos pets.

A empresa tem uma plataforma de soluções para pets que é a mais abrangente do Brasil, considerando em conjunto sortimento, canais de venda, cobertura geográfica e oferta de produtos e serviços, e possui mais lojas do que qualquer outra rede de varejo especializada do setor, a maior rede de centros veterinários e de estética animal, que também promove o maior programa de adoção de cães

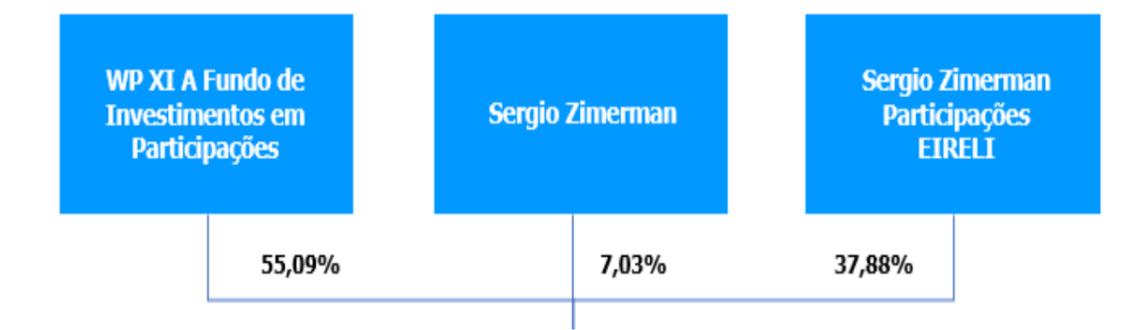
espaço para o aumento do número de lojas com esse formato na nossa rede. Dentre as lojas padrão, três operam 24 horas por dia na cidade de São Paulo.

LOJAS DE CONVENIÊNCIA: São 11 lojas em formatos com área média de aproximadamente 500 m2, com sortimento otimizado de produtos, especializadas em cães e gatos, com oferta limitada de serviços, mas em locais de maior conveniência aos clientes. Numa perspectiva de longo prazo, ampliaremos o número de lojas com esse formato, de forma a adensarmos nossa cobertura geográfica, de maneira complementar à nossa rede de lojas padrão.

CENTROS VETERINÁRIOS: Operam centros veterinários, entre hospitais e clínicas, na grande maioria nas lojas. Dentre os 99 centros veterinários, sete deles são hospitais e os demais são clínicas. Com relação a localização dos centros, 98 estão localizados em lojas, sendo que dentre estes, 97 estão em nossas lojas padrão e um está em uma loja de conveniência, além de um hospital independente. Nos hospitais, tem veterinários de diversas especialidades, capazes de realizar uma série de consultas, exames clínicos e de diagnóstico por imagem (ultrassonografia e raio-X, incluindo tomografia em uma de nossas unidades), e procedimentos cirúrgicos de baixa e alta complexidade a pets de diversas espécies, sendo que cinco hospitais operam 24 horas por dia. Nas clínicas, tem atendimento clínico, e em algumas unidades, procedimentos cirúrgicos de baixa complexidade, com foco maior em cães e gatos.

CANAIS DIGITAIS: Conta com canais digitais, por meio do site www.petz.com.br, do aplicativo para smartphones "Petz", além de contarmos com alguns parceiros de super app, para entregas super expressas, e marketplace, neste último caso apenas para assegurar a oferta complementar de produtos específicos, de giro de estoque mais baixo. Os canais digitais oferecem um sortimento completo de produtos, além de alguns artigos de venda exclusiva nos canais digitais, com entrega nacional, com grande confiabilidade e nível de serviço positivamente reconhecido por nossos clientes, tanto que o site alcançou a liderança no setor de pets no Brasil com recorde histórico de 4,3 milhões de acessos, e os aplicativos para smartphones são líderes nos rankings das lojas da Google Play e Apple Store na categoria de compras para o segmento pet tendo aumentado a quantidade média de downloads em 3 vezes durante a pandemia.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA HOJE:



A Oferta (sem considerar as Ações Adicionais e as Ações Suplementares) contemplará a alienação de 39.8% de nosso capital social atual e a emissão de novas ações ordinárias que representam 7.0% de nosso capital social atual, de maneira que a Companhia não terá um acionista detentor de ações representativas de 50%, mais uma ação, do Capital Social. Após a Oferta (sem considerar as Ações Adicionais e as Ações Suplementares) a Companhia terá 43.8% de ações em circulação.

Ficará da seguinte forma o quadro resumo:

Na hipótese de colocação total das Ações, sem considerar as Ações Suplementares e as Ações Adicionais:

	<u>Antes da Oferta</u>		<u>Após a Oferta</u>	
	<u>Ações Ordinárias⁽¹⁾</u>	<u>%</u>	<u>Ações Ordinárias</u>	<u>%</u>
Sergio Zimmerman Participações EIRELI ⁽²⁾	131.968.204	37,88	131.968.204	35,40
Acionista Vendedor Pessoa Física	24.489.796	7,03	0	0,00
Acionista Vendedor Fundo de Investimento.	191.908.000	55,09	77.622.286	20,82
Ações em tesouraria	0	0	0	0,00
Outros	0	0	0	0,00
Administradores	0	0	0	0,00
Ações em circulação	-	-	163.265.306	43,79
Total.....	348.366.000	100,00	372.855.796	100,00

Quantidade, Montante e Recursos Líquidos da Oferta

A tabela, abaixo, apresenta a quantidade de Ações (i) a ser emitida pela Companhia; e (ii) a ser alienada pelos Acionistas Vendedores, sem considerar as Ações Suplementares e as Ações Adicionais:

Ofertantes	Quantidade	Montante ⁽¹⁾	Recursos Líquidos ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ (R\$)
Companhia.....	24.489.796	336.734.695	324.107.144
Acionista Vendedor Pessoa Física	24.489.796	336.734.695	324.107.144
Acionista Vendedor Fundo de Investimento	114.285.714	1.571.428.568	1.512.499.996
Total.....	163.265.306	2.244.897.958	2.160.714.284

(1) Com base no Preço por Ação de R\$13,75, que é o preço médio da faixa indicativa de preços. No contexto da presente Oferta, estima-se que o Preço por Ação estará situado entre R\$12,25 e R\$15,25, ressalvado, no entanto, que o Preço por Ação poderá, eventualmente, ser fixado em valor acima ou abaixo desta faixa indicativa.

(2) Considerando deduções de comissões, mas sem deduções das despesas da Oferta.

(3) Valores estimados e, portanto, sujeitos a alterações.

Na hipótese de colocação total das Ações, considerando as Ações Suplementares e as Ações Adicionais:

	Antes da Oferta		Após a Oferta	
	Ações Ordinárias ⁽¹⁾	%	Ações Ordinárias	%
Sergio Zimerman Participações EIRELI ⁽²⁾	131.968.204	37,88	131.968.204	35,40
Acionista Vendedor Pessoa Física	24.489.796	7,03	0	0,00
Acionista Vendedor Fundo de Investimento	191.908.000	55,09	20.479.430	5,49
Ações em tesouraria	0	0	0	0,00
Outros	0	0	0	0,00
Administradores	0	0	0	0,00
Ações em circulação	–	–	220.408.162	59,11
Total.....	348.366.000	100,00	372.855.796	100,00

(1) Considerando o Desdobramento.

(2) Empresa individual detida integralmente por Sergio Zimerman.

A tabela, abaixo, apresenta a quantidade de Ações (i) a ser emitida pela Companhia; e (ii) a ser alienada pelos Acionistas Vendedores, considerando as Ações Suplementares e as Ações Adicionais:

Ofertantes	Quantidade	Montante ⁽¹⁾	Recursos Líquidos ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ (R\$)
Companhia.....	24.489.796	336.734.695	324.107.144
Acionista Vendedor Pessoa Física	24.489.796	336.734.695	324.107.144
Acionista Vendedor Fundo de Investimento	171.428.570	2.357.142.838	2.268.749.981
Total.....	220.408.162	3.030.612.228	2.916.964.269

(1) Com base no Preço por Ação de R\$13,75, que é o preço médio da faixa indicativa de preços. No contexto da presente Oferta, estima-se que o Preço por Ação estará situado entre R\$12,25 e R\$15,25, ressalvado, no entanto, que o Preço por Ação poderá, eventualmente, ser fixado em valor acima ou abaixo desta faixa indicativa.

(2) Considerando deduções de comissões, mas sem deduções das despesas da Oferta.

(3) Valores estimados e, portanto, sujeitos a alterações.

Percebemos claramente que o principal vendedor da oferta é o fundo de investimento e vai haver a manutenção do sócio fundador da companhia Sergio Zimerman, e isso torna a oferta bem interessante, pois aquele que criou a companhia acredita sim na empresa e no seu projeto de crescimento.

Considerando as ações adicionais e suplementares teremos a seguinte composição da empresa:

SERGIO ZIMERMAN – COM 35,4% DAS AÇÕES

FUNDO DE INVESTIMENTO- 5,49% DAS AÇÕES

FREE FLOAT- 59,11% DAS AÇÕES

A companhia vai angariar R\$ 324.107.144, o restante irá em sua grande parte para o bolso do fundo de investimento e o acionista pessoa física.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA

Capital Social da Cia: R\$ 50.515.360,86;

Número de Ações: 348.366.000;

Emissão de novas ações (+7%): 24.489.796 (Oferta primária);

Total de Ações após a emissão: 372.855.796;

Venda de Ações no IPO: 163.265.306, sendo:

Novas Ações: 24.489.796 (Oferta primária)

WP XI A Fundo de Investimento: 114.285.714 (Oferta Secundária)

Sergio Zimmerman (Pessoa Física): 24.489.796 (Oferta Secundária)

3- SOBRE A OFERTA:

FAIXA DE PREÇO: R\$ 12,25 a R\$ 15,25

INVESTIMENTO MÍNIMO E MÁXIMO: R\$ 3 MIL A 1 MILHÃO

OPÇÕES: COM LOCK UP 45 DIAS(COM PRIORIDADE) OU SEM LOCK UP

PERÍODO DA RESERVA: 26/08 A 08/09

FIXAÇÃO DE PREÇO: 09/09

INÍCIO DA NEGOCIAÇÃO: 11/09

CÓDIGO DA NEGOCIAÇÃO: PETZ3

4- ANÁLISE POR MÚLTIPLOS:

Vamos inicialmente analisar os números históricos que temos disponível, para depois projetar.

NÚMEROS DA PETZ											
	BALANÇO PATRIMONIAL				DRE			FLUXO DE CAIXA			
ANO	PL	DIVIDA BRUTA	CAIXA	DIVIDA LÍQUIDA	RECEITA LÍQUIDA	LUCRO LÍQUIDO	EBITDA	OPERAÇÕES	FINANCIAMEN TO	CAPEX	LIVRE
2017	158	114	61	53	597	11	48	15	115	70	-55
2018	182	257	161	97	768	31	76	79	142	101	-22
2019	176	399	169	229	986	24	115	161	34	160	1
ATÉ O 2 TRI 2020	182	558	282	277	617	22	67	98	117	59	39

ANÁLISE:

- A empresa cresce receita a uma taxa média de 28% ao ano;
- A empresa cresce EBITDA mais de 50% ao ano;

	ENDIVIDAMENTO		RENTABILIDADE		
ANO	DIVIDA BRUTA/PL	DIVIDA LÍQUIDA/EBITDA	MARGEM LÍQUIDA	MARGEM EBITDA	ROE
2017	72%	1,12	2%	8%	7%
2018	141%	1,26	4%	10%	17%
2019	226%	1,99	2%	12%	13%

ANÁLISE:

- A empresa tem dívida equilibrada frente ao seu EBITDA(2x)
- A margem Líquida de 4% é baixa como toda empresa varejista;
- A margem EBITDA vem crescendo cerca de 20% ao ano
- Possui uma boa rentabilidade(roe) acima de 10%

VALUATION POR MÚLTIPLOS HOJE E PROJEÇÕES:

PREMISSAS:

NÚMERO DE AÇÕES: 372.855.796

PREÇO DA AÇÃO: 15,25

VALOR DE MERCADO: R\$5.686.050,89

DÍVIDA LÍQUIDA: 276.633

EV: R\$5.962.683,89

RECEITA ESTIMADA DE R\$ 1.700 BI (PROJETADA PARA OS PRÓXIMOS 12 MESES)

PROJETAMOS MARGEM EBITDA DE 14%

EBITDA: 238.000,00

EV/EBITDA: 25X

CONCLUSÃO:

Apesar do valuation ser considerado caro para todas as faixas indicativas de preço e sem margem de segurança, acreditamos no negócio por fator microeconômico, de demanda pouco elástica, crescimento de animais de estimação no lar brasileiro, e da resiliência do setor em um ambiente de crise. A operação da empresa já tem um online e omnichannel bem desenvolvido e as lojas, que também atendem plenamente o consumidor de pets. Esses mais de 300 milhões de entrada no caixa serão destinadas a estratégias de crescimento da empresa, inclusive com abertura de lojas, o que pode aumentar e muito a receita e o EBITDA da empresa. Muitas dessas lojas recém inauguradas não atingiram a maturidade necessária para um retorno maior, mas que deverão certamente atingir. É uma empresa de crescimento e de boa gestão, por isso, paga-se caro para virar sócio.

Recomendamos a entrada no IPO até o preço teto de R\$ 15,25, para aquele que deseja ser sócio de uma excelente empresa, que vai investir em seu crescimento para os próximos anos. ("Tudo que é bom é caro!!")

MARCELO LEVY

ANALISTA PLENO CNPI-P EM 2141

Disclaimer

Este documento foi elaborado e distribuído pela Turbo Invest unicamente para uso do destinatário original, e tem como objetivo somente informar os investidores, não constituindo oferta de compra ou de venda de nenhum título ou valor mobiliário contido neste relatório.

As decisões de investimentos e estratégias financeiras devem ser realizadas pelo próprio leitor. O analista elaborou o presente relatório de forma independente, e o conteúdo do mesmo não pode ser copiado, reproduzido ou distribuído, no todo ou em parte, a terceiros, sem prévia e expressa autorização. Todas as informações utilizadas neste documento foram redigidas com base em informações públicas, de fontes consideradas fidedignas.

Embora tenham sido tomadas todas as medidas razoáveis para assegurar que as informações aqui contidas não são incertas ou equívocas no momento de sua publicação, a Turbo Invest e o analista responsável pelo relatório não responde pela veracidade das informações do conteúdo. Conforme o artigo 20, parágrafo único da ICVM 598/2018, o analista Marcelo Levy declara-se inteiramente responsável pelas informações e afirmações contidas neste relatório de análise.

De acordo com a exigência regulatória do artigo 21 previsto na ICVM 598, de 18 de abril de 2018, o analista de valores mobiliários, responsável principal por este relatório, declara:

- que as recomendações contidas neste relatório refletem única e exclusivamente sua opinião pessoal sobre a(s) companhia(s) analisada(s) e seus valores mobiliários e foram elaborados de forma independente e autônoma;
- que as informações, opiniões, estimativas e projeções contidas neste documento referem-se à data presente e estão sujeitas a mudanças, não implicando necessariamente na obrigação de qualquer comunicação no sentido de atualização ou revisão com respeito a tal mudança.

Para maiores informações, pode-se ler a Instrução CVM 598, de 2018, e o Código de Conduta da Apimec para o Analista de Valores Mobiliários. Este relatório é destinado exclusivamente aos assinantes da Turbo Invest. A sua reprodução ou distribuição não autorizada, sob qualquer forma, no todo ou em parte, implicará em sanções cíveis e criminais cabíveis, incluindo a obrigação de reparação de todas as perdas e danos causados, nos termos da Lei nº 9.610/98 e de outras aplicáveis