

GRUPO  
**petz  
cobasi**

**Apresentação  
Institucional**

Setembro de 2025



Mercado Pet Brasileiro .....	<b>3</b>
O Grupo Petz Cobasi .....	<b>7</b>
Liderança e Governança .....	<b>19</b>
Integração de Aquisições Estratégicas .....	<b>24</b>
Integração e Sinergias .....	<b>27</b>
Alavancas de Resultados .....	<b>31</b>
Considerações Finais .....	<b>37</b>
Apêndice .....	<b>38</b>

# Sumário

# Mercado Pet Brasileiro



# Principais **tendências de demanda** do mercado pet



## **+30% de aumento populacional de pets no Brasil desde 2021**

- Envelhecimento da população e efeito “ninho vazio”
- Casais optando por não ter filhos
- Aumento da expectativa de vida dos pets
- Cresce o número de lares com mais de um pet, alcançando 1,6 animais por residência



## **Famílias cada vez mais “multi-espécie”**

- Relação emocional, além dos atributos de produto
- Nova geração cresce dividindo a vida e a casa com seus pets
- Importância dos pets no núcleo familiar aumenta demanda por serviços



## **Tutores cada vez mais informados**

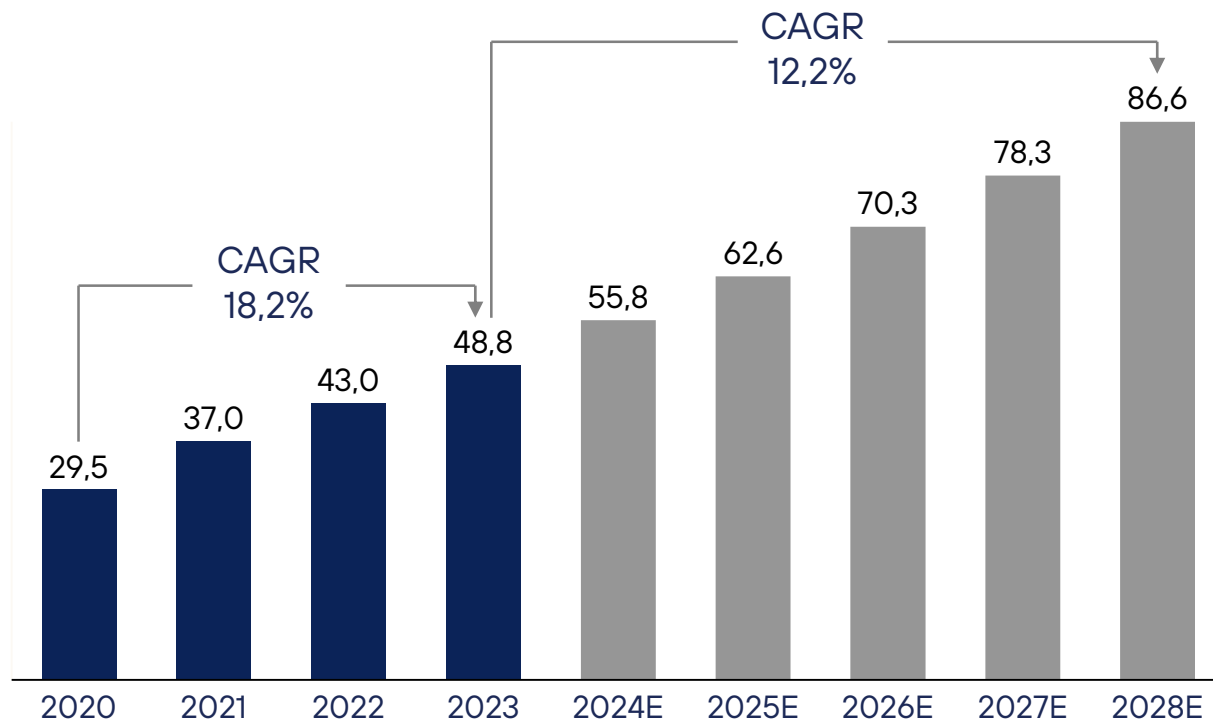
- Informação acessível a tutores de todas as classes sociais
- Interesse crescente por informação e conteúdo de qualidade
- Tutores querem mais conteúdo em vídeo

# Mercado relevante e de alto crescimento

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

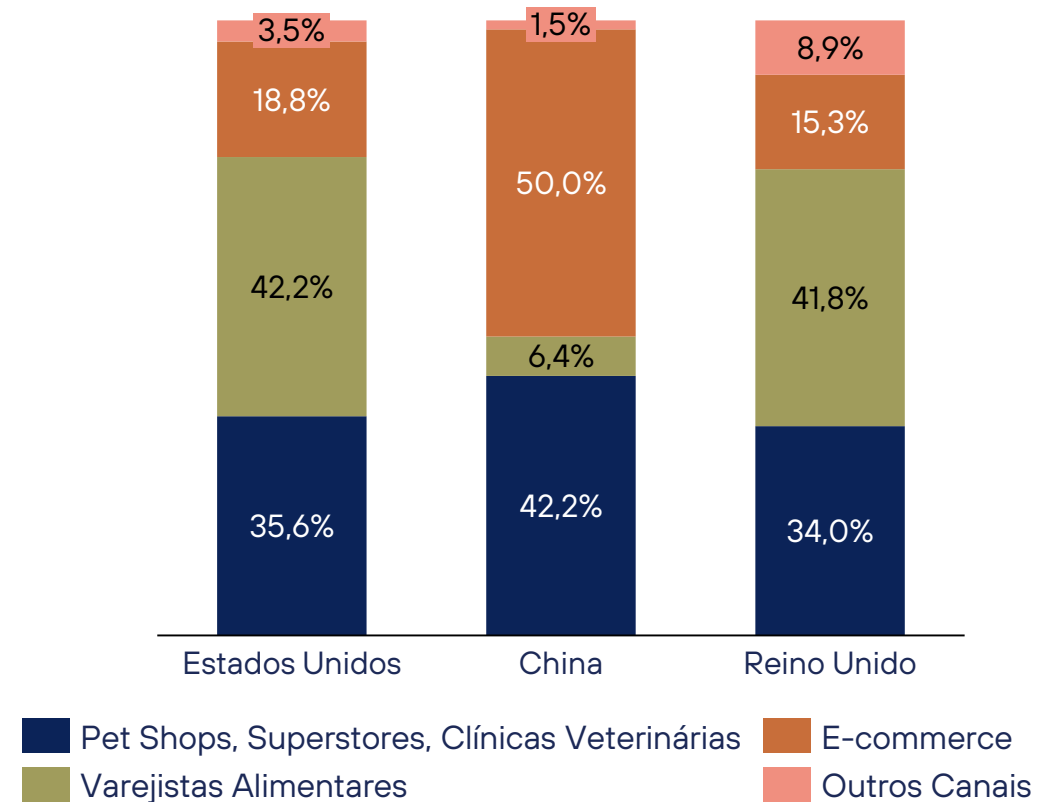
## Evolução do Mercado de Produtos Pet no Brasil

(R\$ bilhões)



## Venda de Produtos para Pets por Canal

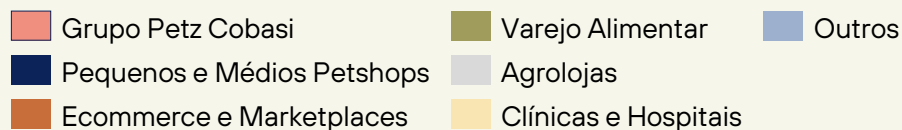
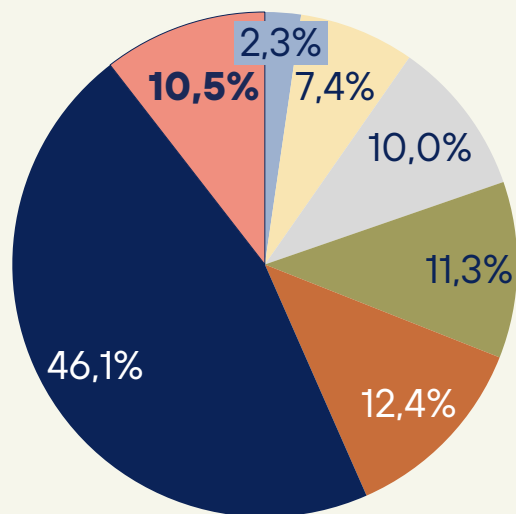
(%, 2024E)



# Mercado altamente fragmentado

Oportunidade para consolidação do mercado no Brasil

Mercado Pet no Brasil  
(%, 2024E)



## Proposta de valor

	GRUPO petz cobasi	Lojas Online	Pequenos Petshops	Varejo de Alimentos
Preço	=	=	=	=
Conveniência de Loja	✓	✗	✓	✓
Omnichannel	✓	✗	✗	○
Programa de Fidelidade	✓	✗	✗	✗
Sortimento de Produtos	✓	✓	○	✗
Expertise & Aconselhamento	✓	○	○	✗
Serviços Veterinários	✓	✗	○	✗
Plano de Saúde	✓	✗	○	✗
Estética	✓	✗	✓	✗
Casa & Jardim	✓	○	✗	○

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

# O Grupo Petz Cobasi



# O melhor ecossistema pet da América Latina

## Cobasi

**Pioneira do varejo pet**  
no Brasil

**Liderança no Sudeste**  
presente em 19 estados + DF

**Lojas de experiência**  
e atendimento de excelência

**Maior rede de franquias de serviços**  
pet do Brasil, com a Pet Anjo

**Portfólio complementar**  
Produtos para pet, casa e jardim



## Petz

**1ª empresa do setor pet**  
listada na B3

**Liderança nacional**  
presente em 23 estados + DF

**Pioneira na omnicanalidade**  
do varejo brasileiro

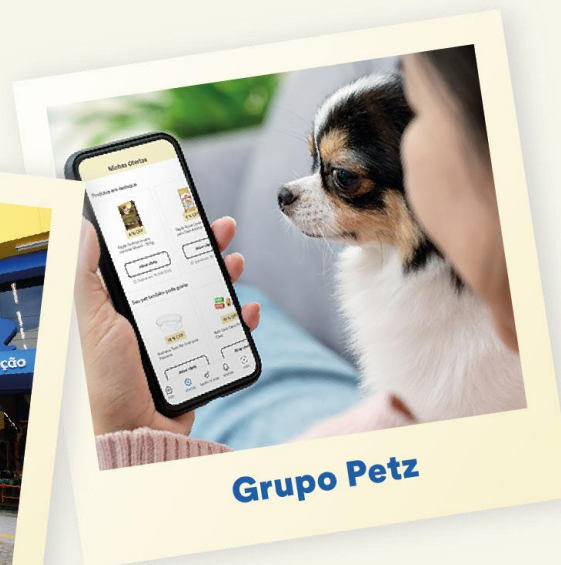
**Maior rede veterinária verticalizada**  
completa do Brasil

**Marcas próprias**  
e produtos exclusivos

Fundada em **2002**,  
a **Petz** foi a primeira pet  
shop do mundo com  
atendimento 24 horas



Sergio Zimerman  
*Fundador*



### 2002 - 2013

Inauguração da 1ª loja  
em São Paulo – SP

### 2014 - 2020

Reforço da profissionalização e  
estruturação da governança, com  
investimento de fundo de Private  
Equity

**1ª empresa do segmento pet  
listada na B3 (Novo Mercado)**

### 2021 - 2025

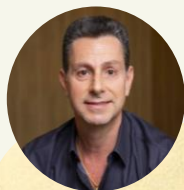
Diversificação geográfica,  
participação digital & aquisições



# A **Cobasi** foi fundada em **1985**

pelos irmãos Nassar

como loja agropecuária, por uma família que tem mais de 100 anos de experiência no varejo, desde 1920.



Paulo



João



Ricardo



Nasce com a vocação varejista, **de amor à loja em uma época onde o animal de estimação ainda não era um membro da família**

Responsáveis por fomentar o varejo pet brasileiro.

*"Ajudamos toda a cadeia do mercado pet a se profissionalizar ao longo desses anos."*

# Uma plataforma omnicanal poderosa



R\$ **7,7** BI  
Receita Bruta  
LTM 3T25

+ **6,8**MM  
clientes  
únicos<sup>1</sup>

R\$ **587** MM  
EBITDA Ajustado  
(IAS-17) LTM 3T25

~ **1**MM  
assinantes<sup>2 3</sup>

**521**<sup>4</sup>  
lojas em 23  
estados + DF

+ **15**MIL  
colaboradores  
em 2024

**95%**  
Índice  
Omnichannel

+ **5**MM  
downloads  
nos apps em 2024



<sup>1</sup> Clientes que realizaram pelo menos uma compra ao longo de 2025.

<sup>2</sup> Não considera clientes únicos.

<sup>3</sup> Data base: setembro de 2025.

<sup>4</sup> Não considera o desinvestimento das 26 lojas previsto no ACC celebrado com o CADE.

# Track record sólido de crescimento

## 521<sup>1</sup> lojas

em 23 estados + DF

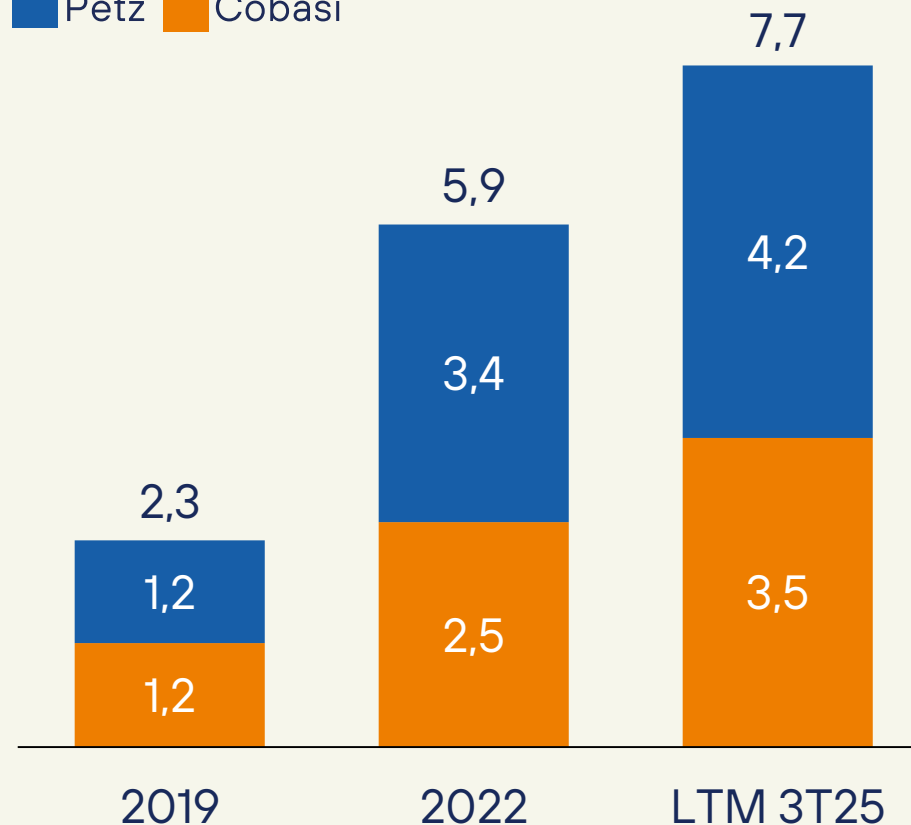
4 CDs  
(SP e GO)



## Faturamento Bruto

(R\$ bilhões)

Petz Cobasi



## +316

Aberturas Líquidas de Lojas no Período

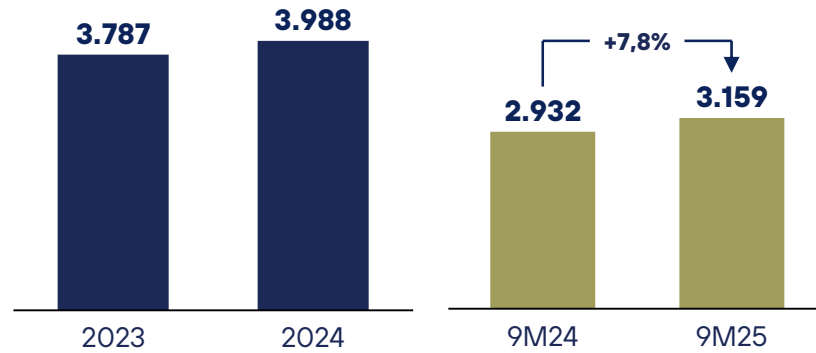
**Performance financeira robusta reflete o potencial e solidez da empresa combinada**

**Nota:**

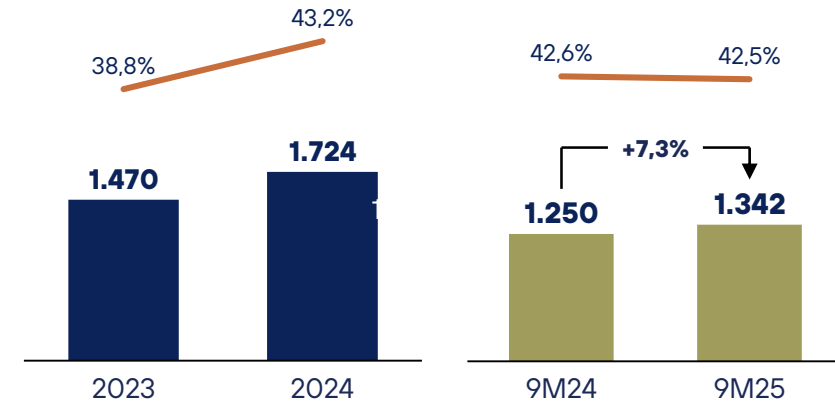
1. Considera números consolidados ajustados de ambas Companhias.
2. Não considera parcela caixa paga em 23 de janeiro de 2026 para acionistas Petz.

LTM 3T25 <sup>1</sup>	<b>Petz</b>	<b>Cobasi</b>	GRUPO <b>petz cobasi</b>
Receita Bruta ▶	R\$4,2BI	R\$3,5BI	R\$7,7BI
Receita Líquida ▶	R\$3,5BI	R\$2,9BI	R\$6,5BI
Lucro Bruto ▶	R\$1,7BI	R\$1,4BI	R\$3,0BI
EBITDA (IAS17) Ajustado ▶	R\$307Mi %RL: 8,7%	R\$280MM %RL: 9,5%	R\$587MM %RL: 9,1%
Lucro Líquido (IAS17) Ajustado ▶	R\$73MM	R\$147MM	R\$220MM
Caixa Líquido ▶	R\$81MM	R\$434MM	R\$515MM <sup>2</sup>

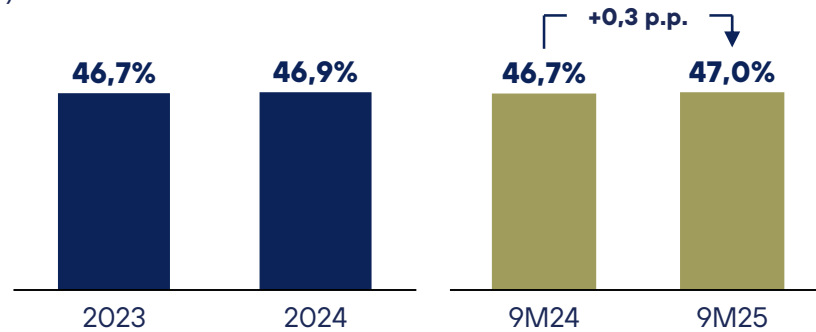
**Receita Bruta**  
(R\$ milhões)



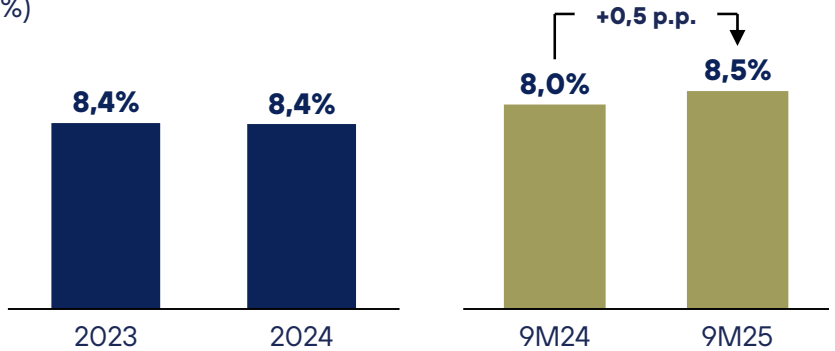
**Receita Bruta – Canal Digital & Participação total**  
(R\$ milhões, %)



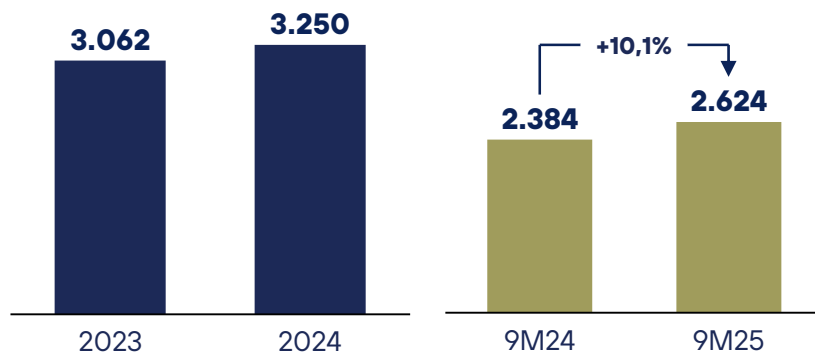
**Margem Bruta**  
(%)



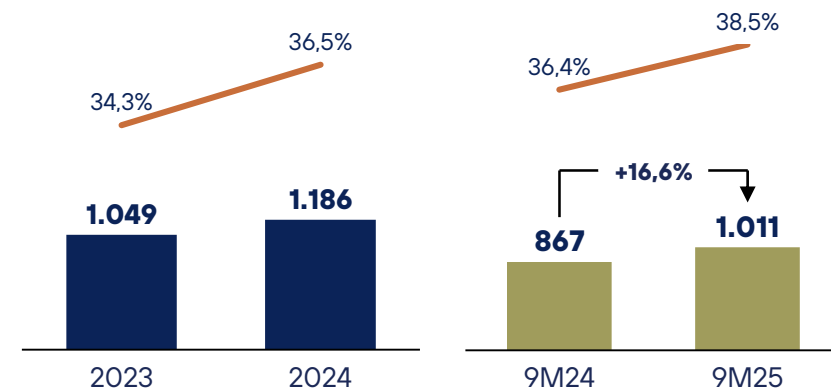
**Margem EBITDA Ajustada**  
(%)



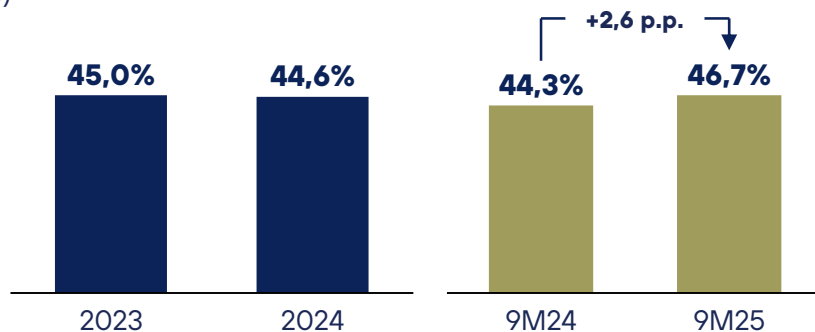
**Receita Bruta**  
(R\$ milhões)



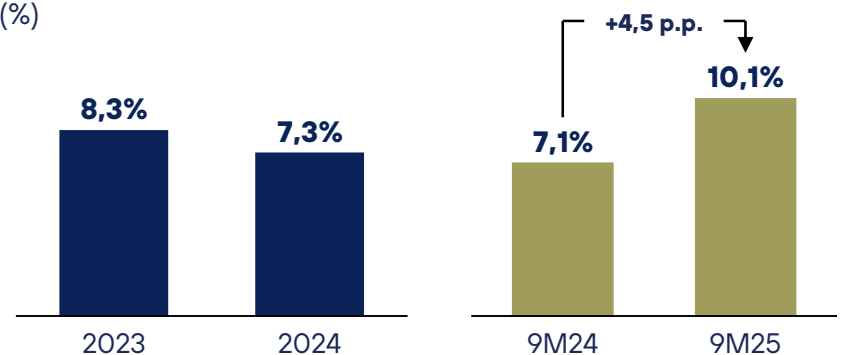
**Receita Bruta – Canal Digital & Participação total**  
(R\$ milhões, %)



**Margem Bruta**  
(%)



**Margem EBITDA Ajustada**  
(%)



# Solução One Stop Shop

**Ecosistema completo** para atender o pet e o tutor em **todas as etapas** da vida

**521<sup>1</sup>** lojas

**+40%** penetração digital

Alto nível de serviço com baixo custo de servir

**15** hospitais

**+180** clínicas e consultórios

Plano de saúde

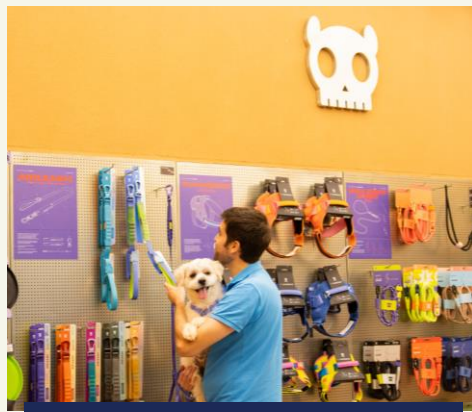
**+300 unidades** de serviço de estética

Foco em conveniência e bem-estar

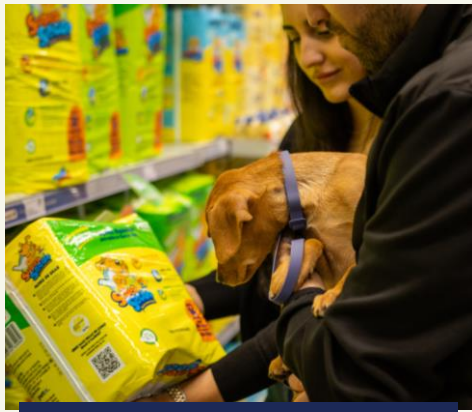
GRUPO **petz cobasi**



# Empresas Adquiridas



- Design, qualidade e *storytelling* de seus produtos
- Plataforma verticalizada de *express delivery* do segmento pet e UX intuitivo e moderno
- Presença global e mindset de inovação com forte conexão com o consumidor



- Líder da categoria de tapetes higiênicos e amplamente reconhecida no mercado pet brasileiro
- Transforma resíduos da produção de fraldas descartáveis do segmento humano em inovação sustentável para os pets
- Marca consolidada com alta penetração na Petz, com 89% de share das vendas na categoria



- Líder do segmento na região Nordeste, com forte influência e reconhecimento na área, fortalecendo a presença da Companhia em mercados regionais relevantes
- Rede regional consolidada no varejo pet, com operação estabelecida e base recorrente de clientes



- Marca digital do segmento de gatos, com forte engajamento e relevância do público "cat lover"
- Portfólio diferenciado de produtos premium, com inovação, identidade e conexão emocional com tutores
- Conteúdo educativo e divertido sobre comportamento felino



- Fundada por Alexandre Rossi ("Dr. Pet"), é a maior franquia de adestramento em domicílio da América Latina
- Oferece serviços de adestramento, consultoria comportamental pet, cursos, palestras e franquias
- Fortalecimento da vertical de serviços da com conteúdo, credibilidade e escala

# Programas de Fidelidade:

mais vantagens e mais conexão, impulsionando recorrência e share of wallet

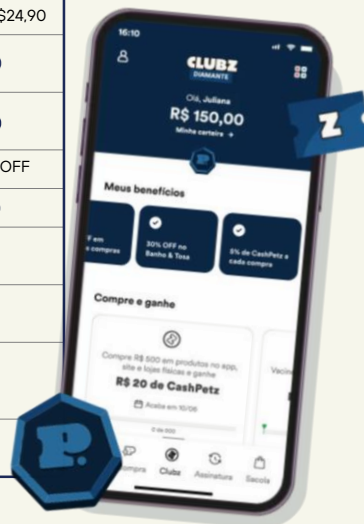
## CLUBZ

Feito pra quem ama qualidade,  
descontos e CashPetz

Ofertas e descontos fixos pra usar todo o mês

Uso ilimitado, quantas vezes precisar

	<b>CLUBZ BRONZE</b> Gratuito para clientes Petz	<b>CLUBZ PRATA</b> Gratuito para assinantes Petz	<b>CLUBZ OURO</b>	<b>CLUBZ DIAMANTE</b>
Valores	X	12x de R\$6,90	12x de R\$12,90	12x de R\$24,90
CashPetz e descontos com o Compre e Ganhe	✓	✓	✓	✓
10% OFF em todas as compras de produtos	X	✓	✓	✓
Desconto no Banho & Tosa	X	10% OFF	20% OFF	30% OFF
Conteúdo exclusivo	X	✓	✓	✓
5% de CashPetz em todas as compras de produtos	X	X	✓	✓
Sem taxa de serviço em compras online	X	X	X	✓
30% de CashPetz em consultas, vacinas e exames	X	X	X	✓
Frete grátis para todo o Brasil na Entrega Padrão	X	X	X	✓



## PROGRAMA AMIGO Cobasi

Um único programa,  
muitos benefícios

Resgate de pontos por descontos ou brindes

Ofertas exclusivas

Compra Programada

Serviços Pet

= 1 real = 2 estrelas

= 1 real = 1 estrela

Acumule pontos em dobro nos pedidos de Compra Programada recorrentes

Pontue em consultas veterinárias e Banho e Tosa



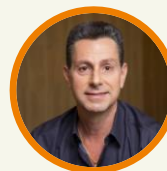
# Liderança e Governança



# Liderança experiente no mercado pet, unindo forças e ampliando resultados

Cobasi

Petz



**Paulo Nassar**  
Diretor Presidente



**Caio Bernardo**  
Diretor Comercial & Marketing

21 anos de varejo  
8 anos de Cobasi



**Rodrigo Cruz**  
Diretor de Operações e Expansão

22 anos de varejo  
10 anos de Petz



**Marcelo Maia**  
Diretor de TI e Digital

20 anos de varejo  
12 anos de Petz



**Aldir Silva**  
Diretor de Logística

14 anos de varejo  
3 anos de Cobasi



**Rafael Siqueira**  
Diretor Financeiro e RI

17 anos de varejo  
8 anos de Cobasi



**Flavia Pontes**  
Diretora de RH e Serviços

9 anos de varejo  
4 anos de Petz



**Fabiana Rosa**  
Diretora de Educação Corporativa

26 anos de varejo  
26 anos de Cobasi



**Thalyta Losano**  
Diretora Jurídica

13 anos de varejo  
13 anos de Petz



**Oderi Leite**  
Diretor de Integração

27 anos de varejo  
8 anos de Cobasi

# Conselho de Administração

Estratégico, experiente e com profundo conhecimento do mercado pet



**Sergio Zimerman**

**Presidente do Conselho**

Fundador da Petz, liderando a trajetória de crescimento da companhia, com mais de 40 anos de experiência



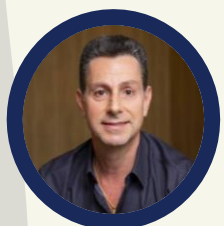
**Ricardo Nassar**

Cofundador da Cobasi, liderou as áreas Comercial e Marketing, com foco na expansão de projetos estratégicos na vertical de serviços pet



**Eduardo Terra**

Fundador da BTR Retail, presidente da SBVC por 10 anos e um dos principais especialistas em varejo do Brasil, além de ser cofundador do Instituto Retail Think Tank



**Paulo Nassar**

Cofundador e CEO da Cobasi, com mais de 40 anos de experiência e responsável pelo movimento de transformação digital da companhia



**Cristiano Lauretti**

Sócio responsável pelo *Private Equity* do Kinea, com mais de 25 anos de experiência em investimentos nos mais variados setores, incluindo varejo, como investimento em Panvel (PNVL3)



**Germán Quiroga**

Extensiva experiência no varejo brasileiro, liderando o e-commerce de companhias como Americanas e Pontofrio antes de atuar como conselheiro



**João Nassar**

Cofundador da Cobasi, liderou as áreas de Novos Negócios e Expansão, além de presidente do Conselho de Administração da Cobasi entre 2021 e 2025



**Tania Zimerman**

Com mais de 20 anos de experiência, foi responsável pela estruturação dos departamentos de backoffice e implantação de processos, incluindo a expansão das novas unidades da Petz



**Claudio Ely**

Líder da expansão que levou ao IPO da Drogasil e peça-chave em sua fusão com a Raia. Além de posições em conselho, atualmente atua como consultor sênior da Warburg Pincus

 **Membros independentes**

# Governança Corporativa

União de acionistas de referência e melhores práticas

## Acordo de Acionistas

- Acordo 1: Sergio Zimerman & Família Nassar
- Validade: 8 anos
- Voto em bloco entre os signatários
- Acordo 2: Família Nassar & Kinea

## Lock-Up de Ações

- Lock-up de restrição à negociação de ações por 6 meses
- Condição adicional de 6 meses após o lock-up: **direito de primeira oferta** entre Sergio e Família Nassar

## Liderança e Governança

- **CEO:** Paulo Nassar
- **Presidente do Conselho de Administração:** Sergio Zimerman

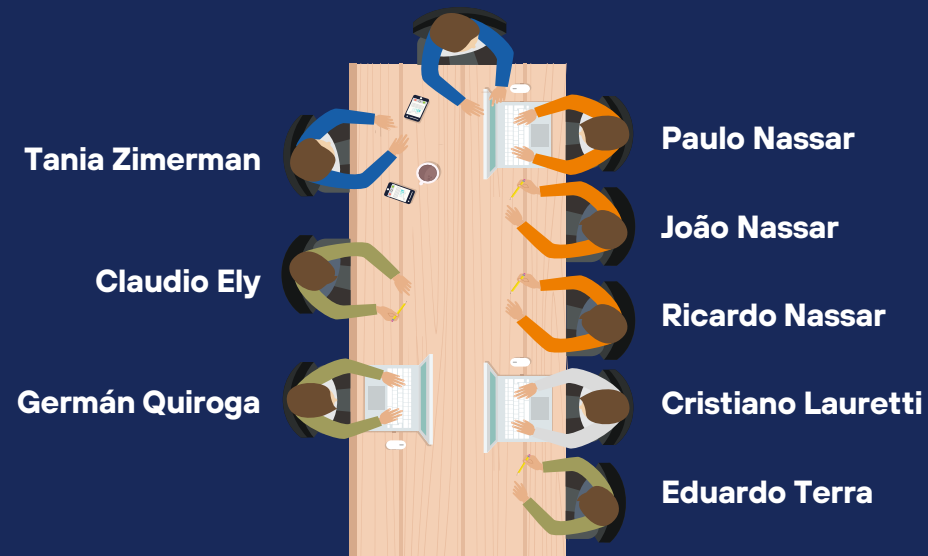
## Comitês de Assessoramento

- Auditoria
- Financeiro
- Estratégia
- Recursos Humanos
- Sustentabilidade

## Conselho de Administração

**Sergio Zimerman**

Presidente do Conselho de Administração



Cobasi

Petz

Kinea

Independente

**Listada no Novo Mercado, comprometida com as melhores práticas de governança corporativa**

**AUAU3**  
B3 LISTED NM

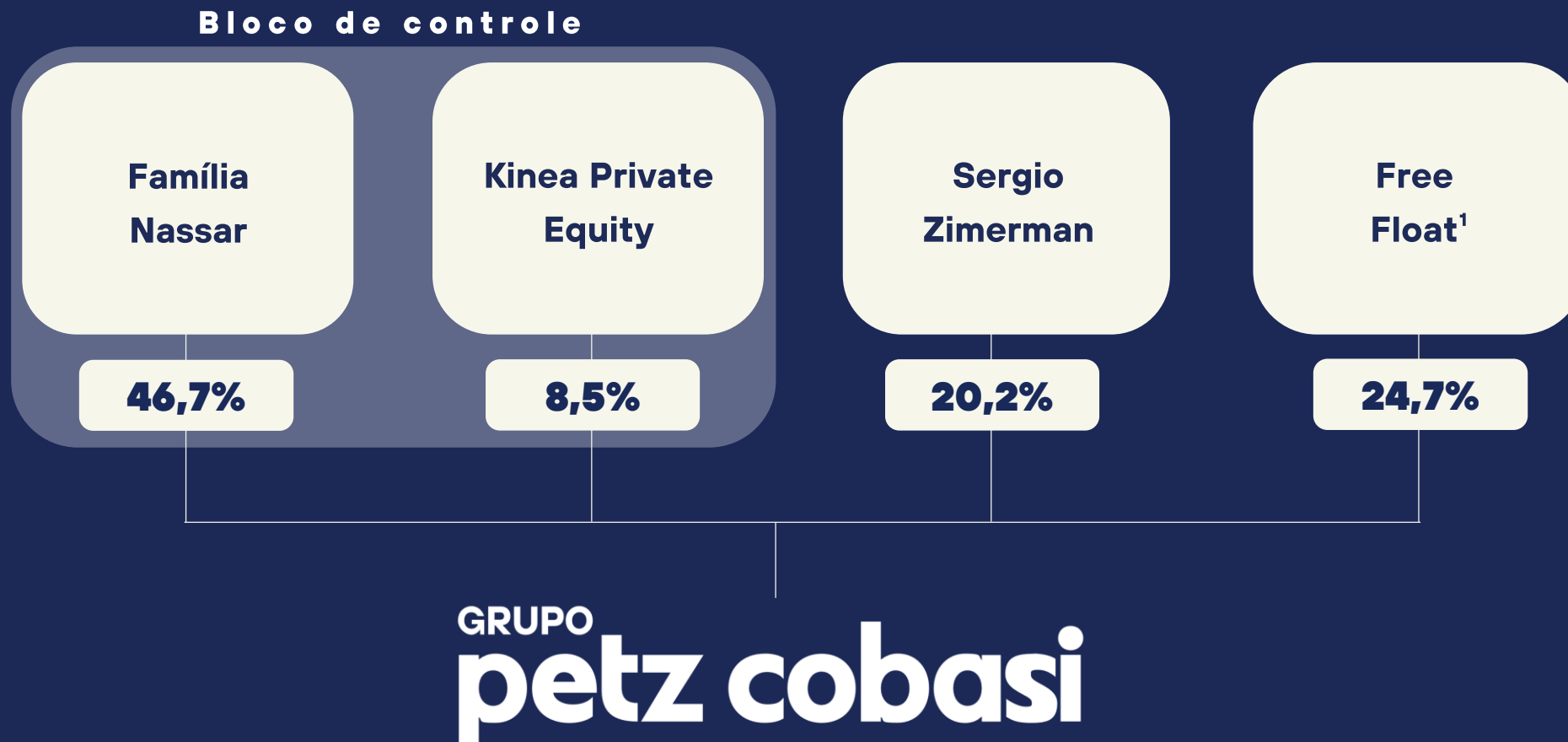
**IBRX100 B3**  
**IGC B3** **ICON B3**

**IBRA B3**  
**IDIVERSA B3**

**IGC-NMB3**  
**ITAG B3**

**IGCT B3**  
**SMLL B3**

# Estrutura e Composição Acionária

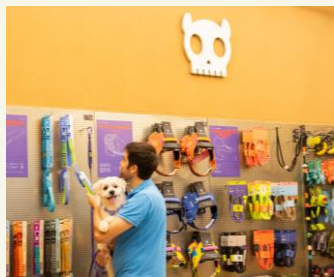


# Integração de Aquisições Estratégicas



# Aquisições estratégicas

Integração com foco na geração de valor



CANSEI  
DE SER  
GATO

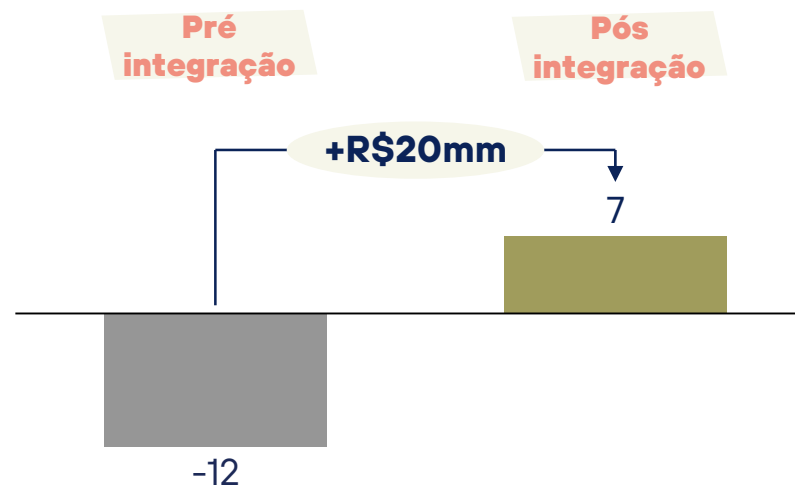


## Captura de sinergias

- Fechamento dos hubs de Zee.Now, com migração das vendas para lojas Petz como hubs, reduzindo despesas operacionais sem impacto na experiência do cliente
- Aumento de conversão e ticket via marcas premium e experiência diferenciada
- Produção própria de toda a linha de tapetes higiênicos das marcas Petz, Zee.Dog, Fresh Pads e Super Secção através da Petix
- ~90% de participação de marca própria na categoria de tapetes

## EBITDA Adquiridas

No início e após 12 meses de integração  
(Em R\$ milhões)



# Aquisições estratégicas

Integração com foco na geração de valor

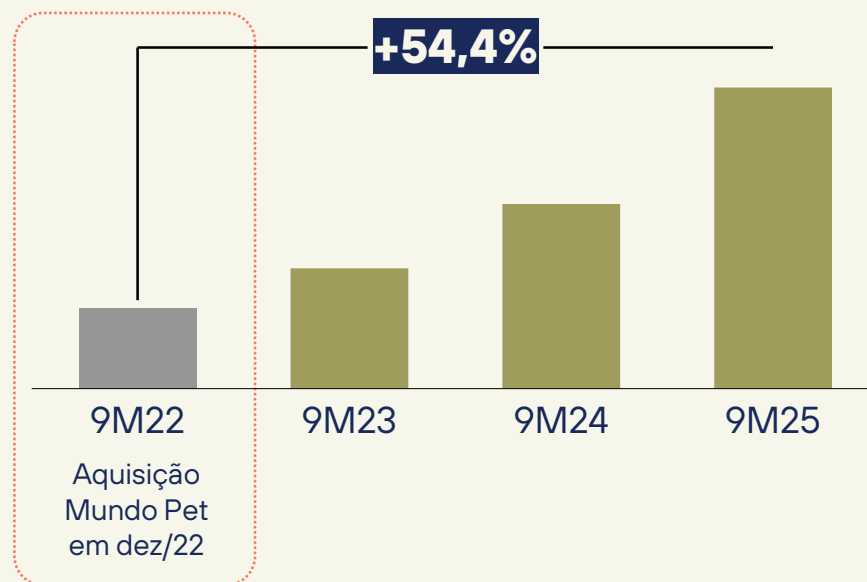
## Case de sucesso de integração Cobasi: Mundo Pet

Ganho de rentabilidade e expansão estratégica na região Nordeste



### Faturamento Bruto Mundo Pet

(R\$ mm)



### EBITDA 4-Wall

(Evolução Lojas Mundo Pet)



Experiência com rápida integração ao ecossistema e rentabilização de um ativo deficitário

# Integração e Sinergias



# Uma jornada estruturada,

com método, integração de talentos de ambas as companhias e foco na captura de valor

## Modelo de Governança

- Escritório de Integração dedicado, com responsabilidade ponta a ponta
- Metodologia padronizada, fóruns claros de decisão e acompanhamento
- Gestão de riscos e dependências integrada à governança

## Jornada de Integração

- Plano Diretor: definição de estratégia, escopo e prioridades
- Criação de Valor: identificação e priorização de sinergias
- Roadmap de execução com acompanhamento contínuo

## Talentos & Capacidade

- Time dedicado e multidisciplinar
- Lideranças seniores com sólida experiência no negócio
- Foco consistente em captura e sustentação de valor

**+70 colaboradores**

envolvidos na construção de planos de ação e iniciativas de valor

**+1.600 horas**

de reuniões de trabalho com liderança para construir a aspiração

**+3MIL atividades**

mapeadas para garantir execução e transparência

# Principais frentes de **sinergias**

## 1. Despesas Operacionais

- Melhora de **produtividade** na estrutura corporativa
- Aumento da **eficiência** de **custos indiretos** e nas operações dos **CDs** e **Lojas**
- Otimização da **malha logística** e aumento da **eficiência** de entrega

## 2. Otimização Comercial

- Revisão da estratégia de **categorias** e **SKUs**
- Evolução da estratégia de **produtos marca própria**

## 3. Footprint e Operações de Lojas

- Racionalização do **portfólio de lojas**
- **Expansão coordenada de lojas**
- Melhorias operacionais para redução de **ruptura** e **perdas**

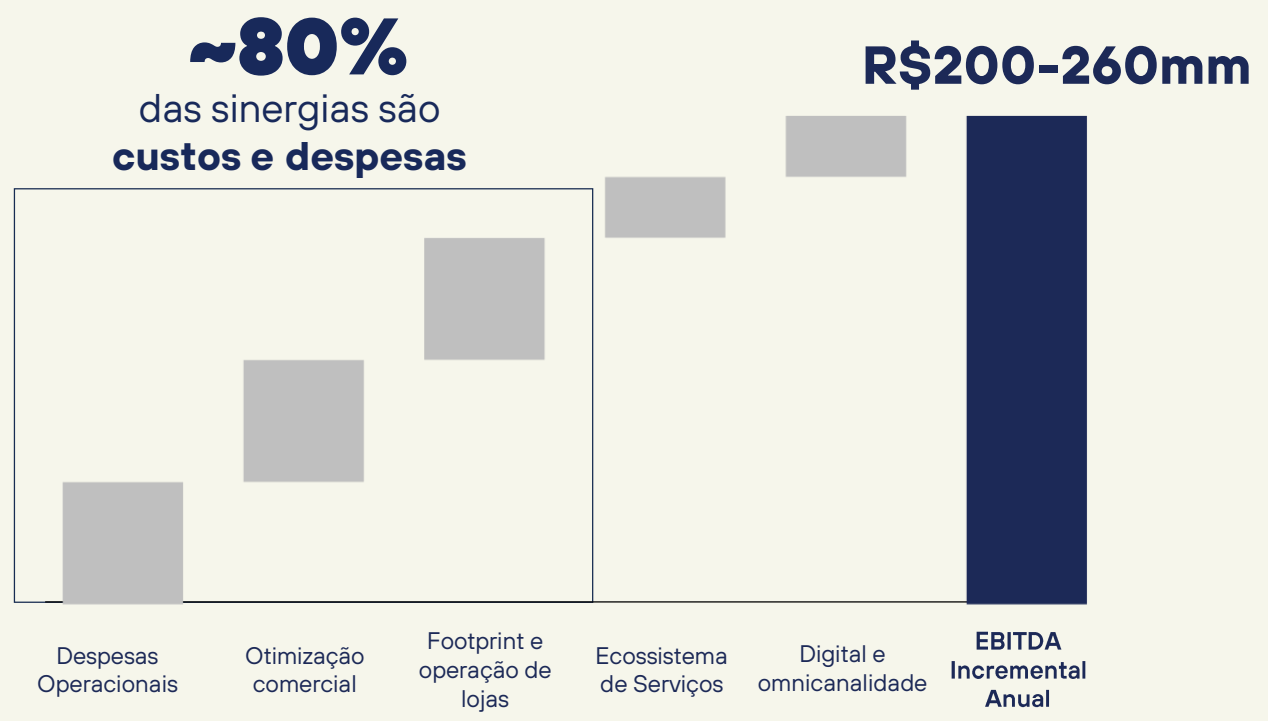
## 4. Ecosistema de Serviços

- Aumento da produtividade de **serviços** e **cross-sell**
- Ampliação e adensamento da oferta de **serviços** nas lojas
- Maior rentabilidade do **modelo de serviços** (microfranquia/franquia)

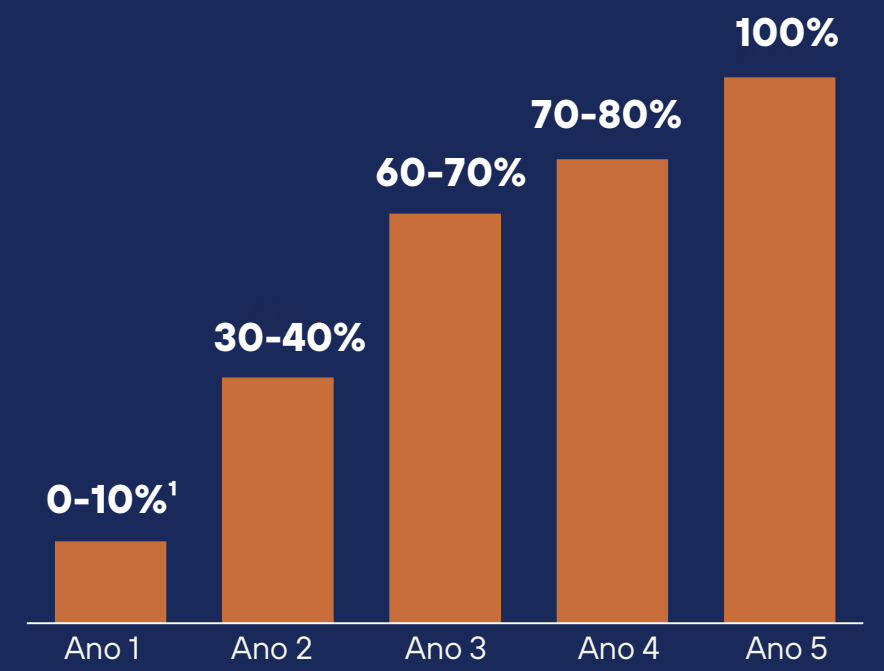
## 5. Digital e Omnicanalidade

- Experiência **omnicanal** aprimorada e aumento da **penetração** e **gasto médio**
- Aumento da penetração dos **planos de assinatura**

# Update de sinergias estimadas



Captura de **60-70%** das sinergias anuais em **até 3 anos**



<sup>1</sup>Considera o desinvestimento das 26 lojas previsto no ACC celebrado com o CADE.

# Alavancas de Resultados



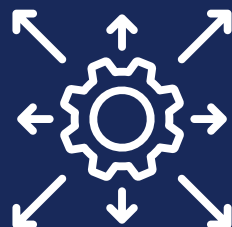
# Principais alavancas de resultado

1



Omnicanalidade

2



Expansão  
Coordenada

3



Serviços

4



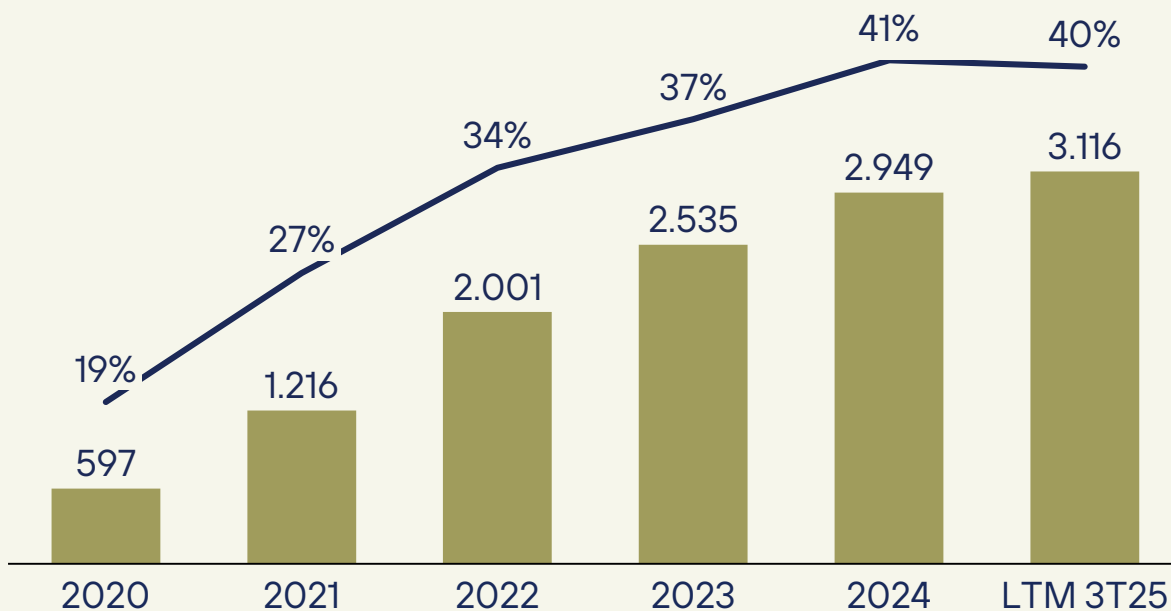
Marca  
Própria

## 1. Omnicanalidade

# Principal *player* omnicanal do setor

Receita total e participação do canal digital

(Em R\$ mil, %)



Alto nível de serviço com baixo custo de servir

O cliente omnicanal gasta até **3,5x** mais do que o cliente monocanal

**521<sup>1</sup>** lojas atuando estrategicamente como "mini centros de distribuição"

**~75%** das entregas são realizadas no mesmo dia

**+95%** das vendas são *omnichannel*, combinando e-commerce e lojas físicas

## 2. Expansão

# Expansão coordenada e manutenção das marcas Petz e Cobasi com foco em produtividade

- Foco em **praças estratégicas** e ganho de **capilaridade**
- Ativação de **cross-sell, upsell e fidelização**
- Aumento de **frequência, ticket médio e gasto** anual por cliente
- Crescimento consistente de **vendas por m<sup>2</sup>**
- Serviços e marcas próprias ampliam a **produtividade** das lojas



### 3. Serviços

# Serviços

**Ecossistema completo, pensado para prover capilaridade, promover cross-sell e fidelizar clientes, multiplicando valor: clientes que usam serviços gastam **3,0x** mais em produtos.**

## Estética e Banho e Tosa

**+300** unidades, incluindo modelo de franquias

**PetAnjo** **BANHO & TOSA**  
Especialistas em cuidado **petz**



GRUPO **petz cobasi**

## Clínicas e Consultórios

**+180** clínicas e consultórios

CENTRO VETERINÁRIO **seres** **PetAnjo**  
Especialistas em cuidado



## Hospitais

**15** hospitais

CENTRO VETERINÁRIO **seres**



## Plano de Saúde

Foco em prevenção

**seres**  
saúde



## 4. Marcas Próprias

# 15 marcas próprias e exclusivas, incluindo líderes de categoria



### Participação de marca própria no faturamento

Grande potencial de crescimento de participação com as marcas combinadas

**PETZ** **Cobasi**  
**14%** **7%**

no 4T25

### Margem bruta de ~5 a 10 p.p. superior

Potencial de incremento de margem em diversas categorias

## Diferentes estratégias de proposta de valor para alcançar um mercado endereçável maior



# Considerações finais

- 1** Criação do mais **completo e integrado ecossistema pet** do Brasil
- 2** União de **acionistas de referência pioneiros** no setor com uma equipe de gestão experiente e complementar
- 3** **Sinergias** anuais esperadas de **R\$200-260 milhões** de EBITDA incremental
- 4** Otimização da **omnicanalidade**, unindo digital e físico com **eficiência** conjunta
- 5** **Excelência** em serviço e foco no cliente

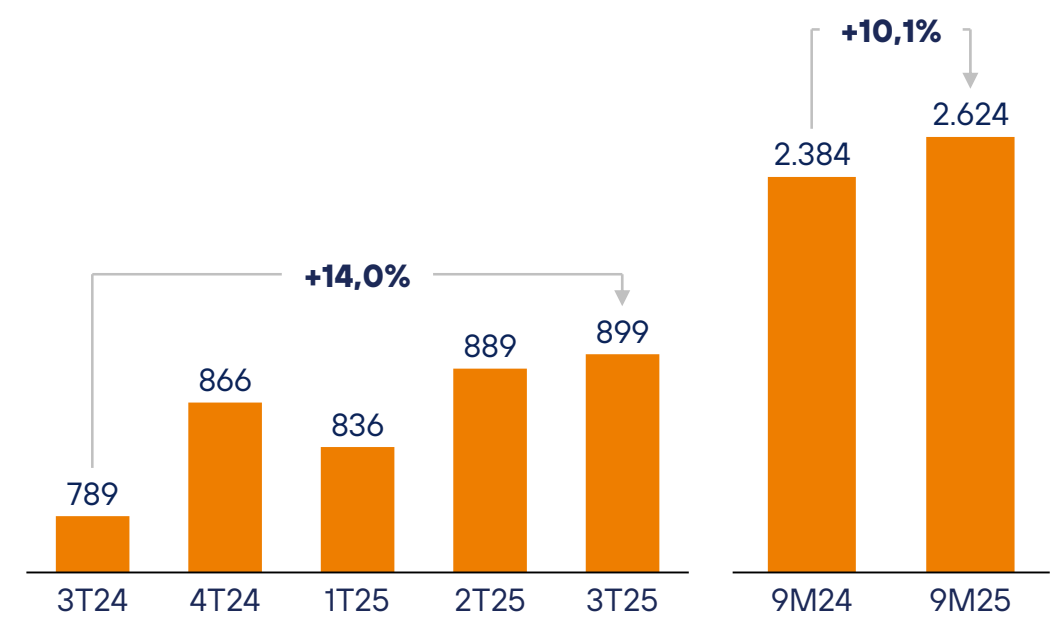
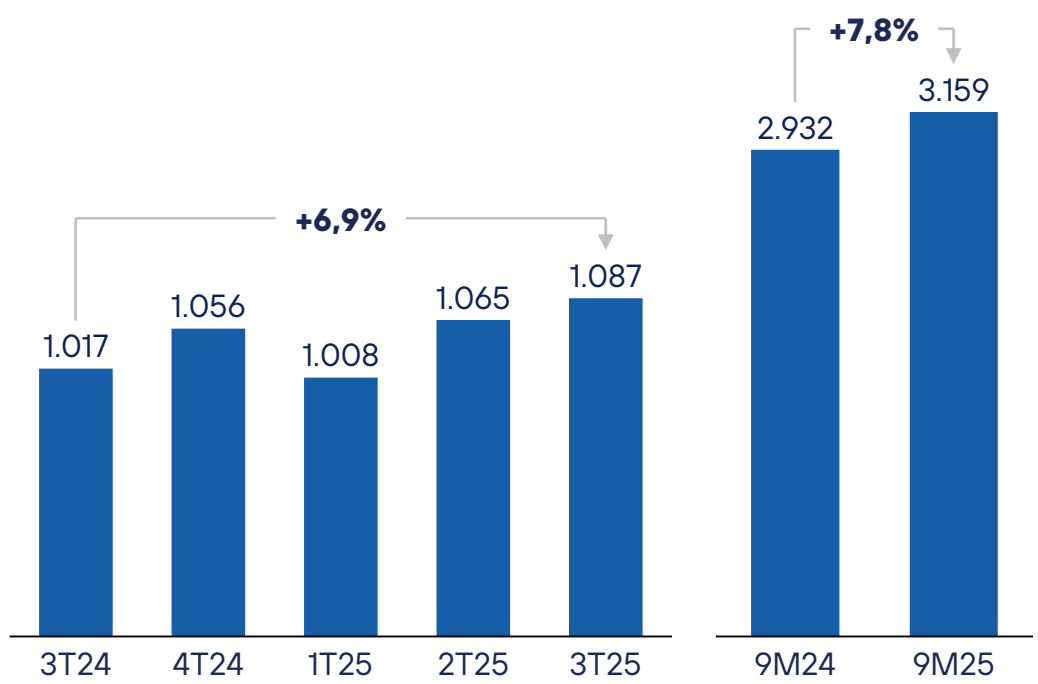




# Apêndice

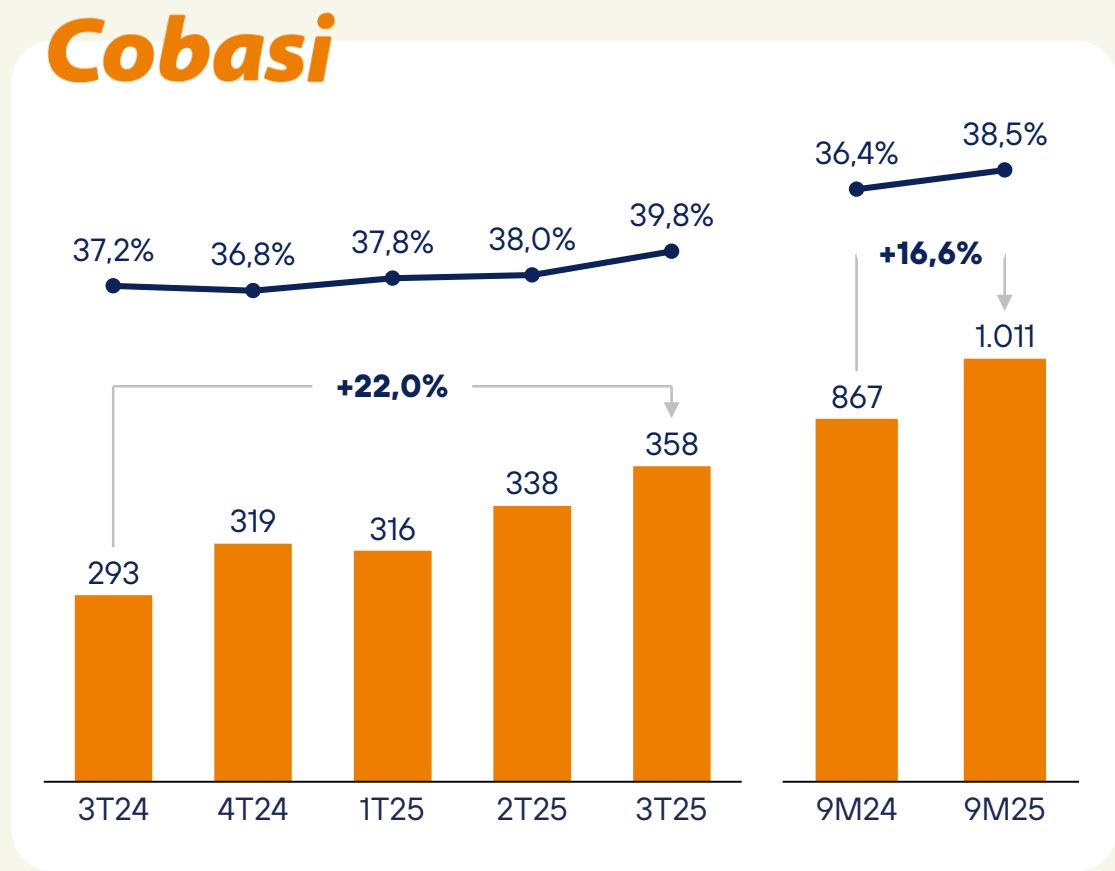
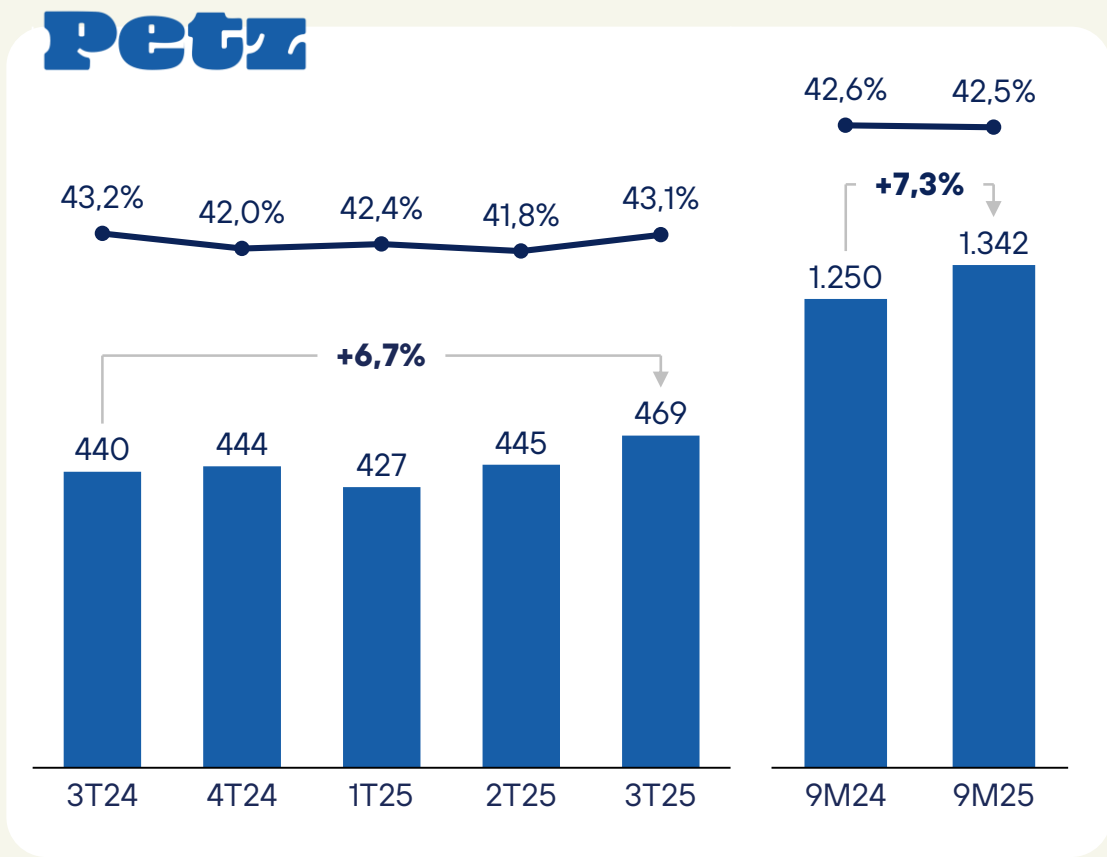
# Receita Bruta Total

R\$ milhões



# Receita Bruta Digital Total e Participação nas Vendas Totais

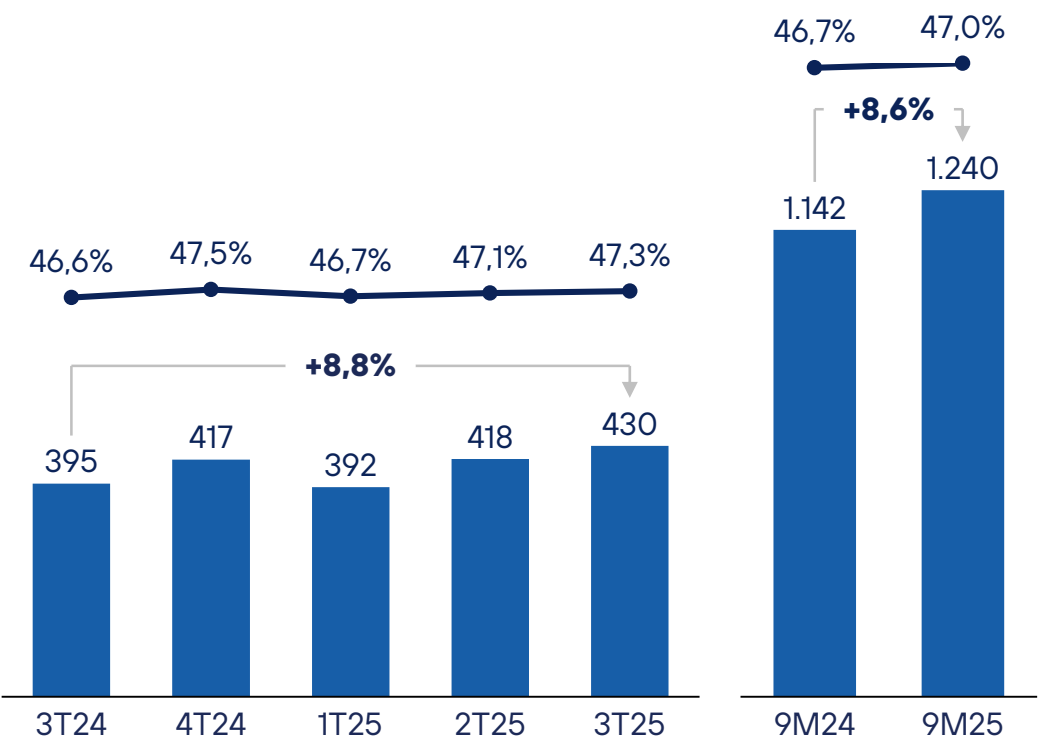
R\$ milhões, % da Receita Bruta Total



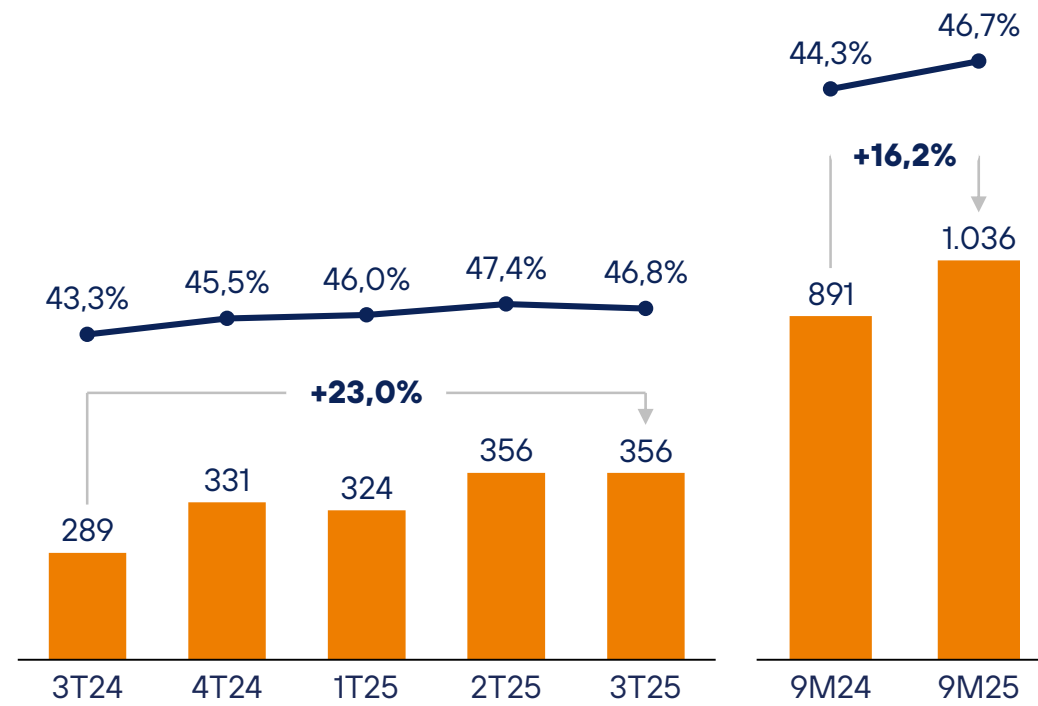
# Lucro Bruto e Margem Bruta

R\$ milhões, % da Receita Líquida

**Petz**



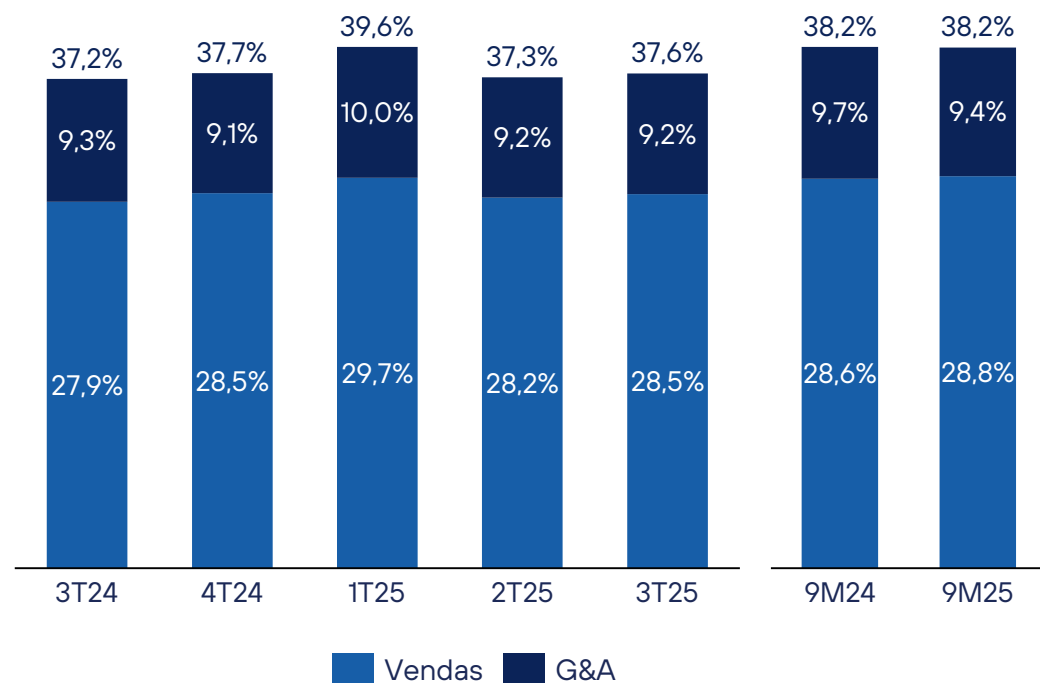
**Cobasi**



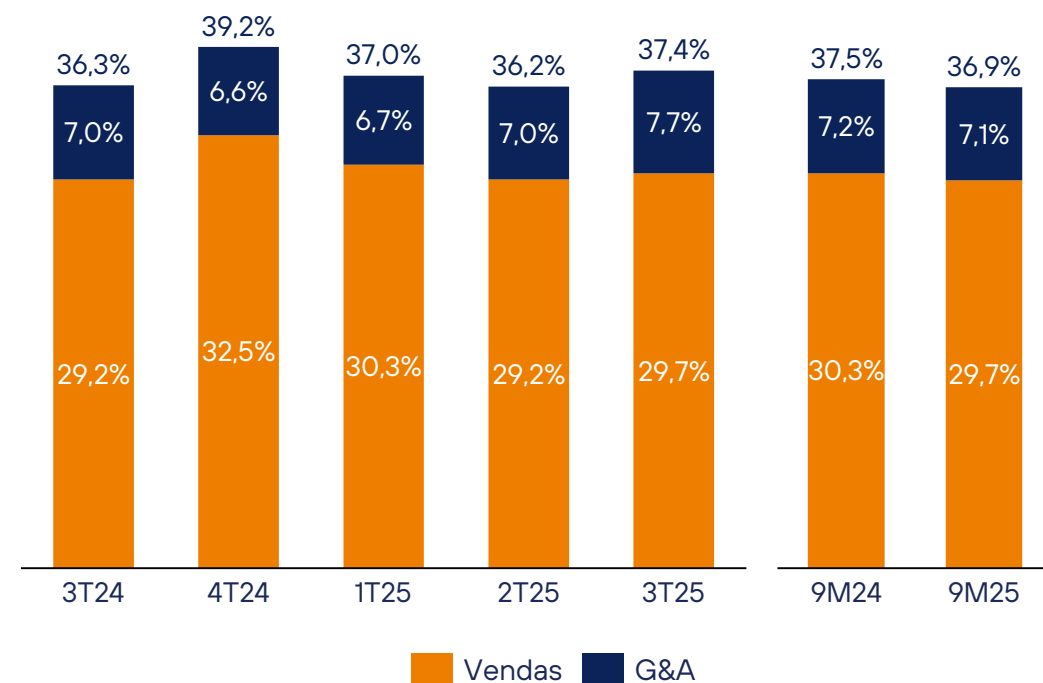
# Despesas de Vendas e G&A

R\$ milhões, % da Receita Líquida

**Petz**



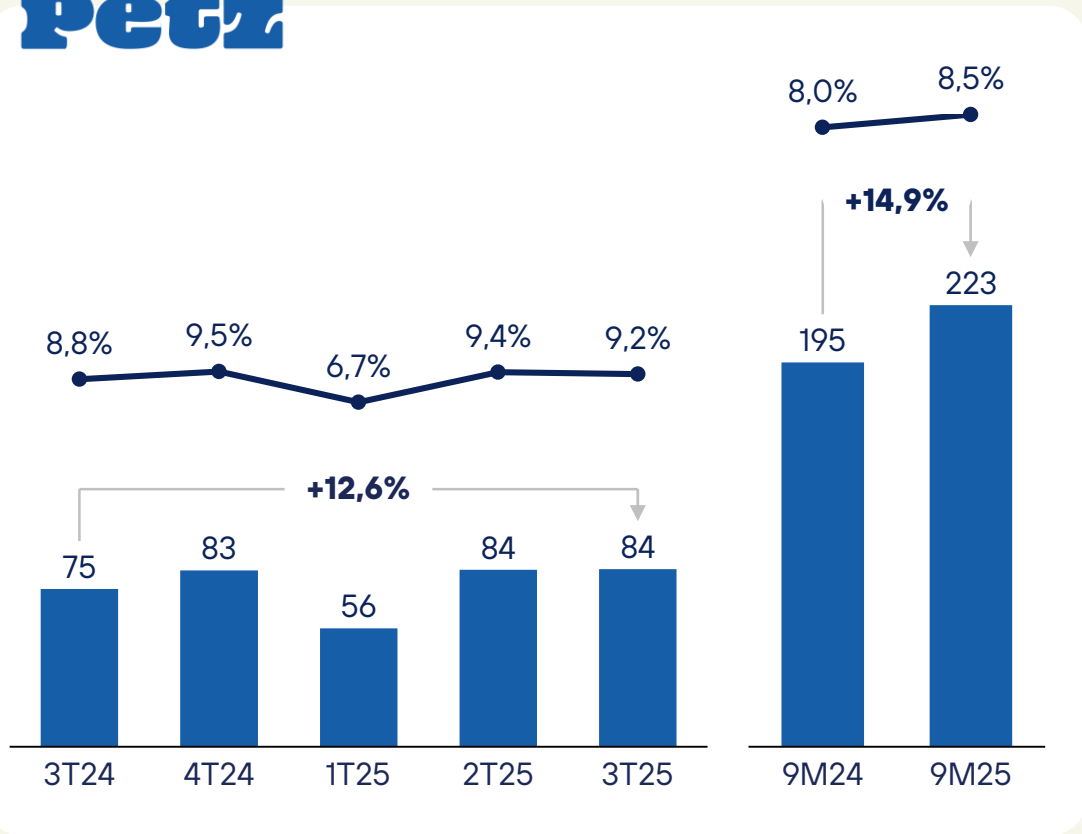
**Cobasi**



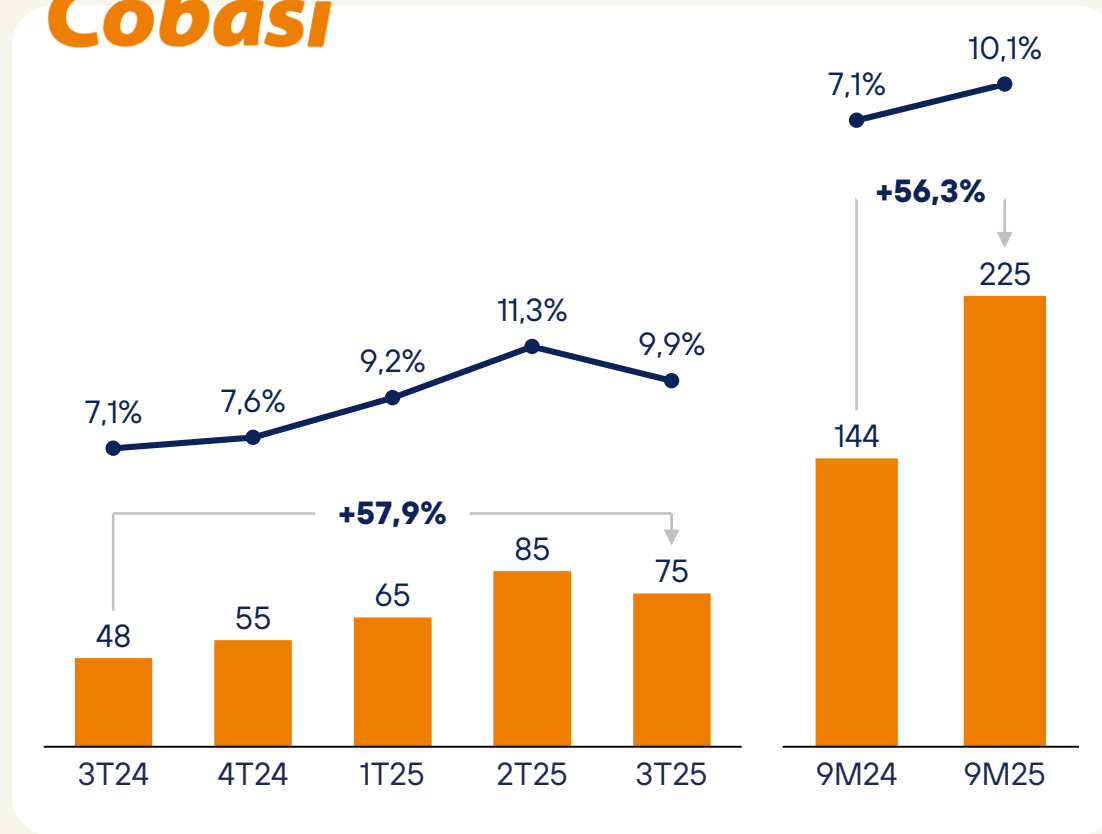
# EBITDA Ajustado

R\$ milhões, % da Receita Líquida

## Petz



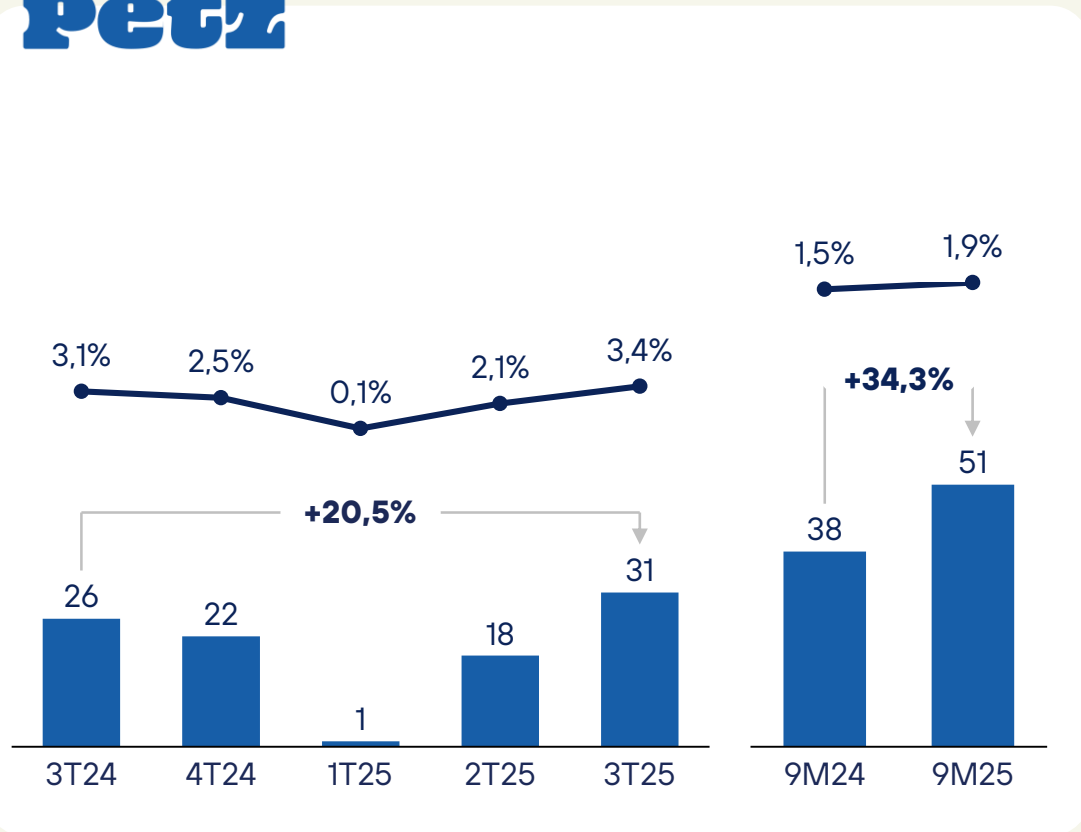
## Cobasi



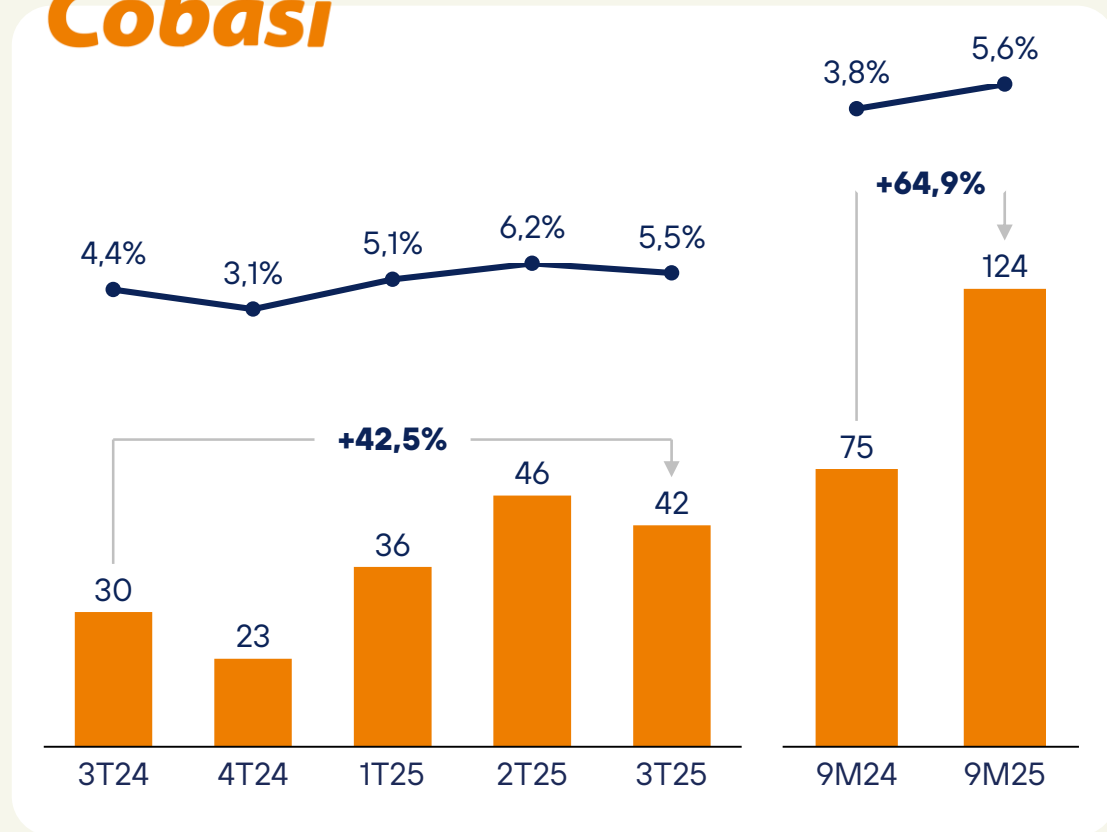
# Lucro Líquido

R\$ milhões, % da Receita Líquida

## Petz



## Cobasi

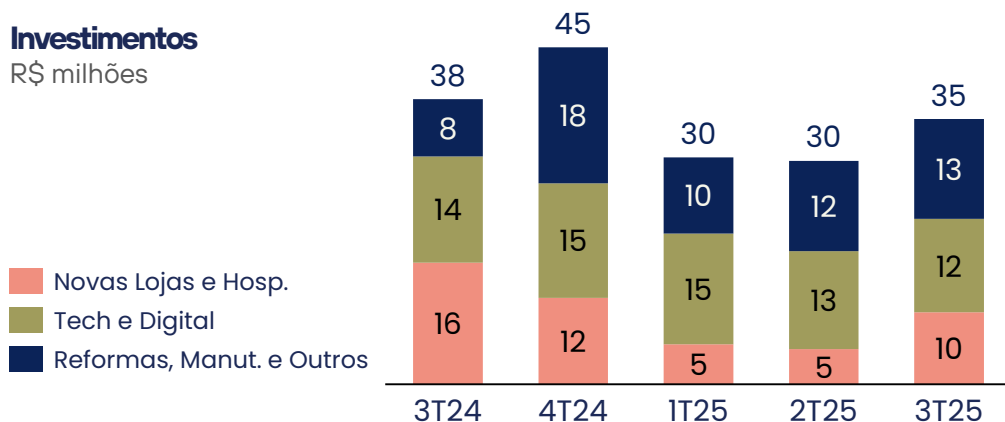


# Investimentos e Endividamento

## petz

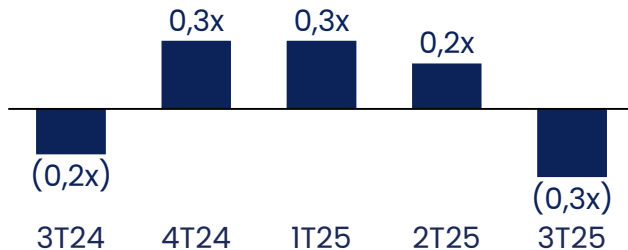
### Investimentos

R\$ milhões



### Alavancagem (IAS 17)

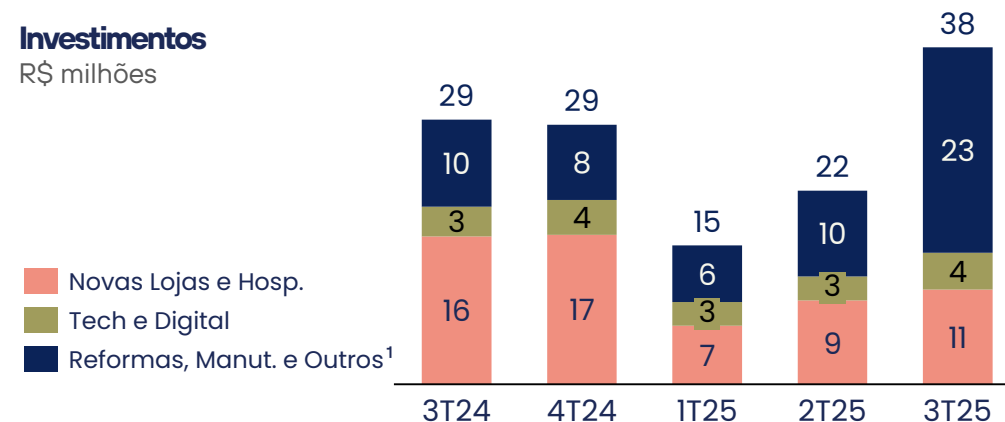
Dívida Líquida (Caixa Líquido)/  
EBITDA Ajustado 12M



## Cobasi

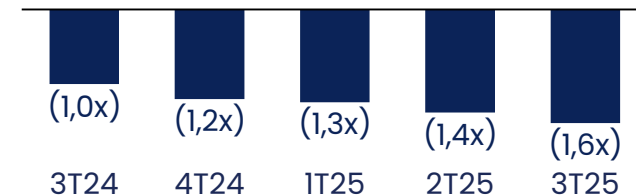
### Investimentos

R\$ milhões



### Alavancagem (IAS 17)

Dívida Líquida (Caixa Líquido)/  
EBITDA Ajustado 12M

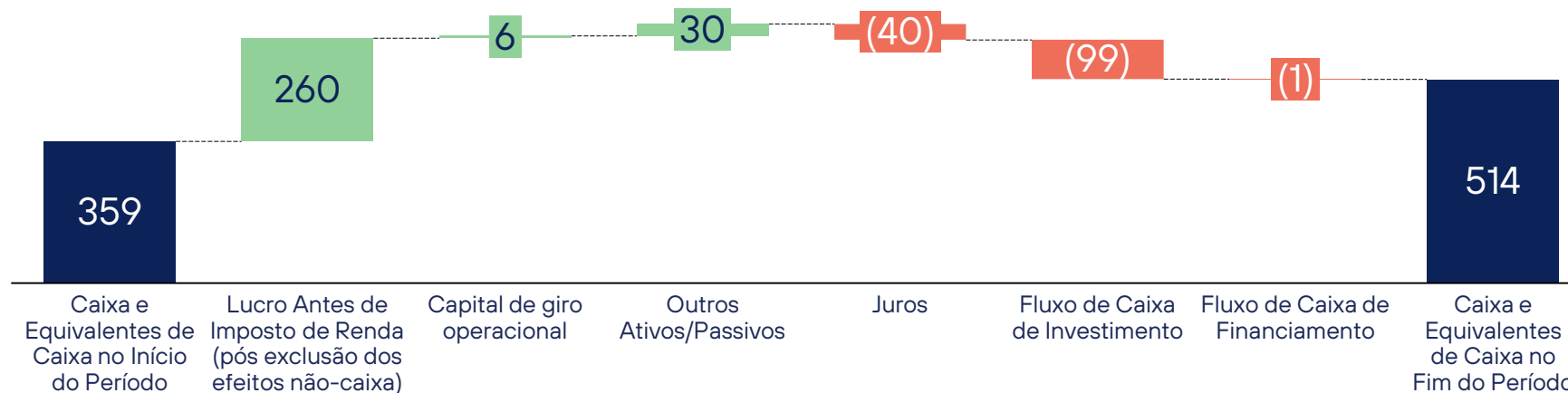


# Geração de caixa líquido e maior eficiência operacional

**Petz**

Visão 9M25

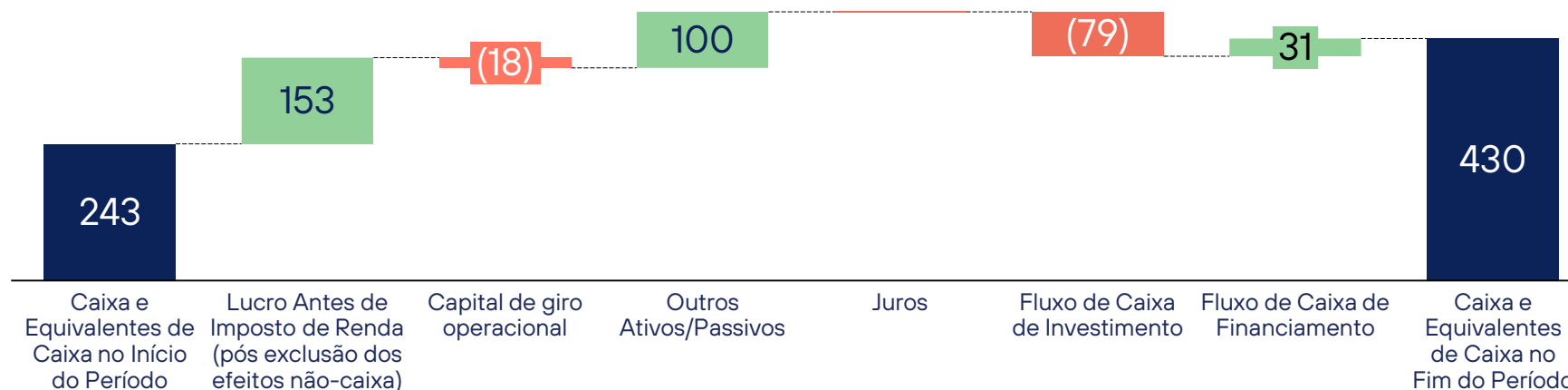
Geração de  
**R\$155,9**  
milhões



**Cobasi**

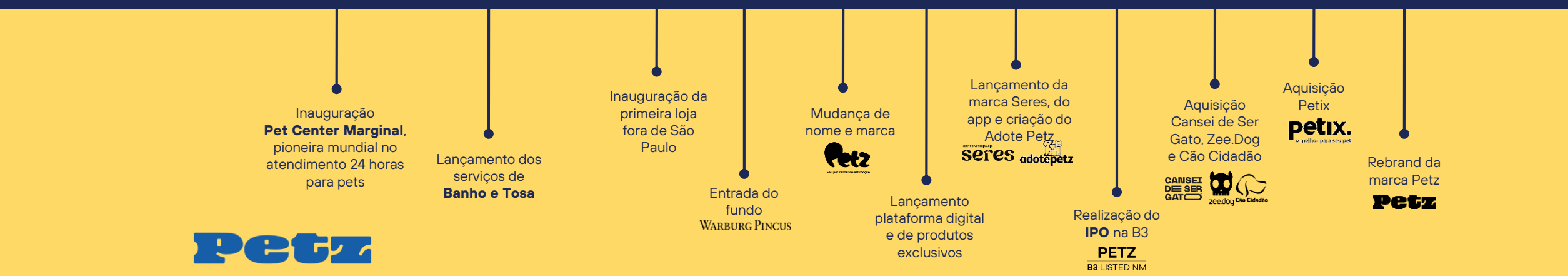
Visão 9M25

Geração de  
**R\$187,7**  
milhões



# A união de duas histórias pioneiras

## Cobasi



# Cobasi

## Pet Shop mais amada de São Paulo

Revista Veja SP (2018, 2019, 2022 até 2025)

Pesquisa realizada em parceria com a MindMiners que contempla mais de 40 categorias de comércios e serviços

## Melhor Pet Shop de São Paulo

Instituto Data Folha, Revista SP (2015 até 2020, 2025)

Pesquisa realizada desde 2015 em que estuda as marcas mais lembradas pelos paulistanos

## Pet Shop Mais Queridas da Internet

Ebit Melhores do E-commerce (2018 até 2021)

O Prêmio Ebit tem o propósito de reconhecer lojas on-line que se destacam no mercado ao longo de um ano

## Pet Shop Mais Queridas da Internet

Estado de S. Paulo (2019)

A Cobasi foi a marca mais lembrada na categoria Lojas de Consumo Pet na quinta edição do prêmio

# Petz

## Prêmio Varejo – Pet Consumidor Moderno (2025)

Premiação que reconhece e celebra empresas que se destacam pela qualidade e inovação em seus serviços de atendimento

## Melhor Pet Shop de São Paulo

Instituto Data Folha, Revista SP (2018 até 2023, 2025)

Pesquisa realizada desde 2015 em que estuda as marcas mais lembradas pelos paulistanos

## Melhor Empresa de E-commerce Pet

Prêmio Reclame Aqui (2016 até 2022)

Empresas com excelência no atendimento, baseado na avaliação e votação de consumidores no Reclame Aqui

## Melhor Empresa Pet – Varejo

Prêmio Reclame Aqui (2020 até 2022)

Empresas com excelência no atendimento, baseado na avaliação e votação de consumidores no Reclame Aqui

# Marcas Top of Mind

Líderes em atendimento, lembrança, engajamento e prêmios de excelência

# A maior iniciativa de bem-estar animal do país.

ESG: a base para negócios responsáveis

GRUPO  
**petz**  
**cobasi**



## Compromisso com a Causa Animal

+ de **132 mil** 

pets adotados através dos programas **Cobasi Cuida e Adote Petz**



+ de **R\$15mm**

doados através dos parceiros Mol Impacto e Movimento Arredondar

+ de **330 ONGs**

apoiadas

## Negócios Responsáveis

### Segurança da informação

Treinamentos sobre LGPD, Segurança da Informação e estruturação de DPO<sup>1</sup>

### Ética e transparência

Decisões orientadas a partir do Código de Ética e Conduta

## Geração de Valor para a Sociedade

### Diversidade e inclusão

Mapeamento de diversidade e alto índice de favorabilidade

### Saúde e desenvolvimento dos colaboradores

Iniciativas de bem-estar e capacitação dos times

## Operação Sustentável

### Mudanças climáticas

Redução do impacto das operações através de projetos de ecoeficiência operacional, como o uso de veículos elétricos e bicicletas na frota de entregas

### Circularidade

Reciclagem nas lojas e CDs

## Relatório de Sustentabilidade da Petz

publicado por 3 anos consecutivos



# GRUPO petz cobasi

**Juntos no cuidado. Unidos no afeto.**

## **Relações com Investidores**

Rafael Rodrigues Siqueira - Diretor Financeiro e RI

Renata Coutinho - Diretora de RI

Marcos Benetti - Gerente de RI, M&A e Novos Negócios

Nicole Caputo - Consultora de RI

Larissa Boness - Analista de RI

**[ri@petzcobasi.com.br](mailto:ri@petzcobasi.com.br)**

**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 do Grupo 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. 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.

GRUPO  
**petz  
cobasi**

**Corporate  
Presentation**

September 2025



Brazilian Pet Market .....	<b>3</b>
Grupo Petz Cobasi .....	<b>7</b>
Leadership and Governance .....	<b>19</b>
Integration of Strategic Acquisitions .....	<b>24</b>
Integration and Sinergies .....	<b>27</b>
Earnings Drivers .....	<b>31</b>
Closing Remarks .....	<b>37</b>
Appendix .....	<b>38</b>

# Index

# Brazilian Pet Market



# Main demand trends in the pet market



## +30% increase in pet population in Brazil since 2021

- Aging population and the “empty nest” effect
- Couples choosing not to have children
- Increased life expectancy of pets
- Number of households with more than one pet is rising, reaching 1.6 animals per household



## Families increasingly “multi-species”

- Emotional connection beyond the product attributes
- New generation increasingly sharing their homes and daily lives with pets
- Importance of pets in family structure increases demand for services



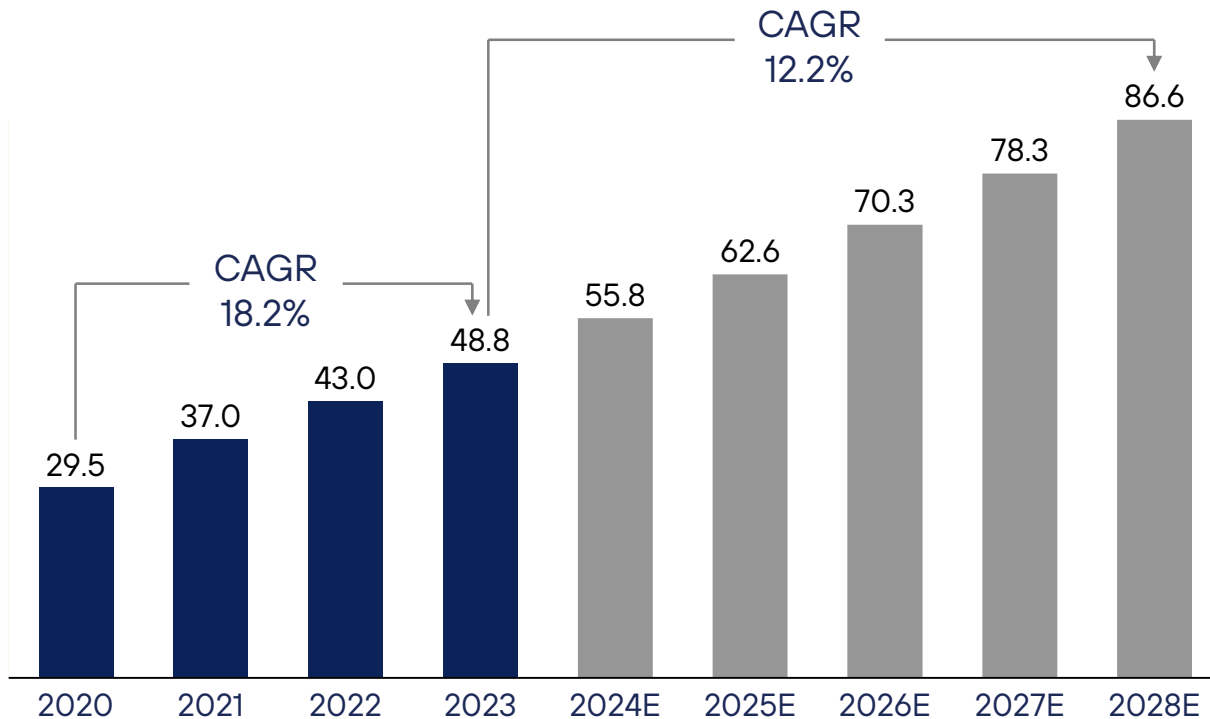
## Pet tutors increasingly informed

- Accessible information for pet parents across all income levels
- Growing interest in quality information and content
- Pet parents want more video content

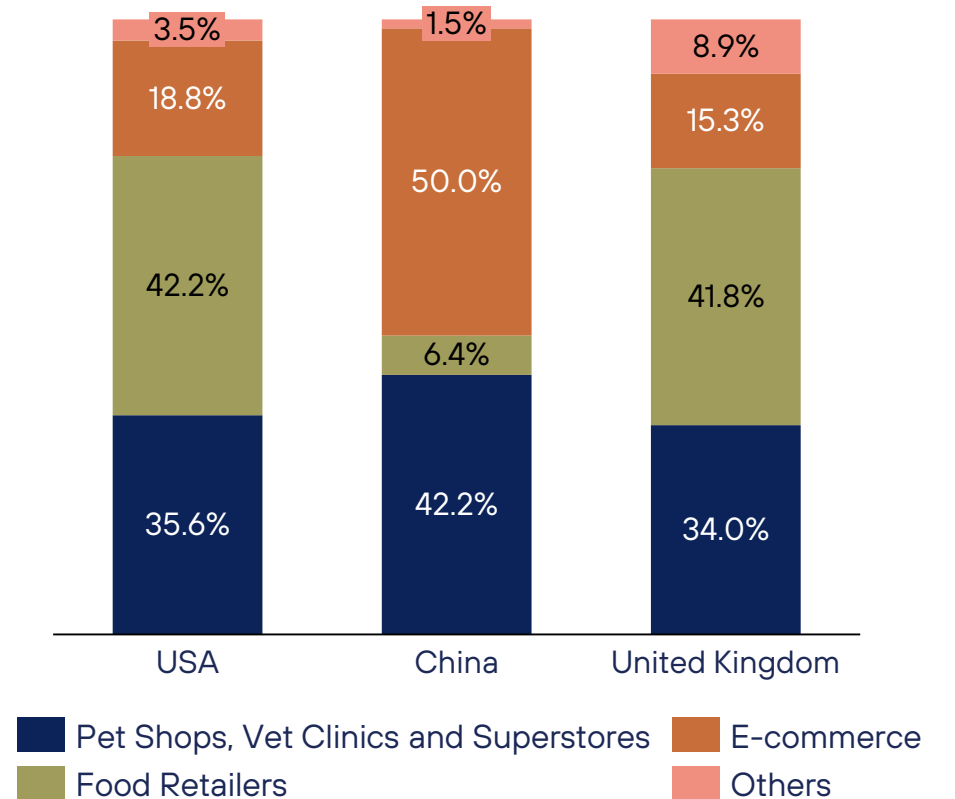
# Sizeable and high growth market

The Brazilian pet market is the third largest in the world, with secular trends driving strong growth

**Pet Products Market Evolution in Brazil**  
(R\$ billion)



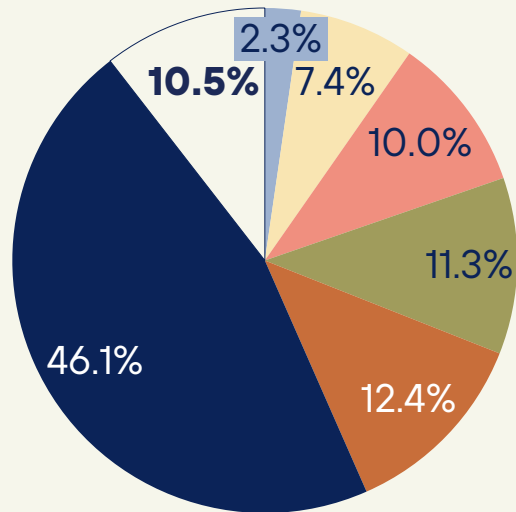
**Pet Products Sales by Channel**  
(%, 2024E)



# Highly fragmented market

Opportunity for market consolidation in Brazil

Pet Market in Brazil  
(%, 2024E)



## Value Proposition

	GRUPO petz cobasi	Online	Mom&Pops Pet Shops	Food Retailers
Price	=	=	=	=
In-store convenience	✓	✗	✓	✓
Omnichannel	✓	✗	✗	○
Loyalty Program	✓	✗	✗	✗
Assortment	✓	✓	○	✗
Expertise & Advisory	✓	○	○	✗
Veterinary Services	✓	✗	○	✗
Pet Health Plan	✓	✗	○	✗
Pet Grooming	✓	✗	✓	✗
House & Garden	✓	○	✗	○

✓ Offering  
✗ No offering

○ Some offering  
= There is no value proposition difference

# Grupo Petz Cobasi



# The leading pet ecosystem in Latin America

## **Cobasi**

**Pioneer in the pet retail sector**  
in Brazil

**Market leadership in the southeast**  
present in 19 states + Federal District

**Experience-driven stores**  
and best-in-class customer service

**Largest pet services franchise network**  
in Brazil, through Pet Anjo

**Complementary portfolio**  
pet, home and garden products



## **petz**

**1st pet sector company**  
listed on Brazil's stock exchange (B3)

**Nationwide leadership**  
present in 23 states + Federal District

**Pioneer in omnichannel**  
retail in Brazil

**Largest fully integrated veterinary**  
network in Brazil

**Private label**  
and exclusive products

Founded on **2002**,  
**Petz** was the world's first  
pet shop to offer 24-hour  
service



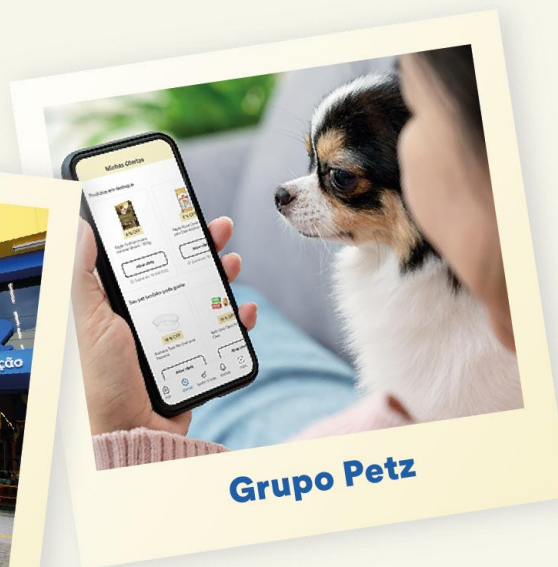
Sergio Zimerman  
*Founder*



Pet Center Marginal



Petz



Grupo Petz

### 2002 - 2013

Opening of the first store in  
São Paulo, SP

### 2014 - 2020

Strengthening of professional  
management and governance  
structure, with investment from a  
private equity fund

**First pet sector company listed  
on Brazil's stock exchange (B3)**

### 2021 - 2025

Geographic diversification, digital  
expansion and acquisitions



# Cobasi was founded in 1985

by Nassar brothers

as an agricultural supply store, by a family with more than 100 years of retail experience, dating back to 1920.



Paulo



João



Ricardo



It was founded with a strong retail vocation and a **passion for the store, at a time when pets were not yet considered members of the family.**

Responsible for fostering the development of Brazil's pet retail sector.

*"We have helped the entire pet market value chain professionalize over the years."*

# A powerful omnichannel platform



R\$ **7.7** Bn  
LTM 3Q25  
Gross Revenue

**+6.8**MM  
Unique  
customers<sup>1</sup>

R\$ **587** MM  
Adjusted EBITDA  
(IAS-17) 3Q25 LTM

**~1**MM  
subscribers<sup>2 3</sup>

**521**<sup>4</sup>  
stores in 23 states  
+ Federal District

**+15**K  
employees  
in 2024

**95%**  
Omnichannel  
Sales

**+5**MM   
app downloads  
in 2024

<sup>1</sup> Customers who made at least one purchase during 2025.

<sup>2</sup> Does not consider unique customers.

<sup>3</sup> Reference date: September 2025.

<sup>4</sup> Does not consider the divestment of 26 stores required under the Merger Control Agreement signed with CADE (anti-trust authority).

# Consistent growth track record

## 521<sup>1</sup> stores

in 23 states + Federal District

### 4 DCs

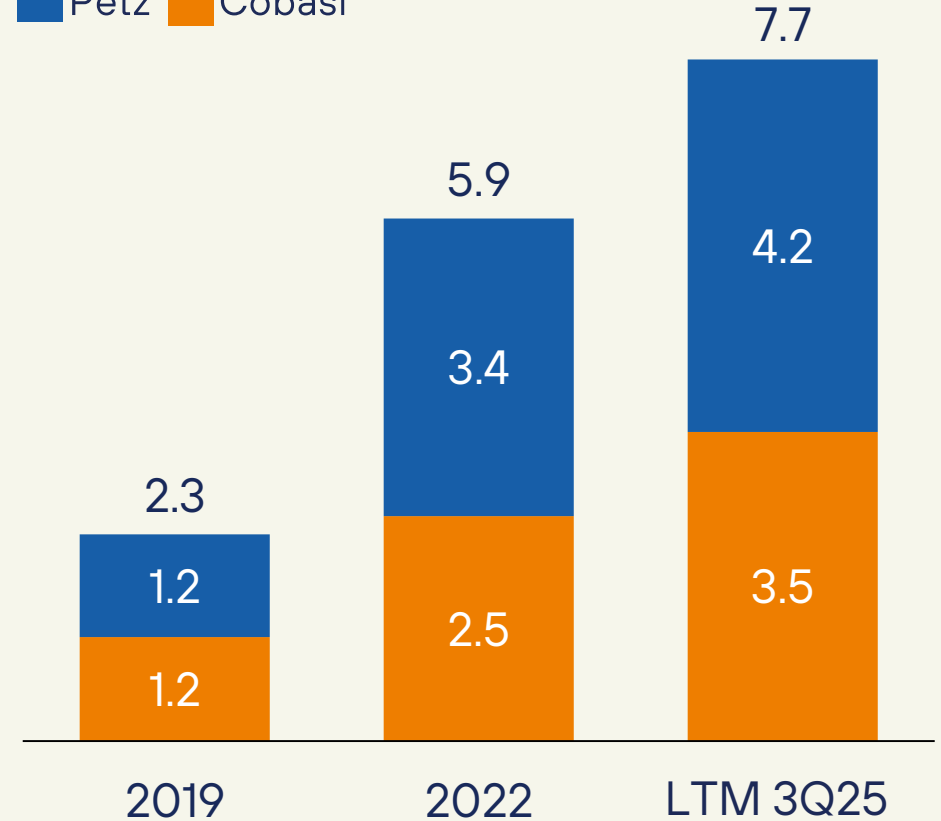
(SP and GO)



## Gross Revenue

(R\$ billion)

Petz Cobasi



## +316

Net opening stores in the period

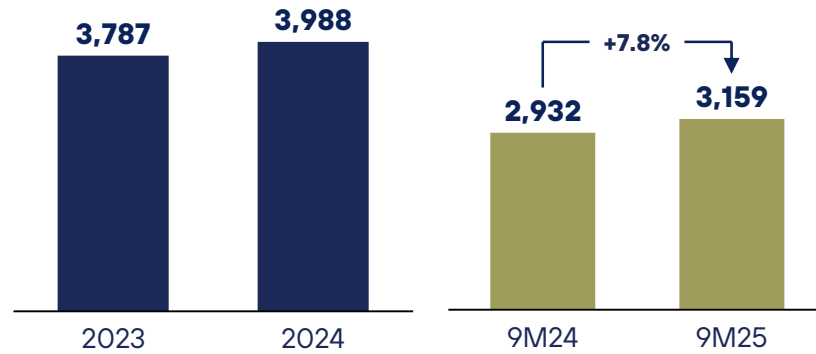
**Robust financial performance reflects the strength and potential of the combined company**

**Note:**

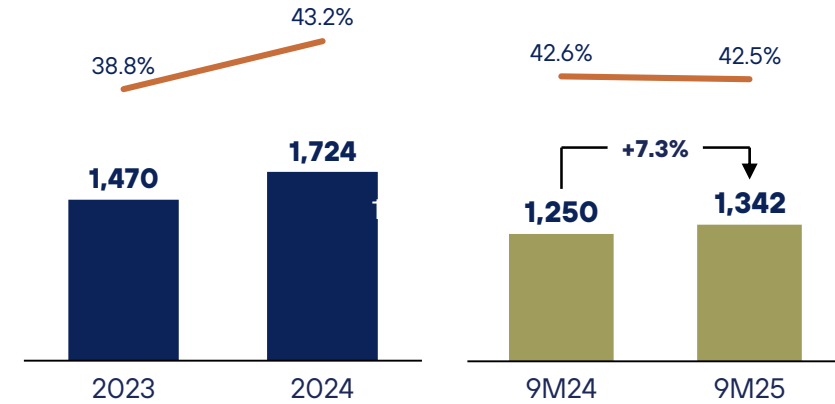
- 1. Includes adjusted consolidated figures for both companies.
- 2. Does not reflect the cash portion paid on January 23, 2026, to Petz shareholders.

LTM 3Q25 <sup>1</sup>	<b>Petz</b>	<b>Cobasi</b>	<b>GRUPO</b> <b>petz cobasi</b>
Gross Revenue ▶	R\$4.2Bn	R\$3.5Bn	R\$7.7Bn
Net Revenue ▶	R\$3.5Bn	R\$2.9Bn	R\$6.5Bn
Gross Profit ▶	R\$1.7Bn	R\$1.4Bn	R\$3.0Bn
Adjusted EBITDA (IAS17) ▶	R\$307MM <i>%NR: 8.7%</i>	R\$280MM <i>%NR: 9.5%</i>	R\$587MM <i>%NR: 9.1%</i>
Adjusted Net Income (IAS17) ▶	R\$73MM	R\$147MM	R\$220MM
Net Cash ▶	R\$81MM	R\$434MM	R\$515MM <sup>2</sup>

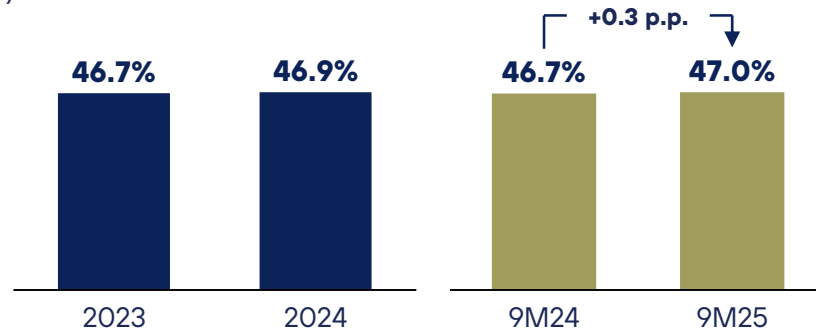
**Gross Revenue**  
(R\$ million)



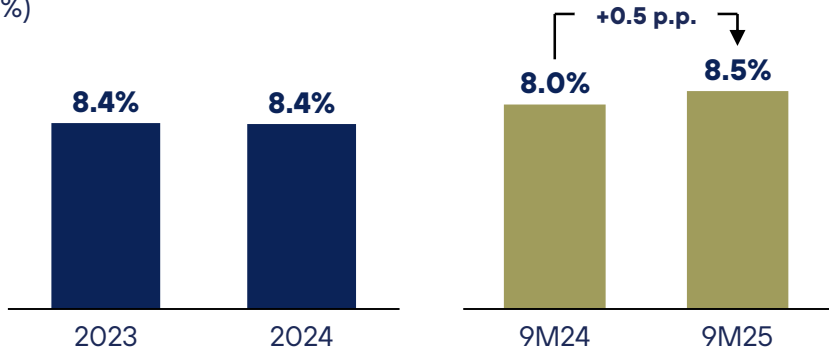
**Gross Revenue – Digital Channel & Share in total sales**  
(R\$ million, %)



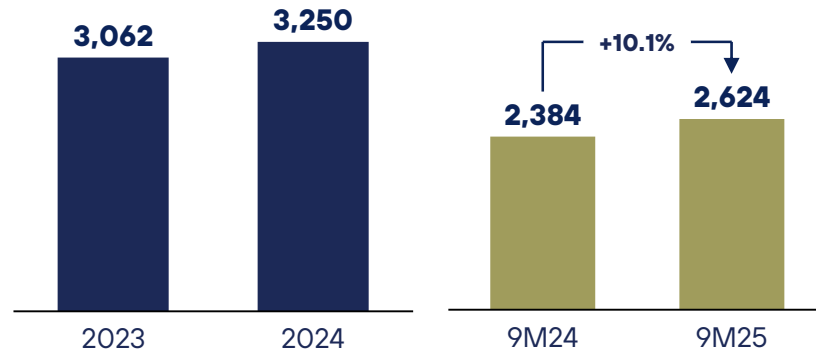
**Gross Margin**  
(%)



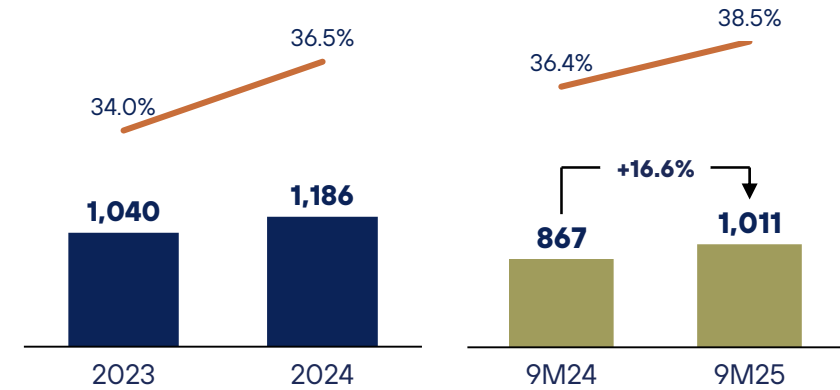
**Adjusted EBITDA Margin**  
(%)



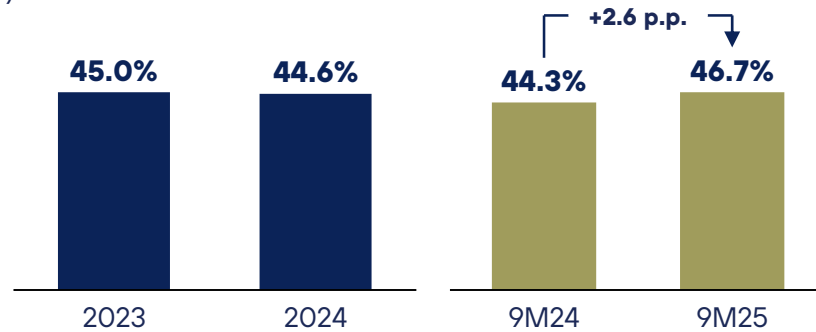
**Gross Revenue**  
(R\$ million)



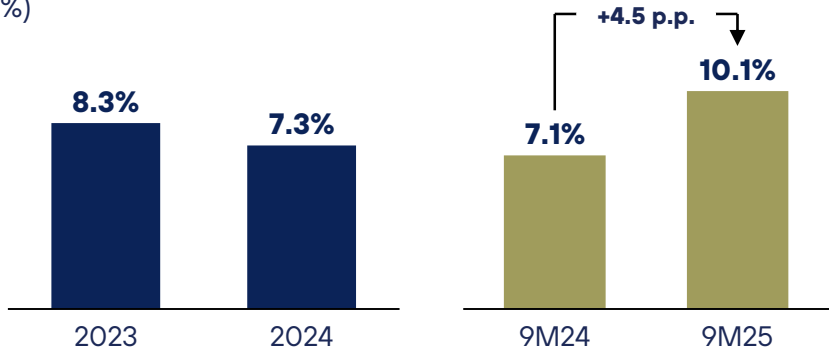
**Gross Revenue – Digital Channel & Share in total sales**  
(R\$ million, %)



**Gross Margin**  
(%)



**Adjusted EBITDA Margin**  
(%)



# One Stop Shop Solution

A complete ecosystem to serve pets and their owners at every stage of life

**521** stores  
**+40%** digital penetration  
High service levels with a low cost-to-serve

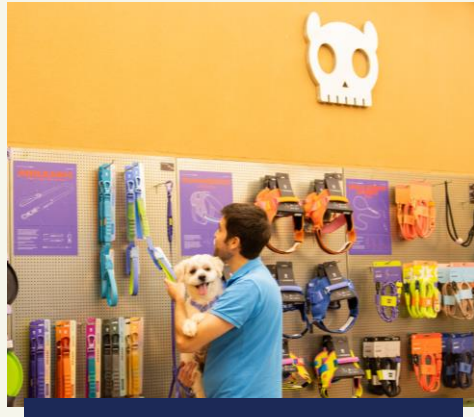
**15** hospitals  
**+180** veterinary clinics  
Health plans

**+300** grooming service units  
Focus on convenience and well-being



<sup>1</sup> Does not consider the divestment of 26 stores required under the Merger Control Agreement signed with CADE (anti-trust authority).

# Acquired Companies



- Design, quality, and strong product storytelling
- Vertically integrated express delivery platform in the pet segment, with a modern and intuitive UX
- Global presence and an innovation-driven mindset, with strong consumer connection



- Category leader in pet training pads and widely recognized in the Brazilian pet market
- Transforms waste from disposable diaper production in the human segment into sustainable innovation for pets
- Well-established brand with high penetration at Petz, accounting for 89% of category sales



- Segment leader in Brazil's Northeast region, with strong influence and brand recognition, strengthening the Company's presence in key regional markets
- Established regional pet retail network, with a solid operating footprint and a recurring customer base



- Digital-first brand in the cat segment, with strong engagement and relevance among "cat lovers"
- Differentiated portfolio of premium products, combining innovation, identity, and emotional connection with pet parents
- Educational and entertaining content on feline behavior



- Founded by Alexandre Rossi ("Dr. Pet"), the largest in-home pet training franchise in Latin America
- Offers training services, pet behavioral consulting, courses, lectures, and franchise opportunities
- Strengthens the Company's services vertical with content, credibility, and scale

# Loyalty Programs:

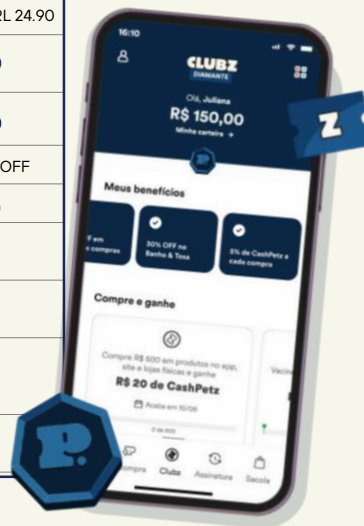
more advantages and more connection, driving recurrence and share of wallet

## CLUBZ

Made for those who love quality, discounts, and CashPetz

Fixed offers and discounts to use throughout the month  
Unlimited use, as many times as you need

	<b>CLUBZ</b> BRONZE <small>Free for Petz clients</small>	<b>CLUBZ</b> SILVER <small>Free for Petz subscribers</small>	<b>CLUBZ</b> GOLD	<b>CLUBZ</b> DIAMOND
Price	×	12x of BRL 6.90	12x of BRL 12.90	12x of BRL 24.90
CashPetz on product purchases	✓	✓	✓	✓
10% OFF all purchases	×	✓	✓	✓
Grooming discount	×	10% OFF	20% OFF	30% OFF
Exclusive content	×	✓	✓	✓
5% CashPetz in all products purchases	×	×	✓	✓
No service fee for online orders	×	×	×	✓
30% CashPetz on consultations, vaccines, exams	×	×	×	✓
FREE standard delivery across Brazil	×	×	×	✓



## PROGRAMA **AMIGO** Cobasi

One single program, many benefits

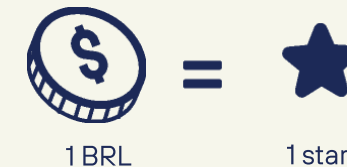
Redeem points for discounts or gifts  
Exclusive offers

Scheduled Order

Pet Services



Accumulate double points on recurring Scheduled order purchases



Earn points in veterinary appointments and Grooming



# Leadership and Governance



# Experienced leadership in the pet market, joining forces and driving enhanced results



**Paulo Nassar**  
CEO



# Board of Directors

Strategic, experienced, and with deep knowledge of the pet market



**Sergio Zimerman**

**Chairman of the Board**

Founder of Petz, leading the company's growth journey with over 40 years of experience



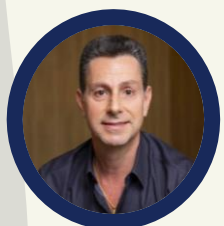
**Ricardo Nassar**

Co-founder of Cobasi, led the Commercial and Marketing areas, focusing on the expansion of strategic projects in the pet services segment



**Eduardo Terra**

Founder of BTR Retail, served as President of SBVC for 10 years, one of Brazil's leading retail experts, and co-founder of the Retail Think Tank Institute



**Paulo Nassar**

Co-founder and CEO of Cobasi, with over 40 years of experience, leading the company's digital transformation efforts



**Cristiano Lauretti**

Partner in charge of Kinea's Private Equity fund, with over 25 years of experience investing in a wide variety of sectors, including retail, such as the investment in Panvel (PNVL3)



**Germán Quiroga**

Extensive experience in Brazilian retail, having led e-commerce operations at companies such as Americanas and Pontofrio before serving as a board member



**João Nassar**

Co-founder of Cobasi, led the New Business and Expansion areas, and served as Chairman of the Board of Cobasi from 2021 to 2025



**Tania Zimerman**

With over 20 years of experience, responsible for structuring back-office departments and implementing processes, including the expansion of Petz's new units



**Claudio Ely**

Leader of the expansion that led to Drogasil's IPO and a key figure in its merger with Raia. In addition to board roles, currently serves as a senior advisor at Warburg Pincus

 Independent members

# Corporate Governance

Bringing together key shareholders and best practices

## Shareholders' Agreement

- Agreement #1: Sergio Zimerman + Nassar Family
- Term: 8 years
- Block voting among signatories
- Agreement #2: Nassar Family & Kinea

## Share Lock-Up

- 6-month restriction on share trading
- Additional 6-month period following the lock-up: **right of first offer** between Sergio Zimerman and the Nassar Family

## Leadership and Governance

- **CEO:** Paulo Nassar
- **Chairman of the Board:** Sergio Zimerman

## Advisory Committees

- Audit
- Finance
- Strategy
- Human Resources
- Sustainability

## Board of Directors

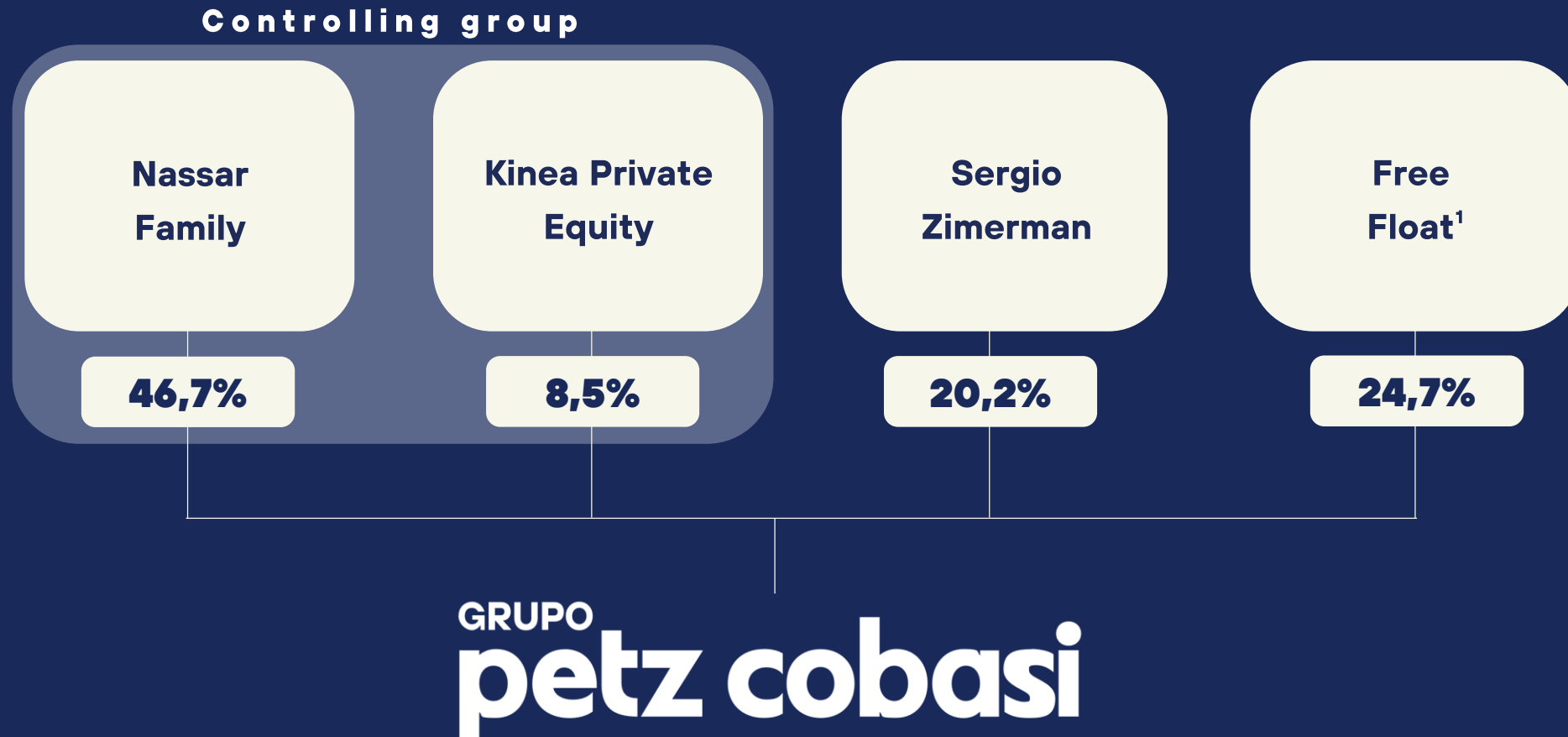
**Sergio Zimerman**  
Chairman of the Board



Listed on Novo Mercado, committed to  
best-in-class corporate governance practices

**AUAU3** | IBRX100 B3 | IBRA B3 | IGC-NM B3 | IGCT B3  
B3 LISTED NM | IGC B3 | ICON B3 | IDIVERSA B3 | ITAG B3 | SMLL B3

# Ownership Structure and Shareholding Composition

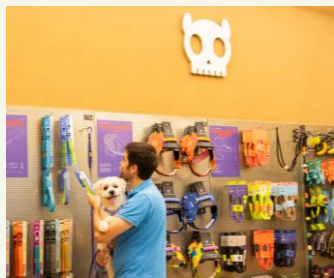


# Integration of Strategic Acquisitions



# Strategic acquisitions

Integration focused on value creation

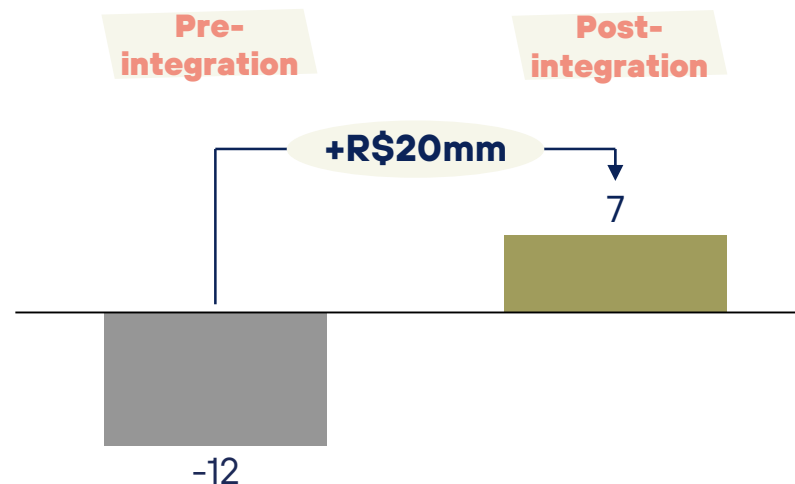


## Synergies captured

- Closure of Zee.Now hubs, with sales migrated to Petz stores as hubs, reducing operating expenses with no impact on the customer experience
- Higher conversion rates and average ticket driven by premium brands and a differentiated customer experience
- In-house production of the entire dog pads line for the Petz, Zee.Dog, Fresh Pads and Super Secão brands through Petix
- ~90% private label share in the dog pads category

## EBITDA Acquired Companies

At acquisition and **after 12 months** of integration  
(In R\$ million)



# Strategic acquisitions

Integration focused on value creation

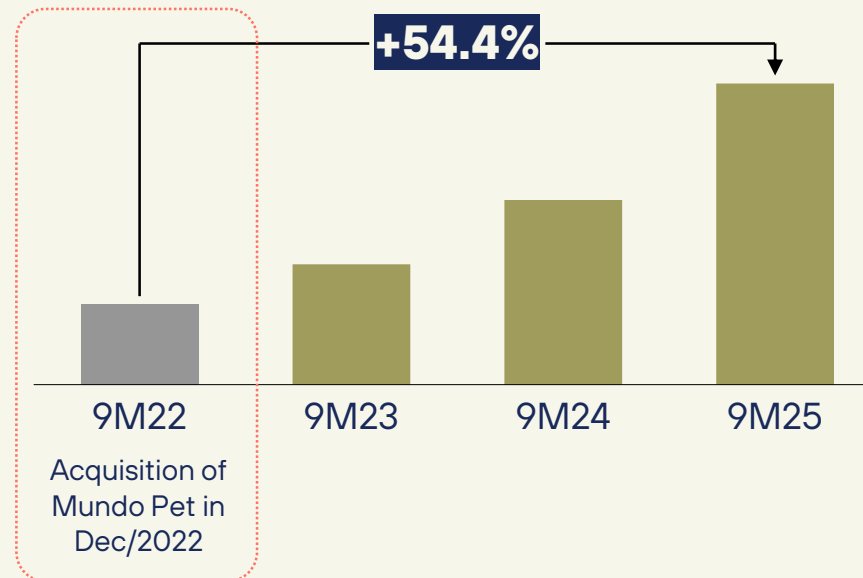
## Successful Cobasi integration case: Mundo Pet

Profitability gains and strategic expansion in the Northeast region



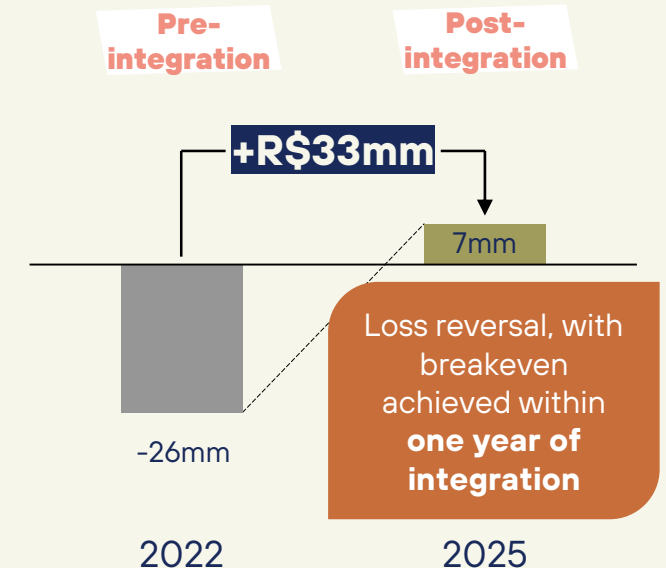
### Mundo Pet Gross Revenue

(R\$ mm)



### 4-Wall EBITDA

(Mundo Pet Stores Evolution)



Experience with rapid integration into the ecosystem and the turnaround of an underperforming asset

# Integration and Sinergies



# A structured journey,

with a clear methodology, integration of talent from both companies, and a strong focus on value capture

## Governance Model

- Dedicated Integration Office with end-to-end responsibility
- Standardized methodology, clear decision-making forums and monitoring
- Risk and dependency management integrated into governance

## Integration Journey

- Master Plan: definition of strategy, scope and priorities
- Value Creation: synergies identification and prioritization Execution roadmap with ongoing tracking and performance monitoring

## Talent & Capability

- Dedicated, multidisciplinary team
- Senior leadership with strong business experience
- Consistent focus on capturing value and sustainability

**+70 employees**

involved in the development of action plans and value initiatives

**+1,600 hours**

of working sessions with leadership to define the strategic aspiration

**+3K initiatives**

mapped to ensure execution and transparency

# Main **synergy** drivers

## 1. Operating Expenses

- **Productivity** improvements
- Increased **efficiency** in **indirect costs** and in **DCs** and **store** operations
- Optimization of the **logistics network** and improved delivery **efficiency**

## 2. Commercial Optimization

- Review of **category** and **SKU** strategy
- Commercial optimization and assortment of the **private label strategy**

## 3. Store Footprint and Operations

- Rationalization of the **store portfolio**
- **Coordinated store expansion**
- Operational improvements to reduce **stock-outs** and **losses**

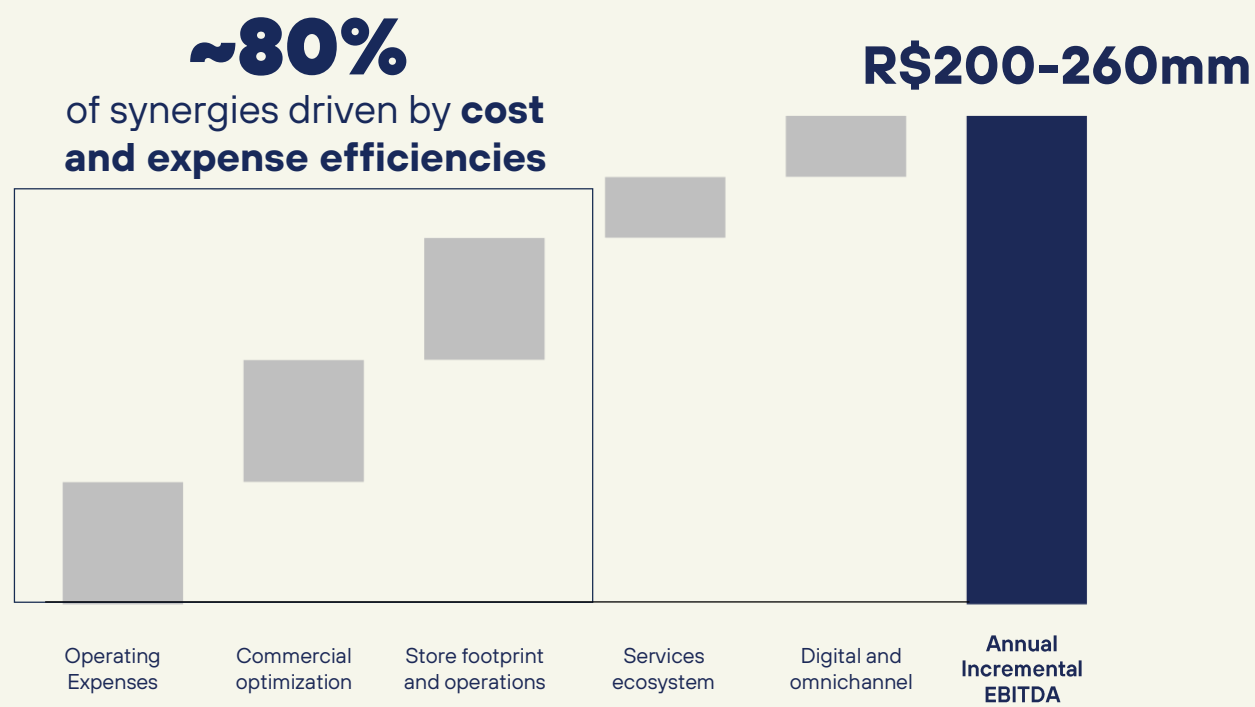
## 4. Services Ecosystem

- Increased services **productivity** and **cross-selling**
- Expansion and densification of **service** offerings across stores
- Higher profitability of the **services model** (microfranchise / franchise)

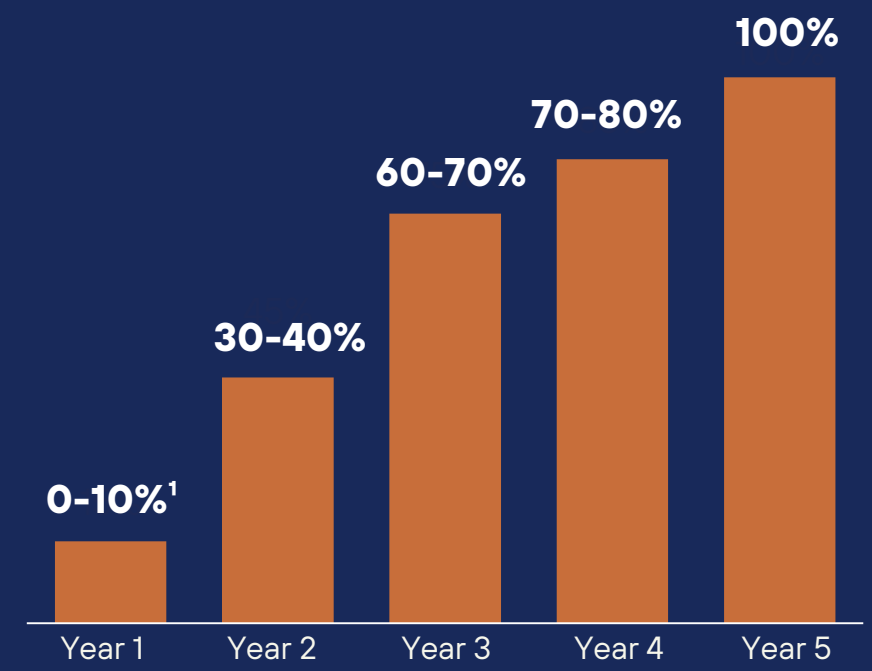
## 5. Digital and Omnichannel

- Enhanced **omnichannel** experience, with increased **penetration** and **average spend**
- Higher penetration of **subscription plans**

# Estimated synergies update



Capture of **60-70%** of annual synergies **up to 3 years**



<sup>1</sup> Considers the divestment of 26 stores required under the Merger Control Agreement signed with CADE (anti-trust authority).

# Earnings Drivers



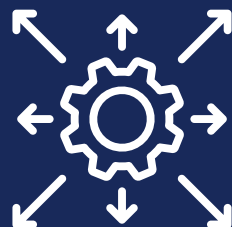
# Key earnings drivers

1



Omnichannel

2



Coordinated  
Expansion

3



Services

4

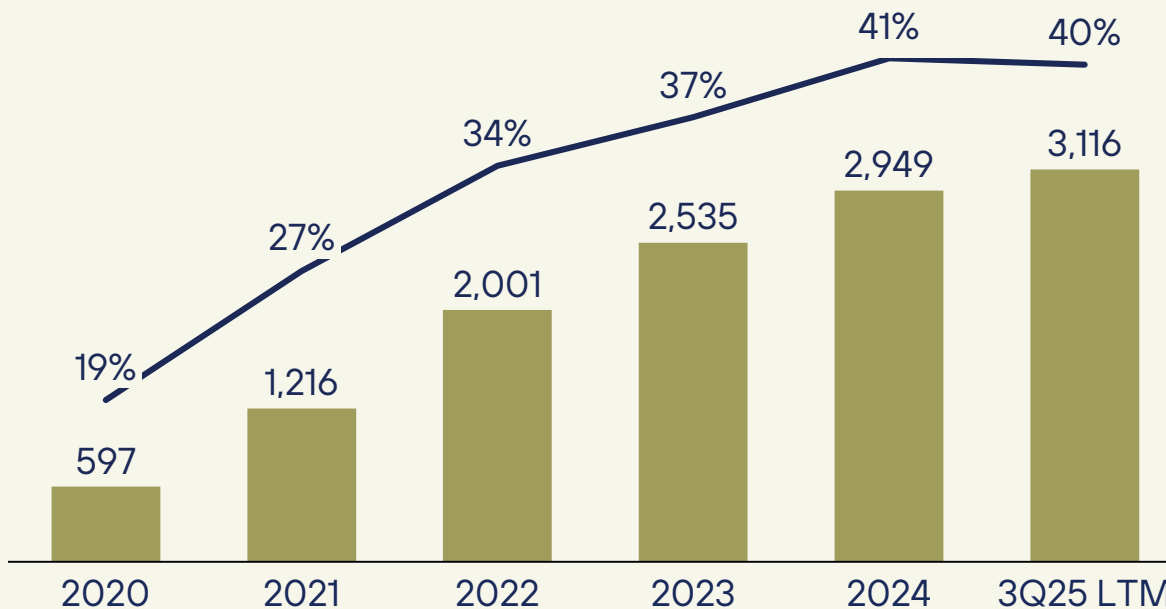


Private  
Labels

## 1. Omnichannel

# Leading omnichannel player in the sector

Total revenue and digital channel share  
(In R\$ thousand, %)



High service levels with low cost to serve

The omnichannel customer spends up to **3.5x** more than the single-channel customer

**521<sup>1</sup>** stores strategically operating as "mini distribution centers"

**~75%** same-day deliveries

**+95%** of sales are omnichannel, combining e-commerce and brick-and-mortar stores

## 2. Expansion

# Coordinated expansion and maintenance of the **Petz** and **Cobasi** brands, with focus on productivity

- Focus on **strategic markets** and increased **capilarity**
- Activation of **cross-sell, upsell and customer loyalty** initiatives
- Increase in purchase **frequency, average ticket and annual spend** per customer
- Consistent growth in **sales per m<sup>2</sup>**
- Services and private label offering enhance store **productivity**



### 3. Services

# Services

A fully integrated ecosystem designed to expand geographic reach, drive cross-sell and build customer loyalty, multiplying value: service users spend **3.0x** more on products.

## Grooming & Pet Care

+300 units, including franchise models



GRUPO petz cobasi

## Veterinary Clinics

+180 clinics



## Hospitals

15 hospitals



## Health Plan

Focused on prevention



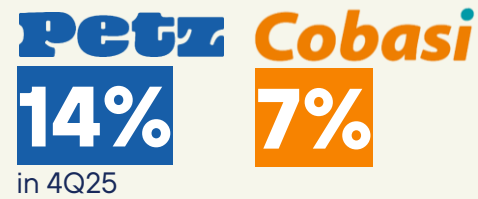
## 4. Private Label

# 15 private-label and exclusive brands, including category leaders



### Share of private-label brands in total revenue

Meaningful growth potential in private label penetration post-combination



### Gross margin ~5-10 p.p. higher

Margin growth potential across multiple categories

## Different value proposition strategy to reach a broader addressable market



# Closing Remarks

- 1** Creation of Brazil's most **complete and integrated pet ecosystem**
- 2** Bringing together **pioneering reference shareholders** with an experienced & complementary management team
- 3** Expected annual **synergies of R\$200–260 million** in incremental EBITDA
- 4** **Omnichannel** optimization, integrating digital and physical channels with combined **efficiency**
- 5** Service **excellence** and customer focus



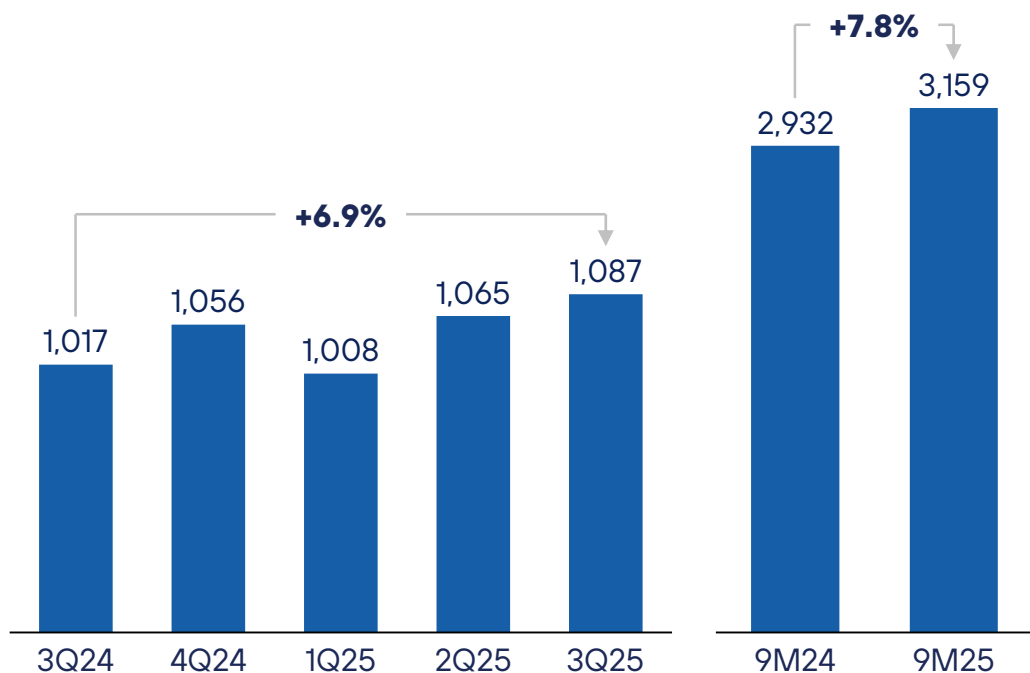


# Appendix

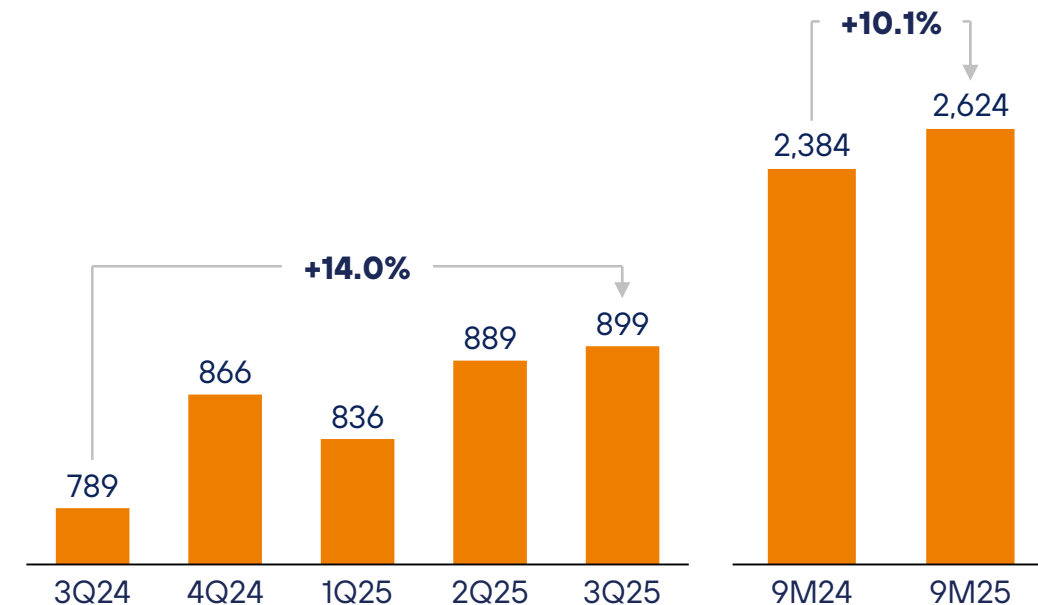
# Total Gross Revenue

R\$ million

**Petz**

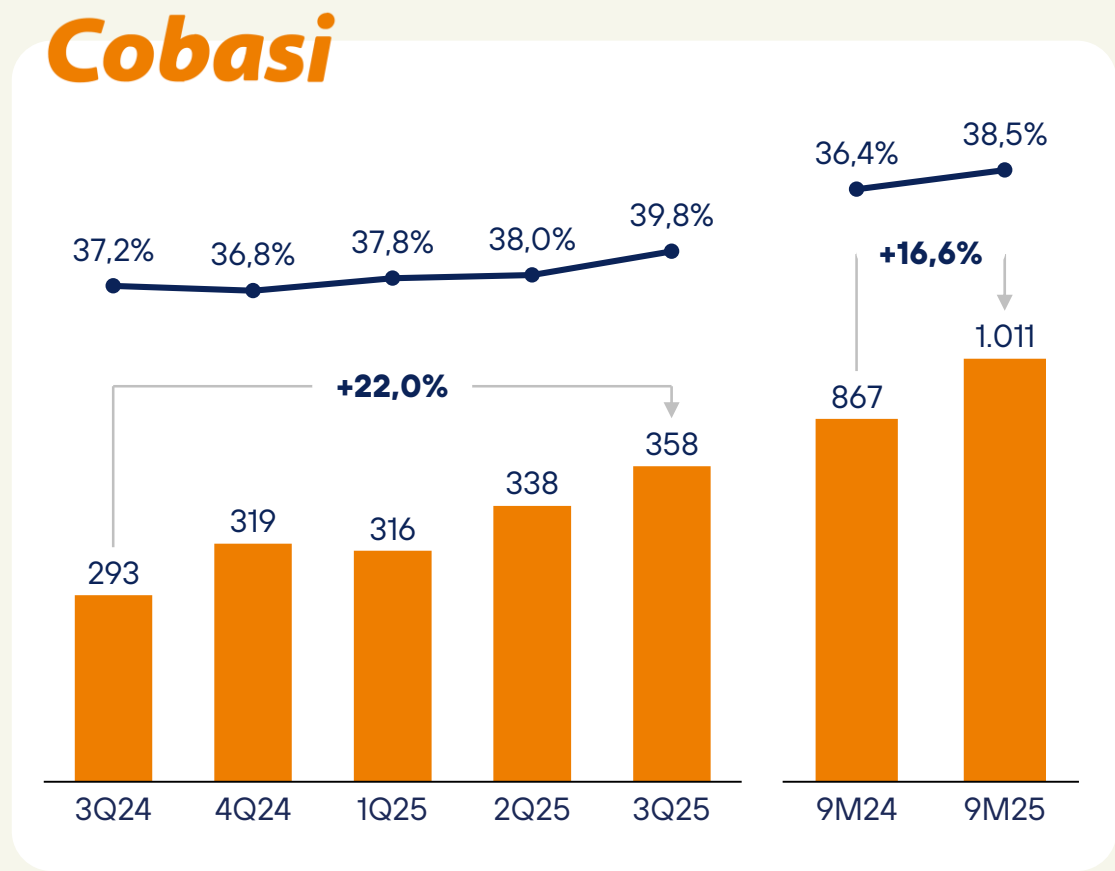
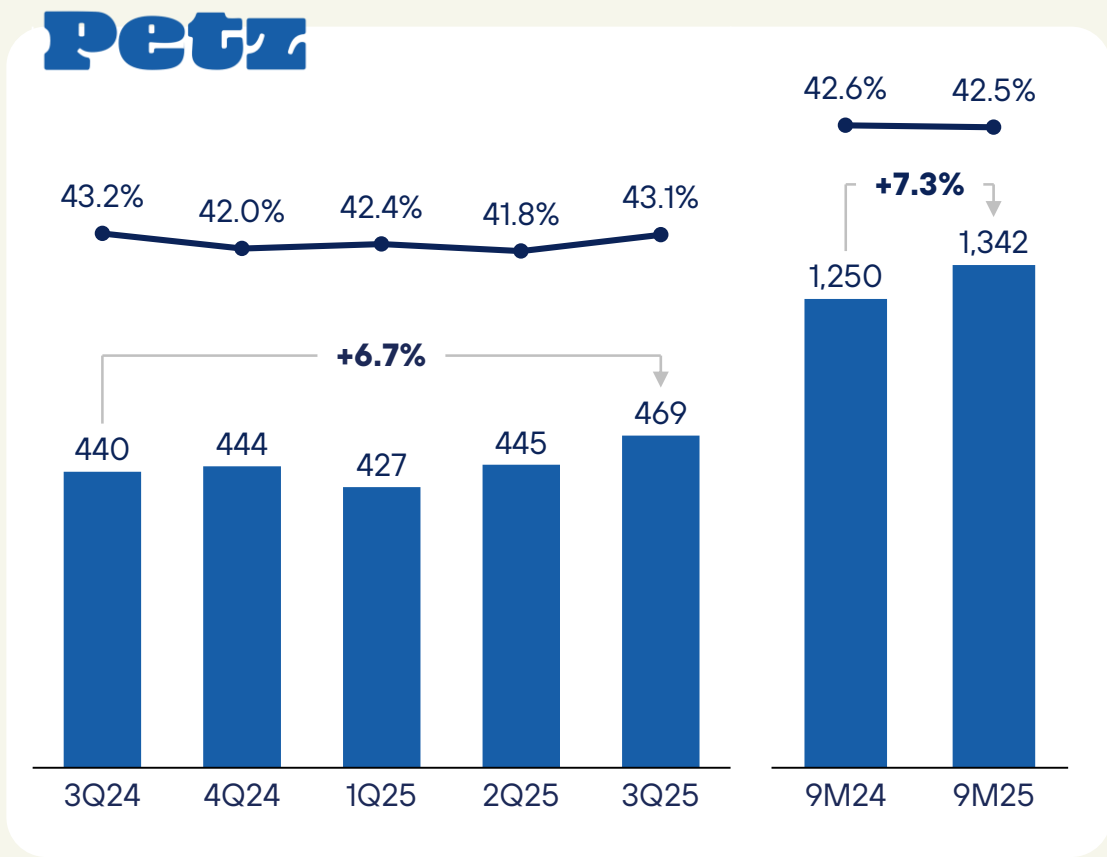


**Cobasi**



# Total Digital Gross Revenue and Penetration in Total Sales

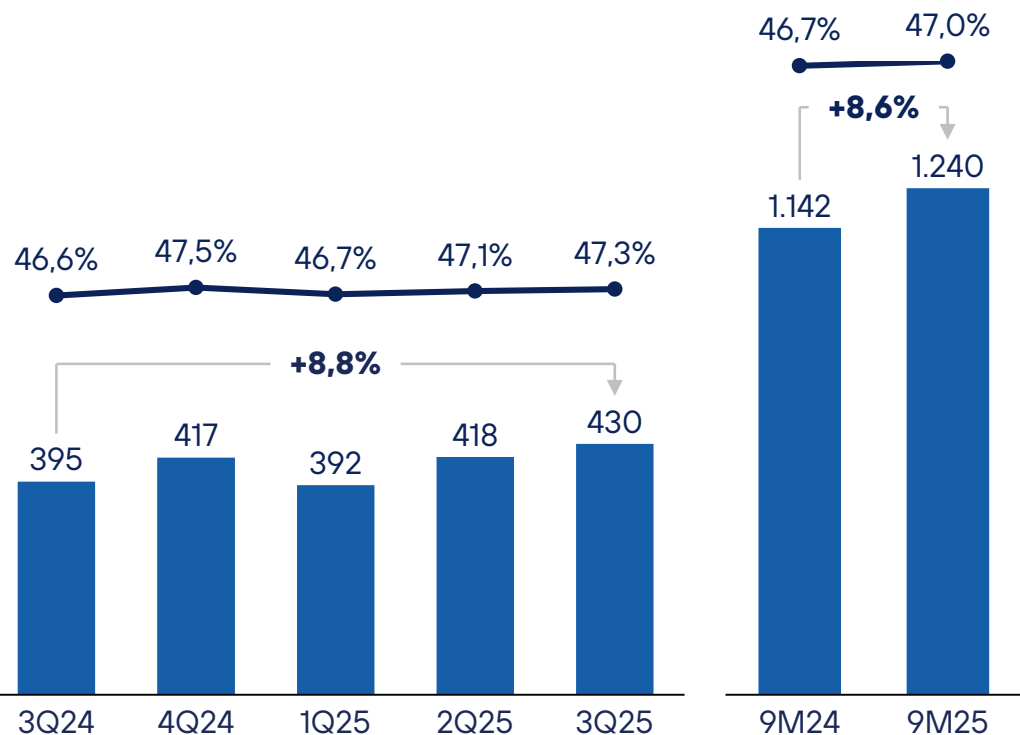
R\$ million, % of Total Gross Revenue



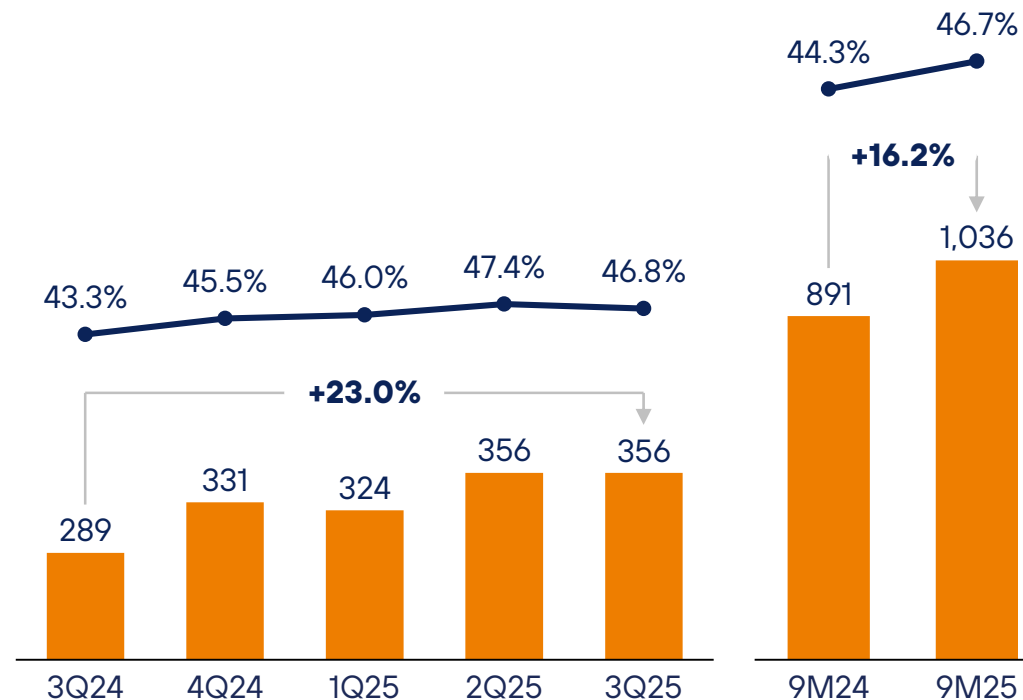
# Gross Profit and Gross Margin

R\$ million, % of Net Revenue

**Petz**



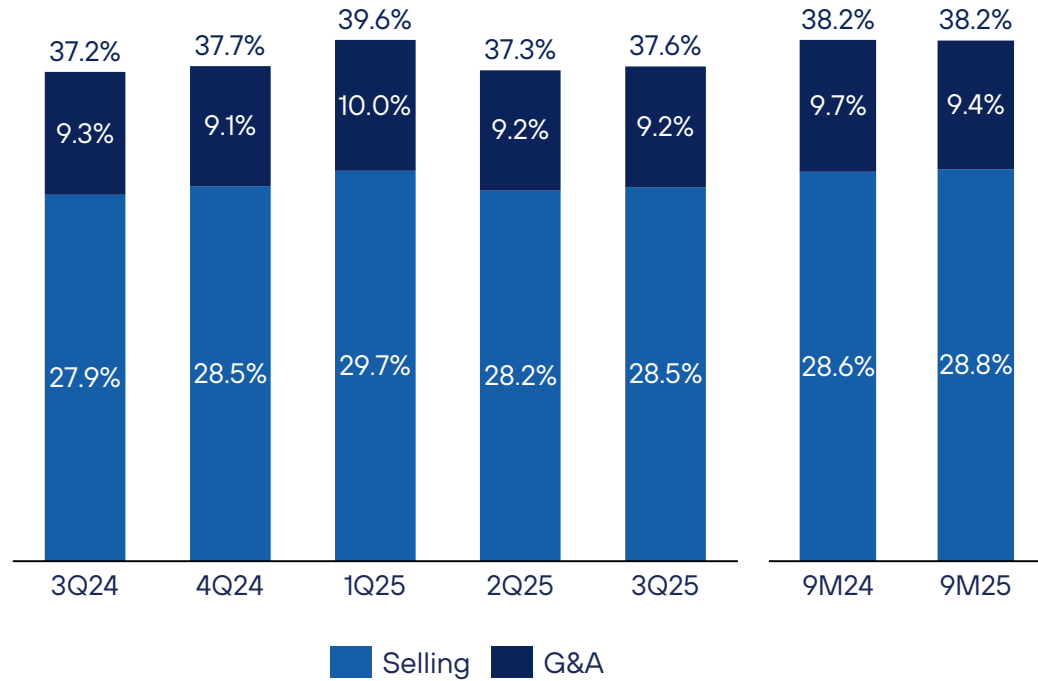
**Cobasi**



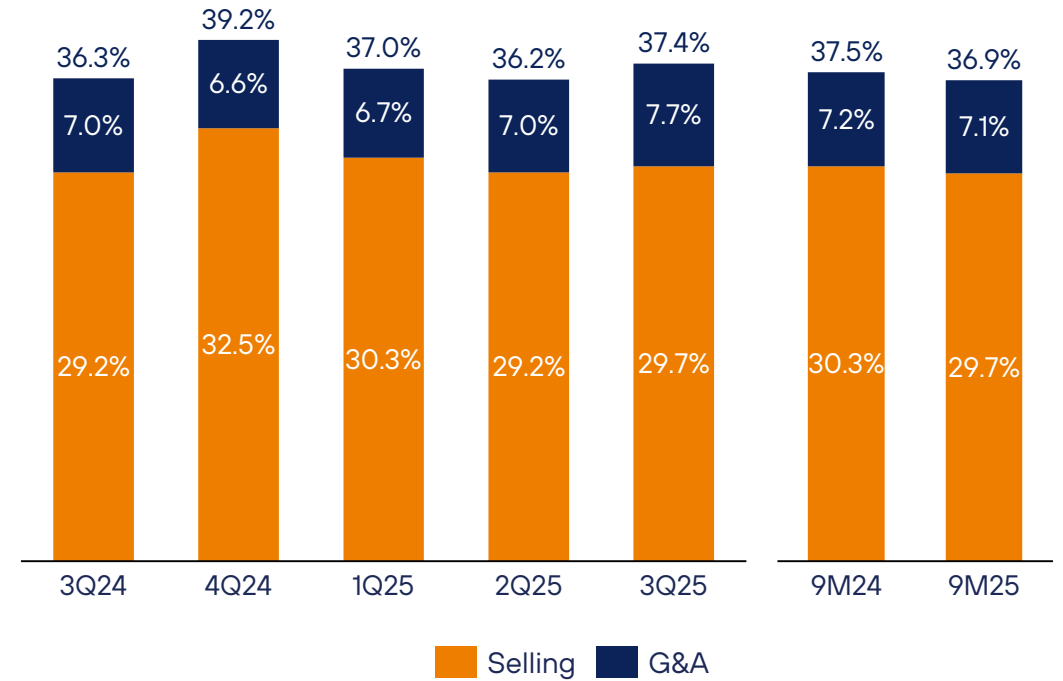
# Selling and G&A Expenses

R\$ million, % of Net Revenue

**Petz**



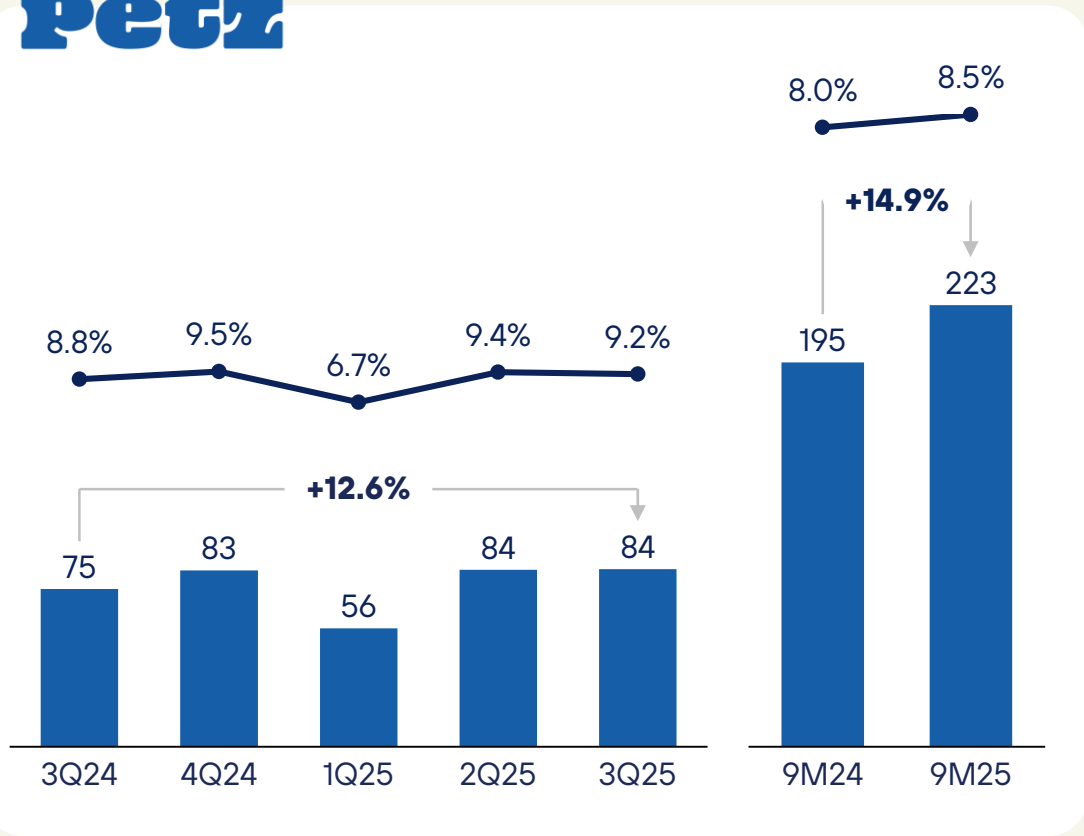
**Cobasi**



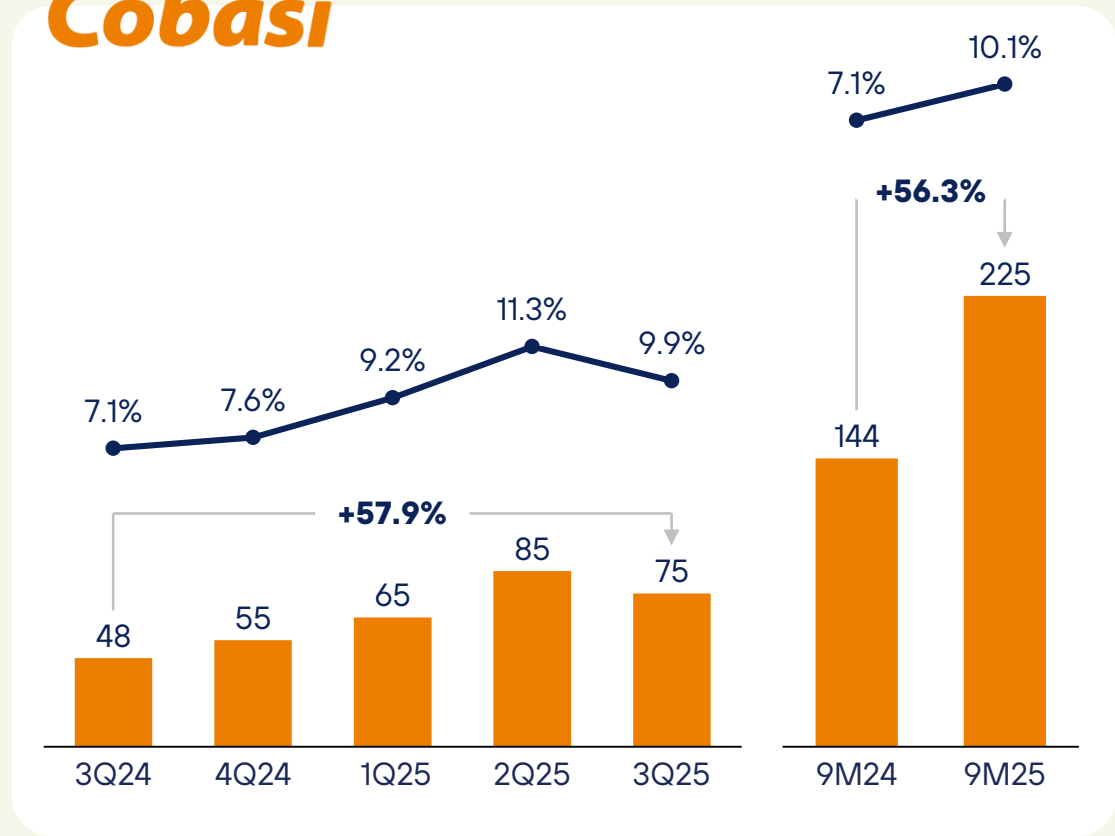
# Adjusted EBITDA

R\$ million, % of Net Revenue

## Petz



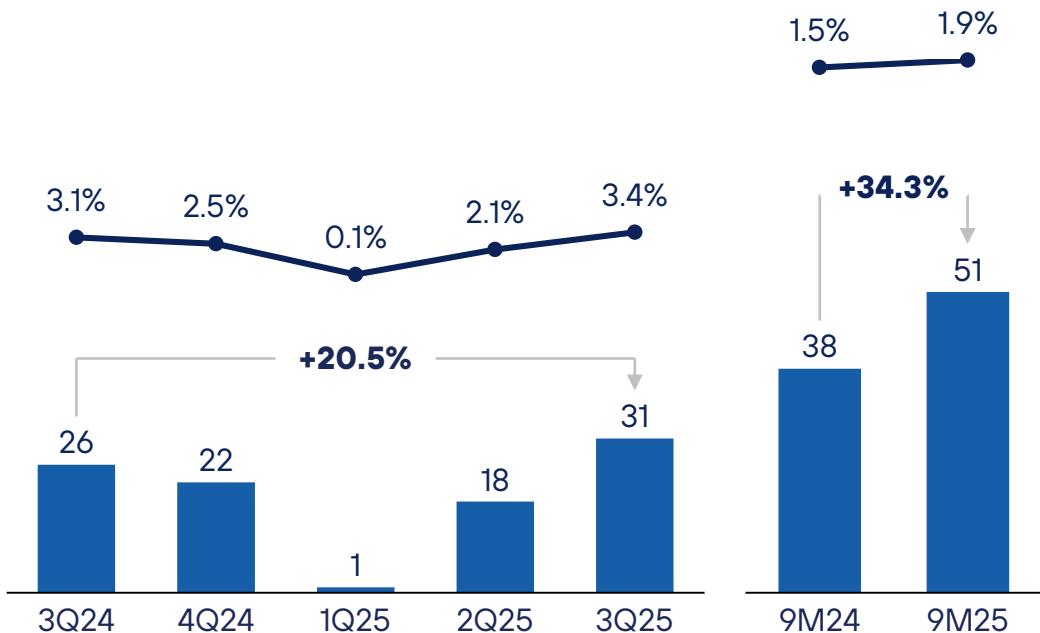
## Cobasi



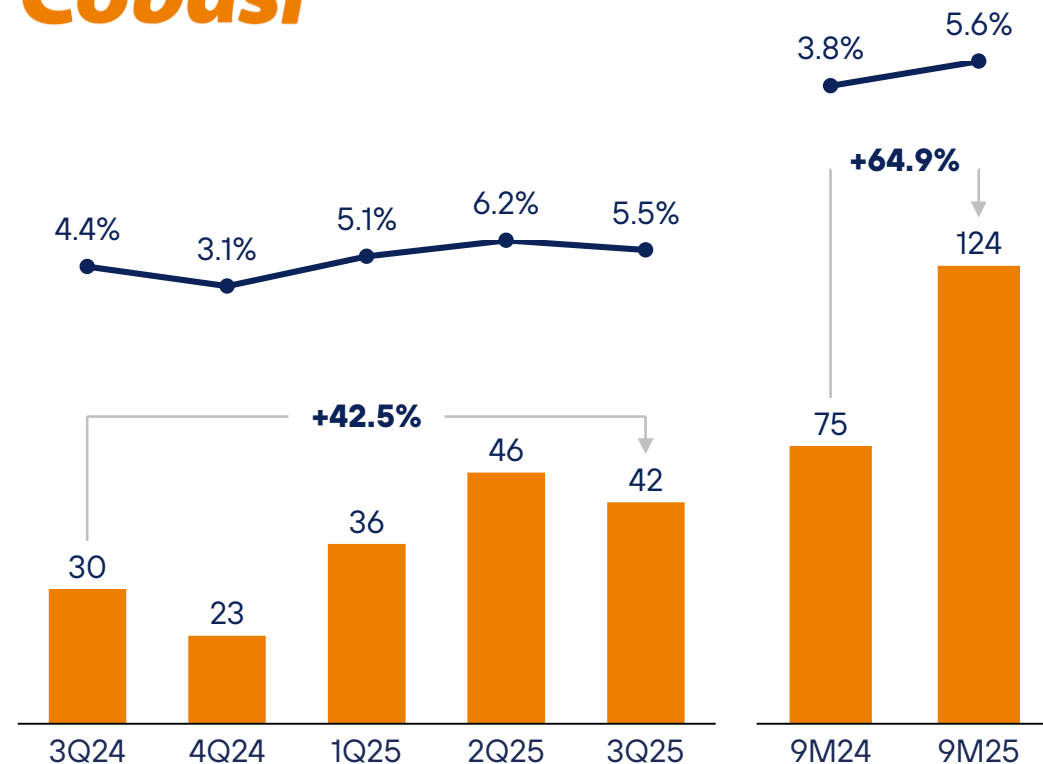
# Net Income

R\$ million, % of Net Revenue

## Petz



## Cobasi



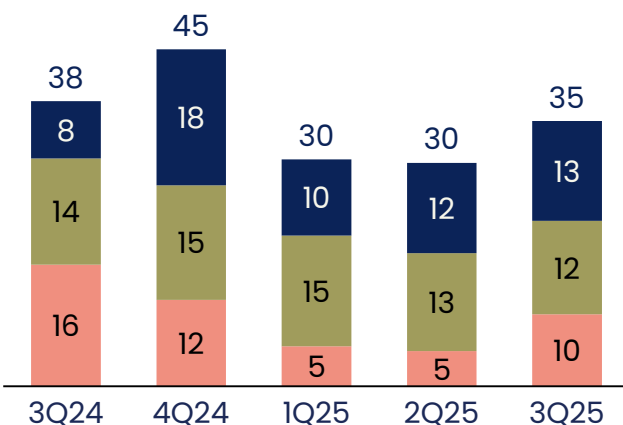
# Investments and Debt

## Petz

### Investments

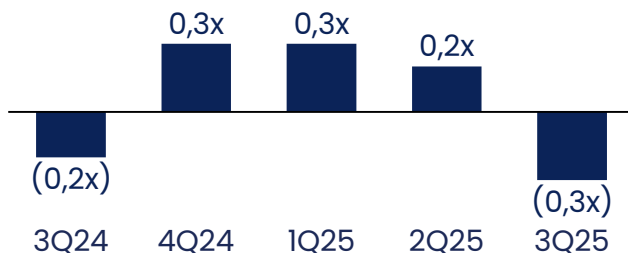
R\$ million

- New Stores & Hospitals
- Technology & Digital
- Refurbishments & Others



### Leverage (IAS 17)

Net Debt (Cash)/  
Adjusted EBITDA (LTM)

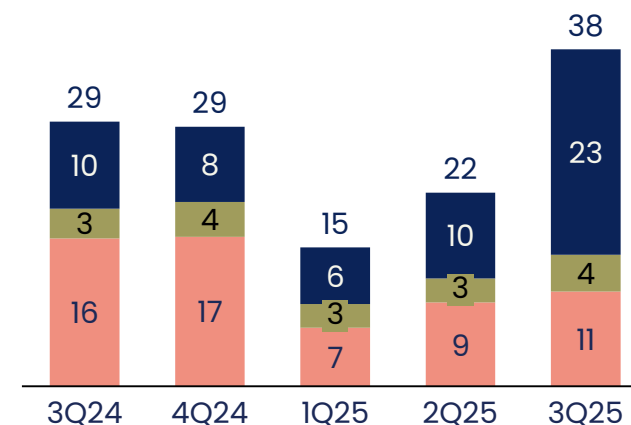


## Cobasi

### Investments

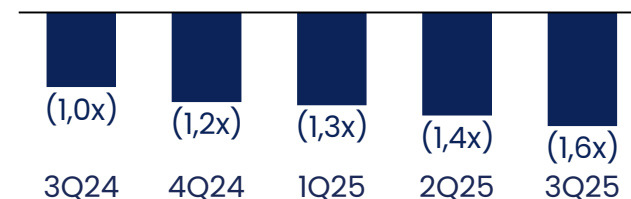
R\$ million

- New Stores & Hospitals
- Technology & Digital
- Refurbishments & Others<sup>1</sup>



### Leverage (IAS 17)

Net Debt (Cash)/  
Adjusted EBITDA (LTM)



Note: Figures follow IAS 17 accounting standards.

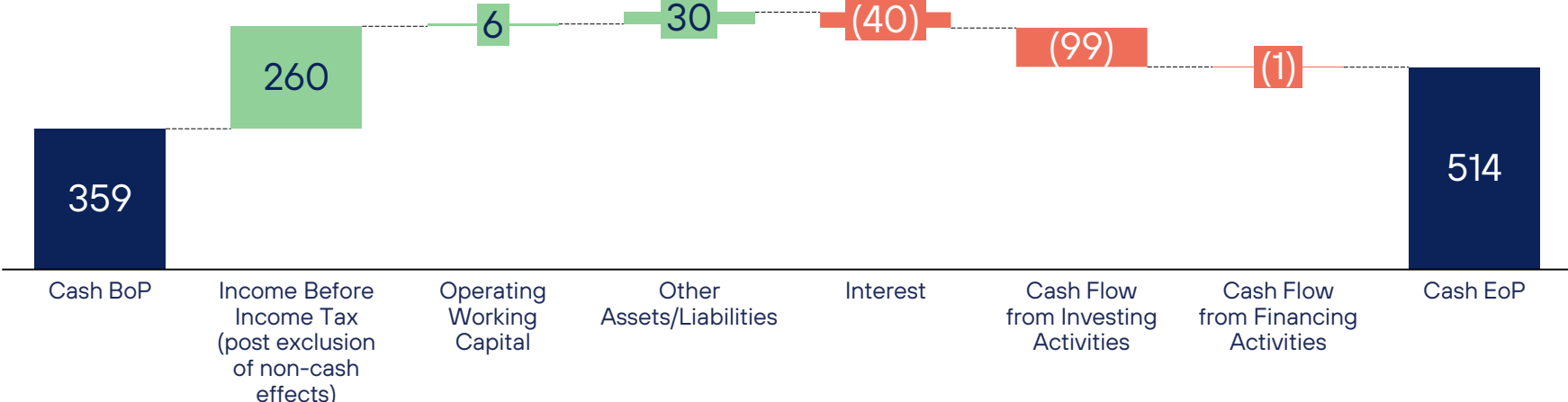
<sup>1</sup> Cobasi's CAPEX on Refurbishments & Others in 3Q25 was mainly impacted by one-off investments related to the relocation of its distribution center, including the setup of a new area of approximately 55,000 sqm.

# Net cash generation and improved operational efficiency



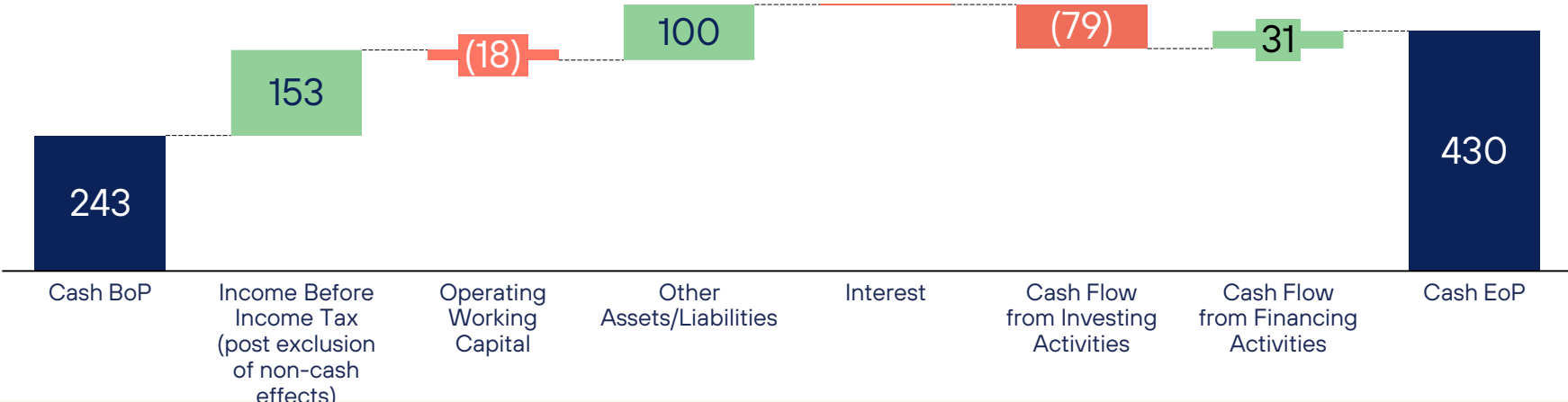
9M25 Overview

Cash generation of **R\$155.9 million**



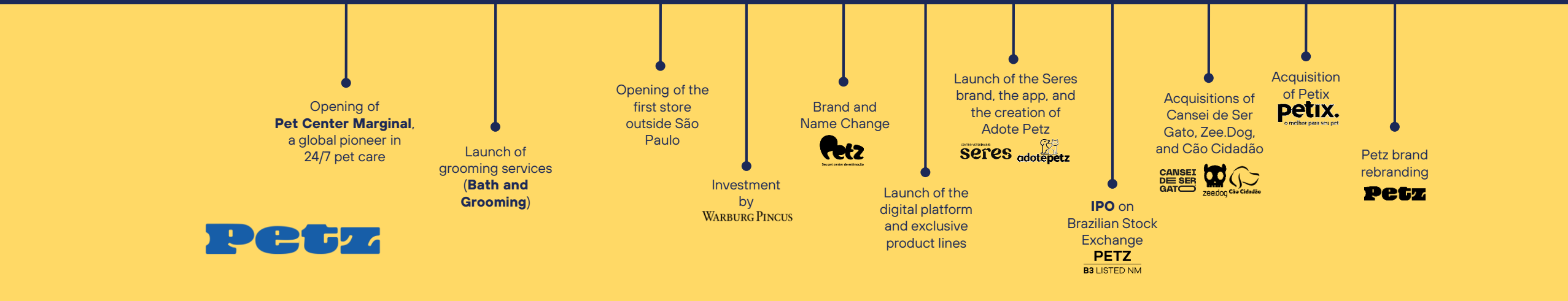
9M25 Overview

Cash generation of **R\$187.7 million**



# The union of two pioneering legacies

## Cobasi



# Cobasi

## Most Loved Pet Shop in São Paulo

Veja SP (2018, 2019, 2022-2025)

Survey conducted in partnership with MindMiners, covering more than 40 retail and service categories

## Most Loved Pet Shops on the Internet

Ebit Best of E-commerce (2018-2021)

The Ebit Award recognizes online stores that stand out in the market over the course of the year

## Best Pet Shop in São Paulo Data Folha Institute, Revista SP (2015-2020, 2025)

Survey conducted since 2015, analyzing the most recalled brands among São Paulo residents

## Most Loved Pet Shops on the Internet

Estado de S. Paulo (2019)

Cobasi was the most recalled brand in the Pet Retail category in the fifth edition of the award

# Petz

## Pet Retail Award

Consumidor Moderno (2025)

Award that recognizes and celebrates companies that stand out for the quality and innovation of their customer service

## Best Pet E-commerce Company

Reclame Aqui Award (2016-2022)

Recognizes companies with excellence in customer service, based on consumer ratings and votes on Reclame Aqui

## Best Pet Shop in São Paulo Data Folha Institute, Revista SP (2018-2023, 2025)

Survey conducted since 2015, analyzing the most recalled brands among São Paulo residents

## Best Pet Retail Company

Reclame Aqui Award (2020-2022)

Recognizes companies with excellence in customer service, based on consumer ratings and votes on Reclame Aqui

# Top of Mind Brands

Leaders in customer service, brand recall, engagement, and excellence awards

# Brazil's largest animal welfare initiative

ESG: the foundation for responsible business

GRUPO  
**petz  
cobasi**



## Commitment to Animal Welfare

+ **132,000**

pets adopted through the **Cobasi Cuida** and **Adote Petz** programs



+ **R\$15 million**

donated through partners MOL Impacto and Movimento Arredondar

+ **330 NGOs**

supported

## Responsible Business

### Information Security

Training on LGPD, information security, and the structuring of the Data Protection Officer (DPO) function

### Ethics and Transparency

Decisions guided by the Code of Ethics and Conduct

## Value Creation for Society

### Diversity and Inclusion

Diversity mapping and high favorability rates

### Employee Health and Development

Well-being initiatives and team upskilling

## Sustainable Operations

### Climate Change

Reduction of operational impact through eco-efficiency initiatives, such as the use of electric vehicles and bicycles in the delivery fleet

### Circularity

Recycling initiatives across stores and distribution centers

## Petz Sustainability Report

published for 3 consecutive years



# GRUPO petz cobasi

**Together in care. United by affection.**

## **Investor Relations**

Rafael Rodrigues Siqueira – CFO and IRO

Renata Coutinho – IR Director

Marcos Benetti – IR, M&A and New Business Manager

Nicole Caputo – IR Consultant

Larissa Boness – IR Analyst

**[ri@petzcobasi.com.br](mailto:ri@petzcobasi.com.br)**

**DISCLAIMER.** The statements contained in this document regarding business outlook, projections of operating and financial results, and growth prospects of Grupo Petz are merely forward-looking statements and, as such, are based solely on management's expectations regarding the future of the business. These expectations are substantially dependent on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the sector, and international markets, and are therefore subject to change without prior notice. This performance report includes both accounting and non-accounting data, such as operational metrics, pro forma financial information, and projections based on the Company's management expectations. Non-accounting data have not been reviewed by the Company's independent auditors.