

Estratégia consistente e execução levam a crescimento robusto de vendas, lucro e geração de caixa

- ✓ **Continuidade do crescimento de vendas: Vendas brutas de R\$22,0 bilhões**, alta de 26,8% (sem gasolina). **Crescimento LFL de 22,9%** (sem gasolina), suportado pela continuidade dos ganhos de *market share* e inflação alimentar de duplo dígito. Vendas anuais de R\$74,8 bilhões (+22,2% sem gasolina), bem superior ao mercado.
- ✓ **Sólido crescimento no EBITDA Ajustado consolidado: R\$1.732 milhões, +18,2% a.a.** com margem de 8,7% no 4T, impulsionado tanto pelo Varejo quanto pelo Atacado, bem como pela melhora sequencial em nosso Banco em um ambiente persistentemente desafiador. EBITDA anual: R\$5,6 bilhões (+18,0% a.a.) e margem de 8,3%.
 - ✓ **EBITDA Ajustado Atacadão: R\$1.065 milhões, +25,7% a.a.** com margem de 7,5% (-0,4 p.p.) no 4T, refletindo sua estratégia comercial assertiva com aumento de competitividade, alavancando as vendas e absorvendo custos fixos de expansão. EBITDA Ajustado anual: R\$3,6 bilhões e margem de 7,7% (+0,3 p.p.).
 - ✓ **EBITDA Ajustado Carrefour: R\$455 milhões, +42,2% a.a.** e margem de 8,1% (+2,0 p.p.) no 4T – entrega consistente de ganhos de eficiência e melhora significativa na rentabilidade do e-commerce. EBITDA Ajustado anual: R\$1,5 bilhão (+48,1%) e margem de 7,3% (+1,8 p.p.).
 - ✓ **EBITDA Ajustado Banco Carrefour: R\$266 milhões**, ainda impactado pelo ambiente atual, mas já apresentando rápida recuperação (EBITDA 3T20 de R\$ -4 milhões)
- ✓ **Lucro Líquido Ajustado: R\$886 milhões** no 4T, **+31,1% a.a.** e 4,5% das vendas líquidas (+0,2 p.p.), R\$2,8 bilhões no ano, + 43,1%.
- ✓ **Fluxo de Caixa Livre do ano: R\$2.426** vs. R\$962 milhões, crescimento recorde de **152,2%**, principalmente devido ao forte aumento do EBITDA e melhora do capital de giro.
- ✓ **Pagamento de Dividendos:** nova política de pagamento de **até 45% do Lucro Líquido Ajustado** (25% anteriormente) sem impactar a nossa capacidade de investimento, graças à geração de fluxo de caixa consistente e balanço robusto. Dividendo adicional de 2020 de R\$759 milhões a ser recomendado na próxima Assembleia Geral, além dos R\$ 482 milhões pagos antecipadamente em 2020 (dividendo total de R\$ 0,62 por ação).

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas Brutas	21.962	17.638	24,5%	74.751	62.220	20,1%
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.732	1.465	18,2%	5.610	4.754	18,0%
Margem EBITDA Ajustada	8,7%	9,1%	-0,4 p.p.	8,3%	8,4%	-0,1 p.p.
Lucro Líquido Aj., controlador	886	676	31,1%	2.758	1.927	43,1%
Margem Líquida Ajustada	4,5%	4,2%	0,2 p.p.	4,1%	3,4%	0,7 p.p.
Fluxo de Caixa Livre				2.426	962	152,2%

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -5 milhões entre Banco e Varejo no 4T (R\$ -23 milhões em 2020) (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -35 milhões no 4T19 (R\$ -144 milhões em 2019) e R\$ -49 milhões no 4T20 (R\$ -172 milhões em 2020).

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL SUSTENTÁVEL E AVANÇO DA ESTRATÉGIA ESG:

- ✓ **Vendas de alimentos online no Atacadão aumentaram 142%** em base sequencial, serviço de vendas online já disponível em 25% das lojas e *roll out* continuando em 2021. **Vendas online de alimentos consolidadas no ano inteiro aumentaram cerca de 240%**.
- ✓ Fortalecendo nosso **ecossistema** e aumentando o **engajamento**: os usuários ativos em nosso novo programa de fidelidade cresceram **2x** e já representam **75% dos clientes recorrentes diários**.
- ✓ Novas contas do banco via **canais digitais** apresentaram um aumento impressionante de **157%** em dezembro.
- ✓ **Fortalecendo nossa já existente estratégia ESG** com novas iniciativas ambiciosas na luta contra o racismo

Noël Prioux, CEO do Grupo Carrefour Brasil, declarou: "Com forte crescimento de dois dígitos em vendas e lucro líquido e fluxo de caixa livre recorde, o Grupo Carrefour Brasil apresentou mais um desempenho notável no 4T e em 2020, atestando a força de seu ecossistema omnicanal. Em nosso implacável esforço para avançar nas iniciativas ESG, aprendemos importantes lições do trágico evento ocorrido em novembro em de nossas lojas em Porto Alegre. O Carrefour está agora comprometido em implementar uma das mais abrangentes série de medidas de forma a enfrentar o racismo estrutural no Brasil. Agir com responsabilidade, como temos feito ao longo da pandemia COVID-19, colocando a segurança de nossos clientes e funcionários acima de tudo, faz parte do nosso papel como líderes no varejo de alimentos no Brasil e não pouparemos esforços para responder à altura à confiança depositada em nós pelos nossos stakeholders. "

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS – 4T 2020

Em R\$ milhões	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
	4T20	4T19	Δ%	4T20	4T19	Δ%	4T20	4T19	Δ%	4T20	4T19	Δ%
Vendas Brutas	21.962	17.638	24,5%	15.691	11.855	32,4%	6.271	5.783	8,4%			
Vendas Brutas ex-gasolina	21.347	16.842	26,7%	15.691	11.855	32,4%	5.656	4.987	13,4%			
Vendas Líquidas	19.873	16.014	24,1%	14.276	10.790	32,3%	5.597	5.224	7,1%			
Outras Receitas (1)	926	997	-7,1%	40	40	0,0%	169	130	30,0%	722	829	-12,9%
Vendas Totais	20.799	17.011	22,3%	14.316	10.830	32,2%	5.766	5.354	7,7%	722	829	-12,9%
Lucro Bruto	3.940	3.505	12,4%	2.012	1.669	20,6%	1.394	1.248	11,7%	539	590	-8,6%
Margem Bruta	19,8%	21,9%	-2,1 p.p.	14,1%	15,5%	-1,4 p.p.	24,9%	23,9%	1,0 p.p.			
Despesas VG&A (2)	(2.221)	(2.051)	8,3%	(951)	(823)	15,6%	(948)	(938)	1,1%	(273)	(255)	7,1%
%VG&A de Vendas Líquidas	11,2%	12,8%	-1,6 p.p.	6,7%	7,6%	-1,0 p.p.	16,9%	18,0%	-1,0 p.p.			
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.732	1.465	18,2%	1.065	847	25,7%	455	320	42,2%	266	335	-20,6%
Margem EBITDA Ajustada	8,7%	9,1%	-0,4 p.p.	7,5%	7,8%	-0,4 p.p.	8,1%	6,1%	2,0 p.p.			
Lucro Líquido Aj., controlador	886	676	31,1%									
Margem Líquida Ajustada	4,5%	4,2%	0,2 p.p.									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -5 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -35 milhões em 2019 e R\$ -49 milhões em 2020.

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS –2020

Em R\$ milhões	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
	2020	2019	Δ%	2020	2019	Δ%	2020	2019	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas Brutas	74.751	62.220	20,1%	51.817	42.055	23,2%	22.934	20.165	13,7%			
Vendas Brutas ex-gasolina	72.561	59.376	22,2%	51.817	42.055	23,2%	20.744	17.321	19,8%			
Vendas Líquidas	67.640	56.519	19,7%	47.058	38.220	23,1%	20.582	18.299	12,5%			
Outras Receitas	3.551	3.545	0,2%	147	140	5,0%	494	460	7,4%	2.933	2.965	-1,1%
Vendas Totais	71.191	60.064	18,5%	47.205	38.360	23,1%	21.076	18.759	12,4%	2.933	2.965	-1,1%
Lucro Bruto	13.918	12.449	11,8%	7.040	5.895	19,4%	5.161	4.507	14,5%	1.740	2.067	-15,8%
Margem Bruta	20,6%	22,0%	-1,4 p.p.	15,0%	15,4%	-0,5 p.p.	25,1%	24,6%	0,4 p.p.			
Despesas VG&A	(8.360)	(7.744)	8,0%	(3.448)	(3.101)	11,2%	(3.698)	(3.532)	4,7%	(1.042)	(967)	7,8%
%VG&A de Vendas Líquidas	12,4%	13,7%	-1,3 p.p.	7,3%	8,1%	-0,8 p.p.	18,0%	19,3%	-1,3 p.p.			
EBITDA Ajustado	5.610	4.754	18,0%	3.605	2.804	28,6%	1.502	1.014	48,1%	698	1.100	-36,5%
Margem EBITDA Ajustada	8,3%	8,4%	-0,1 p.p.	7,7%	7,3%	0,3 p.p.	7,3%	5,5%	1,8 p.p.			
Lucro Líquido Aj., controlador	2.758	1.927	43,1%									
Margem Líquida Ajustada	4,1%	3,4%	0,7 p.p.									
Fluxo de Caixa Livre	2.426	962	152,2%									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -23 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -144 milhões em 2019 e R\$ -172 milhões em 2020.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO 4T20

Português/Inglês (tradução simultânea)

18 de fevereiro de 2021
(quinta-feira)

10h00 – Brasília
08h00 – Nova York
13h00 – Londres
14h00 – Paris

Streaming de Vídeo:

[English](#)

[Portuguese](#)

Telefone Brasil:

+55 11 3127-4971 | +55 11 3728-5971

Telefone internacional:

USA: +1 516 300 1066

Código de acesso: Carrefour

INFORMAÇÕES SOBRE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Sébastien Durchon

Vice-Presidente de Finanças (CFO) e Diretor de Relações com Investidores

Natália Lacava

Diretora de Relações com Investidores

Ludimila Aiello

Victor Bento

Especialista de Relações com Investidores

Telefone: +55 11 3779-8500

e-mail: ribrasil@carrefour.com

website: www.grupocarrefourbrasil.com.br

ESG: ESFORÇO IMPLACÁVEL DE 45 ANOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UM NEGÓCIO MAIS SUSTENTÁVEL

Desde que abrimos a nossa primeira loja em São Paulo, em 1975, nós temos adaptado e transformado o nosso negócio, tentando constantemente endereçar as necessidades e expectativas de todos os *stakeholders*: clientes, fornecedores, acionistas e, de forma mais abrangente, toda a sociedade brasileira. Com o passar dos anos, implementamos uma série de iniciativas para promoção da diversidade, lutando por maior acesso a uma alimentação de qualidade com preços acessíveis, ajudando produtores a transformarem seus próprios negócios, reduzindo o impacto de nossas atividades ao meio-ambiente, fornecendo assistência financeira aos mais vulneráveis ou assumindo compromissos, sempre que possível, para a construção de um mundo melhor. Todas essas ações estão listadas, descritas e mensuradas em nosso Relatório de Sustentabilidade de 2019, que será atualizado em breve.

O terrível acontecimento do último mês de novembro em uma de nossas lojas em Porto Alegre reforçou de forma dolorosa a necessidade de todas essas iniciativas e a importância de tirarmos lições de qualquer evento e, particularmente, de nossos próprios erros. Como reação imediata, surgimos com um plano bastante ambicioso e abrangente para lutarmos contra o racismo estrutural no Brasil, que agora se apresenta como peça-chave de nossas iniciativas ESG.

As ações desenvolvidas pelo Grupo Carrefour Brasil buscam contribuir para a Agenda da Organização das Nações Unidas (ONU) de 2030, que tem como objetivo a erradicação da pobreza, protegendo o planeta e garantindo que as pessoas alcancem paz e prosperidade. Os impactos causados pelas ações do Grupo estão ligados a 13 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Lutando para proteção do planeta

Consciente de sua influência na cadeia de valor do setor de alimentação, dado a posição de liderança que ocupa, o Grupo Carrefour Brasil atua como agente transformador em seu próprio negócio, mas também engajando fornecedores a seguirem as melhores práticas de produção, em linha com as expectativas e interesse da sociedade. Em particular, estamos comprometidos em implementar as políticas de desmatamento zero, promovendo a economia circular e eco eficiência, bem como combatendo o desperdício de alimentos.

Políticas de desmatamento zero

- ✓ Membro do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS) desde 2007, comprometido com desmatamento zero desde 2010, implementação da política de carne sustentável desde 2016 e participante da elaboração do Protocolo Harmonizado lançado pela Imaflo e MPF em 2020
- ✓ 100% dos fornecedores de carne fresca monitorados pelas próprias ferramentas do Grupo Carrefour, garantindo a origem das fazendas que abastecem os frigoríficos
- ✓ Definição de um protocolo e metodologia de suspensão e reabilitação de frigoríficos de acordo com a política de compras do Grupo
- ✓ Produção sustentável de bezerras: profissionalização da atividade de criação em pequenas propriedades do Vale Vale do Juruena e Vale do Araguaia (Mato Grosso)
- ✓ Soja: rastreamento da soja em produtos de marca própria, parceria com WWF para que a soja utilizada como ração na cadeia produtiva seja rastreada até 2025, monitoramento de fornecedores
- ✓ Conversão para agricultura orgânica: suporte para pequenos produtos de vegetais com o objetivo de conversão para plantios de agricultura orgânica
- ✓ Amazônia: primeira companhia a participar do programa federal "Adote um Parque" em 2021 (investimento anual de R\$3,7 milhões para a proteção ambiental de uma área de aproximadamente 75.000 hectares)

Economia circular e eco eficiência

- ✓ Gestão de resíduos: todo o lixo gerado em nossas lojas é separado e 49% é reciclado, estações de reciclagem em todos os hipermercados para incentivar e ajudar clientes a reciclarem seu lixo, educação e ações de treinamento em todas as lojas
- ✓ Emissões de CO₂: redução de 19% em 2020 vs. 2019, em linha com as metas de 2030 e 2040 (-30% e -55%, respectivamente)
- ✓ Transformação de embalagens: 5,5 milhões de embalagens substituídas por materiais recicláveis

Combate ao desperdício

- ✓ Meta 2025 : redução do desperdício de alimentos em 50%
- ✓ Únicos e Sansform: vendas de 1.800 toneladas de produtos que não atenderam padrões estéticos, mas que são perfeitamente adequados para consumo, com até 40% de desconto
- ✓ Doações: 2,5 milhões de pessoas receberam doações de alimentos

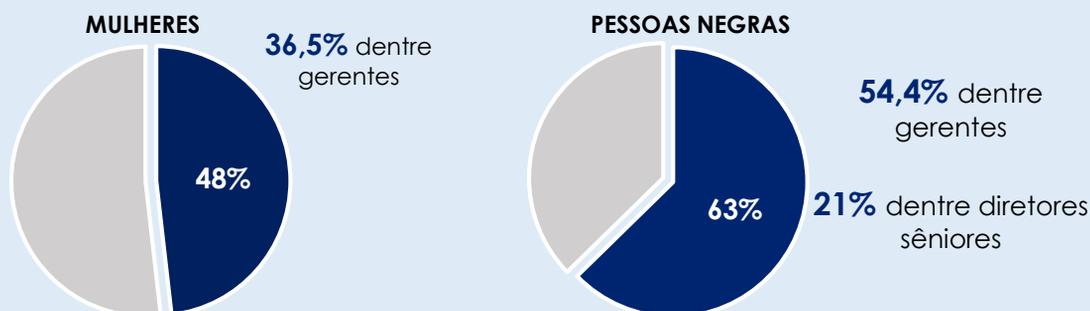
Respeito e oportunidades para todos

Todos os dias, mais de 95.000 funcionários do Atacadão, Carrefour e Banco Carrefour trabalham para oferecer a melhor experiência de compras aos nossos clientes. Todos trabalham em um ambiente que respeita diversidade e inclusão e que garante a saúde e segurança dessas pessoas. Além disso, o Grupo investe no treinamento e qualificação, além de estabelecer diretrizes que devem ser observadas por todos sobre ética, responsabilidade e *compliance*.

Para nós, o respeito pelas pessoas e o apreço por suas diferenças e similaridades são atitudes não-negociáveis. Portanto, qualquer forma de discriminação de cor, idade, gênero, religião, orientação sexual, deficiência, classe social, nacionalidade, origem ou característica individual é inaceitável.

Diversidade e inclusão

- ✓ A composição do nosso quadro busca espelhar a composição da sociedade brasileira



- ✓ 65 pessoas transgênero empregadas pela companhia
- ✓ Combate à violência contra a mulher: canal de acolhimento, doação ao Instituto Maria da Penha, participação do Dia Internacional do combate à violência contra a mulher
- ✓ Ações para pessoas com deficiências (PCD)

Luta contra o racismo estrutural: Um plano abrangente após o trágico evento de Porto Alegre

- ✓ Em 19 de novembro de 2020, João Alberto Silveira Freitas morreu em uma de nossas lojas após uma discussão violenta com seguranças terceirizados
- ✓ Transformação radical do nosso modelo de segurança: internalização com contratação de ~40% de mulheres e ~60% de pessoas negras, abordagem sistemática não-violenta, novas companhias internas de treinamento
- ✓ Percentual mínimo de 50% de pessoas negras em novas contratações e investimentos em desenvolvimento de carreira desses colaboradores
- ✓ Estímulo ao empreendedorismo negro através de auxílio e investimentos em *start-ups*
- ✓ Investimento social privado em educação e empregabilidade
- ✓ Constituição de um Comitê Independente de Diversidade, fundo dedicado com aporte inicial de aproximadamente ~R\$40 milhões

Defendendo o bem-estar animal

O Grupo Carrefour Brasil está comprometido em assegurar o bem-estar animal na sua cadeia de produção. Para isso, exige que as companhias parceiras utilizem, sempre que possível, animais que sejam criados de acordo com as cinco liberdades estabelecidas pela Farm Animal Welfare Council (FAWC), referência global no tema: livres de (i) fome e sede, (ii) desconforto, (iii) dor, doença e ferimentos, (iv) medo e stress, e (v) expressem o comportamento natural da espécie.

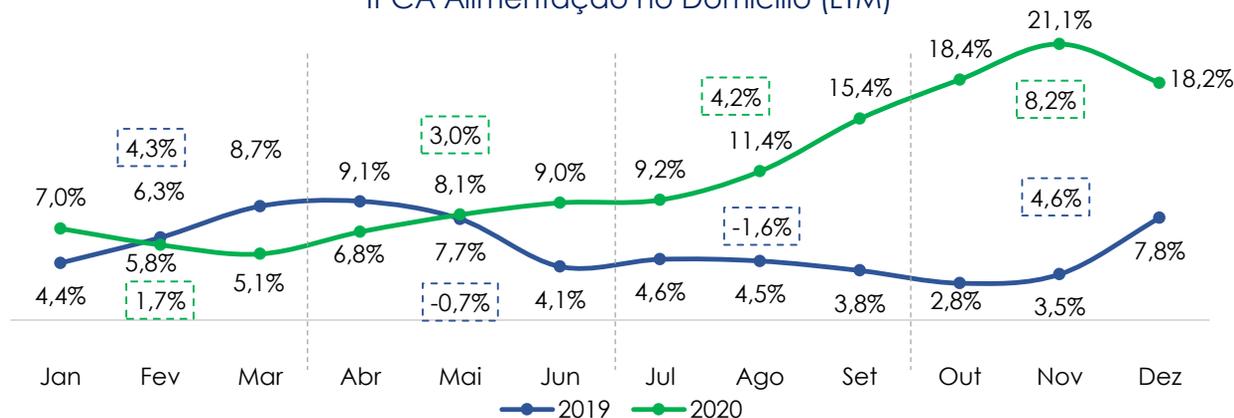
- ✓ Cadeia de suínos: novo critério adotado em 2019 na compra de produtos de proteína suína, a ser gradualmente implementado por nossos fornecedores em 2025
- ✓ Ovos: todos os ovos de marca própria serão produzidos por um Sistema livre de gaiolas em 2025
- ✓ Proteção da biodiversidade de rios e oceanos: 50% dos peixes ofertados nas lojas oriundos de práticas sustentáveis

RESULTADOS FINANCEIROS CONSOLIDADOS DO 4T20

Vendas e Outras Receitas

O ano de 2020 foi marcado por um ambiente sem precedentes com a eclosão da pandemia de COVID-19. Desde meados de março, o Brasil tem enfrentado restrições de circulação que afetaram o comportamento de consumo, com mais pessoas comendo em casa. O setor também foi significativamente impactado pela tendência inflacionária de alimentos. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o índice de inflação IPCA alimentação no domicílio aumentou 18,2% no ano, com aceleração no 4T, quando atingiu 8,2%.

IPCA Alimentação no Domicílio (LTM)*



Fonte: IBGE IPCA Alimentação no Domicílio

* Devido à mudança do IBGE no mix de produtos básicos para o IPCA, os números acumulados de 2020 não são 100% comparáveis.

Apesar do ambiente difícil e volátil em 2020, o crescimento das vendas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil superou a inflação e atingiu R\$22 bilhões no 4T20, um aumento de 26,8% (excluindo gasolina) em relação ao mesmo trimestre do ano passado. As vendas LFL cresceram 22,9%, impulsionadas por fortes vendas no Atacadão e no Carrefour Varejo. No acumulado do ano, as vendas consolidadas alcançaram R\$74,8 bilhões (+ 22,2% sem gasolina), um desempenho notável acima do mercado. Nossa estratégia de expansão nos formatos de lojas de atacado e proximidade nos últimos 12 meses adicionou mais 3,8% de crescimento, com 14 lojas do Atacadão (das quais 6 conversões de lojas Makro e 1 atacado de entrega) e 8 novas lojas do varejo (das quais 7 do formato de proximidade e 1 supermercado) no 4T20. A rede de lojas do Grupo Carrefour Brasil atingiu um total de 721 lojas ao final de 2020.

O crescimento de vendas like-for-like consolidado do 4T foi de 22,9%, suportado por um excelente crescimento de 27% no Atacadão, impulsionado novamente pelas decisões estratégicas tomadas no passado para melhorar ainda mais nossa competitividade, notadamente nas vendas B2B, que foram um destaque no trimestre. Além disso, o forte momento do Carrefour Varejo continuou, especialmente no segmento de alimentos, impulsionando o crescimento LfL que atingiu 13,3% (sem gasolina), o 5º trimestre consecutivo de crescimento de dois dígitos. Excluindo o período de *Black Friday* (de 20 a 30 de novembro), evento que teve as campanhas canceladas em 2020 em função dos eventos em Porto Alegre, o crescimento LfL do Carrefour Varejo foi de 19,6% (sem gasolina).

O faturamento total do Banco Carrefour acelerou sobre o ritmo observado no trimestre anterior e cresceu 19,2% a.a. no 4T, atingindo R\$11,6 bilhões, impulsionado pelos cartões de crédito Carrefour e Atacadão, que tiveram crescimento de +13,4% e +35,2%, respectivamente. Tanto o faturamento *on-us* quanto *off-us* continuaram a apresentar crescimento de dois dígitos, reforçando a força do nosso ecossistema.

	4T19	4T20			
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário ⁽¹⁾	Expansão	Total (%)
Atacadão	5,5%	15.691	27,0%	5,4%	32,4%
Carrefour (s/ gasolina)	12,7%	5.656	13,3%	-0,1%	13,4%
Gasolina	12,5%	615	-23,7%	0,9%	-22,8%
Carrefour (c/ gasolina)	12,7%	6.271	8,2%	0,1%	8,4%
Consolidado (s/ gasolina)	7,6%	21.347	22,9%	3,8%	26,8%
Consolidado (c/ gasolina)	7,8%	21.962	20,8%	3,6%	24,5%
Faturamento Total Banco Carrefour	n.a.	11.588	n.a.	n.a.	19,2%

(1) O efeito calendário no 4T foi de +0,1% no Atacadão, +0,1% no Carrefour Varejo e +0,1% no consolidado.

	2019		2020		
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário ⁽¹⁾	Expansão	Total (%)
Atacadão	5,4%	51.817	17,6%	5,7%	23,2%
Carrefour (s/ gasolina)	9,1%	20.744	19,6%	0,0%	19,8%
Gasolina	0,5%	2.190	-24,1%	1,1%	-23,0%
Carrefour (c/ gasolina)	7,8%	22.934	13,4%	0,2%	13,7%
Consolidado (s/ gasolina)	6,5%	72.561	18,2%	4,1%	22,2%
Consolidado (c/ gasolina)	6,2%	74.751	16,3%	3,9%	20,1%
Faturamento Total Banco Carrefour	n.a.	38.216	n.a.	n.a.	15,5%

(1) O efeito calendário em 2020 foi de +0,1% no Atacadão, +0,1% no Carrefour Varejo e +0,1% no consolidado

Outras receitas foram impactadas positivamente pela reabertura das galerias e retomada do pagamento de aluguéis, além de maiores volumes e *take rates* no *marketplace*. Em uma base consolidada, outras receitas ainda caíram 7,1% no 4T, refletindo a redução nas receitas do banco. No entanto, as outras receitas aumentaram 19% sequencialmente, indicando uma recuperação rápida do banco. No acumulado do ano, outras receitas foram de R\$3,6 bilhões, praticamente estáveis em relação a 2019.

Margem Bruta Consolidada e VG&A

O lucro bruto atingiu R\$3,9 bilhões no 4T20, aumento de 12,4%, impulsionado pelo crescimento das vendas nas operações do Atacadão e Varejo. A margem bruta consolidada foi de 19,8%, 2,1 p.p. abaixo em comparação com o mesmo período do ano anterior, basicamente impactada pela maior participação do Atacadão no mix de vendas (71,8% no 4T20 vs. 67,4% no mesmo período de 2019), pelo resultado ainda abaixo dos níveis de 2019 no Banco Carrefour, e pela decisão estratégica tomada no passado de melhorar a competitividade no negócio de Cash & Carry, que criou um impulso comercial positivo culminando em uma maior participação de clientes B2B e volumes mais fortes. O lucro bruto consolidado do ano atingiu R\$13,9 bilhões com margem de 20,6%, impactado pelos motivos mencionados acima e também pelo aumento das provisões do Banco Carrefour.

As despesas com vendas, gerais e administrativas representaram 11,2% das vendas líquidas no 4T, redução de 1,6 p.p. em comparação ao 4T19, refletindo o sucesso das iniciativas implementadas em nossas operações. As despesas VG&A no 4T aumentaram 8,3%, impactadas principalmente pela aceleração da expansão do Atacadão. Em 2020, as despesas VG&A aumentaram 8,0% principalmente devido às despesas com COVID-19 e ao forte plano de expansão. No entanto, o Grupo Carrefour Brasil foi capaz de mais do que compensar esse aumento com maior absorção de custos fixos devido ao forte volume de vendas, bem como ganhos de produtividade nas operações, com VG&A como % das vendas líquidas atingindo 12,4% em 2020, 1,3 p.p. menor a.a..

Em R\$ milhões	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
	4T20	4T19	Δ%	4T20	4T19	Δ%	4T20	4T19	Δ%	4T20	4T19	Δ%
Vendas Brutas	21.962	17.638	24,5%	15.691	11.855	32,4%	6.271	5.783	8,4%			
Vendas Brutas ex-gasolina	21.347	16.842	26,7%	15.691	11.855	32,4%	5.656	4.987	13,4%			
Vendas Líquidas	19.873	16.014	24,1%	14.276	10.790	32,3%	5.597	5.224	7,1%			
Outras Receitas (1)	926	997	-7,1%	40	40	0,0%	169	130	30,0%	722	829	-12,9%
Vendas Totais	20.799	17.011	22,3%	14.316	10.830	32,2%	5.766	5.354	7,7%	722	829	-12,9%
Lucro Bruto	3.940	3.505	12,4%	2.012	1.669	20,6%	1.394	1.248	11,7%	539	590	-8,6%
Margem Bruta	19,8%	21,9%	-2,1 p.p.	14,1%	15,5%	-1,4 p.p.	24,9%	23,9%	1,0 p.p.			
Despesas VG&A (2)	(2.221)	(2.051)	8,3%	(951)	(823)	15,6%	(948)	(938)	1,1%	(273)	(255)	7,1%
%VG&A de Vendas Líquidas	11,2%	12,8%	-1,6 p.p.	6,7%	7,6%	-1,0 p.p.	16,9%	18,0%	-1,0 p.p.			
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.732	1.465	18,2%	1.065	847	25,7%	455	320	42,2%	266	335	-20,6%
Margem EBITDA Ajustada	8,7%	9,1%	-0,4 p.p.	7,5%	7,8%	-0,4 p.p.	8,1%	6,1%	2,0 p.p.			
Lucro Líquido Aj., controlador	886	676	31,1%									
Margem Líquida Ajustada	4,5%	4,2%	0,2 p.p.									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -5 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -35 milhões em 2019 e R\$ -49 milhões em 2020;

Em R\$ milhões	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
	2020	2019	Δ%	2020	2019	Δ%	2020	2019	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas Brutas	74.751	62.220	20,1%	51.817	42.055	23,2%	22.934	20.165	13,7%			
Vendas Brutas ex-gasolina	72.561	59.376	22,2%	51.817	42.055	23,2%	20.744	17.321	19,8%			
Vendas Líquidas	67.640	56.519	19,7%	47.058	38.220	23,1%	20.582	18.299	12,5%			
Outras Receitas	3.551	3.545	0,2%	147	140	5,0%	494	460	7,4%	2.933	2.965	-1,1%
Vendas Totais	71.191	60.064	18,5%	47.205	38.360	23,1%	21.076	18.759	12,4%	2.933	2.965	-1,1%
Lucro Bruto	13.918	12.449	11,8%	7.040	5.895	19,4%	5.161	4.507	14,5%	1.740	2.067	-15,8%
Margem Bruta	20,6%	22,0%	-1,4 p.p.	15,0%	15,4%	-0,5 p.p.	25,1%	24,6%	0,4 p.p.			
Despesas VG&A	(8.360)	(7.744)	8,0%	(3.448)	(3.101)	11,2%	(3.698)	(3.532)	4,7%	(1.042)	(967)	7,8%
%VG&A de Vendas Líquidas	12,4%	13,7%	-1,3 p.p.	7,3%	8,1%	-0,8 p.p.	18,0%	19,3%	-1,3 p.p.			
EBITDA Ajustado	5.610	4.754	18,0%	3.605	2.804	28,6%	1.502	1.014	48,1%	698	1.100	-36,5%
Margem EBITDA Ajustada	8,3%	8,4%	-0,1 p.p.	7,7%	7,3%	0,3 p.p.	7,3%	5,5%	1,8 p.p.			
Lucro Líquido Aj., controlador	2.758	1.927	43,1%									
Margem Líquida Ajustada	4,1%	3,4%	0,7 p.p.									
Fluxo de Caixa Livre	2.426	962	152,2%									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -23 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -144 milhões em 2019 e R\$ -172 milhões em 2020;

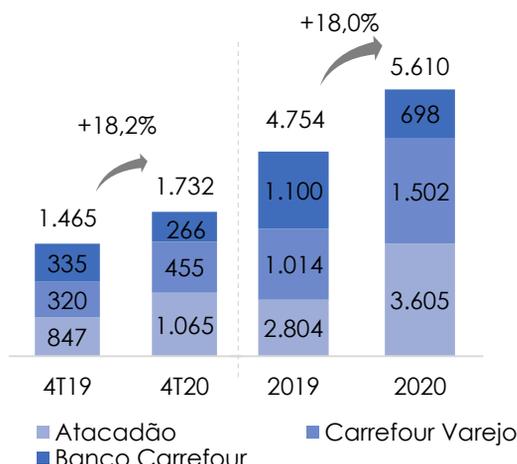
EBITDA Ajustado

No 4T20, o EBITDA ajustado cresceu 25,7% no Atacadão e 42,2% no Carrefour. O Banco Carrefour também apresentou forte desempenho trimestre, confirmando uma recuperação rápida e acentuada: o EBITDA ajustado atingiu R\$ 266 milhões, ainda 21% abaixo de 2019, mas significativamente acima do 3T20, quando foi de -R\$ 4 milhões. O EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 1,7 bilhão, + 18,2% a.a., representando uma margem EBITDA Ajustada de 8,7% (-0,4 p.p. a.a.).

O EBITDA ajustado consolidado do ano atingiu R\$ 5,6 bilhões (+ 18,0% a.a) com margem de 8,3%, refletindo um ano excelente, em particular no Atacadão (R\$ 3,6 bilhões, +28,6%) e Carrefour (R\$ 1,5 bilhão, +48,1 %).

Ao longo de 2020, o Grupo Carrefour Brasil implementou com sucesso diversas medidas para sustentar o forte crescimento da receita e manter a eficiência operacional, colocando, ao mesmo tempo, a segurança de nossos clientes e funcionários em primeiro lugar.

Composição do EBITDA Ajustado



DESEMPENHO OPERACIONAL POR SEGMENTO

Atacadão: crescimento recorde de LfL com margens resilientes

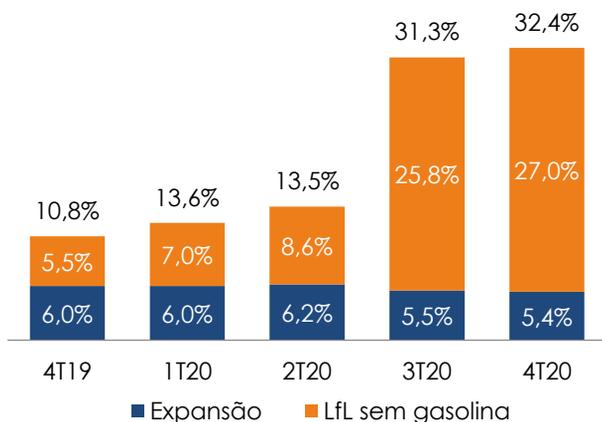
A receita bruta do Atacadão no 4T atingiu R\$15,7 bilhões, impulsionada por um crescimento impressionante de 27% LfL - superando até mesmo o nível recorde alcançado no terceiro trimestre - e 5,4% da expansão.

O notável desempenho de vendas do Atacadão no quarto trimestre valida as decisões estratégicas tomadas no passado para melhorar a competitividade. O forte crescimento foi beneficiado pelo elevado nível de inflação alimentar, mas também foi impulsionado por fortes volumes, com contribuição relevante dos clientes B2B. Como resultado, considerando mesmas lojas, nosso *market share* aumentou.

Como líderes de mercado, continuamos oferecendo os melhores preços para clientes B2B e B2C. Isso destaca a relevância de nosso negócio de atacado, especialmente em um ambiente tão volátil.

A recém lançada operação de e-commerce do Atacadão está crescendo mais rápido do que o esperado e também mantém resultados positivos. No 4T, tivemos 131 mil clientes via canais digitais e as vendas online cresceram 142% sequencialmente, demonstrando a escalabilidade e a força destas plataformas. Considerando apenas as lojas com serviço de entrega rápida, as vendas digitais já representam 2% do total.

Desempenho de vendas do Atacadão



Evolução das vendas digitais do Atacadão (em R\$ milhões)



A parceria com as operadoras de serviço de entrega rápida já está disponível em 54 lojas em 12 estados, representando cerca de 25% da nossa rede de lojas. Seguimos reforçando nossa estratégia com foco em proporcionar uma melhor experiência de compra com o melhor preço. Em nosso marketplace dedicado a clientes B2B, o número de vendedores no 4T é de cerca de 300, estáveis em comparação ao 3T20.

O Atacadão está mantendo e reforçando o seu forte plano de expansão, e encerrou o ano com 236 unidades (206 lojas e 30 atacados de entrega), com 14 inaugurações no 4T (22 em 2020), das quais 1 atacado de entrega e 6 conversões de lojas Makro. Finalizamos a aquisição de 25 lojas do Makro e esperamos convertê-las nos próximos meses, fortalecendo ainda mais nossa posição de liderança e presença nacional. O fechamento da aquisição das 5 lojas Makro remanescentes é esperado para acontecer em breve.

Reforçando sua presença online e off-line



Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas Brutas	15.691	11.855	32,4%	51.817	42.055	23,2%
Vendas Líquidas	14.276	10.790	32,3%	47.058	38.220	23,1%
Outras Receitas	40	40	0,0%	147	140	5,0%
Vendas Totais	14.316	10.830	32,2%	47.205	38.360	23,1%
Lucro Bruto	2.012	1.669	20,6%	7.040	5.895	19,4%
Margem Bruta	14,1%	15,5%	-1,4 p.p.	15,0%	15,4%	-0,5 p.p.
Despesas VG&A	(951)	(823)	15,6%	(3.448)	(3.101)	11,2%
%VG&A de Vendas Líquidas	6,7%	7,6%	-1,0 p.p.	7,3%	8,1%	-0,8 p.p.
EBITDA Ajustado	1.065	847	25,7%	3.605	2.804	28,6%
Margem EBITDA Ajustada	7,5%	7,8%	-0,4 p.p.	7,7%	7,3%	0,3 p.p.

O lucro bruto cresceu 20,6% no trimestre, atingindo R\$2,0 bilhões. A margem bruta foi 14,1%, reflexo das já mencionadas decisões estratégicas tomadas no passado para melhorar a competitividade, da maior participação dos clientes B2B no mix de vendas e da aceleração da abertura de lojas, uma vez que estas lojas têm um período de ramp-up já previsto. Em 2020, o lucro bruto foi de R\$7,0 bilhões, crescimento de 19,4%, com margem bruta de 15,0%.

No 4T, o Atacadão acelerou seu plano de expansão, concentrando quase dois terços das inaugurações de novas lojas em um único trimestre. Embora isso tenha afetado as despesas com vendas, gerais e administrativas, que cresceram 15,6% a.a., o forte volume de vendas nos permitiu absorver o impacto e alcançar uma melhora de 1,0 p.p. para 6,7% das vendas líquidas. No acumulado do ano, as despesas VG&A cresceram 11,2%, também impactado pela aceleração da expansão e pelas despesas relacionadas ao COVID-19. Mais uma vez, o forte volume de vendas nos permitiu alcançar mais 0,8 p.p. de melhora no ano, chegando a 7,3% das vendas líquidas.

Como resultado, o EBITDA Ajustado atingiu R\$1,065 milhões no trimestre, 25,7% superior ao 4T19, com margem de 7,5%. No ano de 2020, o EBITDA ajustado cresceu notáveis 28,6%, atingindo R\$3,6 bilhões, com margem crescendo 0,3 p.p. e atingindo 7,7%.

Carrefour Varejo: mantendo o forte crescimento...

As vendas do Carrefour Varejo (sem gasolina) totalizaram R\$5,7 bilhões no 4º trimestre, impulsionadas pelo crescimento robusto do LfL de 13,3%. O segmento de alimentação manteve a tendência observada no segundo e terceiro trimestre, crescendo 14,2%. O segmento de não alimentar também apresentou forte crescimento LfL no 4T (+ 12,2%), apesar de uma base comparável muito difícil, pois o 4T19 já havia registrado crescimento de 20,8%, com contribuição das vendas de *Black Friday*, evento que teve todas as suas campanhas canceladas em 2021 após o incidente ocorrido em Porto Alegre. Em um período de 2 anos, o crescimento do segmento não alimentar atingiu 36% (vs. 38% na comparação de 2 anos encerrada em setembro de 2020). O desempenho é particularmente impressionante considerando que as lojas de todos varejistas reabriram no 3T20. Excluindo o período de *Black Friday**, o crescimento LfL foi de 19,6%, sendo que o não alimentar atingiu 25,9%.

*Considerando o período de 20 a 30 de novembro.

Como resultado, o crescimento LfL do ano consolidado foi de 19,6% em 2020. Embora esse desempenho tenha se beneficiado do ambiente incomum, nossos ganhos de *market share* em hipermercados de outros 1,3 p.p. no 4T20 (vs. 4T19) ou 1,5 p.p. em 2020 (vs. 2019), e altos níveis de NPS comprovam a força de nosso posicionamento e destacam a excelente execução. Em 2019 e 2020, o *market share* dos hipermercados aumentou cerca de 2 p.p.

Continuamos a implementar as medidas mencionadas desde o 2T, com destaque para a nova dinâmica promocional, que continuou a apresentar resultados sólidos e aumentou o nível de engajamento dos clientes.

	4T20 (R\$ MM)	LFL	4T19 (R\$ MM)	Total (%)	2020 (R\$ MM)	LFL	2019 (R\$ MM)	Total (%)
Multi-formato⁽¹⁾	5.024	15,8%	4.337	15,8%	18.520	18,5%	15.608	18,7%
Alimentar	3.163	14,4%	2.765	14,4%	11.559	13,2%	10.191	13,4%
Não Alimentar ⁽²⁾	1.861	18,3%	1.573	18,4%	6.961	28,4%	5.417	28,5%
Carrefour (s/ gasolina): Multiformato + E-comm	5.656	13,3%	4.987	13,4%	20.744	19,6%	17.322	19,8%
Alimentar	3.205	14,2%	2.806	14,2%	11.795	14,3%	10.300	14,5%
Não Alimentar ⁽²⁾	2.451	12,2%	2.181	12,4%	8.949	27,3%	7.023	27,4%
Carrefour + GMV (s/ gasolina)	5.821	13,2%	5.139	13,3%	73.214	18,4%	59.812	22,4%

(1) Inclui serviço de entrega rápida. (2) Inclui drogarias.

... e aumentando o engajamento dos clientes

O novo aplicativo "Meu Carrefour", que foi lançado em novembro e incorpora nosso novo programa de fidelidade, foi muito bem recebido pelos nossos clientes. O número de usuários ativos 4T20 foi mais que o dobro do nível de outubro e representou 75% dos nossos clientes recorrentes em lojas físicas. O novo aplicativo também parece ser apreciado por nossos clientes, pois nossa pontuação na Play Store foi de 4,2, um nível muito semelhante ou até superior quando comparado aos varejistas digitais mais relevantes.

O novo aplicativo já está resultando em um aumento no engajamento do cliente. O gasto médio de clientes existentes que alcançaram a moeda # 3 no programa (clientes com o maior nível de recorrência) aumentou mais de 100% em novembro e 90% em dezembro.

Em janeiro de 2021, mais de 3 milhões de moedas estavam disponíveis e tivemos mais de 700.000 delas trocadas por produtos e benefícios. Usando nossos dados, fomos capazes de identificar clientes potenciais para produtos específicos de marca própria, fornecendo amostras a esses clientes a fim de aumentar o gasto médio futuro.

Em dezembro, também integramos as funcionalidades do Scan and Go e do Banco Carrefour ao "Meu Carrefour", o que permite aos clientes pagar por suas cestas usando o aplicativo e acessar recursos que antes eram usados no aplicativo existente do Banco. Esta melhoria teve um impacto positivo na percepção dos clientes, uma vez que pela primeira vez a comunicação do Varejo, Drogarias, Postos de Gasolina e Banco foi totalmente integrada num único canal.

Cybercook foi outro recurso importante do novo aplicativo, ampliando a experiência do cliente com mais de 100 receitas e dicas para apoiar os clientes que estão comendo mais em casa no contexto de pandemia. Em 2020, o Cybercook teve 866.200 novos clientes cadastrados (+1.183% vs. 2019), atingindo um total de 1,9 milhões de clientes cadastrados no final do ano (+ 79% vs. LY).

Os resultados iniciais do novo aplicativo demonstram que os clientes precisam de um canal que facilite o seu dia a dia, concentrando diferentes funcionalidades, produtos e serviços a preços atrativos.

Base de clientes mais que dobrou desde o lançamento e já representa **75% dos clientes recorrentes**



alavancagem de dados e marca própria agregando valor



1,9 milhão de usuários

(i) Multi-formato: a consistência compensa

Mais uma vez nossa operação multi-formato apresentou resultados expressivos e atingiu um crescimento LfL de 15,8%, principalmente impulsionado por alimentos, que continuou a superar a inflação e cresceu 14,4% em base LfL. O segmento não alimentar também teve outro trimestre forte, com crescimento de 18,3% de LfL, embora os varejistas tradicionais tenham reaberto no 3T (+26,3% excluindo o período de *Black Friday* – 20 a 30 de novembro). Devido à sua dinâmica diferente em relação à alimentação (menor recorrência) e após a decisão pelo cancelamento das campanhas de *Black Friday* entre 20 e 30 de novembro, devido ao trágico evento ocorrido em Porto Alegre, uma desaceleração dos níveis observados no 2T e 3T20 já era antecipada. No geral, pelo terceiro trimestre consecutivo, nossos hipermercados tiveram desempenho superior ao do mercado, alcançando ganhos de participação de mercado de 1,5 p.p. em 2020. O fiquete médio aumentou 33,1% a.a. no 4T20, enquanto o número de fiquetes ainda caiu 12,9%, destacando o impacto da atual crise sanitária no comportamento do cliente.

Nossa marca própria continuou com seu excelente desempenho, apresentando crescimento de 22% em volumes ano a ano, principalmente impulsionado por PGC, que cresceu 35% pelo segundo trimestre consecutivo. A penetração continuou alcançando novos recordes, crescendo para 14,9% do total de vendas líquidas de alimentos no 4T20 (+1,5 p.p. a.a.) e o número de SKUs de marca própria ficou em cerca de 2.800.

O bom desempenho de nossa marca própria baseia-se na regra dos três pilares estabelecidos para o desenvolvimento do segmento, que é ainda mais relevante em um ambiente inflacionário. O produto deve ser: (i) aprovado por mais de 50% dos participantes em teste cego; (ii) cerca de 30% mais barato que o líder de mercado; e (iii) nutritivo.

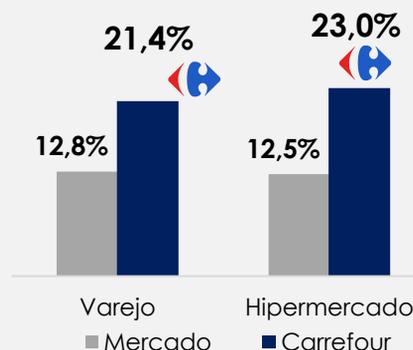
Após desacelerar nossa expansão no segmento de Varejo durante a maior parte de 2020 para analisar os impactos do COVID-19, retomamos as inaugurações no 4T com 7 novas lojas Express e 1 nova loja Market, todas em São Paulo. As lojas de conveniência registraram seu melhor desempenho LFL desde o início da pandemia.

Impulsionado por sua nova dinâmica promocional eficiente, vendas de alimentos maiores (cujas margens são superiores às de não alimentos) e a evolução do negócio de e-commerce, o segmento de varejo do Carrefour (incluindo e-commerce, sem gasolina e galerias) registrou mais um trimestre de expressiva melhoria da margem EBITDA: +2,5 p.p. a.a. para 7,4% no 4T20. No ano consolidado, a melhora foi ainda mais relevante: +3,1 p.p. para 7,5% de margem.

Todas as nossas lojas mantiveram as mesmas medidas sanitárias adotadas desde o início da crise do COVID-19, o que reforça nosso compromisso com a segurança de nossos colaboradores e clientes.

Destaques 2020

Crescendo mais que o mercado



Fonte: Nielsen - a metodologia utilizada apresenta um crescimento ligeiramente diferente para o Carrefour Varejo.

+13,4% a.a. Alimentar 2020
+28,5% a.a. Não alimentar 2020

+1,5 p.p.

market share de Hipermercado (vs. 2019)



Migrando para a mídia digital e gastando a metade em publicidade



Ganhando eficiência com a redução de quebra de estoque e taxas de perda

Resultados Varejo 2020

(incluindo e-commerce, sem gasolina e galerias)



+20% LfL
(sem gasolina)



-2,4 p.p.
Despesas VG&A



+3,1 p.p.
Margem EBITDA

(ii) Iniciativas digitais para apoiar um crescimento rentável

2020 foi um ano notável para o comércio eletrônico, que apresentou um aumento expressivo devido à pandemia de COVID-19. Desde o 2T20, o Grupo Carrefour Brasil tem alcançado altos níveis de GMV total e no 4T20 esse ritmo continuou, demonstrando uma tendência duradoura nos hábitos de compra dos clientes.

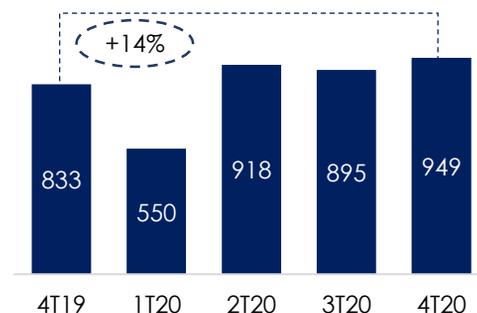
No dia 1º de outubro, lançamos nossa nova plataforma de e-commerce, mais amigável e totalmente customizada para atender às necessidades do e-commerce alimentar e não alimentar. As melhorias na plataforma já são reconhecidas pelos nossos clientes e, em outubro, o NPS atingiu o nível mais alto do ano, fechando com um aumento de 90% vs. 2019, reforçando também a nossa forte posição online.

O GMV total no 4T ficou basicamente estável em comparação com o 4T19 (+0,1%), ou +13,9% incluindo o serviço de entrega rápida. **O e-commerce alimentar manteve seu forte momento com crescimento de 163,3% incluindo o serviço de entrega rápida**, demonstrando novamente uma mudança no comportamento de consumo. As vendas não alimentares diminuíram 3,1%, devido principalmente a: (i) uma desaceleração esperada após dois fortes trimestres de crescimento, em parte associada à redução do auxílio do governo para apoiar o consumo em meio à pandemia; (ii) uma base comparável difícil, já que no ano passado investimos significativamente em nosso evento Black Friday, que foi menos promocional este ano; e (iii) nossa decisão de cancelar todas as campanhas de marketing relacionadas à Black Friday na sequência do trágico evento em nossa loja em Porto Alegre em novembro. Se excluirmos o período de Black Friday dos números trimestrais, o segmento não alimentar teria crescido 24,5% vs. a variação reportada de -3,1%.

As vendas do Marketplace cresceram + 10,9% e representaram 21% do GMV total no quarto trimestre.

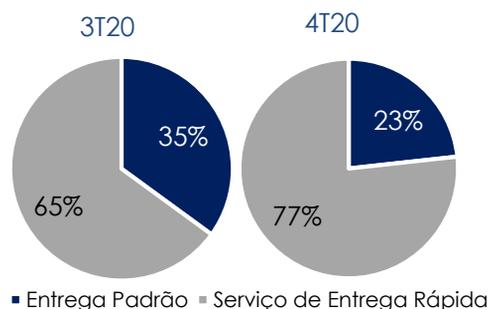
Estamos acelerando nossas atividades de e-commerce e janeiro já mostra tendências de crescimento muito positivas. As mudanças estruturais ocorridas ao longo do ano tiveram impactos positivos nos resultados, que se encontram em breakeven, reforçando a confiança em nossa estratégia de e-commerce. Todas as iniciativas estratégicas relacionadas a este negócio estão mantidas para continuar aumentando a rentabilidade.

GMV Total*



* Inclui serviço de entrega rápida e vendas digitais do Atacadão

GMV alimentar por plataforma



■ Entrega Padrão ■ Serviço de Entrega Rápida

	4T20 (R\$MM)	Total (%)	4T19 (R\$MM)	2020 (R\$MM)	Total (%)	2019 (R\$MM)
Serviço de entrega rápida ⁽¹⁾	147	369.8%	31	448	376.1%	94
1P Alimentar	44	7.5%	41	239	119.3%	109
GMV Alimentar	191	163.3%	73	687	238.3%	203
1P Não Alimentar	589	-3.1%	608	1,988	23.8%	1,605
GMV 1P (inc. serv. entrega rápida)	780	14.6%	681	2,674	47.9%	1,808
3P ⁽²⁾	169	10.9%	152	663	52.7%	434
GMV Não Alimentar	758	-0.3%	760	2,651	30.0%	2,040
GMV Total	802	0.1%	802	2,890	34.5%	2,148
GMV Total (inc. serv. entrega rápida)	949	13.9%	833	3,337	48.8%	2,243

(1) O serviço de entrega rápida já está incluso nas vendas do multi-formato e Atacadão. (2) Inclui vendas do marketplace do Atacadão.

(iii) Resultados Consolidados do Varejo

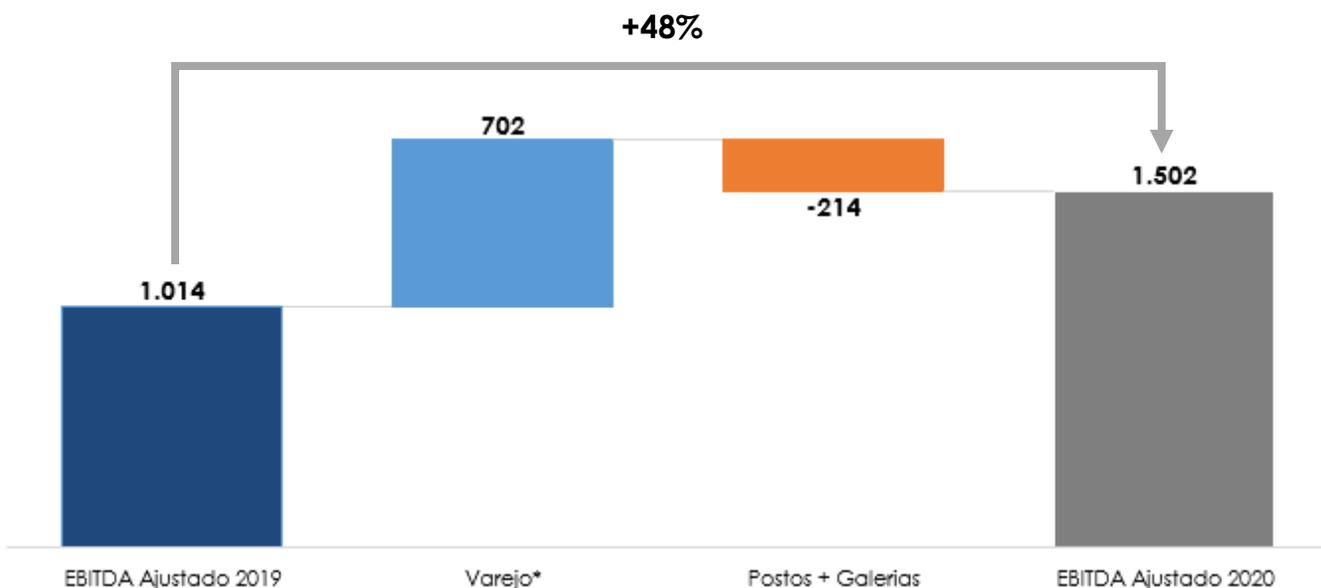
O lucro bruto consolidado do Carrefour Varejo foi de R\$ 1,4 bilhão ou 24,9% das vendas líquidas, aumento de 11,7% ou +1,0 p.p. a.a., respectivamente, como resultado de nossa dinâmica promocional mais assertiva no multi-formato, ganhos de eficiência e uma melhor contribuição do e-commerce.

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas Brutas	6.271	5.783	8,4%	22.934	20.165	13,7%
Vendas Brutas ex-gasolina	5.656	4.987	13,4%	20.744	17.321	19,8%
Vendas Líquidas	5.597	5.224	7,1%	20.582	18.299	12,5%
Outras Receitas	169	130	30,0%	494	460	7,4%
Vendas Totais	5.766	5.354	7,7%	21.076	18.759	12,4%
Lucro Bruto	1.394	1.248	11,7%	5.161	4.507	14,5%
Margem Bruta	24,9%	23,9%	1,0 p.p.	25,1%	24,6%	0,4 p.p.
Despesas VG&A	(948)	(938)	1,1%	(3.698)	(3.532)	4,7%
%VG&A de Vendas Líquidas	16,9%	18,0%	-1,0 p.p.	18,0%	19,3%	-1,3 p.p.
EBITDA Ajustado	455	320	42,2%	1.502	1.014	48,1%
Margem EBITDA Ajustada	8,1%	6,1%	2,0 p.p.	7,3%	5,5%	1,8 p.p.

As despesas VG&A cresceram R\$ 10 milhões ou 1,1% em comparação ao 4T19, levando a uma diluição de 1,0 p.p. no 4T20. Mais uma vez, excluindo-se as despesas com COVID-19, as despesas VG&A teriam diminuído nominalmente, reforçando as melhorias estruturais no negócio.

O EBITDA ajustado do Carrefour aumentou 42,2% e atingiu R\$ 455 milhões, com outra forte expansão de margem de 2,0 p.p.. No consolidado do ano, o EBITDA Ajustado cresceu 48,1% e a margem melhorou 1,8 p.p. para 7,3%.

Contribuição no crescimento do EBITDA do Carrefour Varejo (em R\$ milhões)



* Exclui Postos e Galerias

Banco Carrefour: acelerando o crescimento

O Banco Carrefour continuou sua aceleração, já observada no trimestre anterior, com o faturamento total crescendo 19,2% a.a. no 4T, atingindo R\$11,6 bilhões, impulsionado pelo maior número de compras e aumento do fiquete médio. O cartão de crédito Carrefour apresentou crescimento de 13,4% e o cartão de crédito Atacadão cresceu 35,2%, representando cerca de 32% do faturamento total do trimestre - patamar bastante satisfatório considerando que o produto foi lançado em 2017.

Tanto os gastos *on-us* quanto *off-us* continuaram apresentando crescimento de dois dígitos, de 13,2% e 22,3%, respectivamente, comprovando a força do ecossistema do Grupo Carrefour Brasil. Com isso, a carteira de crédito total (IFRS9) encerrou dezembro em R\$13,5 bilhões, +17,0% a.a.. As novas contas vendidas por canais digitais continuaram evoluindo e atingiram novos recordes em dezembro, com crescimento de 157% a.a..

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	7.802	6.879	13,4%	25.919	23.650	9,6%
Faturamento cartão Atacadão	3.680	2.721	35,2%	11.971	8.966	33,5%
Outros produtos*	106	122	-13,0%	325	482	-32,5%
Faturamento Total	11.588	9.722	19,2%	38.216	33.097	15,5%
Total da carteira de crédito	13.535	11.570	17,0%	13.535	11.570	17,0%

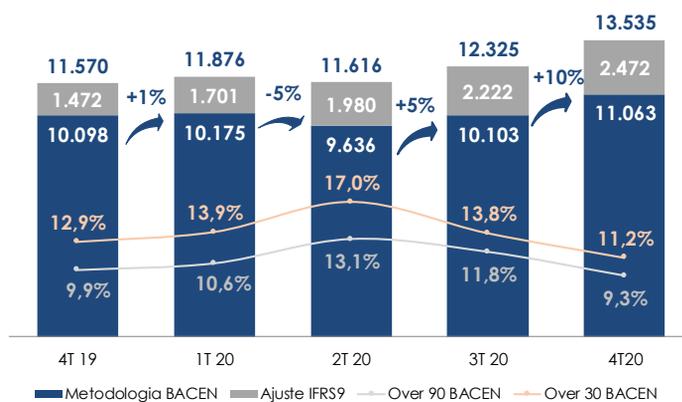
*Outros produtos incluem empréstimos pessoais e pagamento de contas com o cartão

Apesar de continuar sendo impactado por clientes com menor propensão a financiar saldos em aberto e flexibilização dos prazos de negociação, nosso crescimento da receita já apresentou melhora em relação ao 3T, em função da retomada do crescimento do faturamento desde junho. No 4T, a receita operacional líquida do Banco Carrefour diminuiu 12,9% em relação ao ano anterior, para R\$722 milhões (+16,5% quando comparado ao 3T20).

A estratégia implementada face à crise do COVID-19 também se mostra acertada ao olhar para os indicadores de crédito. Os *Non-Performing Loans* (NPLs) situaram-se em um nível inferior ao do ano anterior, evidenciando um processo natural de envelhecimento dos NPLs e também um posicionamento bastante sólido mesmo quando comparado com o período pré-crise.

Os empréstimos com vencimento acima de 90 dias caíram 0,6 p.p a.a. no 4T20, para 9,3% (contra 9,9% no 4T19 e 13,1% no 2T20 - no pico da crise). Empréstimos com vencimento acima de 30 dias caíram impressionantes 2,1 p.p. a.a., para 11,2% no 4T20 (12,9% no 4T19 e 17,0% no 2T20).

Evolução da Carteira de Crédito (R\$ milhões)



A carga de risco totalizou R\$ 183 milhões no trimestre, uma redução de 23,4% em relação ao ano anterior, impulsionado pelo maior volume de recuperações, beneficiado pela venda de uma carteira antiga em inadimplência, que já foi totalmente baixada (R\$ 75 milhão).

Como as despesas VG&A mantiveram a mesma tendência observada ao longo dos primeiros nove meses de 2020, quando cresceram 8,0%, o EBITDA ajustado totalizou R\$ 266 milhões e o lucro líquido do banco atingiu R\$ 142 milhões no 4T20, confirmando sua recuperação e reforçando seu sólido posicionamento.

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Receitas da intermediação financeira	722	829	-12,8%	2.933	2.965	-1,1%
Carga de risco	(183)	(239)	-23,4%	(1.193)	(898)	32,9%
Resultado bruto da intermediação financeira	539	590	-8,6%	1.740	2.067	-15,8%
Despesas VG&A	(273)	(255)	7,1%	(1.042)	(967)	7,8%
EBITDA ajustado	266	335	-20,6%	698	1.100	-36,5%
Despesa com depreciação e amortização	(9)	(9)	0,0%	(36)	(34)	5,9%
EBIT ajustado	257	326	-21,2%	662	1.066	-37,9%
Outras receitas (despesas)	(14)	(13)	7,7%	(59)	(54)	9,3%
Resultado financeiro	(4)	(6)	-33,3%	(13)	(25)	-48,0%
Imposto de renda	(97)	(84)	15,5%	(237)	(344)	-31,1%
Lucro líquido (100%)	142	223	-36,3%	353	643	-45,1%

RESULTADO CONSOLIDADO 4T20 (APÓS EBITDA AJUSTADO)

Outras Receitas (Despesas)

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Custos de reestruturação	(4)	(8)	-50,8%	(26)	(70)	-62,9%
Ganhos (perdas) líquidos na baixa e alienação de ativos	(19)	(27)	-28,9%	(105)	(32)	228,8%
Receitas e despesas relativas a demandas judiciais	138	4	3.341,9%	208	(774)	-126,8%
Despesas com transações de M&A e outras	(59)	(25)	1	(83)	(25)	2
Outras receitas (despesas)	56	(56)	-199,6%	(6)	(901)	-99,3%

Outras receitas totalizaram R\$56 milhões no 4T20, sobretudo devido a receitas relacionadas a litígios, principalmente relacionadas a anistias fiscais com um impacto líquido de R\$138 milhões. As despesas relacionadas ao trágico acontecimento em Porto Alegre somaram R\$ 50 milhões no trimestre, sendo R\$40 milhões referentes ao fundo de diversidade criado pela empresa (R\$25 milhões de aporte inicial e cerca de R\$15 milhões referentes à doação de lucros de três dias de vendas).

Imposto de Renda

A despesa com Imposto de Renda e Contribuição Social foi de R\$ 364 milhões e a alíquota de IR ficou em 27% no 4T20, 1,5 p.p. maior que no mesmo período de 2019, impactada principalmente pelo aumento na alíquota de imposto de instituições financeiras, que passou para 45% em 2020 (de 40%).

A alíquota efetiva de imposto em 2019 foi impactada pelo efeito da provisão referente aos itens básicos no 2T19. Excluindo os impactos de itens não recorrentes, a alíquota efetiva de imposto teria sido de 27% em 2019, um nível muito semelhante à taxa observada em 2020 (28%).

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Lucro Antes dos Impostos	1.369	994	37,7%	3.925	2.279	72,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(364)	(249)	46,2%	(1.081)	(951)	13,7%
Alíquota Efetiva	26,6%	25,1%	1,5 p.p.	27,5%	41,7%	-14,2 p.p.

Em R\$ milhões	4T20	Outras receitas (despesas)	Lucro Líquido Ajustado, controladores	2020	Outras receitas (despesas)	Lucro Líquido Ajustado, controladores
Lucro antes dos impostos e contribuições	1.369	(54)	1.315	3.925	73	3.998
Imposto de Renda e Contribuição Social	(364)	5	(359)	(1.081)	14	(1.067)
Alíquota Efetiva	27%		27%	28%		27%
Lucro Líquido	1.005	(49)	956	2.844	87	2.931
Lucro Líquido - Acionistas minoritários (NCI)	70		70	173		173
Lucro Líquido ajustado, controladores	935	(49)	886	2.671	87	2.758

Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado, Acionista Controlador

O lucro líquido ajustado permite uma melhor visão sobre o desempenho do lucro líquido recorrente. Ele é calculado como lucro líquido menos outras receitas e despesas, e o correspondente efeito financeiro e do imposto de renda.

No 4T20, o lucro líquido ajustado atingiu R\$ 886 milhões ou 4,5% da receita líquida, um aumento de 31,1% em relação ao 4T19. Em 2020, o lucro líquido ajustado totalizou R\$ 2,8 bilhões, aumento de 43,1% em relação a 2019, refletindo a estratégia omnicanal da empresa e a forte execução em um ano sem precedentes.

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Lucro líquido, controladores	935	636	47,0%	2.671	1.013	163,7%
(+/-) Outras receitas(despesas)	(56)	56	n.m.	6	901	-99,3%
(+/-) Resultado financeiro (não recorrente)	2	0	n.m.	67	0	n.m.
(+/-) Imposto de renda de outros itens de receita (despesas)	5	(16)	-131,9%	14	13	n.m.
Lucro líquido ajustado, controladores	886	676	31,1%	2.758	1.927	43,1%
Margem líquida	4,5%	4,2%	0,2 p.p.	4,1%	3,4%	0,7 p.p.

Capital de Giro Operacional

Nosso capital de giro antes dos recebíveis encerrou o 4T20 como um recurso líquido de R\$6,2 bilhões (40 dias), ante R\$ 5,5 bilhões (43 dias) observados no 4T19. No total, o capital de giro encerrou o ano no equivalente a 33 dias, contra 37 dias em 2019. O ligeiro aumento de 4 dias reflete nossa decisão de manter maiores estoques em um momento de alta da inflação.

Em R\$ Milhões	4T20	Dias	3T20	Dias	2T20	Dias	1T20	Dias	4T19	Dias
(+) Estoques	7.709	50	7.783	54	6.451	47	6.423	49	5.949	46
(-) Fornecedores (**)	(13.860)	(90)	(8.706)	(61)	(8.712)	(63)	(7.128)	(54)	(11.490)	(90)
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	(6.151)	(40)	(923)	(6)	(2.261)	(16)	(705)	(5)	(5.541)	(43)
(+) Contas a Receber (*)	1.051	7	1.905	13	1.267	9	622	5	782	6
(=) Capital de Giro - WC Mercadorias	(5.100)	(33)	982	7	(994)	(7)	(82)	(1)	(4.759)	(37)

(*) Recebíveis comerciais, excluindo recebíveis de aluguel das galerias (Carrefour Property) e fornecedores;

(**) Excluindo fornecedores de ativos tangíveis e intangíveis e líquido de descontos a serem recebidos de fornecedores;

Os índices de capital de giro acima são calculados usando o Custo de Mercadorias Vendidas

Perfil da Dívida Líquida e Resultado Financeiro Líquido

Os empréstimos líquidos de derivativos para cobertura encerraram 2020 em R\$3,6 bilhões, um aumento de R\$ 761 milhões em relação ao final de 2019 explicado por: (i) uma linha de crédito rotativo assinada com o Carrefour Finance, da qual sacamos €75 milhões (R\$ 348 milhões); (ii) empréstimo de R\$ 1,5 bilhão com bancos internacionais em abril de 2020, compensado em grande parte pelo pagamento da primeira série da primeira emissão de debêntures em dezembro, que totalizou R\$ 1,0 bilhão. Incluindo *leasing* e recebíveis descontados, o Carrefour Brasil encerrou 2020 com dívida líquida de R\$ 1,5 bilhão, em linha com os R\$ 1,4 bilhão observados no final de 2019. Mantivemos nossa estratégia de melhorar nossa estrutura de capital, aumentando o prazo de vencimento das dívidas a taxas atrativas e reduzindo uso de desconto de recebíveis.

Em R\$ milhões	Dez. 2020	Dez. 2019
Empréstimos	(3,617)	(2,856)
Caixa e equivalentes de caixa	5,672	5,322
Títulos e valores mobiliários – Banco Carrefour	358	297
(Dívida Líq.) Caixa Líquido	2,413	2,763
Recebíveis descontados	(2,100)	(2,510)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ recebíveis descontados)	313	253
Dívida com aluguéis (IFRS 16)	(1,860)	(1,628)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(1,547)	(1,375)
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados) / EBITDA Ajustado LTM</i>	0.06 x	0.05 x
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados e aluguéis) / EBITDA Ajustado LTM -</i>	0.28x	- 0.29x

O resultado financeiro líquido totalizou -R\$141 milhões, aumento de 12,8% quando comparado ao 4T19, impactado principalmente por maiores despesas com juros sobre aluguéis (IFRS 16). O maior endividamento médio no trimestre foi totalmente compensado pelo menor valor de descontos de recebíveis.

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Custo da dívida bancária, bruto	(52)	(39)	33.3%	(199)	(169)	17.8%
Juros de antecipação de cartões de crédito	(14)	(32)	-56.3%	(89)	(126)	-29.4%
Receita Financeira	10	9	11.1%	47	21	123.8%
Custo da dívida, Líquido (c/ recebíveis descontados)	(56)	(62)	-9.7%	(241)	(274)	-12.0%
Despesas com juros sobre aluguéis (IFRS 16)	(49)	(31)	n.m.	(183)	(109)	n.m.
Custo da dívida, Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(105)	(92)	14.1%	(424)	(383)	10.7%
Juros líquidos sobre provisões e depósitos judiciais	(18)	(38)	-52.6%	(70)	(77)	-9.1%
Variação cambial, ganhos e (perdas) líquida	(7)	0	n.m.	(32)	0	n.m.
Outros	(11)	5	-320.0%	(54)	(42)	28.6%
Resultado financeiro líquido	(141)	(125)	12.8%	(580)	(502)	15.5%

CAPEX

O CAPEX total no 4T20 foi de R\$ 690 milhões, 32,9% superior ao 4T19, principalmente devido à aceleração do ritmo de expansão no trimestre. Incluindo o atacado de entrega, abrimos 14 novas lojas do Atacadão organicamente (8 lojas no 4T), totalizando 22 novas lojas no ano.

O CAPEX total do consolidado do ano atingiu R\$ 1,7 bilhão, praticamente estável em comparação a 2019. 2020 também incluiu o pagamento da aquisição de 25 lojas do Makro (de um total de 30 lojas adquiridas), com impacto de R\$ 1,3 bilhão em 4T20 e R \$ 1,5 bilhão no ano.

Em R\$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Expansão	434	282	53,9%	1.028	1.065	-3,5%
Manutenção	94	91	2,9%	293	281	4,3%
Reformas de Lojas	39	32	24,2%	85	127	-33,4%
TI e outros	123	115	7,6%	277	296	-6,2%
Capex Total	690	520	32,9%	1.683	1.769	-4,9%
Aquisição lojas Makro	1.333	n.a.	n.a.	1.529	n.a.	n.a.
Capex total com Makro	2.024	520	289,5%	3.212	1.769	81,5%
Direito de uso de arrendamento	463	813	-43,1%	651	1.031	-36,9%
Total de adições de ativo fixo	2.487	1.333	86,6%	3.863	2.800	38,0%

Fluxo de Caixa Livre

Em 2020, o Grupo apresentou um nível recorde de geração de caixa livre, que totalizou R\$ 2.426 milhões, um aumento de 152,2% em relação ao ano anterior. Isso foi impulsionado pela expressiva expansão do EBITDA, bem como por melhorias na gestão do capital de giro, com redução do uso de recebíveis descontados ao longo do ano, melhorando nossa eficiência financeira.

Em R\$ milhões	2020	2019	Δ%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações	5,416	4,553	19,0%
Imposto de renda pago	-1,201	-916	31,1%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações, líquido de imposto de renda	4,215	3,637	15,9%
Varição nas exigências de capital de giro de mercadoria	342	640	-46,6%
Varição em Contas a pagar	2,371	1,687	40,5%
Varição em Estoques	-1,760	-817	115,4%
Varição em Contas a receber	-269	-230	17,0%
Varição em Outros Ativos e Passivos Circulantes	-393	-1,101	-64,3%
Varição no crédito ao consumidor, líquido concedido por empresa de serviços financeiros	-178	-485	-63,3%
Varição do Capital de Giro	-229	-946	-75,8%
Fluxo de Caixa das Operações	3,986	2,691	48,1%
Capex (excluindo ágio)	-1,683	-1,769	-4,9%
Variações em contas a pagar aos fornecedores de ativos fixos	81	37	118,9%
Alienação de ativos fixos	42	3	1300,0%
Fluxo de Caixa de Investimentos operacionais	-1,560	-1,729	-9,8%
Fluxo de Caixa Livre (*)	2,426	962	152,2%
Lease operacional (IFRS16)	-290	-254	14,2%
Custo da dívida	-288	-295	-2,4%
Fluxo de Caixa Livre Acionista	1,848	413	347,5%

(*) conforme definido no glossário.

REDE DE LOJAS- 4T20

No 4T, abrimos 22 novas lojas, das quais: **13 lojas Atacadão** (7 via expansão orgânica e 6 conversões de lojas Makro) nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Pernambuco, Sergipe, Paraíba, Mato Grosso e Alagoas, **1 Atacado de entrega** no estado do Piauí, **7 Express** e **1 Market** na cidade de São Paulo. Atualmente operamos 721 lojas com área total de vendas de 2.107.871 m².

Número de lojas	Dez. 19	Aberturas	Fechamentos	Dez. 20
Atacadão	186	20		206
Hipermercados	100			100
Supermercados	53	2	2	53
Lojas de conveniência	125	10	5	130
Atacado	28	2		30
Drogarias	124	1		125
Postos de combustível	76	1		77
Grupo	692	36	7	721

Área de vendas	Dez.19	Dez. 20	Δ Var. Dez.20 vs. Dez.19
Atacadão	1.170.350	1.272.298	8,7%
Hipermercados	704.876	704.876	0,0%
Supermercados	69.056	67.781	-1,8%
Lojas de conveniência	22.732	23.023	1,3%
Drogarias	7.921	8.035	1,4%
Postos de combustível	31.389	31.858	1,5%
Área de vendas total (m²)	2.006.324	2.107.871	5,1%

Anexo I – Demonstração Consolidada do Resultado

<i>Em R\$ milhões</i>	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas brutas	21.962	17.638	24,5%	74.751	62.220	20,1%
Vendas líquidas	19.873	16.014	24,1%	67.640	56.519	19,7%
Outras receitas	926	997	-7,1%	3.551	3.545	0,2%
Receita operacional líquida	20.799	17.011	22,3%	71.191	60.064	18,5%
Custo das mercadorias, serviços e operações financeiras	(16.859)	(13.506)	24,8%	(57.273)	(47.615)	20,3%
Lucro bruto	3.940	3.505	12,4%	13.918	12.449	11,8%
Margem bruta	19,8%	21,9%	-2,1 p.p.	20,6%	22,0%	-1,4 p.p.
Despesas de VG&A	(2.221)	(2.051)	8,3%	(8.360)	(7.744)	8,0%
EBITDA Ajustado	1.732	1.465	18,2%	5.610	4.754	18,0%
Margem EBITDA ajustada	8,7%	9,1%	-0,4 p.p.	8,3%	8,4%	-0,1 p.p.
Depreciação e amortização	(265)	(279)	-5,0%	(1.040)	(1.022)	1,8%
Resultado de equivalência patrimonial	(1)	-	n.m.	(8)	(1)	n.m.
Outras receitas (despesas)	56	(56)	-200,0%	(6)	(901)	-99,3%
EBIT	1.509	1.119	34,9%	4.504	2.781	62,0%
Despesas financeiras líquidas	(140)	(125)	12,0%	(579)	(502)	15,3%
Resultado antes dos impostos e contribuição social	1.369	994	37,7%	3.925	2.279	72,2%
Imposto de renda	(364)	(249)	46,2%	(1.081)	(951)	13,7%
Lucro líquido	1.005	745	34,9%	2.844	1.328	114,2%
Lucro líquido, controladores	935	636	47,0%	2.671	1.013	163,7%
Lucro líquido - Acionistas minoritários (NCI)	70	109	-35,8%	173	315	-45,1%

Anexo II – Balanço Patrimonial Consolidado

<i>Em R\$ Milhões</i>	Dezembro 2020	Dezembro 2019
Ativos		
Caixa e equivalente de caixa	5.672	5.322
Títulos e valores mobiliários	-	287
Contas a receber	1.330	1.206
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	9.417	8.426
Estoques	7.709	5.949
Impostos a recuperar	721	591
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	106	64
Instrumentos financeiros derivativos	116	-
Despesas antecipadas	114	83
Outras contas a receber	228	227
Ativo Circulante	25.413	22.155
Contas a receber	4	5
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	457	440
Instrumentos financeiros derivativos	185	-
Títulos e valores mobiliários	358	10
Impostos a recuperar	4.101	3.612
Imposto de renda e contribuição social diferidos	482	476
Despesas antecipadas	40	28
Depósitos e bloqueios judiciais	2.401	2.382
Outras contas a receber	87	26
Propriedade para investimentos	397	408
Investimentos	111	127
Imobilizado	15.465	12.915
Intangível e ágio	2.323	2.328
Ativo não Circulante	26.411	22.757
Ativo total	51.824	44.912

Anexo II – Balanço Patrimonial Consolidado

<i>Em R\$ Milhões</i>	Dezembro 2020	Dezembro 2019
Passivo		
Fornecedores	14.423	12.187
Empréstimos	574	19
Passivo de arrendamento	139	182
Operação com cartão de crédito	7.534	5.941
Impostos a recolher	531	282
Imposto de renda e contribuição social	101	239
Obrigações trabalhistas	891	690
Dividendos a pagar	49	90
Receita diferida	55	10
Outras contas a pagar	410	414
Instrumentos financeiros derivativos	13	5
Passivo Circulante	24.720	20.059
Empréstimos	3.344	2.837
Passivo de arrendamento	1.721	1.446
Operações com cartão de crédito	223	986
Imposto de renda e contribuição social diferidos	602	534
Provisões	3.618	3.847
Provisões (imposto de renda e contribuição social)	510	466
Receita diferida	18	18
Outras contas a pagar	23	14
Passivo não Circulante	10.059	10.148
Capital social	7.649	7.643
Reserva de capital	2.193	2.178
Reservas de lucros	3.472	3.966
Efeito líquido da aquisição de participação de minoritários	(282)	(282)
Lucros acumulados	2.671	-
Ajuste de avaliação patrimonial	6	(1)
Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	15.709	13.504
Participação de não controladores	1.336	1.201
Total passivo e patrimônio líquido	51.824	44.912

Anexo III - Banco Carrefour

Análise da Carteira de Créditos Vencidos

Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	Dezembro 20		Setembro 20		Junho 20		Março 20		Dezembro 19	
Carteira Total	11.063	100,0%	10.103	100,0%	9.636	100,0%	10.175	100,0%	10.098	100,0%
Carteira em Dia	9.686	87,6%	8.562	84,7%	7.848	81,4%	8.653	85,0%	8.663	85,8%
Atraso 30 dias	1.240	11,2%	1.391	13,8%	1.641	17,0%	1.415	13,9%	1.300	12,9%
Atraso 90 dias	1.034	9,3%	1.193	11,8%	1.266	13,1%	1.080	10,6%	1.002	9,9%
Saldo de PDD	1.333	12,1%	1.447	14,3%	1.358	14,1%	1.251	12,3%	1.168	11,5%
PDD / Atraso 90 dias	128,9%		121,3%		107,3%		115,8%		116,6%	

IFRS 9

Em R\$ milhões	Dezembro 20		Setembro 20		Junho 20		Março 20		Dezembro 19	
Carteira Total	13.535	100,0%	12.325	100,0%	11.616	100,0%	11.876	100,0%	11.570	100,0%
Carteira em Dia	9.671	71,5%	8.544	69,3%	7.835	67,4%	8.359	70,4%	8.592	74,3%
Atraso 30 dias	3.708	27,4%	3.608	29,3%	3.619	31,2%	3.233	27,2%	2.803	24,2%
Atraso 90 dias	3.458	25,6%	3.372	27,4%	3.195	27,5%	2.734	23,0%	2.432	21,0%
Carteira até 360 dias										
Atraso 30 dias	1.307	11,7%	1.464	14,4%	1.718	17,7%	1.599	15,6%	1.402	13,8%
Atraso 90 dias	1.057	9,5%	1.227	12,1%	1.294	13,3%	1.099	10,7%	1.032	10,1%
Saldo de PDD	3.978	29,4%	3.770	30,6%	3.424	29,5%	3.113	26,2%	2.819	24,4%
PDD / Atraso 90 dias	115,0%		111,8%		107,2%		113,9%		115,9%	

EBITDA: Consiste no “Lucro líquido do exercício” (ou período) ajustado pelo “Resultado financeiro líquido”, pelo “Imposto de renda e contribuição social” e pelas despesas com “Depreciação e amortização”. O EBITDA, EBITDA Ajustado e a Margem EBITDA Ajustada não são medidas de desempenho financeiro de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil ou IFRS e não devem ser considerados como alternativas ao lucro líquido ou como medidas de desempenho operacional, fluxo de caixa operacional ou liquidez. O EBITDA, EBITDA Ajustado e a Margem EBITDA Ajustada não possuem um significado padrão, e nossas definições podem não ser comparáveis com títulos semelhantes utilizados por outras companhias.

EBITDA Ajustado: O EBITDA ajustado para a alínea da demonstração do resultado “outras receitas e despesas” (abrange perdas sobre a alienação de ativos, custos de reestruturação, receitas e despesas relacionadas com litígios, e créditos fiscais recuperados relativos a períodos anteriores).

Faturamento Banco Carrefour: representa o montante total relacionado a uma operação transacionada por cartão de crédito.

Fluxo de Caixa Livre: definido como o caixa líquido fornecido pelas nossas atividades operacionais,, mais caixa utilizado em variações de depósitos judiciais e bloqueio judicial de depósitos, menos caixa fornecido pela alienação de ativos não operacionais, menos caixa utilizado em adições ao imobilizado, menos caixa utilizado em adições aos ativos intangíveis.

Funções Corporativas: incorremos em centro de serviços compartilhados em relação às nossas funções centrais e sede. Estes custos compõem (i) o custo das nossas holdings; (ii) determinadas despesas incorridas em relação a determinadas funções de apoio de nossa controladora que são atribuídas aos vários segmentos proporcionalmente às suas vendas; e (iii) as alocações de custos da nossa controladora que não são específicos a nenhum segmento.

GMV: “Gross Merchandise Volume” ou volume bruto de mercadorias se refere à todas as vendas online (vendas próprias + vendas do marketplace), bem como receita com frete e exclui as comissões do marketplace, porém inclui impostos sobre vendas.

Lucro líquido ajustado: Lucro líquido, excluindo outras receitas e despesas e o efeito de imposto correspondente.

Margem de lucro bruto: Calculamos a margem de lucro bruto como lucro bruto dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

Margem de lucro líquido: Calculamos a Margem de lucro líquido como o lucro líquido do período dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

Margem EBITDA ajustada: Calculamos a Margem EBITDA Ajustada como o EBITDA Ajustado dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

Net Promoter Score (NPS): Uma ferramenta de gerenciamento que pode ser usada para avaliar a lealdade dos relacionamentos com clientes de uma empresa. Ele serve como uma alternativa à pesquisa tradicional de satisfação do cliente.

Outras receitas: As outras receitas compreendem as receitas de nosso segmento Soluções Financeiras (incluindo taxas de cartões bancários e juros provenientes das atividades de crédito ao consumidor), aluguéis de shopping centers e comissões relacionadas com outros serviços prestados nas lojas, caixa rápido e taxas de manuseio.

Vendas brutas: Receita total proveniente de nossos clientes em nossas lojas, postos de gasolinas, farmácias e em nosso site de comércio eletrônico.

Vendas Lfl: As referências a vendas mesmas lojas (“like-for-like” ou vendas “LFL”) comparam as vendas brutas no período relevante com as do período imediatamente anterior, com base nas vendas brutas realizadas por lojas comparáveis, que são definidas como lojas que estão abertas e operantes já há pelo menos doze meses e que não foram objeto de encerramento ou renovação dentro deste período. Como as vendas de gasolina são muito sensíveis aos preços de mercado, essas vendas são excluídas do cálculo de mesmas lojas. Outras empresas varejistas podem calcular as vendas Lfl de forma diferente, portanto, nosso desempenho histórico e futuro das vendas mesmas lojas podem não ser comparáveis com outras métricas similares utilizadas por outras companhias.

Vendas líquidas: Vendas brutas ajustadas pelos impostos incidentes sobre as vendas (em particular impostos de ICMS e Pis/Cofins).

PGC: Produtos de grande circulação.

Aviso Legal

Este documento contém tanto informações históricas quanto declarações prospectivas acerca das perspectivas dos negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros da Companhia. Essas declarações prospectivas são baseadas nas visões e premissas atuais da Administração da Companhia. Tais declarações não são garantia de resultados ou desempenhos futuros. Os resultados e os desempenhos efetivos podem diferir substancialmente das declarações prospectivas, devido a um grande número de riscos e incertezas, incluindo, mas não limitado aos riscos descritos nos documentos de divulgação arquivados na CVM - Comissão de Valores Mobiliários, em especial no Formulário de Referência. A Companhia não assume nenhuma obrigação de atualizar ou revisar no futuro qualquer declaração prospectiva.