

Resultados 2T 22

Forte crescimento de 20% de vendas LfL e 25% de EBITDA impulsionado por decisões estratégicas assertivas



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

EBITDA recorde no 2T e 1S

Grupo Carrefour Brasil

EBITDA Aj. e Margem (R\$ milhões e % vendas líquidas)



Vendas brutas
R\$ 26,5 bi
+35,6% a/a
+25,5% a/a ex-BIG

EBITDA Ajustado
R\$ 1,7 bi
+24,5% a/a
+17,5% a/a ex-BIG

Lucro Líq. Ajustado
R\$ 600 mi
+1,3% a/a
+6,5% a/a ex-BIG

Margem 7,8% 2T 21, 7,1% 2T 22

Atacadão

EBITDA Aj.
(R\$ milhões)



Margem 6,9% 2T 21, 6,7% 2T 22

Crescimento impressionante de LfL de 22,4% a/a e rentabilidade estável

- Vendas Brutas: **R\$ 18,3 bilhões** +29,4% de crescimento total a/a (sendo 6,8% contribuição da expansão)
- Crescimento LfL de 22,4%, com volumes positivos no 2T
- Canal digital confirmando sua relevância e representando 3,4% das vendas totais do Atacadão no 2T 22 (vs 2,3% no 1T 22)
- Dinâmica comercial mais forte levando a maiores volumes e margens de volta aos níveis históricos pela diluição de despesas
- Crescimento sólido do EBITDA Aj. de 25,6% para R\$ 1,1 bilhão

Carrefour Varejo

EBITDA Aj.
(R\$ milhões)



Margem 6,5% 2T 21, 5,8% 2T 22

Forte desempenho alimentar com ganhos sequenciais de margem

- Vendas brutas: **R\$ 6,2 bilhões** +15,2% de crescimento total a/a e +14,1% LfL
- Forte crescimento LfL alimentar de +17,1%. LfL não alimentar estável com melhores tendências
- Volumes mais uma vez em território positivo. Marca própria bate novo recorde com 20% de penetração, demonstrando a relevância da nossa estratégia comercial
- GMV Alimentar cresce 3,3x para R\$ 805 milhões, principalmente devido as vendas digitais do Atacadão. Crescimento de dois dígitos em 1P e 3P não alimentar, GMV atingiu R\$ 216 milhões, superando os níveis de Black Friday (+30% vs. 4T 21)
- Eficiência operacional e forte desempenho de vendas diluindo SG&A
- EBITDA Aj. de R\$ 326 milhões ou 5,8% da receita líquida, +1,4 p.p. t/t

Banco Carrefour

EBITDA Aj.
(R\$ milhões)



Resultados fortes com encargos de risco sob controle

- Faturamento total: **R\$ 12,9 bilhões** no 2T 22 (+9,4% a/a) e carteira de crédito cresce 22,4% a/a
- Inadimplência (NPL) estabilizando em linha com as expectativas, destaque para a abordagem de crédito mais conservadora desde dezembro
- EBITDA Aj. de R\$ 290 milhões no 2T 22, mantendo sua tendência de crescimento
- Lucro líquido de R\$ 145 milhões (+20,8% a/a) demonstrando a expertise em gestão de riscos do Banco Carrefour

Primeiras Iniciativas na Integração do Grupo BIG

Dia 1

Anúncio da nova organização para o nível de gestão sênior

1ª onda de conversão de lojas

16 lojas em desmobilização – a serem reabertas em 3 meses

Compras Diretas

Primeira onda de negociações

Custos

Estrutura da sede já ajustada na Onda I

Em R\$ milhões	Consolidado			Atacado			Carrefour Varejo			Banco Carrefour			Grupo BIG
	2T 22	2T 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	Junho 22
Vendas Brutas	26.483	19.525	35,6%	18.260	14.107	29,4%	6.239	5.418	15,2%				1.984
Vendas Líquidas	24.006	17.663	35,9%	16.623	12.810	29,8%	5.636	4.853	16,1%				1.747
Lucro Bruto	4.567	3.603	26,8%	2.340	1.902	23,0%	1.316	1.201	9,6%	544	506	7,6%	394
<i>Margem Bruta</i>	<i>19,0%</i>	<i>20,4%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>	<i>14,1%</i>	<i>14,8%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>23,3%</i>	<i>24,7%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>				<i>22,6%</i>
Despesas VG&A (2)	(2.869)	(2.241)	28,0%	(1.236)	(1.022)	21,0%	(1.000)	(895)	11,8%	(254)	(258)	-1,5%	(297)
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>12,0%</i>	<i>12,7%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>	<i>7,4%</i>	<i>8,0%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>	<i>17,7%</i>	<i>18,4%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>				<i>17,0%</i>
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.710	1.373	24,5%	1.106	881	25,6%	326	316	3,2%	290	248	17,1%	97
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>7,1%</i>	<i>7,8%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>	<i>6,7%</i>	<i>6,9%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>	<i>5,8%</i>	<i>6,5%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>				<i>5,6%</i>
Lucro Líquido Aj., controlador	600	592	1,3%										
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>2,5%</i>	<i>3,4%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>										

Nota: EBITDA Ajustado excluindo BIG foi R\$ 1.613 ou 7,2% como % da receita líquida.

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -27 milhões e R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo em 2021 e 2020, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -82 milhões em 2021 e R\$ -66 milhões em 2020, respectivamente.

Em R\$ milhões	Consolidado			Atacado			Carrefour Varejo			Banco Carrefour			Grupo BIG
	1S 22	1S 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%	Junho 22
Vendas Brutas	47.238	37.654	25,5%	33.309	26.793	24,3%	11.945	10.861	10,0%				1.984
Vendas Líquidas	42.852	34.076	25,8%	30.303	24.330	24,6%	10.802	9.746	10,8%				1.747
Lucro Bruto	8.290	6.849	21,0%	4.454	3.600	23,7%	2.481	2.347	5,7%	993	913	8,8%	394
<i>Margem Bruta</i>	<i>19,3%</i>	<i>20,1%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>14,7%</i>	<i>14,8%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>23,0%</i>	<i>24,1%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>				<i>22,6%</i>
Despesas VG&A (2)	(5.359)	(4.400)	21,8%	(2.412)	(1.971)	22,4%	(1.948)	(1.782)	9,3%	(539)	(521)	3,5%	(297)
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>12,5%</i>	<i>12,9%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>	<i>8,0%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>18,0%</i>	<i>18,3%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>				<i>17,0%</i>
EBITDA Ajustado (1) (2)	2.957	2.474	19,5%	2.048	1.635	25,2%	553	584	-5,3%	454	392	15,9%	97
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>6,9%</i>	<i>7,3%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>	<i>6,8%</i>	<i>6,7%</i>	<i>0,0 p.p.</i>	<i>5,1%</i>	<i>6,0%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>				<i>5,6%</i>
Lucro Líquido Ajustado, controlador	1.020	1.012	0,8%										
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>2,4%</i>	<i>3,0%</i>	<i>-0,6 p.p.</i>										

Nota: EBITDA Ajustado excluindo BIG foi R\$ 2.860 ou 7,0% como % da receita líquida.

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -32 milhões e R\$ -11 milhões entre Banco e Varejo em 2021 e 2020, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -163 milhões em 2021 e R\$ -126 milhões em 2020, respectivamente.

Stéphane Maquaire, CEO, declarou:

“ O Grupo Carrefour Brasil apresentou outro desempenho robusto no segundo trimestre, com forte crescimento de vendas LfL de dois dígitos e EBITDA ajustado recorde para o período, enquanto as margens permaneceram resilientes. Esse crescimento foi impulsionado por um desempenho muito forte em todas as nossas unidades de negócios e em todos os canais. O excelente crescimento de vendas do Atacado e Carrefour Varejo foi impulsionado por um sólido desempenho na categoria de alimentos, com volumes crescendo mesmo em um ambiente altamente inflacionário, demonstrando a competitividade da nossa oferta em vários formatos. A nosso canal online também continuou a registrar um forte crescimento. O Banco Carrefour, por sua vez, aumentou seu faturamento e lucratividade, mantendo uma abordagem disciplinada ao risco. Concluímos a aquisição do Grupo BIG no início de junho e já estamos trabalhando arduamente na integração para entregar as sinergias planejadas. Ao consolidar nossa posição de liderança no Brasil, estamos ainda mais bem posicionados para oferecer aos nossos clientes a oferta competitiva que eles precisam no ambiente desafiador de hoje e criar ainda mais valor para nossos acionistas. ”

Novos Avanços em ESG

O Grupo Carrefour Brasil avançou ainda mais nos aspectos Ambientais, Sociais e de Governança (ESG) no 2T22.



Ambiental

Desmatamento Zero

Dentre as fazendas monitoradas 91% estão em conformidade com a política de compra de carne do Grupo (vs. 87% no 4T21 e 90% no 1T22) e os não conformes 9% (vs. 13% no 4T21 e 10% no 1T22) estão bloqueados ou em processo de requalificação

Consumo de Energia

A primeira loja do Atacadão com painéis solares está operando e apresentou redução do consumo de 22% de energia em Maio/22 vs. Abril/22

Logística reversa

32 toneladas de produtos coletados no 2T22 (+180% vs. 2T21)

Bem estar animal

Grupo Carrefour Brasil foi o primeiro varejista brasileiro a receber a premiação Good Farm Animal Welfare Award, da organização Compassion in World Farming organization, por promover melhorias genuínas e significativas na vida dos animais de fazenda e na sustentabilidade das cadeias produtivas.



Ganhamos em 2 categorias:

- Good Egg Commendation
- Best Retailer Marketing Award



Social

Luta contra o desperdício e a fome

Campanhas especiais

Mais de R\$ 365 mi em doações de alimentos para Pernambuco, que foi atingido pelas chuvas

16.000 beneficiários

Iniciativas recorrentes

776 toneladas de alimentos doados

596.000 beneficiários



Diversidade

Primeira turma de empreendedores negros a concluir o no treinamento de 6 meses em mercado de capitais. Alguns deles conseguiram levantar capital de investidores locais e estrangeiros.

Liderança no 2T 22

39% mulheres (+0,9 p.p. a/a) | 53% negros (+0,4p.p. a/a)

Pesquisa Ethos/Época de Inclusão

Grupo Carrefour Brasil foi selecionado como destaque no setor de varejo



Governança

Gestão antissuborno

Processos formais e robustos de prevenção e detecção de corrupção público/privada implantados desde 2019. O Atacadão foi a primeira unidade de negócios do Grupo Carrefour Brasil a ser certificada pela instituição internacional que atesta a qualidade das práticas antissuborno e anticorrupção das empresas.

Certificação ISO 37001 no Atacadão



Resultados Financeiros Consolidados

Vendas

Continuação de ganhos significativos de *market share*

O Grupo Carrefour Brasil acelerou os ganhos de *market share* para 1,2 p.p. no 2T22 a/a, de acordo com a Nielsen. Em seis meses, os ganhos foram de 1,1 p.p..

Forte desempenho impulsionado pela categoria de alimentos e evolução positiva do volume

As vendas consolidadas da Grupo Carrefour Brasil atingiram R\$ 26,5 bilhões no 2T22, um aumento de 35,6% a/a incluindo as vendas do Grupo BIG em junho. Excluindo as vendas do Grupo BIG, as vendas consolidadas no trimestre foram de R\$ 24,5 bilhões, um aumento de 25,5% a/a (+20,1% LfL), impulsionado principalmente por um desempenho sólido e contínuo na categoria de alimentos em todos os segmentos.

No Atacadão, as vendas brutas cresceram 29,4% (+22,4% LfL) e o Varejo apresentou crescimento de 18,3% em alimentos (+14,1% no LfL total). Ambos os segmentos apresentaram volumes positivos no trimestre.

Aceleração digital: a relevância da escala

O GMV total atingiu R\$ 1,5 bilhão no 2T22, mais de 2x maior que no ano anterior, impulsionado pela categoria de alimentos, cujo GMV subiu para R\$ 814 milhões (mais de 3x maior em relação ao 2T21), explicado principalmente pelo rápido *ramp-up* da digitalização no Atacadão. No 2T22 o canal digital já representou 3,4% das vendas totais do Atacadão (1,1 p.p. a mais t/t).

Expansão orgânica continua em destaque

A expansão orgânica do Grupo Carrefour Brasil manteve seu ritmo histórico no 2T22 com 6 lojas Cash and Carry e 4 novas lojas de conveniência inauguradas no período, além de iniciar o processo de integração do Grupo BIG.

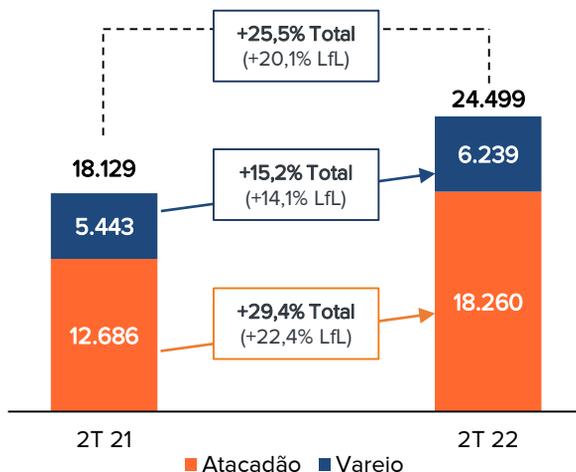
No 1S 22, o Atacadão já abriu 8 novas lojas, totalizando 258 lojas no final de junho. Nos últimos 12 meses, o Atacadão inaugurou 24 lojas e 2 atacados de entrega, com expansão contribuindo com 6,8% para o faturamento do segmento.

Crescimento do faturamento em ambos cartões

Apesar do ambiente de controle de risco de crédito, o Banco Carrefour continuou apresentando tendências sólidas e o faturamento bruto cresceu 9,4% a/a para R\$ 12,9 bilhões no 2T22, impulsionado pelos cartões de crédito Carrefour (+7,5%) e Atacadão (+11,2%). Novos produtos continuaram seu rápido crescimento, aumentando +49,5% a/a no 2T22.



Evolução Vendas Brutas ex Grupo BIG (em R\$ milhões)



	2T 21	2T 22					
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário	Efeito Calendário	LfL c/ efeito Calendário	Expansão	Total (%)
Atacadão	10,2%	18.260	22,4%		1,2%	23,6%	29,4%
Carrefour (s/ gasolina)	-11,4%	5.323	10,5%		1,2%	11,7%	11,7%
Gasolina	74,4%	916	40,6%		0,0%	40,6%	40,6%
Carrefour (c/ gasolina)	-5,9%	6.239	14,1%		1,0%	15,2%	15,2%
Consolidado (s/ gasolina)	3,4%	23.583	19,4%		1,2%	20,5%	25,0%
Consolidado (c/ gasolina)	4,9%	24.499	20,1%		1,1%	21,2%	25,5%
Faturamento Total Banco Carrefour	n.a.	12.921	n.a.		n.a.	n.a.	9,4%
Grupo BIG	n.a.	1.984	n.a.		n.a.	n.a.	n.a.
Consolidado com Grupo BIG	n.a.	26.483	n.a.		n.a.	n.a.	35,6%

	1S 21	1S 22					
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário	Efeito Calendário	LfL c/ efeito Calendário	Expansão	Total (%)
Atacadão	11,5%	33.309	16,1%		0,3%	16,4%	24,3%
Carrefour (s/ gasolina)	-2,5%	10.164	6,8%		-0,7%	6,1%	6,1%
Gasolina	21,3%	1.781	38,5%		0,0%	38,5%	38,5%
Carrefour (c/ gasolina)	-0,2%	11.945	10,6%		-0,6%	10,0%	10,0%
Consolidado (s/ gasolina)	7,2%	43.473	13,6%		0,1%	13,7%	19,5%
Consolidado (c/ gasolina)	7,7%	45.254	14,5%		0,0%	14,5%	20,2%
Faturamento Total Banco Carrefour	n.a.	22.623	n.a.		n.a.	n.a.	-9,1%
Grupo BIG	n.a.	1.984	n.a.		n.a.	n.a.	n.a.
Consolidado com Grupo BIG	n.a.	47,238	n.a.		n.a.	n.a.	25,5%

Outras Receitas

Desempenho consistente do Banco e Property

Outras receitas (incluindo os números do Grupo BIG em junho) aumentaram 20,6% para R\$ 1,3 bilhão no 2T22. Excluindo o Grupo BIG, as outras receitas aumentaram 16,3% para R\$ 1,2 bilhão, impulsionadas pelo sólido desempenho contínuo do Banco Carrefour. O aluguel de galerias novamente contribuiu para o desempenho, já que a taxa de vacância voltou ao nível pré-pandemia.

Evolução da Vacância (Galerias e shoppings Carrefour)



Margem Bruta Consolidada e VG&A

Menores preços, maior diluição

O lucro bruto (incluindo os números do Grupo BIG em junho) aumentou 26,8% a/a para R\$ 4,6 bilhões no 2T22, e a margem bruta foi de 19,0% (1,4 p.p. menor a/a). Excluindo o Grupo BIG, o lucro bruto no 2T22 foi de R\$ 4,2 bilhões, um aumento de 15,8% a/a. Como percentual das vendas líquidas, a margem bruta encerrou o trimestre em 19,0%, 0,8 p.p. menor t/t ou -1,4 p.p. a/a, parcialmente compensada por ganhos de SG&A. Isso reflete a maior dinâmica comercial do Atacadão no trimestre, principalmente em abril, e também nossas iniciativas de captação de novos clientes na operação de Varejo.

As despesas SG&A totalizaram R\$ 2,9 bilhões no trimestre (+28,0% a/a), refletindo a expansão do Atacadão. Como percentual das vendas líquidas, o SG&A ficou em 12,0% -0,7 p.p. melhor a/a - (11,6% ex Grupo BIG e 1,1 p.p. melhor a/a), demonstrando a eficiência da empresa na gestão de despesas e também a maior diluição devido ao maturação das lojas Cash and Carry, mas também como consequência do aumento de volumes no Varejo.

	Consolidado			Atacadão			Carrefour Varejo			Banco Carrefour			Grupo BIG
	2T 22	2T 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	
Em R\$ milhões													
Vendas Brutas	26.483	19.525	35,6%	18.260	14.107	29,4%	6.239	5.418	15,2%				1.984
Vendas Brutas ex-gasolina	25.536	18.873	35,3%	18.260	14.107	29,4%	5.323	4.766	11,7%				1.953
Vendas Líquidas	24.006	17.663	35,9%	16.623	12.810	29,8%	5.636	4.853	16,1%				1.747
Outras Receitas (1)	1.273	1.056	20,6%	49	47	3,4%	149	134	11,0%	1.057	881	20,0%	45
Vendas Totais	25.279	18.719	35,0%	16.672	12.857	29,7%	5.785	4.987	16,0%	1.057	881	20,0%	1.792
Lucro Bruto	4.567	3.603	26,8%	2.340	1.902	23,0%	1.316	1.201	9,6%	544	506	7,6%	394
<i>Margem Bruta</i>	<i>19,0%</i>	<i>20,4%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>	<i>14,1%</i>	<i>14,8%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>23,3%</i>	<i>24,7%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>				<i>22,6%</i>
Despesas VG&A (2)	(2.869)	(2.241)	28,0%	(1.236)	(1.022)	21,0%	(1.000)	(895)	11,8%	(254)	(258)	-1,5%	(297)
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>12,0%</i>	<i>12,7%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>	<i>7,4%</i>	<i>8,0%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>	<i>17,7%</i>	<i>18,4%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>				<i>17,0%</i>
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.710	1.373	24,5%	1.106	881	25,6%	326	316	3,2%	290	248	17,1%	97
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>7,1%</i>	<i>7,8%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>	<i>6,7%</i>	<i>6,9%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>	<i>5,8%</i>	<i>6,5%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>				<i>5,6%</i>
Lucro Líquido Aj., controlador	600	592	1,3%										
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>2,5%</i>	<i>3,4%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>										

Nota: EBITDA Ajustado excluindo BIG foi R\$ 1.613 ou 7,2% como % da receita líquida.

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -27 milhões e R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo em 2021 e 2020, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -82 milhões em 2021 e R\$ -66 milhões em 2020, respectivamente.

	Consolidado			Atacadão			Carrefour Varejo			Banco Carrefour			Grupo BIG
	1S 22	1S 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%	
Em R\$ milhões													
Vendas Brutas	47.238	37.654	25,5%	33.309	26.793	24,3%	11.945	10.861	10,0%				1.984
Vendas Brutas ex-gasolina	45.426	36.369	24,9%	33.309	26.793	24,3%	10.164	9.576	6,1%				1.953
Vendas Líquidas	42.852	34.076	25,8%	30.303	24.330	24,6%	10.802	9.746	10,8%				1.747
Outras Receitas (1)	2.442	1.955	24,9%	88	84	4,3%	296	246	20,2%	2.045	1.636	25,0%	45
Vendas Totais	45.294	36.031	25,7%	30.391	24.414	24,5%	11.098	9.992	11,1%	2.045	1.636	25,0%	1.792
Lucro Bruto	8.290	6.849	21,0%	4.454	3.600	23,7%	2.481	2.347	5,7%	993	913	8,8%	394
<i>Margem Bruta</i>	<i>19,3%</i>	<i>20,1%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>14,7%</i>	<i>14,8%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>23,0%</i>	<i>24,1%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>				<i>22,6%</i>
Despesas VG&A (2)	(5.359)	(4.400)	21,8%	(2.412)	(1.971)	22,4%	(1.948)	(1.782)	9,3%	(539)	(521)	3,5%	(297)
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>12,5%</i>	<i>12,9%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>	<i>8,0%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>18,0%</i>	<i>18,3%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>				<i>17,0%</i>
EBITDA Ajustado (1) (2)	2.957	2.474	19,5%	2.048	1.635	25,2%	553	584	-5,3%	454	392	15,9%	97
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>6,9%</i>	<i>7,3%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>	<i>6,8%</i>	<i>6,7%</i>	<i>0,0 p.p.</i>	<i>5,1%</i>	<i>6,0%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>				<i>5,6%</i>
Lucro Líquido Ajustado, controlador	1.020	1.012	0,8%										
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>2,4%</i>	<i>3,0%</i>	<i>-0,6 p.p.</i>										

Nota: EBITDA Ajustado excluindo BIG foi R\$ 2.860 ou 7,0% como % da receita líquida.

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -32 milhões e R\$ -11 milhões entre Banco e Varejo em 2021 e 2020, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -163 milhões em 2021 e R\$ -126 milhões em 2020, respectivamente.

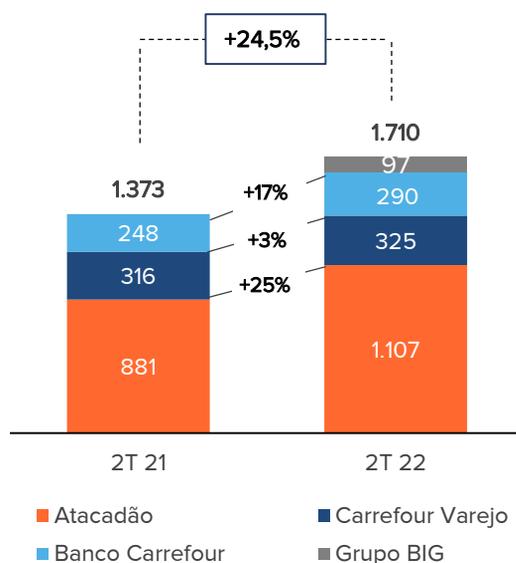
EBITDA Ajustado

Valor recorde para um segundo trimestre, impulsionado por todas as unidades

O EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 1,7 bilhão (+24,5% a/a) ou 7,1% da receita líquida (-0,7 p.p. a/a). Excluindo os números do Grupo BIG em junho, o EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 1,6 bilhão ou 7,2% da receita líquida no 2T22, +17,5% a/a ou -0,5 p.p. a/a, respectivamente. Mais uma vez, o valor representa um recorde para o trimestre.

Todas as nossas unidades de negócios contribuíram para a melhora, pois observamos aumentos nominais no Atacadão, Varejo e Banco Carrefour.

Composição do EBITDA* Ajustado
(R\$ milhões)



*Total inclui funções corporativas e eliminações intragrupo.

Processo de integração do Grupo BIG já em andamento

Foco em conversões e sinergias

Com o fechamento da operação em 6 de junho, as forças-tarefa de integração começaram a trabalhar e já mostraram avanços em várias frentes:

- (i) anúncio da nova estrutura de liderança nos níveis 1, 2 e 3;
- (ii) primeira onda de conversão de lojas, com obras em 16 lojas BIG a serem convertidas para Atacadão e Carrefour já em andamento;
- (iii) lançamento da primeira onda de negociações de compras diretas; e
- (iv) várias negociações de compras indireta já concluídas.

Alto ritmo de conversões de lojas com 16 lojas para reabrir em novembro

Como resultado dos primeiros passos de integração, parte das sinergias esperadas para 2022 já foram implementadas com economias em G&A já reconhecidas em junho. É importante ter em mente que os resultados do Grupo BIG até maio foram impactados por um menor desempenho e custos de *turnover* da liderança. Os benefícios de uma estrutura enxuta montada no início de junho e já são visíveis no P&L de junho. Continuamos focados na captura de sinergias.

13 lojas convertidas de Hiper para Cash & Carry
Junho - Julho
Desmobilização

Agosto - Outubro
Lojas fechadas

Novembro/Dezembro
Reabertura: Primeira onda de lojas C&C

3 lojas convertidas de Hiper para Hiper



ATACADÃO

Carrefour

Julho - Agosto
Processo de conversão
Lojas permanecem abertas

Início Setembro
5 dias de fechamento / organização

Setembro
Reabertura: Primeira onda lojas Hiper

Resultados do Grupo BIG em junho:

Crescimento de dois dígitos de LfL no Varejo e C&C e sinergias iniciais de SG&A capturadas.

LfL (%)	Junho 22	2T 22	1S 22
Maxxi	21,7%	18,7%	10,9%
Sam's Club	1,0%	0,8%	-3,8%
Varejo (s/ gasolina)	12,4%	9,1%	0,4%
Varejo (c/ gasolina)	13,1%	9,9%	1,1%
Grupo BIG Consolidado (s/ gasolina)	12,6%	10,1%	2,7%
Grupo BIG Consolidado (c/ gasolina)	12,9%	10,4%	3,0%

Em R\$ milhões	Junho 22			Junho 21			Junho 20			Grupo BIG Consolidado (Pro Forma)					
	Junho 22	Junho 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Vendas Brutas	1.984	1.771	12,0%	6.335	5.499	15,2%	12.107	11.197	8,1%						
Vendas Brutas ex-gasolina	1.747	1.496	16,7%	5.415	4.652	16,4%	10.345	9.509	8,8%						
Vendas Líquidas	45	34	30,5%	134	114	16,9%	258	231	11,6%						
Outras Receitas	1.792	1.531	17,1%	5.549	4.767	16,4%	10.602	9.739	8,9%						
Lucro Bruto	394	383	2,7%	1.303	1.235	5,5%	2.471	2.490	-0,8%						
Margem Bruta	22,6%	25,6%	-3,1 p.p.	24,1%	26,5%	-2,5 p.p.	23,9%	26,2%	-2,3 p.p.						
Despesas VG&A	(297)	(415)	-28,4%	(1.105)	(1.130)	-2,2%	(2.183)	(2.282)	-4,3%						
%VG&A de Vendas Líquidas	17,0%	27,7%	-10,7 p.p.	20,4%	24,3%	-3,9 p.p.	21,1%	24,0%	-2,9 p.p.						
EBITDA Ajustado	97	53	84,2%	205	215	-4,5%	279	370	-24,5%						
Margem EBITDA Ajustada	5,6%	3,5%	2,0 p.p.	3,8%	4,6%	-0,8 p.p.	2,7%	3,9%	-1,2 p.p.						

Desempenho Operacional por Segmento

Iniciativas digitais

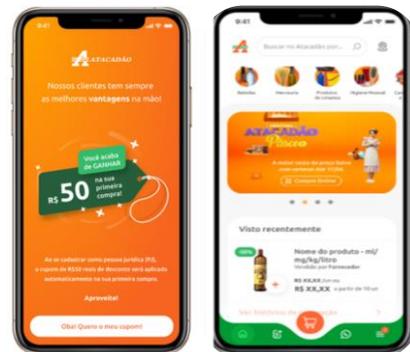
Atacadão impulsiona vendas digitais de alimentos

O GMV total atingiu R\$ 1,5 bilhão no 2T22, mais que dobrando em relação ao mesmo período do ano passado e 31,9% acima do 1T22.

O segmento alimentar foi novamente o destaque, crescendo 3,3x vs. 2T21, impulsionado principalmente pelas vendas digitais do Atacadão (especialmente clientes B2B) que aumentaram 7,7x a/a. No 2T22 o canal digital representou 3,4% das vendas totais do Atacadão (1,1 p.p. a mais q/q).

No 1S, o canal digital do Atacadão registrou R\$ 1 bilhão em GMV, confirmando a boa aceitação e o aumento da relevância desse canal rentável e dinâmico, que contará nos próximos meses com um aplicativo e um site muito mais fáceis de usar.

A parceria com operadoras de serviço de entrega rápida (principalmente para clientes B2C) no Atacadão já está disponível em 125 lojas e 62 cidades em 20 estados.



Iniciativa de *picking* na loja aumenta a penetração

O GMV Alimentar da divisão Varejo também cresceu 20,5% no 1T22, e a penetração da iniciativa de *picking* na loja (disponível em 100% das lojas de Varejo) foi de 43%, demonstrando a relevância da iniciativa, que traz melhores preços, sortimento e prazos de entrega mais curtos para os clientes.

Crescimento de dois dígitos em 1P e 3P não alimentar

O segmento não alimentar manteve a tendência positiva do 1T22 e o GMV cresceu 37,4% no 2T22 com crescimento de dois dígitos tanto para 1P quanto para 3P (19,6% e 97,9% respectivamente). As iniciativas tomadas no mercado para aumentar a eficiência estão ganhando força e no 2T, o GMV 3P atingiu R\$ 216 milhões, superando os níveis de Black Friday (aumento de 33,8% vs. 4T21) e representando 32,8% das vendas digitais de não-alimentar.

3,3x GMV alimentar 2T22

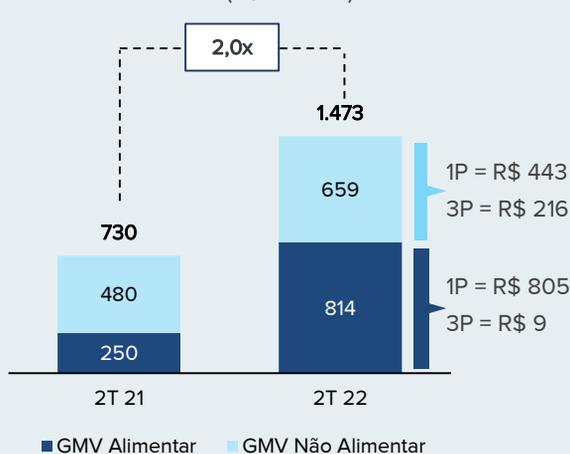
R\$ 1bi GMV no Atacadão no 1S22

	2T 22 (R\$ MM)	2T 21 (R\$ MM)	Total (%)	1S 22 (R\$ MM)	1S 21 (R\$ MM)	Total (%)
1P Alimentar ⁽²⁾	660	80	726,9%	1.032	127	714,1%
3P Alimentar	9	6	40,0%	18	13	37,8%
Entrega Rápida ⁽¹⁾	145	164	-11,3%	279	314	-11,1%
GMV Alimentar	814	250	225,5%	1.329	454	192,8%
1P Não Alimentar ⁽²⁾	443	370	19,6%	840	764	10,0%
3P Não Alimentar	216	109	97,9%	422	253	66,7%
GMV Não Alimentar	659	480	37,4%	1.262	1.017	24,1%
GMV Total	1.473	730	101,9%	2.590	1.470	76,2%

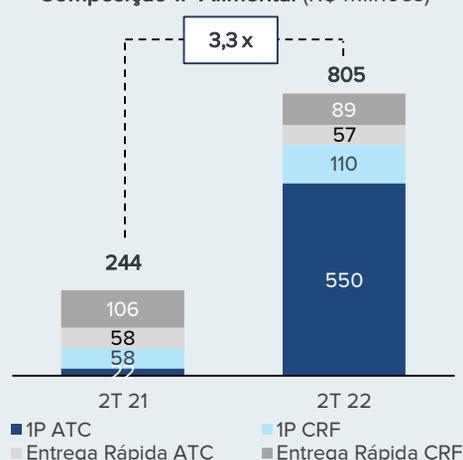
(1) Serviço de entrega rápida já está incluso nas vendas do multi-formato e Atacadão.

(2) Inclui picking em lojas do varejo.

GMV Total (R\$ milhões)



Composição 1P Alimentar (R\$ milhões)



Atacadão: crescimento excepcional de vendas LfL de 22,4% a/a e rentabilidade estável

Competitividade e desempenho sólido acelerados pelo aniversário do Atacadão e crescimento digital

As vendas brutas do Atacadão atingiram R\$ 18,3 bilhões no 2T22, com crescimento de 22,4% LfL a/a e expansão de 6,8% a/a. O digital segue acelerando, atingindo 3,4% das vendas totais do Atacadão.

Vimos fortes resultados provenientes de iniciativas comerciais em abril, incluindo a campanha de aniversário do Atacadão, que levou o mês a registrar um crescimento LfL de quase 30% a/a. Conseguimos manter a forte tendência ao longo do trimestre, com crescimento LfL de quase 20% em maio e junho.

NPS recorde impulsiona o tráfego do cliente e o crescimento de volume

Nosso sólido balanço patrimonial aliado ao poder de escala e presença nacional, permitiu ao Atacadão retomar o crescimento de volume no 2T, expandir sequencialmente a liderança e consolidar seu posicionamento de mercado único.

Também ressalta a relevância do modelo puro e enxuto de Cash & Carry para os clientes, especialmente em um ambiente econômico difícil: tivemos um crescimento de mais de 13% no número de clientes de lojas no 1S22 e NPS recorde.

Aprimoramento adicional do modelo de negócios

Durante o 1S22 implementamos novas ideias como: (i) 68% das lojas com Wi-Fi (100% até dezembro); (ii) um novo sistema de impressão de cartazes para reduzir custos e melhorar a padronização; e (iii) novo modelo de *checkout* provendo melhor aproveitamento de espaço e pesagem de hortifrutis, o que contribuiu para um trimestre recorde.

Continuação da expansão orgânica

No 2T22, abrimos 6 novas lojas Cash & Carry, totalizando 258 lojas Cash & Carry e 33 Atacado. No acumulado do ano, nossa área de vendas cresceu 12,7% e atingiu 1,5 bilhão de m².

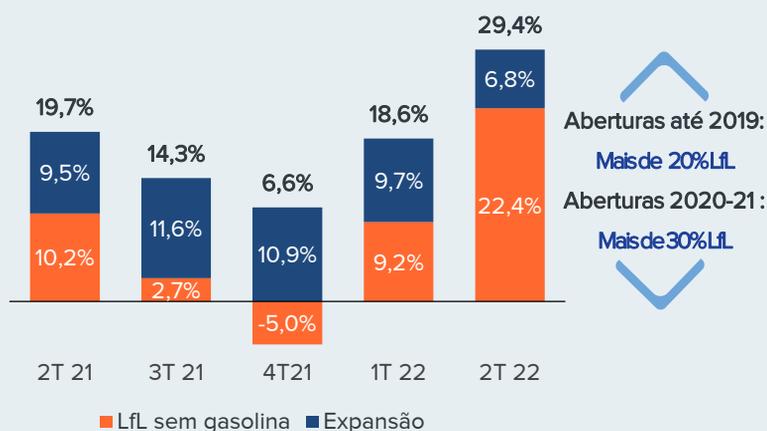
Para o 2S22, o pipeline de inaugurações totaliza 12 lojas.

Aniversário "Dia A"

- 30% LfL em abril
- Mais R\$ 1 bilhão em vendas brutas



Evolução vendas Atacadão a/a



Evolução volumes Atacadão a/a



Dinâmica comercial parcialmente compensada pela diluição de despesas, levando a um crescimento de 26% no EBITDA

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Vendas Brutas	18.260	14.107	29,4%	33.309	26.793	24,3%
Vendas Líquidas	16.623	12.810	29,8%	30.303	24.330	24,6%
Outras Receitas	49	47	3,4%	88	84	4,3%
Vendas Totais	16.672	12.857	29,7%	30.391	24.414	24,5%
Lucro Bruto	2.340	1.902	23,0%	4.454	3.600	23,7%
<i>Margem Bruta</i>	<i>14,1%</i>	<i>14,8%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>14,7%</i>	<i>14,8%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
Despesas VG&A	(1.236)	(1.022)	21,0%	(2.412)	(1.971)	22,4%
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>7,4%</i>	<i>8,0%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>	<i>8,0%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	1.106	881	25,6%	2.048	1.635	25,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>6,7%</i>	<i>6,9%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>	<i>6,8%</i>	<i>6,7%</i>	<i>0,0 p.p.</i>

Dinâmica comercial mais forte...

O lucro bruto totalizou R\$ 2,3 bilhões no 2T22, 23,0% superior ao mesmo período do ano passado, impulsionado pelas vendas LfL, expansão do segmento e maturação de novas lojas. A margem bruta foi de 14,1%, -0,8 p.p. a/a, refletindo a intensificação da dinâmica comercial.

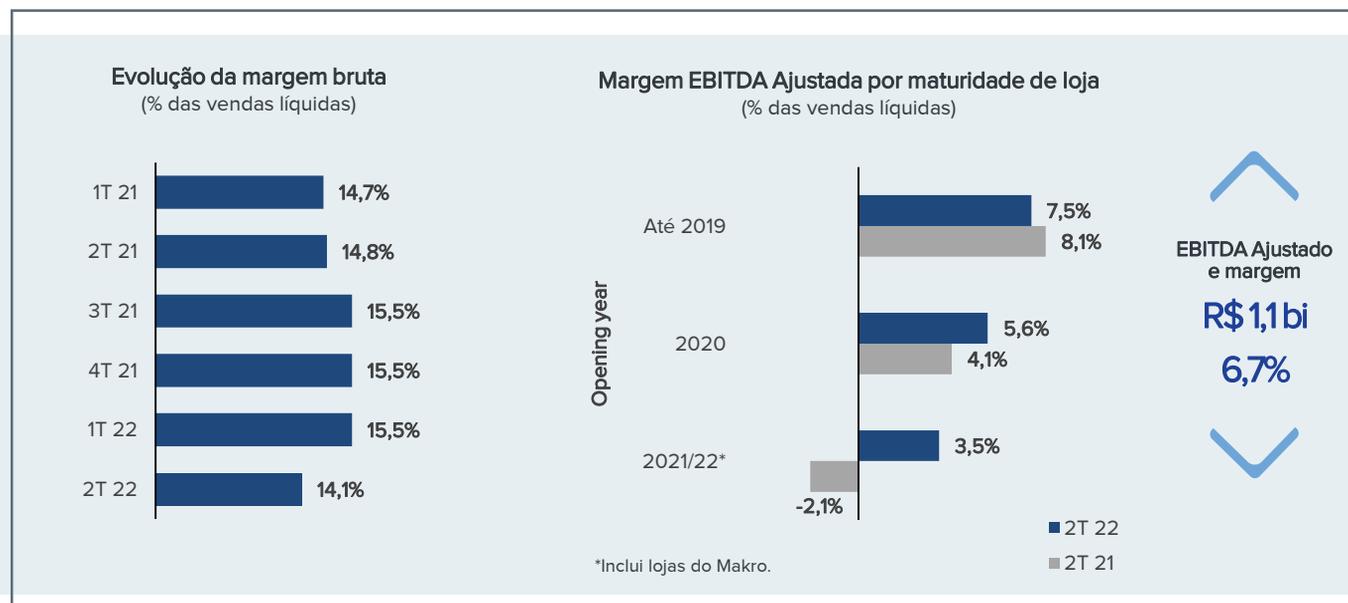
... levando a maiores volumes e diluição de despesas

As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$ 1,2 bilhão no trimestre (+21,0%), impulsionadas pelo maior número de lojas no portfólio do Atacadão. Como percentual das vendas líquidas, caíram 0,5 p.p. a/a para 7,4%, destacando a eficiência da empresa e a capacidade de diluir despesas com fortes volumes, característica do modelo do Atacadão, que busca operar com margem bruta baixa e estrutura enxuta.

Sólido crescimento do EBITDA Ajustado e nível de rentabilidade

EBITDA Ajustado consolidado atingiu R\$ 1,1 bilhão no 2T22, +25,6% a/a, e a margem foi de 6,7% (-0,2 p.p. a/a). Ao longo de seis meses, a margem permaneceu praticamente estável.

Analisando as margens por maturidade das lojas, a *ramp-up* de novas lojas (abertas desde 2020) continuou forte, enquanto as lojas maduras (abertas até 2019) operaram dentro do nível normalizado do modelo.



Carrefour Varejo

Excelente desempenho da categoria de alimentos

As vendas brutas do Carrefour Varejo totalizaram R\$ 6,2 bilhões no 2T22, um aumento LfL de 14,1% a/a (+10,5% LfL ex-gasolina), impulsionado por um desempenho forte e resiliente do segmento de alimentos que apresentou crescimento LfL de 17,1% no trimestre. O desempenho alimentar foi impulsionado por uma recuperação de volumes que estão em território positivo pelo segundo trimestre consecutivo, apesar de uma inflação persistente.

Ajudando os consumidores a enfrentar um ambiente de alta inflação

Desde fevereiro, o mercado vem enfrentando uma inflação de alimentos persistentemente alta (em dois dígitos) e isso resultou em algumas mudanças nos hábitos de compra, demonstrando que os clientes estão buscando produtos mais acessíveis. No 2T22 observamos:

- (i) aumento da frequência de visitas a clientes e diminuição do ticket médio e do número de itens por ticket
- (ii) aumento das vendas de carne suína versus bovina
- (iii) crescimento significativo de 82% a/a 2T22 dos produtos “Únicos” – aqueles que não atendem aos padrões usuais em termos visuais, mas são adequados para consumo e vendidos a preços com desconto
- (iv) produtos de marca própria continuaram a aumentar a penetração, demonstrando a relevância de nossa estratégia de oferecer um sortimento mais amplo e opções qualificadas aos clientes, especialmente neste ambiente difícil: 20% das vendas líquidas totais de alimentos no 2T22, +4,7 p.p. a/a e +0,3 p.p. vs 1T 22. Os volumes atingiram crescimento de dois dígitos em 34% a/a.

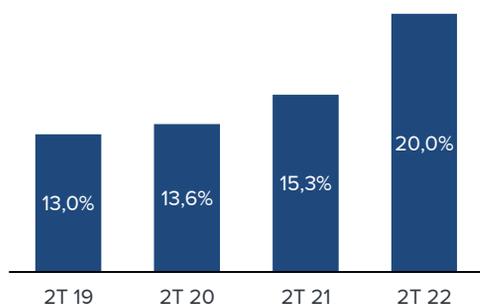
Tendência de recuperação na categoria não alimentar

O segmento não alimentar apresentou uma melhoria sequencial suportada pelas categorias Bazar e Têxtil, que registraram um crescimento LfL de 9,3% e 4,3%, respectivamente. Os eletrodomésticos ainda estavam no território negativo de um dígito, mas a tendência mês a mês foi positiva nas lojas.

LfL alimentar de 17,1%
Bazar e têxtil acelerando

	2T 22	2T 22 vs. 2T 21		
	Vendas (R\$ MM)	LfL	Efeito Calendário	(%)
Carrefour (s/ gasolina): Online + Offline	5.323	10,5%	1,2%	11,7%
Alimentar	3.461	17,1%	1,2%	18,3%
Não Alimentar⁽¹⁾	1.861	0,0%	1,1%	1,0%
Bazar	564	9,3%	1,2%	10,5%
Eletroeletrônicos	948	-7,4%	1,2%	-6,2%
Têxtil	222	4,3%	1,2%	5,4%
Gasolina	916	40,6%	0,0%	40,6%
Carrefour (c/ gasolina)	6.239	14,1%	1,0%	15,2%

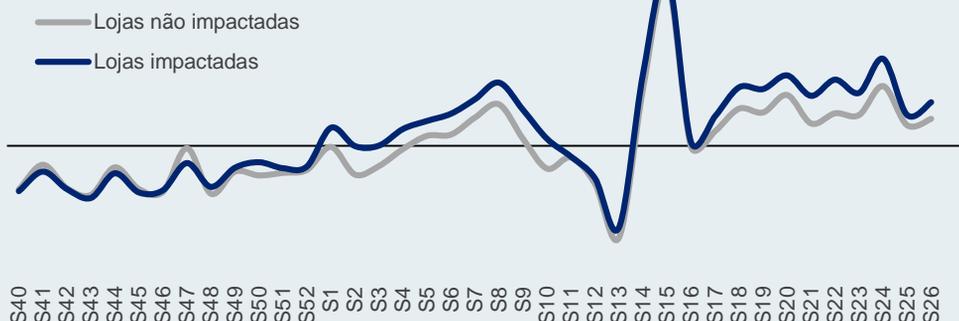
Evolução da penetração de marca própria alimentar



(1) Inclui drogarias

Forte desempenho em todos os nossos Hipermercados, impactados ou não pelo fechamento da concorrência.

Impacto ambiente competitivo nos Hipermercados
(Total LfL%)



Lojas que foram impactadas pelo ambiente competitivo específico apresentaram **LfL Alimentar 1,6 p.p. maior** que as lojas que não foram impactadas no 2T 22

Ganhos de EBITDA ajustado com melhoria de margem sequencialmente

Iniciativas para melhorar a imagem de preço ainda em vigor no 2T

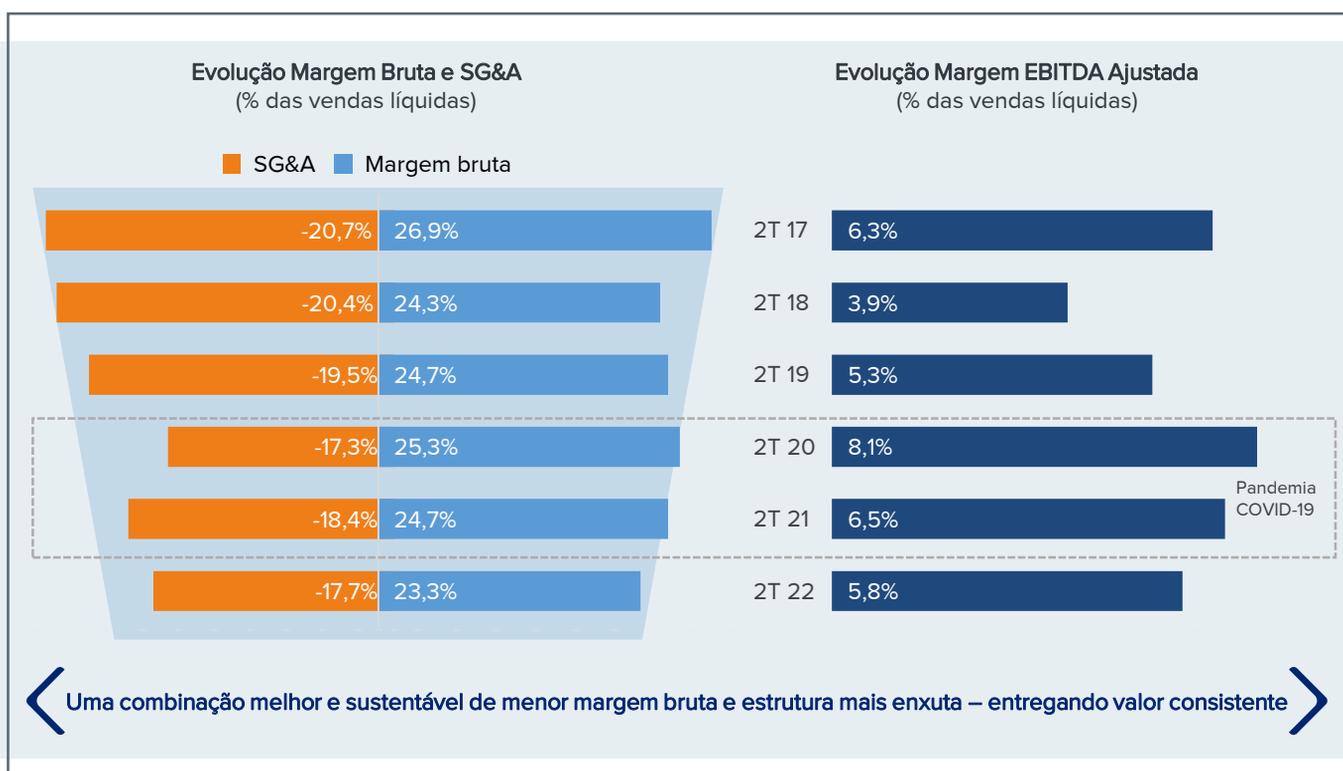
O lucro bruto no 2T cresceu 9,6% a/a para R\$ 1,3 bilhão no trimestre ou 23,3% da receita líquida (-1,4 p.p.). Esse desempenho reflete as iniciativas realizadas no 1T22, que continuam em vigor, para atrair e reter novos clientes. Sequencialmente, o lucro bruto cresceu 13% com um aumento de 0,8 p.p. na margem bruta, suportado por um importante crescimento de volume.

Eficiência operacional e forte desempenho de vendas diluindo SG&A

As despesas com vendas, gerais e administrativas foram de R\$ 1,0 bilhão (+11,8% a/a), representando 17,7% da receita líquida no 2T22, 0,7 p.p. abaixo a/a, refletindo o efeito diluidor do forte desempenho de vendas e nosso foco em eficiência operacional.

Como resultado das iniciativas tomadas para aumentar as vendas e a eficiência operacional, o EBITDA Ajustado consolidado do Carrefour Varejo atingiu R\$ 326 milhões (+3,2% a/a) ou 5,8% da receita líquida no trimestre (-0,7 p.p. a/a). Sequencialmente, a margem EBITDA Ajustado aumentou 1,4 p.p..

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Vendas Brutas	6.239	5.418	15,2%	11.945	10.861	10,0%
Vendas Brutas ex-gasolina	5.323	4.766	11,7%	10.164	9.576	6,1%
Vendas Líquidas	5.636	4.853	16,1%	10.802	9.746	10,8%
Outras Receitas	149	134	11,0%	296	246	20,2%
Vendas Totais	5.785	4.987	16,0%	11.098	9.992	11,1%
Lucro Bruto	1.316	1.201	9,6%	2.481	2.347	5,7%
Margem Bruta	23,3%	24,7%	-1,4 p.p.	23,0%	24,1%	-1,1 p.p.
Despesas VG&A	(1.000)	(895)	11,8%	(1.948)	(1.782)	9,3%
%VG&A de Vendas Líquidas	17,7%	18,4%	-0,7 p.p.	18,0%	18,3%	-0,2 p.p.
EBITDA Ajustado	326	316	3,2%	553	584	-5,3%
Margem EBITDA Ajustada	5,8%	6,5%	-0,7 p.p.	5,1%	6,0%	-0,9 p.p.



Banco Carrefour

Alto ritmo de crescimento mantido no 2T

O faturamento do Banco Carrefour atingiu R\$ 12,9 bilhões no 2T22, um aumento de 9,4% em relação ao 2T21, impulsionado tanto pelo cartão Carrefour (+7,5% ou +R\$ 573 milhões) quanto pelo cartão Atacadão (+11,2% ou +R\$ 454 milhões).

Os novos clientes aumentaram 50% em base sequencial, impulsionados principalmente pela aquisição digital, com crescimento superior a 100% q/q, representando 36% de penetração no 2T 22.

O crédito pessoal continuou sendo uma ferramenta importante para nossos clientes em um ambiente macroeconômico desafiador. Como resultado, novos produtos tiveram outro trimestre de sólido crescimento: +49,5% a/a.

O canal *off-us* continuou apresentando fortes tendências, com crescimento de 13,5% no 2T22 a/a. Embora *on-us* continuasse a diminuir a/a, melhorou sequencialmente no 2T22 vs. 1T22: -3,9% vs -8,9%, respectivamente.

Carteira de crédito total de

R\$ 16,8 bi

↗ 22,4% a/a (IFRS9).

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	8.172	7.599	7,5%	15.749	14.628	7,7%
Faturamento cartão Atacadão	4.500	4.045	11,2%	8.671	7.672	13,0%
Novos produtos*	250	167	49,5%	464	322	44,1%
Faturamento Total	12.921	11.811	9,4%	24.884	22.623	64,7%
Total da carteira de crédito	16.801	13.726	22,4%	16.801	13.726	22,4%

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

A receita operacional totalizou R\$ 1,1 bilhão no 2T22, +20,0% a/a, impulsionada pela continuidade do alto nível de propensão dos nossos clientes ao financiamento, que representa a parte de nossa carteira que gera juros.

Carga de risco: conhecimento do cliente e acuracidade levando a melhorias mais rápidas

O índice Over 30 (BACEN) manteve-se praticamente estável ao final de junho t/t (+0,3 p.p.), demonstrando a assertividade de uma estratégia de crédito mais conservadora adotada em dezembro. Nosso Over 90 (BACEN) aumentou para 13,2% (+0,9 p.p.), conforme esperado devido a um envelhecimento natural do Over 30 de março (BACEN).

A carga de risco totalizou R\$ 513 milhões no 2T22, +36,8% a/a ou -4,8% t/t devido ao aumento da carteira de provisões (maior propensão a financiar) e aos níveis ainda elevados de inadimplência observados.

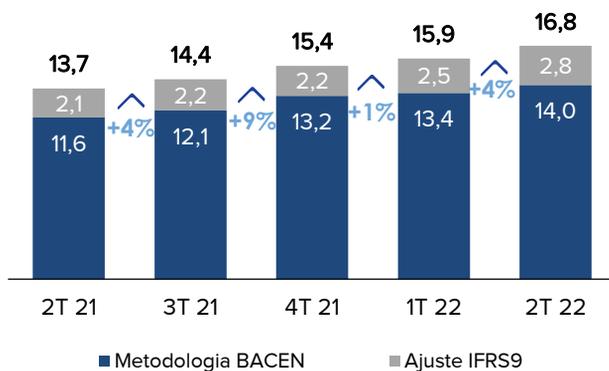
Rentabilidade: Uma equação equilibrada de risco-retorno

Com SG&A com queda de 1,5% para R\$ 254 milhões (redução de 5,3 p.p. como percentual da receita), o EBITDA Ajustado do Banco Carrefour manteve sua tendência de crescimento e acelerou para +17,1% a/a, atingindo R\$ 290 milhões no 2T22.

O lucro líquido totalizou R\$ 145 milhões no período, +20,8% a/a.

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Receitas da intermediação financeira	1.057	881	20,0%	2.045	1.636	25,0%
Carga de risco	(513)	(375)	36,8%	(1.052)	(723)	45,5%
Resultado bruto da intermediação financeira	544	506	7,5%	993	913	8,8%
Despesas VG&A	(254)	(258)	-1,5%	(539)	(521)	3,5%
EBITDA ajustado	290	248	17,1%	454	392	15,9%
Despesa com depreciação e amortização	(16)	(11)	45,5%	(29)	(21)	38,1%
EBIT ajustado	274	237	15,6%	425	371	14,6%
Outras receitas (despesas)	(12)	(13)	-7,7%	(26)	(28)	-7,1%
Resultado financeiro	(6)	(4)	50,0%	(12)	(6)	100,0%
Imposto de renda	(111)	(100)	11,0%	(167)	(153)	9,2%
Lucro líquido (100%)	145	120	20,8%	220	184	19,6%

Evolução Portfólio de Crédito (R\$ bilhões)



Evolução NPLs



Resultado Financeiro Consolidado (Após EBITDA Ajustado)

Outras receitas e despesas operacionais

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ milhões de R\$	1S 22	1S 21	Δ milhões de R\$
Custos de reestruturação	(19)	(5)	(14)	(30)	(11)	(19)
Ganhos (perdas) líquidos na baixa e alienação de ativos	(8)	(6)	(2)	(12)	5	(17)
Receitas e despesas relativas a demandas judiciais	23	(20)	43	(15)	37	(52)
Projeto Pinheiros	0	(0)	0	0	495	(495)
Outros (incluindo despesas de M&A)	4	(7)	11	(10)	(41)	31
Outras receitas e despesas operacionais	0	(38)	38	(67)	485	(552)

As outras receitas foram neutras no 2T22, uma vez que os efeitos não recorrentes da aquisição do Grupo BIG foram compensados por receitas relacionadas a litígios, como cupons cancelados, e o reconhecimento de valores relacionados aos empreendimentos imobiliários da empresa.

Imposto de Renda

A despesa com imposto de renda e contribuição social foi de R\$ 224 milhões no trimestre, R\$ 25 milhões ou 10,0% inferior ao 2T21. A alíquota efetiva ficou em 24,5%, 4 p.p. inferior a/a, principalmente pelo efeito da provisão de Juros sobre Capital Próprio.

Ajustada por itens não recorrentes, a alíquota efetiva no 2T22 foi de 26,8%.

Alíquota Efetiva 2 T22
24,5%
(26,8% ajustado)

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ	Δ%	1S 22	1S 21	Δ	Δ%
EBITDA Ajustado	1.710	1.373	337	24,5%	2.957	2.474	483	19,5%
Outras receitas e despesas operacionais	-	(38)	38	-100,0%	(67)	485	(552)	n.m.
Depreciação e amortização	(396)	(301)	(95)	31,5%	(720)	(592)	(128)	21,6%
Receitas e despesas financeiras	(400)	(160)	(240)	149,4%	(730)	(307)	(423)	137,5%
Lucro Antes dos Impostos*	914	874	40	4,6%	1.440	2.060	(620)	-30,1%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(224)	(249)	25	-10,0%	(343)	(461)	118	-25,6%
Alíquota Efetiva	24,5%	28,5%			23,8%	22,4%		

Em R\$ milhões	2T 22	Ajustes	2T 22 Ajustado	1S 22	Ajustes	1S 22 Ajustado
Lucro antes dos impostos e contribuições*	914	1	915	1.440	55	1.495
Imposto de Renda e Contribuição Social	(224)	(21)	(245)	(343)	(25)	(368)
Alíquota Efetiva	24,5%		26,8%	23,8%		24,6%

*Não inclui resultado de equivalência patrimonial.

Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado, Acionista Controlador

O lucro líquido ajustado fornece uma visão mais clara do lucro líquido recorrente. É calculado como lucro líquido, menos outras receitas e despesas operacionais e o correspondente efeito financeiro e no imposto de renda.

Como resultado dos efeitos mencionados, que foram parcialmente compensados pelo aumento das despesas financeiras (maior nível de endividamento e taxas de juros), o lucro líquido ajustado atingiu R\$ 600 milhões no 2T22, 1,3% superior a/a, ou 2,5% da receita líquida (-0,9 p.p. a/a).

Excluindo o Grupo BIG, o lucro líquido ajustado foi de R\$ 631 milhões no 2T22 (+6,5% a/a ou 2,8% da receita líquida).

Lucro Líquido 2T 22
R\$ 600 mi
(+1,3% a/a)

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Lucro líquido, controladores	620	566	9,6%	990	1.489	-33,5%
(+/-) Outras receitas(despesas)	0	38	-100,0%	67	(485)	n.m.
(+/-) Resultado financeiro (não recorrente)	1	(9)	-111,4%	(12)	(2)	590,9%
(+/-) Imposto de renda de outros itens de receita (despesas)	(21)	(2)	771,6%	(25)	(9)	n.m.
(+/-) Resultado de equivalência patrimonial	0	0	n.m.	0	19	n.m.
Lucro líquido ajustado, controladores	600	592	1,3%	1.020	1.012	0,8%
Margem líquida	2,5%	3,4%	-0,9 p.p.	2,4%	3,0%	-0,6 p.p.

Capital de Giro

Nosso capital de giro antes dos recebíveis encerrou o 2T22 com um recurso líquido de R\$ 1,9 bilhão (10 dias), impulsionado principalmente por melhores negociações com fornecedores e ganho de estoque em um dia, refletindo estratégias comerciais assertivas e, conseqüentemente, fortes vendas no trimestre.

As contas a receber totalizaram R\$ 2,3 bilhões ou 12 dias no 2T22, praticamente estável em relação ao 2T21, quando tomamos a decisão de aceitar outros cartões de crédito no Atacadão. Ao todo, o capital de giro totalizou R\$ 0,4 bilhão ou 2 dias.

Capital de Giro Líquido
R\$ 0,4 bi

	2T 22		1T 22		4T 21		3T 21		2T 21	
	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias
(+) Estoques	9.340	49	9.512	54	8.788	52	8.534	53	7.867	50
(-) Fornecedores (**)	(11.242)	(59)	(10.606)	(61)	(14.553)	(87)	(8.670)	(54)	(9.194)	(58)
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	(1.902)	(10)	(1.093)	(6)	(5.766)	(34)	(136)	(1)	(1.327)	(8)
(+) Contas a Receber (*)	2.326	12	2.853	16	951	6	2.503	15	1.659	11
(=) Capital de Giro incluindo recebíveis	424	2	1.760	10	(4.815)	(29)	2.367	15	332	2

(*) 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

Grupo BIG	2T 22	
	R\$ milhões	Dias
(+) Estoques	2.851	61
(-) Fornecedores (**)	(2.425)	(52)
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	426	9
(+) Contas a Receber (*)	531	11
(=) Capital de Giro incluindo recebíveis	957	21

Oportunidades importantes a serem capturadas no capital de giro do Grupo BIG

Nota: Os índices de capital de giro do Grupo BIG acima são calculados com base no Custo das Mercadorias Vendidas de junho/22.

Perfil da Dívida e Resultado Financeiro Líquido

Os empréstimos líquidos de derivativos para cobertura atingiram R\$ 13,7 bilhões em junho de 2022, R\$ 5,8 bilhões acima do mesmo período de 2021, explicados principalmente pela aquisição do Grupo BIG e pagamento integral em 6 de junho. O grupo captou empréstimos bancários no valor de R\$ 6,3 bilhões (R\$ 1,9 bilhão em setembro/21, R\$ 2,9 bilhões em janeiro/22 e R\$ 1,5 bilhão em maio/22), além de recursos de linhas de crédito rotativo firmadas com o Carrefour Finance de R\$ 3,8 bilhões (janeiro e maio/22). Isso foi parcialmente compensado pelo pagamento líquido de R\$ 5,3 bilhões realizado entre o 2T21 e o 2T22 referente ao vencimento da dívida.

Assim, a dívida líquida encerrou junho em R\$ 12,1 bilhões ou R\$ 17,0 bilhões incluindo aluguéis e recebíveis descontados, o que representou 2,7x EBITDA Ajustado LTM. Isso representa o pico do ano e mantemos nossa expectativa de fechar o ano em não mais que 2x.

Em R\$ milhões	Jun. 22	Jun. 21
Empréstimos	(13.701)	(7.892)
Caixa e equivalentes de caixa	3.657	1.902
Títulos e valores mobiliários – Banco Carrefour	657	363
(Dívida Líq.) Caixa Líquido	(9.387)	(5.627)
Recebíveis descontados	(2.718)	(1.050)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ recebíveis descontados)	(12.105)	(6.677)
Dívida com aluguéis (IFRS 16)	(4.939)	(1.936)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(17.044)	(8.613)
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados) / EBITDA Ajustado LTM</i>	- 1,95x	- 1,20x
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados e aluguéis) / EBITDA Ajustado LTM</i>	- 2,75x	- 1,55x

O custo líquido da dívida (inclui recebíveis descontados) totalizou R\$ 320 milhões no 2T22, R\$ 241 milhões maior a/a, explicado pelo aumento do nível de endividamento e também aumento das taxas de juros no Brasil. O resultado financeiro líquido atingiu -R\$ 400 milhões no 2T 22.

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Custo da dívida bancária, bruto	(350)	(73)	377,9%	(623)	(132)	371,1%
Juros de antecipação de cartões de crédito	(55)	(10)	432,0%	(70)	(17)	303,8%
Receita Financeira	85	5	1609,9%	144	10	1343,7%
Custo da dívida, Líquido (c/ recebíveis descontados)	(320)	(79)	307,4%	(549)	(140)	293,4%
Despesas com juros sobre aluguéis (IFRS 16)	(90)	(52)	73,2%	(151)	(103)	46,7%
Custo da dívida, Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(411)	(131)	214,0%	(701)	(243)	188,6%
Juros líquidos sobre provisões e depósitos judiciais	22	(24)	-190,5%	(14)	(47)	-70,9%
Variação cambial, ganhos e (perdas) líquida	(2)	10	-116,6%	17	4	n.m.
Outros	(10)	(15)	-35,3%	(33)	(21)	55,7%
Resultado financeiro líquido	(400)	(160)	149,3%	(730)	(307)	137,5%

Investimentos

O Capex Total foi de R\$ 658 milhões no 2T22 praticamente em linha com o 2T21, com a manutenção de um forte plano de expansão orgânica.

O aumento na manutenção a/a deveu-se principalmente à aceleração da expansão do Atacadão ao longo de 2021, além do aumento da inflação, que naturalmente impactou nossos custos. Incluindo o efeito do IFRS 16 (direito de uso de arrendamento) a adição de ativos fixos totais foi de R\$ 717 milhões. Também tivemos o pagamento de R\$ 4,4 bilhões em 6 de junho referente à aquisição do Grupo BIG.

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Expansão*	417	496	-16,0%	533	942	-43,5%
Manutenção	133	72	85,9%	228	104	119,3%
Reformas de Lojas	23	20	16,4%	30	40	-24,7%
TI e outros	85	72	17,9%	140	136	2,9%
Capex Total	658	659	-0,2%	931	1.222	-23,8%
Direito de uso de arrendamento	59	57	3,5%	227	168	35,1%
Total de adições de ativo fixo	717	716	0,1%	1.158	1.390	-16,7%
Atividades de M&A	4.393	-	n.m.	4.393	1.023	329,5%
Investimentos Totais Capex + M&A	5.110	716	613,5%	5.551	2.413	130,0%

*Inclui o montante relacionado à conversão das lojas Makro.

Fluxo de Caixa Livre

O Grupo Carrefour Brasil continuou aumentando consistentemente sua geração de caixa operacional ao longo de 12 meses, apresentando um aumento de 14,1% a/a na geração bruta para R\$ 6,1 bilhões. Incluindo o imposto de renda pago, o valor total aumentou 15,9% para R\$ 4,9 bilhões ao final de junho/22.

Considerando o efeito positivo do Capital de Giro, impulsionado por melhores condições negociadas, maiores volumes, monetização de créditos tributários e também a dinâmica observada em nossos serviços financeiros ao longo do período, o fluxo de caixa líquido das atividades operacionais atingiu R\$ 6,1 bilhões em LTM jun/22. Líquido dos investimentos realizados em nossa expansão (excluindo operações de M&A), o Fluxo de Caixa Livre totalizou R\$ 3,7 bilhões em LTM Jun/22 vs R\$ 123 no mesmo período encerrado em Jun/21.

Em R\$ milhões	LTM Junho 22	LTM Junho 21	Δ%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações	6.133	5.376	14,1%
Imposto de renda pago	-1.205	-1.125	7,1%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações, líquido de imposto de renda	4.928	4.251	15,9%
Variação nas exigências de capital de giro de mercadoria	-91	-1.326	-93,2%
<i>Variação em Contas a pagar</i>	<i>2.048</i>	<i>483</i>	<i>324,4%</i>
<i>Variação em Estoques</i>	<i>-1.473</i>	<i>-1.416</i>	<i>4,0%</i>
<i>Variação em Contas a receber</i>	<i>-666</i>	<i>-392</i>	<i>69,8%</i>
Variação nas exigências de capital de giro de mercadoria – Grupo Big (apenas jun/22)	18	n.a.	n.a.
Variação em Outros Ativos e Passivos Circulantes	471	-376	-225,3%
Variação no crédito ao consumidor, líquido concedido por empresa de serviços financeiros	832	-413	-301,5%
Variação do Capital de Giro	1.213	-2.115	-157,3%
Fluxo de Caixa das Operações	6.141	2.136	187,4%
Capex (excluindo direito de uso e aquisições do Makro e Grupo BIG)	-2.549	-2.148	18,7%
Variações em contas a pagar aos fornecedores de ativos fixos	96	130	-26,2%
Alienação de ativos fixos	8	5	52,8%
Fluxo de Caixa de Investimentos operacionais	-2.445	-2.013	21,5%
Fluxo de Caixa Livre (*)	3.696	123	2893,3%
Lease operacional (IFRS16)	-420	-354	18,6%
Custo da dívida	-357	-221	61,5%
Fluxo de Caixa Livre Acionista	2.919	-452	-746,0%

Rede de lojas

No 2T, inauguramos **6 novas lojas Cash & Carry** nos estados da Bahia, Pernambuco, São Paulo e Rio Grande do Norte. Com as bandeiras Carrefour abrimos **4 lojas de proximidade** no estado de São Paulo.

Atualmente operamos 1.190 lojas com área total de 3.371.337 m².

Número de lojas	Dez. 21	Aberturas	Fechamentos	Grupo BIG	Jun. 22
Atacadão	250	8		63	321
Atacado de entrega	33				33
Sam's Club					
Hipermercados	100			86	186
Supermercados	54			195	249
Lojas de conveniência	144	8	6		146
Drogarias	121				121
Postos de combustível	77			15	92
Grupo	779	16	6	401	1.190

Área de vendas (m ²)	Dez. 20	Jun. 22	Grupo BIG	Junho 22 c/ BIG	Δ (%)
Atacadão	1.348.527	1.381.555	253.252	1.634.807	21,2%
Sam's Club			246.871	246.871	n.a.
Hipermercados	700.179	700.179	444.701	1.144.880	63,5%
Supermercados	68.403	68.403	213.598	282.001	312,3%
Lojas de conveniência	23.736	23.109		23.109	-2,6%
Drogarias	7.811	7.811		7.811	0,0%
Postos de combustível	31.858	31.858		31.858	0,0%
Área de vendas total	2.180.514	2.212.915	1.158.422	3.371.337	54,6%

Informações da Videoconferência de Resultados

Streaming de Vídeo



[Inglês](#)



[Português](#)

27 de julho de 2022
(quarta-feira)

10h00 – Brasília

09h00 – Nova York

14h00 – Londres

15h00 – Paris

Relações com Investidores

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

Natália Lacava
Diretora de Relações com Investidores
Ludimila Aiello | Victor Bento
Especialistas de Relações com
Investidores

Telefone: +55 11 3779-8500
e-mail: ribrasil@carrefour.com
website: ri.grupocarrefourbrasil.com.br

Demonstração do Resultado Consolidada

<i>Em R\$ milhões</i>	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Vendas brutas	26.483	19.525	35,6%	47.238	37.654	25,5%
Vendas líquidas	24.006	17.663	35,9%	42.852	34.076	25,8%
Outras receitas	1273	1056	20,6%	2.442	1.955	24,9%
Receita operacional líquida	25.279	18.719	35,0%	45.294	36.030	25,7%
Custo das mercadorias, serviços e operações financeiras	(20.712)	(15.116)	37,0%	(37.004)	(29.182)	26,8%
Lucro bruto	4.567	3.603	26,8%	8.290	6.848	21,1%
Margem bruta	19,0%	20,4%	-1,4 p.p.	19,3%	20,1%	-0,8 p.p.
Despesas de VG&A	(2.869)	(2.241)	28,0%	(5.359)	(4.400)	21,8%
EBITDA Ajustado	1.710	1.373	24,5%	2.957	2.474	19,5%
Margem EBITDA ajustada	7,1%	7,8%	-0,7 p.p.	6,9%	7,3%	-0,4 p.p.
Depreciação e amortização	(384)	(290)	32,4%	(694)	(567)	22,4%
Resultado de equivalência patrimonial	-	(1)	-100,0%	(1)	(22)	-95,5%
Outras receitas (despesas)	-	(38)	-100,0%	(67)	485	-113,8%
EBIT	1.314	1.033	27,2%	2.169	2.344	-7,5%
Despesas financeiras líquidas	(400)	(160)	149,4%	(730)	(307)	137,5%
Resultado antes dos impostos e contribuição social	914	873	4,7%	1.439	2.037	-29,3%
Imposto de renda	(224)	(249)	-10,0%	(343)	(461)	-25,6%
Lucro líquido	690	624	10,6%	1.096	1.576	-30,4%
Lucro líquido, controladores	620	566	9,6%	990	1.489	-33,5%
Lucro líquido - Acionistas minoritários (NCI)	70	58	20,1%	106	88	20,1%

Balço Patrimonial Consolidado

Em R\$ Milhões	Jun. 22	Dez. 21
Ativos		
Caixa e equivalente de caixa	3.657	6.945
Títulos e valores mobiliários	304	47,00
Contas a receber	3.335	1.298
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	11.451	11.038
Estoques	12.191	8.788
Impostos a recuperar	1.884	1.294
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	100	30
Instrumentos financeiros derivativos	76	95
Despesas antecipadas - Grupo BIG	311	1.026
Outras contas a receber	524	277
Ativos mantidos para venda	323	0
Ativo Circulante	34.156	30.838
Contas a receber	18	9
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	562	485
Instrumentos financeiros derivativos	0	107
Títulos e valores mobiliários	353	450
Impostos a recuperar	4.494	2.812
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	109	107
Imposto de renda e contribuição social diferidos	928	633
Despesas antecipadas	69	48
Depósitos e bloqueios judiciais	3.235	2.570
Outras contas a receber	158	142
Estoques	300	300
Propriedade para investimentos	563	560
Investimentos	38	104
Imobilizado	28.965	17.417
Intangível e ágio	5.331	2.342
Ativo não Circulante	45.123	28.086
Ativo total	79.279	58.924

Balço Patrimonial Consolidado

<i>Em R\$ Milhões</i>	Jun. 22	Dez. 21
Passivo de arrendamento		
Fornecedores	14.381	15.449
Empréstimos	10.409	3.019
Instrumentos financeiros derivativos	424	85
Passivo de arrendamento	364	161
Operação com cartão de crédito	8.490	8.249
Impostos a recolher	494	372
Imposto de renda e contribuição social	65	267
Obrigações trabalhistas	1.246	825
Dividendos a pagar	3	65
Receita diferida	139	33
Fundo de investimento em direitos creditórios	351	0
Outras contas a pagar	622	551
Passivo Circulante	36.988	29.076
Empréstimos	2.442	3.973
Instrumentos financeiros derivativos		
Passivo de arrendamento	4.575	1.877
Operações com cartão de crédito	1.783	1.266
Imposto de renda e contribuição social diferidos	505	439
Provisões	10.713	3.290
Provisões (imposto de renda e contribuição social)	623	582
Receita diferida	73	18
Outras contas a pagar	4	7
Passivo não Circulante	20.867	11.452
Capital social	9.911	7.651
Reserva de capital	2.136	2.213
Reservas de lucros	7.184	4.343
Efeito líquido da aquisição de participação de minoritários	(282)	(282)
Resultado do Período	990	3.144
Ajuste de avaliação patrimonial	(3)	10
Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	19.936	17.079
Participação de não controladores	1.488	1.317
Total passivo e patrimônio líquido	79.279	58.924

Banco Carrefour

De acordo com os padrões contábeis locais (BACEN GAAP), a metodologia de provisionamento é puramente baseada no prazo dos recebíveis e maiores impactos no resultado estão diretamente associados a índices de inadimplência mais elevados.

Por outro lado, o IFRS9 implica a constituição de provisões não só para créditos vencidos, mas também causa impactos relevantes de acordo com as perdas esperadas associadas ao risco de crédito - mesmo para créditos com pagamentos em dia. Como esse cálculo se baseia em diversos indicadores e expectativas, ele resulta em maior volatilidade dos resultados, índices e necessidade de capital.

DRE simplificada

Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Receitas da intermediação financeira	1.072	885	21,1%	2.072	1.646	25,9%
Carga de risco	(655)	(294)	122,8%	(1.219)	(457)	166,7%
Lucro bruto	418	591	-29,3%	853	1.189	-28,3%
Despesas VG&A	(272)	(262)	3,8%	(569)	(533)	6,8%
EBITDA Ajustado	146	329	-55,6%	284	656	-56,7%
Lucro Líquido (100%)	69	189	-63,5%	127	352	-63,9%

IFRS 9

Em R\$ milhões	2T 22	2T 21	Δ%	1S 22	1S 21	Δ%
Receitas da intermediação financeira	1.057	881	20,0%	2.045	1.636	25,0%
Carga de risco	(513)	(375)	36,8%	(1.052)	(723)	45,5%
Lucro bruto	544	506	7,5%	993	913	8,8%
Despesas VG&A	(254)	(258)	-1,6%	(539)	(521)	3,5%
EBITDA Ajustado	290	248	16,9%	454	392	15,8%
Lucro Líquido (100%)	145	120	20,8%	220	184	19,6%

Análise da Carteira de Créditos Vencidos

Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	Junho 22		Março 22		Dezembro 21		Setembro 21		Junho 21	
Carteira Total	13.977	100,0%	13.391	100,0%	13.194	100,0%	12.131	100,0%	11.620	100,0%
Carteira em Dia	11.193	80,1%	10.773	80,4%	10.985	83,3%	10.256	84,5%	10.019	86,2%
Atraso 30 dias	2.427	17,4%	2.294	17,1%	1.936	14,7%	1.586	13,1%	1.361	11,7%
Atraso 90 dias	1.844	13,2%	1.642	12,3%	1.410	10,7%	1.160	9,6%	943	8,1%
Saldo de PDD	2.017	14,4%	1.768	13,2%	1.579	12,0%	1.377	11,4%	1.160	10,0%
PDD / Atraso 90 dias	109,4%		107,7%		112,0%		118,7%		123,0%	

IFRS 9

Em R\$ milhões	Junho 22		Março 22		Dezembro 21		Setembro 21		Junho 21	
Carteira Total	16.801	100,0%	15.868	100,0%	15.351	100,0%	14.375	100,0%	13.726	100,0%
Carteira em Dia	11.187	66,6%	10.763	67,8%	10.985	71,6%	10.253	71,3%	10.000	72,9%
Atraso 30 dias	5.234	31,1%	4.747	29,9%	4.077	26,6%	3.820	26,6%	3.467	25,3%
Atraso 90 dias	4.575	27,2%	4.014	25,3%	3.501	22,8%	3.350	23,3%	3.009	21,9%
Carteira até 360 dias										
Atraso 30 dias	2.510	17,8%	2.342	17,4%	1.999	15,1%	1.670	13,7%	1.455	12,4%
Atraso 90 dias	1.851	13,2%	1.609	12,0%	1.422	10,7%	1.201	9,8%	996	8,5%
Saldo de PDD	5.059	30,1%	4.604	29,0%	4.120	26,8%	4.038	28,1%	3.706	27,0%
PDD / Atraso 90 dias	110,6%		114,7%		117,7%		120,5%		123,2%	

Glossário

EBITDA

Consiste no “Lucro líquido do exercício” (ou período) ajustado pelo “Resultado financeiro líquido”, pelo “Imposto de renda e contribuição social”, pela “equivalência patrimonial” 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 do resultado financeiro e 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.