



FAZER PARTE DA SUA VIDA É TUDO PRA GENTE.

RESULTADOS 1T21

05 de maio de 2021

WEBCAST DE RESULTADOS

06 de maio de 2021 (quinta-feira)

Horário: 09h (Brasília) | 08h (Nova Iorque) | 13h (Londres)

[Webcast em português](#) | [Webcast em inglês](#) (tradução simultânea)

Lojas Quero-Quero S.A.

B3: LQQ3



DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T21

Cachoeirinha, 05 de maio de 2021. A Lojas Quero-Quero S.A. anuncia seus resultados referentes ao primeiro trimestre de 2021.

DESTAQUES

Informações Consolidadas (R\$ milhões)	% 1T21			% 1T21	
	1T21	1T20	vs 1T20	1T19	vs 1T19
Receita Bruta, Líquida de Devoluções e Abatimentos	539,8	388,0	39,1%	354,1	52,5%
Receita Operacional Líquida ¹	435,4	314,7	38,3%	315,2	38,1%
Lucro Bruto	174,8	126,4	38,3%	117,5	48,7%
Margem Bruta (%)	40,2%	40,2%	(0,0)p.p.	37,3%	2,9p.p.
Despesas Operacionais	(138,8)	(112,5)	(23,4%)	(94,2)	(47,3%)
EBITDA	54,2	28,1	92,6%	34,9	55,4%
Margem EBITDA (%)	12,4%	8,9%	3,5p.p.	11,1%	1,4p.p.
EBITDA Ajustado²	40,2	15,4	161,9%	24,0	67,2%
Margem EBITDA Ajustado (%)	9,2%	4,9%	4,4p.p.	7,6%	1,6p.p.
Lucro Líquido	11,6	(1,5)	N/A	(0,5)	N/A
Margem Líquida (%)	2,7%	(0,5%)	3,2p.p.	(0,2%)	2,8p.p.
Crescimento de Vendas Mesmas Lojas (SSS)	40,5%	(6,4%)	-	7,9%	-
ROIC Ajustado³	30,0%	23,3%	6,7p.p.	20,5%	9,5p.p.

(1) A receita operacional líquida é impactada negativamente pela alteração na legislação do ICMS-ST/RS (decreto nº 54.308/2018), a partir de março de 2019, que levou ao aumento do montante reconhecido na conta de Impostos Incidentes Sobre a Venda, e diminuição do Custo das Mercadorias Vendidas.

(2) O EBITDA Ajustado representa uma medição não contábil elaborada pela Companhia que corresponde ao EBITDA acrescido de itens não-recorrentes ou não-operacionais, e deduzido do impacto do IFRS16/CPC06 (R2) adotado em 2019, de modo a permitir a comparabilidade com os períodos anteriores.

(3) ROIC (Return On Invested Capital ou Retorno Sobre o Capital Investido) Ajustado representa uma medição não contábil elaborada pela Companhia. O ROIC Ajustado é uma divisão do Lucro Operacional Ajustado Depois de Impostos (Adjusted Net Operating Profit After Taxes, "NOPAT Ajustado") pela média do Capital Investido dos últimos quatro trimestres (Capital Investido – média dos últimos quatro trimestres).

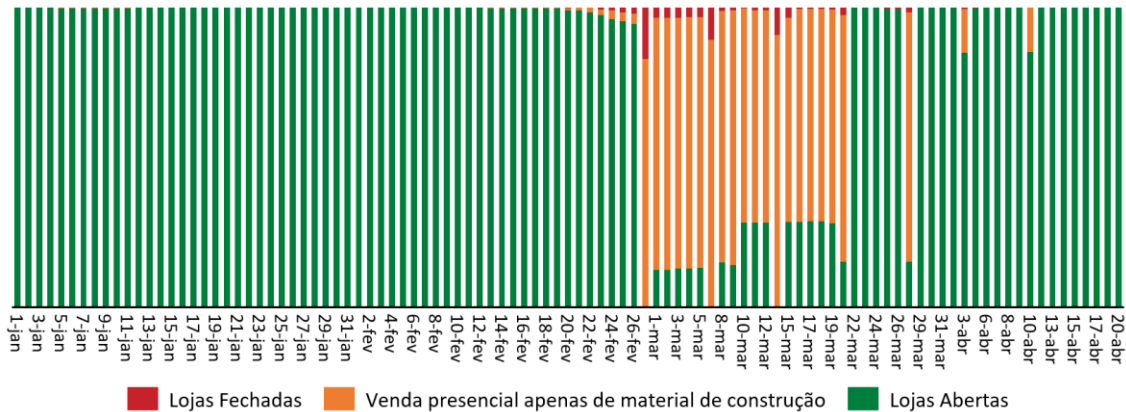
Considerando que o primeiro trimestre de 2020 foi negativamente impactado pelos efeitos da pandemia, os crescimentos em relação a este período ficam distorcidos pela base de comparação mais fraca. Para permitir uma comparação menos distorcida, adicionamos as informações do primeiro trimestre de 2019 e o cálculo do crescimento para o período de 2 anos nas tabelas deste release.

- **A Receita Bruta, Líquida de Devolução e Abatimentos cresceu 39,1% no trimestre (52,5% vs 1T19), totalizando R\$539,8 milhões, impulsionada por um crescimento de 51,3% da atividade de Varejo (55,8% vs 1T19).** Continuamos ganhando mercado, em mais um trimestre de forte crescimento, com as vendas mesmas lojas (*Same Stores Sales*) crescendo de 40,5% (vs uma queda de 6,4% no 1T20).
- **O Lucro Bruto avançou 38,3% no trimestre (48,7% vs. 1T19), com Margem Bruta de 40,2%, em linha com o 1T20 (+2,9p.p. vs 1T19).** Ganho de margem em venda de mercadorias e serviços prestados, embora a margem consolidada fique em linha com o mesmo trimestre do ano anterior devido à menor participação de serviços prestados na receita.
- **Despesas Operacionais totalizaram R\$138,8 milhões, crescimento de 23,4% no trimestre (47,3% vs 1T19).** Continuidade dos investimentos em expansão e projetos voltados ao crescimento da Companhia, mas mantendo o crescimento de despesas inferior ao crescimento de lucro bruto, resultando em alavancagem operacional.
- **EBITDA Ajustado de R\$40,2 milhões, crescimento de 161,9% no trimestre (67,2% vs 1T19).** EBITDA de R\$54,2 milhões, crescimento de 92,6% no trimestre (55,4% vs 1T19). Crescimento de receita com ganho de rentabilidade, chegando a uma Margem EBITDA Ajustado de 9,2%, aumento de 4,4p.p. em relação ao 1T20 (+1,6p.p. vs 1T19). E uma Margem EBITDA de 12,4%, com expansão de 3,5p.p. em relação ao 1T20 (+1,4p.p. vs 1T19)
- **Lucro Líquido de R\$11,6 milhões no trimestre, vs prejuízo de R\$1,5 milhões no 1T20 (prejuízo de R\$0,5 milhões no 1T19).** Expansão de 3,2p.p. de Margem Líquida (+2,8p.p. vs 1T19), chegando a 2,7%.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Períodos desafiadores, como o que estamos vivendo, nos fazem colocar em prática, diariamente, os valores da Companhia: do *Comprometimento* e do *Trabalho em Equipe* exercidos por nossos colaboradores e parceiros que trabalharam incansavelmente enfrentando, se adaptando, e encontrando soluções únicas aos mais variados desafios que surgiram desde o início da pandemia; ao *Foco nas Pessoas* que nos fez não só olhar para as “nossas” pessoas, mas também nos mobilizou a auxiliar as comunidades onde atuamos, estendendo a mão àqueles que mais precisavam em um momento tão difícil. E foi em meio a um período desafiador como este que chegamos a uma marca histórica: a inauguração de nossa loja de número 400. Tendo aberto 135 lojas nos últimos 3 anos, há não muito tempo estávamos comemorando a inauguração da loja de número 300 com festa, show, transmissão ao vivo direto da loja para o escritório – tudo o que aquela marca histórica merecia. A marca de 400 talvez merecesse ainda mais. Mas em uma época de comemorações adiadas, a nossa também foi. *Respeito* também é um dos nossos valores, e em respeito à dor vivida por nossas comunidades, não nos encontramos no direito de comemorar. O importante é que continuamos construindo relacionamentos com as comunidades onde atuamos, buscando oferecer uma solução completa de casa e construção para nossos clientes, sempre cultivando a alma do interior, que nos norteia em nosso crescimento, e que leva oportunidade e desenvolvimento para nossas pequenas e médias cidades. Após mais um trimestre desafiador, nos vemos ainda mais preparados para enfrentar e superar desafios, visualizando muitas oportunidades de crescimento.

O primeiro trimestre de 2021 trouxe a triste marca de um ano de pandemia de Covid-19 e os seus impactos na sociedade. Durante todo este período, nosso foco principal foi, e continua sendo, a preservação da saúde de nossos colaboradores e clientes, aliado à viabilidade operacional da companhia em um período de muitas incertezas pelo qual passamos. Conforme informamos ao longo do ano anterior, a nossa atuação foi centrada nos seguintes eixos: i) saúde e segurança de nossos colaboradores, clientes e parceiros; ii) preservação do caixa da companhia; iii) adequação do nível operacional; iv) comunicação e atendimento ao cliente; e v) posição conservadora em crédito e cobrança. Ao longo do primeiro trimestre, vimos a situação da pandemia se agravar nas regiões onde atuamos, piora essa que depois viria a se estender às demais regiões do país. A partir de 28 de fevereiro, decretos estaduais aumentaram as restrições de operação do comércio, permitindo a venda de forma presencial apenas para produtos essenciais (nos casos dos estados do Rio Grande do Sul e do Paraná) ou fechando o comércio aos finais de semana (no caso de Santa Catarina). A nossa atuação em setores considerados essenciais, como varejo de material de construção e correspondente bancário, mitigou os impactos negativos neste período desafiador, enquanto o uso de ferramentas digitais e vendas por telefone contribuíram para reduzir o impacto nas vendas de eletrodomésticos e móveis. Há um ano, ao nos depararmos com um cenário de extrema incerteza, adotamos medidas de preservação de caixa e assumimos uma postura bastante conservadora em relação à concessão de crédito. Desta vez, apesar de enfrentarmos uma situação de certa forma semelhante em termos de restrições, conseguíamos visualizar que se tratava de uma situação temporária e, portanto, não adotamos nenhuma medida extraordinária de preservação de caixa nem mudamos nossa atuação na concessão de crédito. Ao longo da segunda quinzena do mês de março, as restrições passaram a ser reduzidas gradualmente, chegando ao final do mês com apenas algumas restrições pontuais.



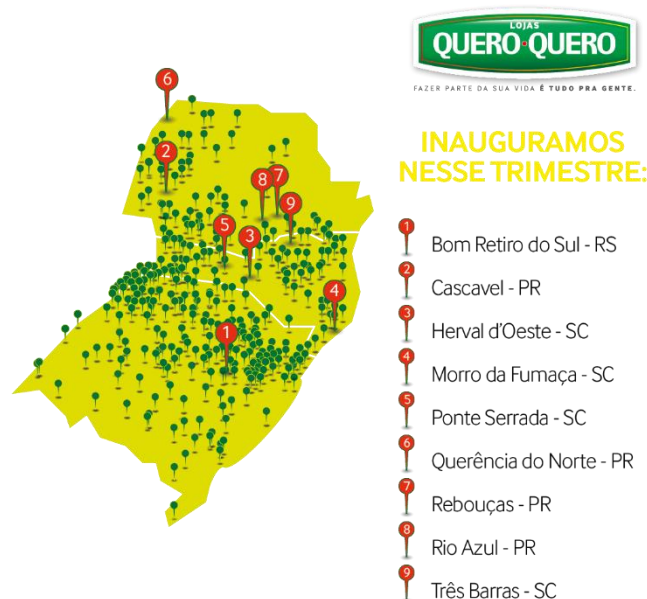
Status operacional das lojas: aumento de restrições a partir do final do mês de fevereiro

Em nossa missão, declaramos que *“nosso objetivo maior é proporcionar uma vida melhor aos nossos colaboradores, clientes e comunidades onde atuamos”*. E quando vemos o impacto que a pandemia trouxe às vidas das comunidades onde atuamos, sabemos que precisamos ir além das nossas ações do dia-a-dia para cumprirmos com a nossa missão: no segundo trimestre de 2020, lançamos a campanha **Desafio do Bem**, com o objetivo de doar cestas básicas para famílias que estavam em situação de necessidade, arrecadando, inicialmente, doações da Companhia, de seus colaboradores e da *Advent International* (acionista controlador), e em seguida contando também com a participação de clientes. Em 2021, com o agravamento da pandemia, sentimos novamente a necessidade de nos mobilizarmos para ajudar as nossas comunidades que enfrentavam um momento tão desafiador, e promovemos então a **Páscoa da Esperança**, que contou com doações da Companhia, de seus diretores, conselheiros e colaboradores, para novamente levar cestas básicas àqueles que mais precisavam. Como resultado destas ações, a Lojas Quero-Quero utilizou a sua capacidade operacional para doar e entregar cerca de 38 mil cestas básicas para as mais de 300 cidades onde atuava nos três estados da região Sul, contando com o apoio e experiência da rede de Bancos de Alimentos do Rio Grande do Sul, distribuindo assim mais de 500 toneladas de donativos.

A performance de vendas continuou superando as nossas expectativas. Iniciamos o ano de 2021 em um ritmo semelhante ao que observamos no último trimestre de 2020 nas três categorias – material de construção, eletrodomésticos e móveis. Em março, com o aumento das restrições, ainda conseguimos ter uma performance elevada em material de construção, em função de sua classificação como essencial, e encontramos mais obstáculos em eletrodomésticos e móveis, que foram parcialmente compensadas pelos esforços de vendas digitais e por telefone. Com um forte crescimento nos primeiros dois meses e um cenário mais desafiador em março, chegamos a um crescimento de 51,3% na receita de Varejo no 1T21, com 40,5% de crescimento mesmas lojas (*“Same Store Sales”*, SSS). Este alto crescimento é beneficiado por uma base mais fraca de comparação, devido ao período em que as lojas ficaram fechadas em março de 2020, que resultou em uma queda de 6,4% nas vendas mesmas lojas do 1T20. Para permitir uma comparação mais justa, adicionamos os dados do primeiro trimestre de 2019 em todas as tabelas deste release, e incluímos a informação do crescimento acumulado em 2 anos. Ainda assim, ao comparamos com o 1T19, chegamos a um crescimento de 55,8% na receita de Varejo, apesar das restrições enfrentadas no mês de março. Continuamos observando um mercado aquecido de varejo de material de construção, e ao compararmos com dados de mercado da Pesquisa Mensal do Comércio, do IBGE, ou com outros índices de vendas, verificamos que nossos crescimentos continuam sendo superiores, o que reforça nossa convicção de que estamos ganhando participação de mercado. Já o cenário mais desafiador de abastecimento de produtos e, conseqüentemente, maiores rupturas de

estoque, que vínhamos enfrentando nos últimos trimestres, se manteve no 1T21, e não vislumbramos uma melhora no curto prazo.

Com a inauguração de 9 novas lojas neste trimestre, chegamos a 404 lojas em 323 cidades: 234 lojas possuem mais de 5 anos de operação; 70 lojas entre 2 e 5 anos; e 100 lojas com até 2 anos de operação. Apesar das maiores restrições enfrentadas no trimestre, mantivemos o nosso plano de expansão para o ano inalterado. Neste trimestre, também realizamos melhorias em 19 lojas, reformando e/ou transformando para os modelos Mais Construção I, II e III. Desta maneira, pretendemos oferecer maior diversidade de produtos e um serviço mais completo para os consumidores, e consequentemente termos um relacionamento ainda mais duradouro com as comunidades, e obter ganhos adicionais de *market share*. Acreditamos no potencial do mercado de pequenas e médias cidades do interior, onde apenas nos três estados do Sul, existem aproximadamente 240 cidades em que ainda não atuamos, e que apresentam condições favoráveis para a abertura de pelo menos uma loja.



Mapa de lojas em 1T21: pontos verdes, lojas inauguradas até 2020; pontos vermelhos, lojas inauguradas no 1T21.

Nos últimos anos, temos refletido sobre estratégias para viabilizar o e-commerce no varejo de materiais de construção. O que observamos é que mesmo em economias mais desenvolvidas, após anos de investimento, os principais varejistas do setor ainda apresentam uma participação baixa de e-commerce em suas vendas. De certa forma, esta constatação mostra que o setor possui um menor risco de “disrupção”. Mas também acaba nos frustrando, pois nos retira a opção dessa avenida de crescimento, que poderia ser muito interessante, especialmente pelo fato de competirmos com muitos varejistas locais, que não teriam as mesmas condições de investimentos do que nós. Os motivos para a baixa adesão do cliente ao e-commerce no setor são vários, mas se destacam entre eles (i) a busca por uma venda assistida, com auxílio de um profissional que consiga explicar as diferenças entre cada tipo de produto, formas de instalação, necessidades de produtos complementares, e assim por diante; (ii) o custo alto e o longo prazo da entrega por se tratar de produtos que muitas vezes são pesados e de difícil transporte, o que é ainda pior para cidades pequenas e médias do interior; e (iii) a dificuldade de atendimento, troca ou devolução em caso de problema. O e-commerce, no entanto, traz uma grande vantagem para o consumidor: a variedade. O que também vem como benefício para o varejista: toda essa variedade fica concentrada no centro de distribuição, sem que haja a necessidade de distribuir para diversas lojas sem antes saber se alguém comprará esses produtos nesses locais. De certa forma, esta questão da variedade

pode ser endereçada nos grandes centros através lojas enormes repletas de produtos – os *home centers*. Com uma população grande o suficiente na cidade e arredores, o modelo se sustenta. Mas esta solução é inviável para as cidades pequenas e médias do interior. Nosso sonho é que um cliente de uma cidade pequena do interior possa ter acesso a todos os produtos que ele encontraria em um *home center* de uma grande cidade. Quando pensamos em todas as objeções que o cliente apresenta ao modelo de e-commerce para material de construção, que nos impede de oferecer essa variedade adicional através deste modelo, percebemos que a venda assistida, o conhecimento técnico do vendedor, é algo que já possuímos em nossas lojas; além disso, este vendedor já sabe e consegue vender produtos que não estão disponíveis na loja: uma loja do modelo tradicional, de 500m², por exemplo, consegue vender qualquer produto que faz parte do mix de uma loja Mais Construção Fase 3, de 1.200m², mesmo sem ter esses produtos no seu estoque, e este tipo de venda já bastante representativo em nossa operação; em relação ao custo e prazo de frete, possuímos uma robusta malha logística que já atende a menor das nossas lojas no mínimo duas vezes por semana; e para atender o cliente, trocar o produto ou receber uma devolução, possuímos a conveniência da loja física. Foi unindo estes benefícios da operação física, à vantagem da variedade e escala do digital que desenvolvemos o nosso modelo “Figital”, que abre uma nova avenida de crescimentos para os próximos anos e que, dada a sua importância, se torna um novo pilar operacional para a Companhia:



Pilares Operacionais: adição do novo pilar “Figital”

Durante o segundo semestre de 2020, iniciamos os testes do Figital, no projeto que chamamos de “Quero-Quero Muito Mais” para os clientes, chegando a adicionar 500 novos produtos aos nossos centros de distribuição, sem estoque físico em loja (1P), de categorias em que já atuávamos (ferramentas, linha branca, linha marrom, telefonia, entre outros) – o que nos permitiu apostar em produtos em que enxergávamos potencial de venda, sem correr o risco de distribuir estoque destes produtos para quase 400 lojas. A rápida adesão dos clientes e dos vendedores a esse modelo nos trouxe confiança para iniciarmos o desenvolvimento da segunda fase, o 1PL (ou 1PLar), que tem o objetivo de proporcionar aos nossos clientes de cidades pequenas e médias o acesso a produtos que eles só encontrariam em um *home center* de cidades grandes. Para isso, queremos adicionar um número relevante de produtos ao nosso mix, disponibilizando-os em um de nossos centros de distribuição, e permitindo que as nossas mais de 400 lojas possam vender estes produtos através de uma plataforma digital, e contando com todos os benefícios de nossa estrutura e operação física. Sabemos que este projeto, ainda em fase preliminar, é um investimento cujos retornos dependem não somente da nossa execução, mas também da adesão dos clientes a este novo modelo. Iniciamos o desenvolvimento do 1PL no primeiro trimestre de 2021, reforçando nossas equipes e desenvolvendo parcerias com novos e atuais fornecedores, e vamos continuar investindo ao longo do ano até que possamos iniciar a fase de testes.

Com 50 gerentes tendo sido formados no primeiro trimestre de 2021, 115 gerentes em formação e 415 colaboradores no programa de Despontes ao final do trimestre, seguimos investindo na capacitação de nossas equipes, que vivem no dia a dia nossos valores, e nos preparando ainda mais para expandirmos com qualidade.

Graças ao empenho e dedicação de nossos colaboradores, mesmo no contexto de um cenário muito adverso, mantivemos a trajetória de melhoria e crescimento contínuo dos últimos anos. Continuamos

investindo para buscar um crescimento sustentável, construir uma empresa cada vez melhor e impactar positivamente a sociedade.

Agradecemos a todos acionistas, colaboradores e suas famílias, comunidades em que atuamos, clientes e fornecedores pela confiança depositada nesta Companhia, durante estes 53 anos de história.



Em sentido horário: (i) Fachada filial de Quêrência do Norte – PR; (ii) Fachada filial de Cascavel - PR; (iii) Fachada da filial de Ponte Serrada - SC; (iv) Fachada da filial de Três Barras – SC; e (v) Fachada filial de Reboças - PR.

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO CONSOLIDADO

Demonstrações do Resultado Consolidado (R\$ milhões)	1T21	1T20	% 1T21 vs 1T20	1T19	% 1T21 vs 1T19
Receita Bruta Líquida de Devoluções	539,8	388,0	39,1%	354,1	52,5%
Impostos	(104,5)	(73,3)	(42,4%)	(38,9)	(168,4%)
Receita operacional líquida	435,4	314,7	38,3%	315,2	38,1%
Venda de mercadorias	314,4	204,5	53,7%	229,8	36,8%
Serviços prestados	121,0	110,2	9,8%	85,4	41,7%
Custos das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	(260,5)	(188,3)	(38,4%)	(197,6)	(31,8%)
Lucro bruto	174,8	126,4	38,3%	117,5	48,7%
Receitas (despesas) operacionais	(138,8)	(112,5)	(23,4%)	(94,2)	(47,3%)
Vendas	(94,9)	(77,8)	(22,0%)	(64,2)	(47,9%)
Administrativas e gerais	(40,9)	(32,5)	(25,9%)	(28,3)	(44,8%)
Outras despesas operacionais, líquidas	(2,9)	(2,2)	(33,8%)	(1,8)	(67,1%)
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro Líquido	36,1	13,9	159,4%	23,3	54,6%
Resultado Financeiro Líquido	(15,7)	(15,9)	1,1%	(21,3)	26,1%
Despesas financeiras	(18,6)	(18,6)	(0,0%)	(23,5)	20,9%
Receitas financeiras	2,9	2,7	6,7%	2,2	28,5%
Lucro antes do imposto de renda, e da contribuição social	20,4	(2,0)	N/A	2,1	880,2%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	(8,8)	0,4	N/A	(2,6)	(239,9%)
Lucro líquido do período	11,6	(1,5)	N/A	(0,5)	N/A

DESEMPENHO OPERACIONAL

Mesmo em um trimestre com aumento de restrições, as vendas mesmas lojas (SSS) continuaram a apresentar um forte desempenho, crescendo 40,5% no 1T21. O alto crescimento é beneficiado por uma base de comparação mais fraca, devido à interrupção nas operações de lojas ocorrida no ano anterior, que resultou em uma queda de 6,4% no SSS do 1T20, mas mesmo assim representa um crescimento de 31,6% vs 1T19.

A Companhia encerrou o trimestre com 404 lojas, tendo inaugurado 9 novas lojas durante o trimestre. Em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, a companhia obteve um crescimento de 14,4% na base de lojas, e um crescimento de 15,7% na área de vendas.

Informações Operacionais	1T21	1T20	% 1T21 vs 1T20	1T19	% 1T21 vs 1T19
Total de lojas	404	353	14,4%	305	32,5%
Rio Grande do Sul	281	269	4,5%	251	12,0%
Santa Catarina	63	49	28,6%	34	85,3%
Paraná	60	35	71,4%	20	200,0%
Área de vendas (000s m²)	271	234	15,7%	198	36,9%

Dentre as 404 lojas, 71 são do formato tradicional, 241 Mais Construção I, 83 Mais Construção II e 9 Mais Construção III.

DESEMPENHO FINANCEIRO

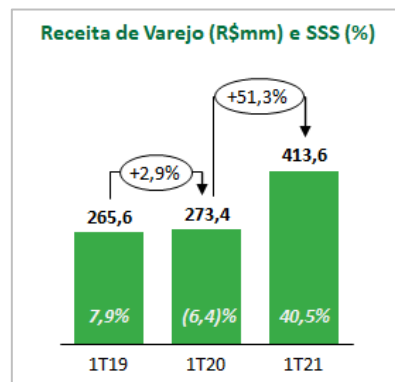
Receita Bruta, Líquida de Devoluções e Abatimentos (RBLD)

A RBLD totalizou R\$539,8 milhões no 1T21, vs R\$388,0 milhões no 1T20 (R\$354,1 milhões no 1T19), com crescimento de 39,1% no trimestre (52,5% vs. 1T19).

Atividades de Negócio (R\$ milhões)	1T21	1T20	% 1T21 vs 1T20	1T19	% 1T21 vs 1T19
Receita Bruta, Líquida de Devoluções e Abatimentos	539,8	388,0	39,1%	354,1	52,5%
Varejo	413,6	273,4	51,3%	265,6	55,8%
Serviços Financeiros	110,0	98,5	11,7%	74,0	48,8%
Cartão de Crédito	16,2	16,1	0,6%	14,6	11,2%

A atividade de negócio de Varejo cresceu 51,3% no trimestre, representando 76,6% das receitas da Companhia, resultado do crescimento de 40,5% da venda mesmas lojas (SSS) e do aumento decorrente da expansão com o amadurecimento das lojas abertas nos últimos 12 meses (14,4% e 32,5% de crescimento da base de lojas em relação ao 1T20 e 1T19, respectivamente), além de uma base de comparação mais fraca, devido à interrupção nas operações de lojas no 1T20.

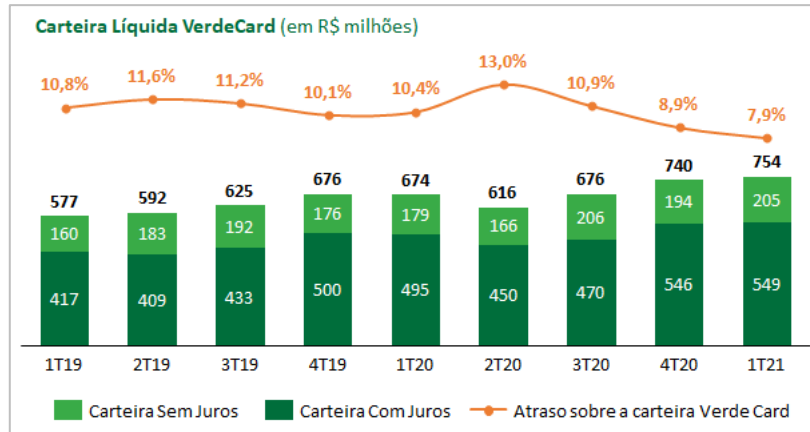
Continuamos observando um mercado aquecido de varejo de material de construção, que acreditamos ser beneficiado por diversos fatores, como: renda disponível dos consumidores, que reduziram seus gastos em atividades como entretenimento e passaram a investir mais em suas casas, e em menor grau foram beneficiados pelos auxílios governamentais; economias locais menos afetadas pela pandemia dado as dinâmicas específicas de pequenas e médias cidades aliadas a um bom desempenho do setor agropecuário, bastante relevante para essas economias; uma taxa de juros estruturalmente mais baixa, que em um primeiro momento favorece a indústria de construção e, em um segundo momento, quando estas obras são entregues, movimentam o varejo pela necessidade de acabamentos e mobília.



A RBLD de Serviços Financeiros totalizou R\$110,0 milhões no trimestre, com crescimento de 11,7% frente ao 1T20 e de 48,8% frente ao 1T19. A carteira líquida com juros (originada pelos cartões VerdeCard) ao final do período foi de R\$549,1 milhões, frente a R\$546,0 milhões no final do 4T20, representando assim uma retomada contínua do crescimento desde o 2T20. Em relação ao 1T20 e 1T19, quando a carteira era de R\$495,4 milhões e R\$417,2 milhões, houve crescimento de 10,9% e 31,6%, respectivamente. A carteira do 1T21 reflete o impacto do menor nível de vendas em março (em função das restrições mais duras no funcionamento das lojas), e do posicionamento mais conservador na concessão de crédito adotado no início da pandemia, e que passou a ser flexibilizado ao longo de 2020. O crescimento na receita de serviços financeiros foi complementado por uma melhor qualidade da carteira e, conseqüentemente, redução no custo de serviços prestados. O atraso sobre a Carteira VerdeCard¹ foi de 7,9% ao final do 1T21, o que

¹ Carteira bruta VerdeCard com juros (FIDC e Parcerias) e sem juros em atraso maior que 90 dias dividido pela carteira bruta VerdeCard com juros (FIDC e Parcerias) e sem juros até 360 dias, posições de final do mês.

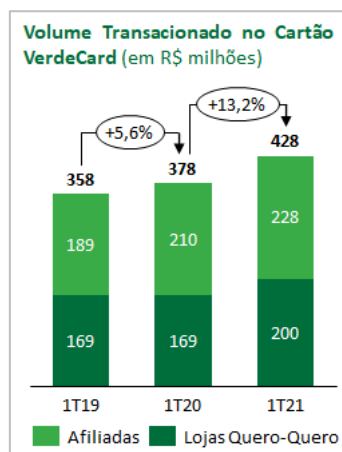
demonstra uma melhora frente ao 4T20, cujo indicador foi de 8,9%, ficando inclusive melhor que 1T20 e 1T19, onde o atraso foi, respectivamente, de 10,4% e 10,8%.



Este nível de inadimplência historicamente baixo é decorrente do nosso posicionamento conservador na concessão de crédito, do fortalecimento e aumento da eficiência na operação de cobrança, e também de uma situação econômica de nossos clientes, menos impactada pela pandemia do que havia sido previsto inicialmente. Com a retomada da concessão de crédito em níveis normalizados ao longo do segundo semestre de 2020, esperamos que o nível de atraso da carteira normalize no decorrer do ano.

A atividade de Cartão de Crédito apresentou crescimento de 0,6% de receita no 1T21 frente ao 1T20 (11,2% vs 1T19), representando assim 3,0% das receitas da Companhia. O volume transacionado com o cartão VerdeCard em nossas lojas voltou a ser impactado pelas restrições de operação durante março, mas mesmo assim apresentou crescimento de 18,5% frente ao 1T20 (18,4% vs 1T19), enquanto que o volume transacionado no cartão fora da loja, também impactado pelo aumento de restrições, cresceu 9,0% no trimestre (20,6% vs 1T19). O crescimento de vendas de Varejo foi superior ao crescimento do volume transacionado no cartão em nossas lojas, beneficiado pelo volume adicional de vendas na modalidade à vista, reflexo da estratégia comercial adotada ao longo da pandemia.

No dia 16 de março de 2021, a Verde Administradora de Cartões de Crédito recebeu a autorização para funcionar como instituição de pagamento, nas modalidades de emissor de instrumento de pagamento pós-pago e de credenciador, pelo Banco Central do Brasil.



Receita Operacional Líquida

A Receita Operacional Líquida totalizou R\$435,4 milhões no 1T21, vs R\$314,7 milhões no 1T20, com crescimento de 38,3% no trimestre.

Lucro Bruto

A Companhia encerrou o 1T21 com R\$174,8 milhões de Lucro Bruto, crescimento de 38,3% no trimestre (48,7% vs 1T19). Obtivemos ganho de margem no trimestre tanto em venda de mercadorias quanto em serviços prestados, porém a margem consolidada, de 40,2% no 1T21, ficou em linha com o mesmo trimestre do ano anterior (40,2% no 1T20) devido à menor participação de serviços prestados na receita. Já em comparação com o 1T19 (37,3%), a Margem Bruta apresentou expansão de 2,9p.p. Os ganhos de margem em venda de mercadorias são consequência de melhorias de precificação e menor atividade promocional (devido à alta demanda e ao cenário mais desafiador de abastecimento na cadeia de fornecimento), e a melhora na margem de serviços é reflexo da melhora da inadimplência da carteira de crédito e da redução do custo de captação da carteira.

Despesas Operacionais

No 1T21, as Despesas Operacionais totalizaram R\$138,8 milhões, com crescimento de 23,4% no trimestre (47,3% vs 2019).

Despesas Operacionais (R\$ milhões)	1T21	1T20	% 1T21 vs 1T20	1T19	% 1T21 vs 1T19
Despesas Operacionais	(138,8)	(112,5)	(23,4%)	(94,2)	(47,3%)
Despesas com vendas	(94,9)	(77,8)	(22,0%)	(64,2)	(47,9%)
Despesas Gerais e Administrativas	(40,9)	(32,5)	(25,9%)	(28,3)	(44,8%)
Outras Despesas Operacionais	(2,9)	(2,2)	(33,8%)	(1,8)	(67,1%)

Despesas com vendas: aumento de 22,0% no trimestre em relação ao mesmo período do ano anterior, sendo que o crescimento é atribuído ao aumento de vendas da Companhia e às despesas adicionais decorrentes da expansão orgânica.

Despesas Gerais e Administrativas: crescimento de 25,9% no trimestre em relação ao mesmo período do ano anterior, atribuído principalmente a investimentos em pessoal e gastos com despesas operacionais e administrativas para suportar a expansão orgânica da companhia.

Outras despesas operacionais, líquidas: despesa de R\$2,9 milhões no 1T21, devido principalmente à despesa de R\$2,6 milhão referente ao Plano de Opções de Compra de Ações.

Resultado Financeiro

No primeiro trimestre de 2021, o Resultado Financeiro Líquido totalizou uma despesa de R\$15,7 milhões, que representa uma redução de 1,1% frente ao 1T20.

Resultado Financeiro (R\$ milhões)	1T21	1T20	% 1T21 vs 1T20	1T19	% 1T21 vs 1T19
Resultado Financeiro Líquido	(15,7)	(15,9)	1,1%	(21,3)	26,1%
Despesas Financeiras	(18,6)	(18,6)	(0,0%)	(23,5)	20,9%
Receitas Financeiras	2,9	2,7	6,7%	2,2	28,5%

Lucro Líquido

Mesmo com o impacto das restrições operacionais mais restritivas das atividades em março, a Companhia registrou Lucro Líquido de R\$11,6 milhões no 1T21, vs um prejuízo de R\$1,5 milhões no 1T20 (prejuízo de R\$0,5 milhões no 1T19), resultado da ótima performance de vendas, expansão de margem e alavancagem operacional. A Margem Líquida do trimestre foi de 2,7%, apresentando expansão de 3,2p.p. em relação ao 1T20 (+2,8p.p. vs 1T19). O Lucro Líquido excluindo o efeito do Plano de Opção de Compra de Ações foi de R\$14,2 milhões.

EBITDA Ajustado

O EBITDA da totalizou R\$54,2 milhões no 1T21, com crescimento de 92,6% no trimestre (55,4% vs 1T19), enquanto o EBITDA Ajustado totalizou R\$40,2 milhões, com crescimento de 161,9% no trimestre (67,2% vs 1T19). A Margem EBITDA do 1T21 foi de 12,4%, apresentando expansão de 3,5p.p. no trimestre (+1,4p.p. vs 1T19). Já a Margem EBITDA Ajustado atingiu 9,2%, com ganho de 4,4p.p. no trimestre (+1,6p.p. vs 1T19). O alto crescimento de EBITDA é decorrente do forte ritmo de vendas, mesmo com as restrições enfrentadas a partir do final de fevereiro, aliado aos ganhos de rentabilidade e alavancagem operacional.

Reconciliação EBITDA e EBITDA Ajustado (R\$ milhões)	1T21	1T20	% 1T21 vs 1T20	1T19	% 1T21 vs 1T19
Lucro Líquido	11,6	(1,5)	N/A	(0,5)	N/A
(+) IR, CSLL	8,8	(0,4)	N/A	2,6	239,9%
(+) Resultado Financeiro Líquido	15,7	15,9	(1,1%)	21,3	(26,1%)
(+) Depreciação e Amortização	18,1	14,2	27,1%	11,5	56,9%
(=) EBITDA	54,2	28,1	92,6%	34,9	55,4%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>12,4%</i>	<i>8,9%</i>	<i>3,5p.p.</i>	<i>11,1%</i>	<i>1,4p.p.</i>
(+) Plano de Opção de Compra de Ações (SOP)	2,6	-	-	-	-
(-) Impacto da adoção do IFRS16/CPC06	(16,6)	(12,8)	(29,8%)	(10,8)	(53,4%)
(=) EBITDA Ajustado	40,2	15,4	161,9%	24,0	67,2%
<i>Margem EBITDA Ajustado</i>	<i>9,2%</i>	<i>4,9%</i>	<i>4,4p.p.</i>	<i>7,6%</i>	<i>1,6p.p.</i>

O EBITDA Ajustado representa uma medição não contábil elaborada pela Companhia que corresponde ao EBITDA deduzido do Impacto do IFRS16/CPC06 (R2) (Pronunciamento Técnico CPC 06 (R2) – Arrendamentos) adotado em 2019, de modo a permitir a comparabilidade com os períodos anteriores. Os dados “Pró-forma” não são auditados.

Dívida Líquida Ajustada

Em 31 de março de 2021, a Dívida Líquida Ajustada da Companhia foi de R\$97,0 milhões, e a relação entre a Dívida Líquida Ajustada e o EBITDA Ajustado dos últimos doze meses foi de 0,5x.

Entre o primeiro e segundo trimestre de 2020 fizemos captações adicionais para aumentar o caixa disponível, como estratégia para enfrentar a incerteza do período inicial da pandemia. Durante o terceiro trimestre de 2020, realizamos a oferta primária de ações, que resultou em uma injeção de caixa de R\$264,6 milhões para a Companhia.

No 1T21 houve consumo de caixa operacional devido (i) à sazonalidade de estoque e fornecedores, que historicamente acaba por consumir mais caixa durante o primeiro semestre, e gera mais caixa no segundo semestre, e (ii) ao início da utilização dos recursos do IPO principalmente para capital de giro, de modo a postergar a emissão de novas quotas seniores do FIDC para os próximos trimestres.

Dívida Líquida e Dívida Líquida Ajustada (R\$ milhões)	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20	1T19
Empréstimos e Financiamentos	319,9	375,7	402,9	416,2	393,3	251,7
Circulante	139,3	167,9	167,8	156,4	121,1	118,8
Não Circulante	180,6	207,8	235,0	259,8	272,2	132,9
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	(286,4)	(507,0)	(629,7)	(295,4)	(190,7)	(91,7)
Caixa e equivalentes de caixa	(254,4)	(475,4)	(598,0)	(263,9)	(173,3)	(79,0)
Aplicações Financeiras	(31,9)	(31,5)	(31,7)	(31,5)	(17,4)	(12,7)
Dívida Líquida	33,5	(131,2)	(226,8)	120,8	202,6	160,0
(+) Caixa e Aplicações Financeiras FIDC	63,5	40,2	67,6	64,0	41,4	37,5
Caixa e equivalentes de caixa FIDC	37,3	14,1	41,6	38,0	29,3	27,8
Aplicações Financeiras FIDC	26,3	26,1	26,0	26,1	12,2	9,7
Dívida Líquida Ajustada	97,0	(91,0)	(159,2)	184,9	244,0	197,5
<i>Dívida Líquida Ajustada/EBITDA Ajustado UDM</i>	<i>0,5</i>	<i>(0,6)</i>	<i>(1,1)</i>	<i>1,5</i>	<i>2,1</i>	<i>2,0</i>

Investimentos

No 1T21, os investimentos da Companhia totalizaram R\$15,1 milhões, incluindo aberturas de lojas, reformas, implementação de projetos, investimentos em logística e TI. Neste trimestre, foram abertas 9 novas lojas, comparado a 8 lojas no 1T20 e 9 lojas no 1T19, seguindo o nosso planejamento. Também concluímos a transformação de 14 lojas existentes, que foram transformadas para os modelos Mais Construção I, II e III. Adicionalmente, durante o trimestre foi realizado o investimento no valor de R\$2,5 milhões no novo Centro de Distribuição de Sapiiranga – RS.

Investimentos (R\$ milhões)	1T21	1T20	% 1T21	1T19	% 1T21
			vs 1T20		vs 1T19
Novas lojas	3,3	2,7	23,5%	2,7	24,6%
Reformas e Projetos em Lojas	3,4	3,6	(5,4%)	2,3	45,6%
Logística, TI e Outros	8,5	7,3	15,8%	4,9	71,1%
Total Investimentos	15,1	13,5	11,8%	9,9	52,7%

ROIC Ajustado

Ao final do 1T21, o ROIC Ajustado dos últimos doze meses da Companhia foi de 30,0%, 6,7p.p. e 9,5p.p. acima do verificado ao final do 1T20 e 1T19, respectivamente, principalmente devido ao aumento do resultado operacional no exercício acima do crescimento verificado no capital investido.

Retorno sobre Capital Investido (R\$ milhões)	1T21	1T20	1T19	% 1T21	% 1T21
				vs 1T20	vs 1T19
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro Líquido (UDM)	175,7	104,6	81,3	68,1%	116,2%
(+) Plano de Opção de Compra de Ações (SOP)	5,3	-	-	-	-
(+) Itens não-recorrentes (UDM)	2,3	9,0	7,6	(73,9%)	(69,0%)
(+/-) Efeito de IRPJ/CSLL (UDM)	(62,3)	(38,6)	(30,2)	(61,5%)	(106,4%)
Alíquota de IR/CSLL	34,0%	34,0%	34,0%	-	-
(=) NOPAT Ajustado (UDM)	121,0	74,9	58,6	61,5%	106,4%
(+) Patrimônio Líquido (média últimos 4 trimestres)	395,8	142,0	130,3	178,7%	203,7%
(+) Dívida Líquida Ajustada (média últimos 4 trimestres)	7,9	179,7	156,4	(95,6%)	(94,9%)
Capital Investido Total média UDM	403,7	321,7	286,7	25,5%	40,8%
ROIC Ajustado	30,0%	23,3%	20,5%	6,7p.p	9,5p.p

No acumulado dos últimos doze meses encerrados no 1T21, os seguintes itens não-recorrentes foram excluídos do NOPAT Ajustado: (i) o impacto positivo do reconhecimento de R\$8,5 milhões referentes ao êxito em ação judicial de exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da Cofins (valor principal, líquido de honorários advocatícios), e o impacto negativo (ii) da constituição de provisão relacionada à ação judicial referente à contribuição social sobre terço de férias, no montante de R\$10,9 milhões.

SOBRE A QUERO-QUERO

Companhia fundada em 1967, na cidade de Santo Cristo, interior do Rio Grande do Sul.

A Lojas Quero-Quero é a maior varejista especializada em materiais de construção do Brasil em número de lojas, totalizando mais de 400 lojas no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. A Companhia oferece aos seus clientes uma solução completa em materiais de construção, complementada por eletrodomésticos e móveis. Além disso, oferece serviços financeiros através do cartão de crédito de bandeira própria “VerdeCard”.

Anexo - Balanço Patrimonial Consolidado

Balanço Patrimonial Consolidado (R\$ milhões)	1T21	1T20	% 1T21 vs 1T20	1T19	% 1T21 vs 1T19
Ativo	2.067,5	1.621,8	27,5%	1.242,8	66,4%
Circulante	1.424,3	1.085,7	31,2%	822,1	73,3%
Caixa e equivalentes de caixa	254,4	173,3	46,8%	79,0	222,2%
Aplicações financeiras	31,9	17,4	83,2%	12,7	151,2%
Contas a receber de clientes	672,7	552,4	21,8%	466,2	44,3%
Estoques	320,5	233,9	37,0%	205,5	55,9%
Impostos a recuperar	83,2	57,6	44,5%	26,6	212,4%
Despesas antecipadas	2,5	9,0	(72,0%)	7,1	(64,3%)
Outros créditos	59,1	42,1	40,3%	24,9	136,8%
Não circulante	643,1	536,1	20,0%	420,8	52,9%
Contas a receber de clientes - LP	18,9	15,5	22,0%	13,1	44,1%
Partes relacionadas - Outras contas a receber	-	11,5	(100,0%)	10,7	(100,0%)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	135,7	143,3	(5,3%)	143,2	(5,2%)
Depósitos judiciais	13,6	14,3	(5,4%)	15,3	(11,4%)
Despesas Antecipadas NC	0,0	0,0	44,4%	-	-
Outros créditos - NC	0,2	0,2	5,0%	0,4	(45,4%)
Imobilizado	430,1	312,0	37,9%	206,1	108,7%
Intangível	44,7	39,3	13,7%	32,0	39,6%
Passivo e Patrimônio Líquido	2.067,5	1.621,8	27,5%	1.242,8	66,4%
Circulante	842,5	662,9	27,1%	535,8	57,2%
Fornecedores	256,9	183,4	40,1%	161,7	58,9%
Fornecedores conveniados	-	39,1	(100,0%)	-	-
Empréstimos e financiamentos	139,3	121,1	15,1%	118,8	17,3%
Quotas seniores FIDC Verdecard CP	89,4	71,2	25,6%	39,7	125,2%
Passivos de Arrendamento - CP	48,0	39,0	23,0%	32,5	47,6%
Obrigações com conveniadas	113,4	97,6	16,2%	91,8	23,5%
Impostos e contribuições a recolher	30,8	9,7	216,8%	9,0	243,4%
Salários e férias a pagar	58,7	50,6	16,1%	39,7	48,0%
Receita diferida - CP	1,1	1,6	(33,3%)	2,1	(48,5%)
Dividendos a pagar	15,1	5,1	197,6%	-	-
Obrigações por repasse	11,5	8,3	38,6%	12,3	(6,8%)
Outras obrigações	78,3	36,4	115,5%	28,3	176,7%
Não circulante	731,6	814,8	(10,2%)	575,8	27,0%
Empréstimos e financiamentos - NC	180,6	272,2	(33,7%)	132,9	35,9%
Quotas seniores FIDC Verdecard LP	189,1	278,3	(32,1%)	250,6	(24,6%)
Contas a pagar por aquisição de investimento - LP	48,0	47,0	2,2%	47,1	2,0%
Receita diferida - LP	0,2	1,1	(77,9%)	2,9	(92,0%)
Passivos de Arrendamento - LP	283,9	204,2	39,0%	130,1	118,2%
Provisão para riscos tributários, trabalhistas e cíveis	29,8	12,0	147,8%	12,2	144,0%
Patrimônio líquido	493,4	144,1	242,3%	131,1	276,2%
Capital social	450,6	139,8	222,2%	139,8	222,2%
Reserva de capital	(23,9)	2,5	N/A	93,0	(125,7%)
Reserva Legal	3,8	0,4	802,1%	-	-
Reserva de Incentivos Fiscais	6,9	2,9	135,6%	-	-
Reserva de Lucros	44,4	-	-	-	-
Lucros (Prejuízos) Acumulados	11,6	(1,5)	N/A	(101,7)	111,4%

Anexo – Fluxo de Caixa Consolidado

Demonstração dos Fluxos de Caixa Consolidado - Método indireto (R\$ milhares)	1T21	1T20	1T19
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais			
Lucro do exercício	11.612	(1.538)	(500)
Ajustes para conciliar o lucro do exercício com o caixa e equivalentes de caixa aplicados nas atividades operacionais:			
Depreciação e amortização	18.075	14.216	11.519
Reversão créditos fiscais depreciação e amortização	743	587	462
Créditos fiscais passivo de arrendamento	272	158	162
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	19	22.433	18.117
Ganho na venda e/ou custo de ativo imobilizado e intangível baixados	-	-	1
Encargos financeiros sobre contas a pagar por aquisição de investimento	231	472	713
Encargos financeiros sobre empréstimos e financiamentos	4.538	4.856	4.705
Encargos financeiros passivo de arrendamentos	6.212	3.746	3.580
Plano de opção de compra de ações	2.637	-	-
Provisão para riscos tributários, trabalhistas e cíveis	357	1.414	2.397
Provisão para perdas em estoques	374	(1.166)	62
Apropriação receita diferida	(398)	(398)	(876)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	4.856	(2.022)	173
Lucro Ajustado	49.528	42.758	40.515
(Aumento) redução nos ativos operacionais:			
Contas a receber de clientes e partes relacionadas	(27.117)	(3.173)	(21.904)
Estoques	(1.920)	(8.400)	8.661
Créditos diversos	(13.976)	(19.819)	(12.798)
Aumento (redução) nos passivos operacionais:			
Fornecedores	(114.785)	(93.077)	(85.715)
Quotas seniores FIDC Verdecard	(17.766)	(9.877)	699
Obrigações com conveniadas	(7.285)	(8.335)	(10.016)
Impostos e contribuições a recolher	18.284	(1.800)	(2.541)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(5.056)	(1.578)	(334)
Outras obrigações e contas a pagar	(9.137)	(2.698)	8.946
Caixa líquido gerado das (aplicado nas) atividades operacionais	(129.230)	(105.999)	(74.487)
Fluxo de caixa das atividades de investimento			
Aplicações financeiras	(392)	12.605	18.691
Aquisição de imobilizado	(9.617)	(10.257)	(5.202)
Recebimento pela venda de imobilizado e intangível	-	-	(0)
Adições ao intangível	(3.252)	(1.754)	(3.130)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(13.261)	594	10.359
Fluxo de caixa das atividades de financiamento			
Integralização de capital	(200)	-	-
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	-	-	-
Captação de financiamentos - terceiros	-	59.959	29.723
Pagamento de juros sobre financiamentos e mútuos	(3.467)	(3.331)	(6.227)
Pagamento do valor principal de financiamentos	(56.918)	(4.388)	(18.626)
Pagamento de passivo de arrendamentos	(11.706)	(10.068)	(8.128)
Pagamento de juros de passivo de arrendamentos	(6.212)	(3.746)	(3.580)
Caixa líquido gerado das (aplicado nas) atividades de financiamento	(78.503)	38.426	(6.838)
Aumento líquido do saldo de caixa e equivalentes de caixa	(220.994)	(66.979)	(70.966)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	475.437	240.251	149.933
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	254.443	173.272	78.967