

RESULTADOS

4º TRIMESTRE DE 2020

24 de Fevereiro de 2021



Resultados

Jorge Faíçal

Diretor-Presidente do GPA

Guillaume Gras

Diretor Vice-Presidente de Finanças do GPA





GPA Consolidado



GPA Brasil (Multivarejo)



Grupo Éxito

Somos o maior varejista de alimentos da América do Sul

Receita bruta: R\$ 55,7 Bilhões
+12,7% pro forma

EBITDA de R\$ 3,9 Bilhões
margem de 7,8%

Venda online: +R\$ 3,3 Bi
(líder na Am. Latina)



PORTFÓLIO

1.502 lojas

Marcas líderes no Brasil, Colômbia, Uruguai e Argentina

Equilíbrio entre os formatos e modelos mais aderentes à demanda do consumidor



MARCAS EXCLUSIVAS

Atratividade em **qualidade e preço** para o cliente e efeito positivo em rentabilidade, **com elevada penetração no Brasil e na Colômbia**

PLATAFORMA DIGITAL



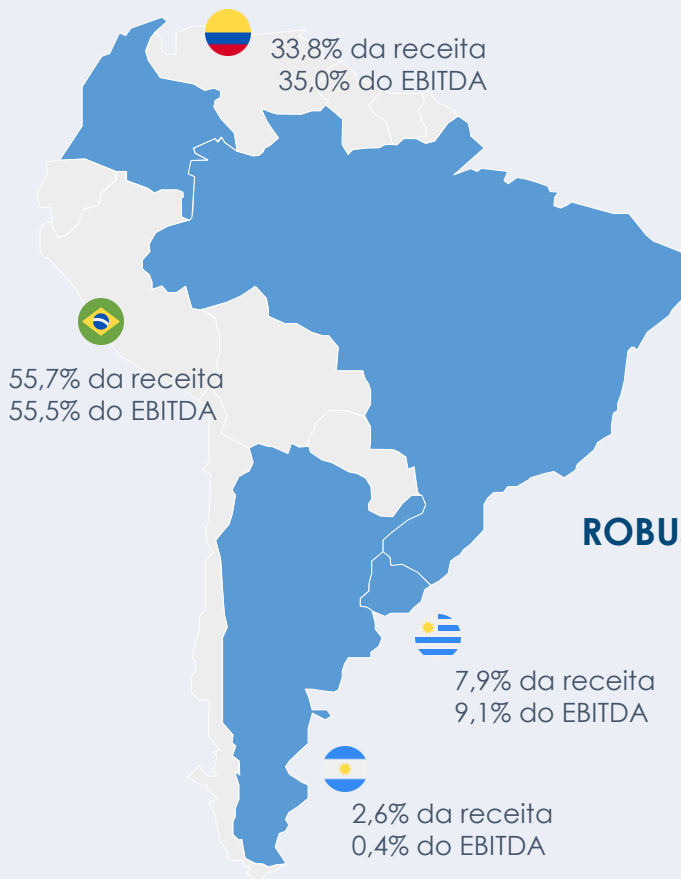
R\$ 3,3 bilhões em vendas, com evolução em todos os países

Líder no e-commerce alimentar no Brasil e na Colômbia

ROBUSTA BASE DE DADOS DE CLIENTES



Recorrência através dos **Programas de fidelidade** e **Coalização Stix e Pontos Colômbia**

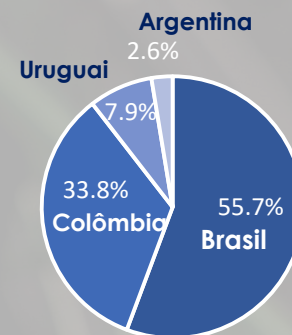


RESULTADO CONSOLIDADO

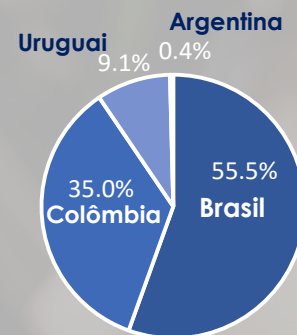
Crescimento operacional robusto e evolução da rentabilidade

Excluindo elementos excepcionais	Consolidado ⁽¹⁾					
(R\$ milhões)	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
Receita Bruta	15.417	10.185	51,4%	55.732	31.165	78,8%
Receita Líquida	13.936	9.327	49,4%	50.419	28.838	74,8%
Lucro Bruto	3.725	2.324	60,3%	12.915	7.613	69,6%
Margem Bruta	26,7%	24,9%	1,8 p.p.	25,6%	26,4%	-0,8 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.498)	(1.686)	48,2%	(9.326)	(5.698)	63,7%
% da Receita Líquida	17,9%	18,1%	-0,2 p.p.	18,5%	19,8%	-1,3 p.p.
EBITDA ajustado ⁽²⁾⁽³⁾	1.314	688	91,1%	3.920	2.040	92,1%
Margem EBITDA ajustada ⁽²⁾⁽³⁾	9,4%	7,4%	2,0 p.p.	7,8%	7,1%	0,7 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(296)	(267)	10,8%	(1.264)	(871)	45,1%
% da Receita Líquida	-2,1%	-2,9%	0,8 p.p.	-2,5%	-3,0%	0,5 p.p.
Lucro dos Acionistas Controladores - Consolidado	656	94	600,3%	1.237	792	56,1%
Margem Líquida - Controladores - Consolidado	4,7%	1,0%	3,7 p.p.	2,5%	2,7%	-0,2 p.p.
Lucro Líquido - Controladores - op. em continuidade	374	(86)	n.d.	151	(285)	n.d.
Margem Líquida - Controladores - op. em continuidade	2,7%	-0,9%	3,6 p.p.	0,3%	-1,0%	1,3 p.p.

% Receita



% EBITDA



RECEITA BRUTA:

- **4T20: R\$ 15,4 bilhões**, forte crescimento de 51,4% e 12,9% proforma, Aceleração SSS para 9,7%
- **2020: Evolução de 78,8% e 12,7% proforma, ultrapassando R\$ 55,7 bilhões**

EBITDA AJUSTADO:

- **4T20: R\$ 1,3 bilhões e margem de 9,4%:** forte evolução de margem no GPA Brasil para 9,0% e sólido patamar no Grupo Éxito de 10,6%
- **2020: R\$ 3,9 bilhões e margem de 7,8%:** crescimento em todas as operações

LUCRO LÍQUIDO:

- **4T20: R\$ 656 milhões**, sendo R\$ 374 milhões das operações em continuidade
- **2020: R\$ 1,2 bilhão**, sendo R\$ 151 milhões das operações em continuidade

Os resultados acima não incluem os elementos excepcionais registrados no 4T20, que impactaram o lucro líquido em R\$ 941 milhões.

(1) Resultado consolidado das operações do Grupo em todos os países de atuação. (2) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização.

(3) Ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais

SÓLIDA POSIÇÃO FINANCEIRA

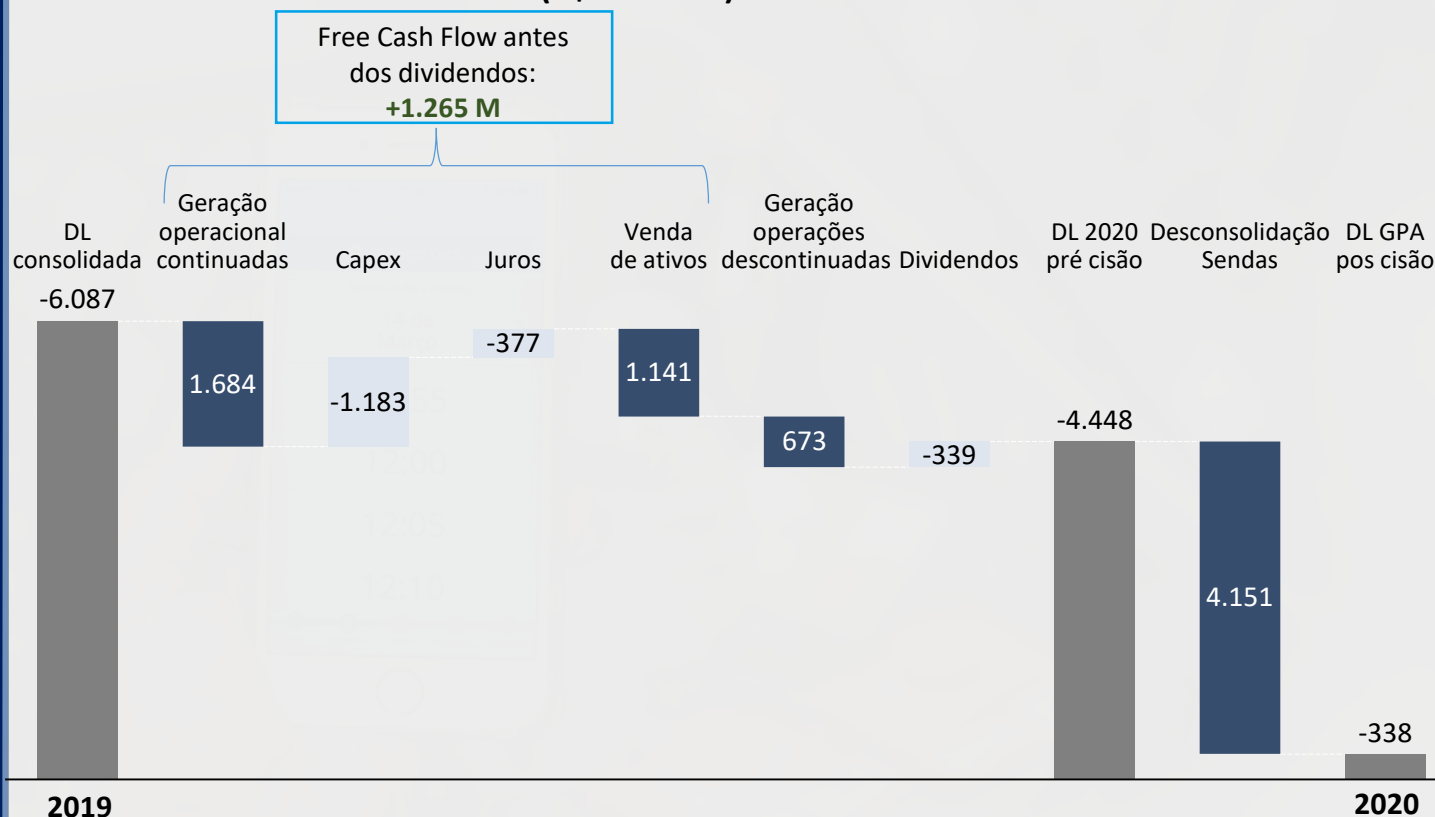
- Forte posição de caixa Dez/20: R\$ 8,7 bilhões, adição de R\$ 757 milhões quando comparado a Dez/19

BAIXO PATAMAR DE ALAVANCAGEM

- Relação dívida líquida/EBITDA⁽¹⁾ de -0,1x ao final do ano;
- Manutenção do patamar de Capex para os próximos anos, sustentado pela geração de caixa operacional.

Baixo patamar de alavancagem: Dívida Líquida/EBITDA⁽¹⁾ de -0,1x em 2020

Evolução da Dívida Líquida – visão gerencial (R\$ Milhões)



⁽¹⁾ EBITDA Ajustado pré-IFRS 16, acumulado dos últimos 12 meses.

A Companhia não considera os passivos de arrendamento relacionados ao IFRS 16 no cálculo da dívida.



GPA Consolidado



GPA Brasil (Multivarejo)

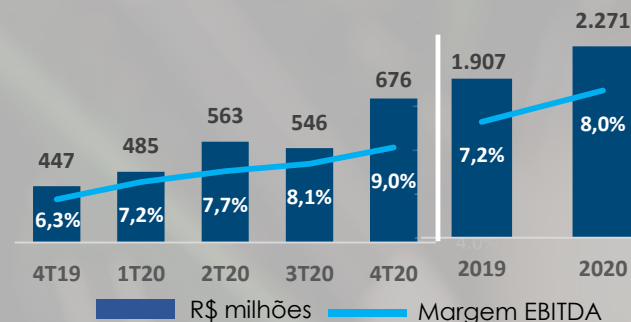


Grupo Éxito

4T20: Melhor patamar de margem EBITDA ajustada dos últimos anos

	GPA Brasil (Multivarejo) ⁽¹⁾					
(R\$ milhões)	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
Receita Bruta	8.255	7.746	6,6%	31.004	28.723	7,9%
Receita Líquida	7.544	7.145	5,6%	28.336	26.654	6,3%
Lucro Bruto	2.046	1.716	19,3%	7.385	7.006	5,4%
Margem Bruta	27,1%	24,0%	3,1 p.p.	26,1%	26,3%	-0,2 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(1.428)	(1.333)	7,2%	(5.358)	(5.324)	0,6%
% da Receita Líquida	18,9%	18,7%	0,2 p.p.	18,9%	20,0%	-1,1 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾⁽³⁾	676	447	51,3%	2.271	1.907	19,0%
Margem EBITDA Ajustada ⁽²⁾⁽³⁾	9,0%	6,3%	2,7 p.p.	8,0%	7,2%	0,8 p.p.

Evolução contínua da rentabilidade: EBITDA Ajustado



LUCRO BRUTO:

- **4T20:** Evolução de 19,3% e aumento de 3,1 p.p. de margem bruta, resultado do melhor nível de quebra, ativações comerciais clusterizadas e menor impacto de reforma de lojas vs 4T19
- **2020:** crescimento de 5,4% e margem de 26,1%

SG&A:

- **4T20:** menor diluição vs 4T19 em função da atualização de contingências trabalhistas, desenvolvimento do Marketplace GPA e remodelações de lojas
- **2020:** redução de 1,1 p.p. como % da receita decorrente do contínuo controle de despesas e melhoria da produtividade operacional

EBITDA AJUSTADO:

- **4T20:** expressivo aumento de 51,3%, com mais um trimestre de evolução da margem para 9,0% (+2,7 p.p.)
- **2020:** incremento de R\$ 364 milhões e evolução de margem para 8,0% (+0,8 p.p.), capturando os efeitos da evolução contínua ao longo do ano.

⁽¹⁾Resultado do GPA Brasil não inclui outros negócios (Stix fidelidade, James e Cheftime). ⁽²⁾Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização. ⁽³⁾Ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais. Obs: Os valores acima não consideram elementos excepcionais registrados no 4T20, conforme descrição no release de resultado.

Forte desempenho de vendas impulsionado pelo portfólio remodelado e crescimento do e-commerce



Maior equilíbrio entre os formatos



Pão de Açúcar

26% das vendas (*)

- o 46 lojas do modelo G7 apresentaram aumento de +9% de vendas no 4T20;
- o Venda online já representa 12% da venda de alimentos na bandeira;
- o Processo de rollout das iniciativas de sucesso da G7 para as demais lojas
- o Plano de expansão orgânica em fase de conclusão



Proximidade

6% das vendas (*)

- o +33,5% de vendas 'mesmas lojas' no 4T20;
- o 10 trimestres consecutivos de crescimento duplo dígito: sucesso das dinâmicas sazonais nos formatos Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra
- o Mais de 1.000 parceiros no programa Aliados



Mercado Extra e Compre Bem

17% das vendas (*)

- o 33 conversões no 4T20, totalizando 169 lojas (141 Mercado Extra e 28 Compre Bem), restando apenas 6 lojas para conversão;
- o +11,8% de crescimento em Mercado Extra no 4T20
- o +31,6% de crescimento em Compre Bem no 4T20



Extra Hiper

43% das vendas (*)

- o Aceleração de vendas 'mesmas lojas' para 10,3% no 4T20;
- o 23 lojas reposicionadas para o novo conceito, fortalecendo a proposta de valor do formato;
- o Aumento de ~20% de vendas nas lojas reposicionadas

(*) Participação na venda bruta no GPA Brasil (Multivarejo) em 2020. Não inclui as vendas dos Postos de Combustíveis, Drogarias, Delivery e receitas provenientes do aluguel de galerias comerciais.

Fidelização e melhoria na competitividade



Penetração de 20% na categoria alimentar (+ 1,1p.p).



Lançamento de produtos: 190 itens

Foco nas categorias de perfumaria, cuidados pessoais e itens prontos pra comer ("ready to eat")

Total de 5.200 SKU's



Qualitá: 1ª promoção de uma marca exclusiva no Brasil com distribuição de R\$500K em prêmios, mais de 400 mil participantes e 1,2 MM de tickets.



Taeq: expansão do portfólio, consolidando-se como **marca de produtos saudáveis**, com mais de 500 produtos



Elevada penetração de clientes: 80% (8 em cada 10 clientes compraram algum produto de Marcas Exclusivas)



Nous: entrada em novo segmento (higiene e cuidados pessoais) com 70 itens no portfólio.



Chefftime: expansão na Central de Produção, chegando a 300 lojas com a presença da marca; 13 Dark Kitchens



Bem estar animal: aumento da participação de venda de ovos de galinhas livres de gaiolas (2020: 31,2% vs 2019: 25,1%)

Ecosistema Digital: Importante alavanca de crescimento



Entrega da loja / Clique & Retire

289 lojas dez/20 vs 120 em dez/19, cerca de 52% da venda online

Entrega dos CD's

6 CDs pelo país (4 Novos no 4T) para suportar o crescimento das vendas de **128% no 4T20**

Last Milers

355 lojas em 32 cidades (vs 55 lojas em 18 cidades em dez/19), +543% de GMV e +316% no nº de pedidos

+ 21MM



Clientes cadastrados nos programas de fidelidade

+2,7 X



gasto médio do cliente omnicanal vs cliente de loja física



Maior Coalização do varejo no Brasil



60 MM clientes potenciais, com baixa sobreposição entre GPA e RD



Lançamento em Outubro/2020 e adoção por **1 milhão de clientes** nas primeiras 7 semanas



80% de ativação e 30% de uso transversal na coalizão (clientes navegando nas duas empresas) nos meses iniciais de operação



Novas verticais de varejo planejadas para 2021

✓ **Crescimento do Marketplace GPA**

✓ **Fortalecimento de verticais no 1P**

✓ **Expansão do raio de entrega**

Fortalecimento da plataforma digital GPA | IDP dobra o número de clientes omnicanais, que gastam em média 2,7x mais que um cliente loja física



+ SORTIMENTO COMPLETO EM CATEGORIAS FOCO



E-commerce 1P

Core Business

- Experiência de **cesta completa**
- Recomendações personalizadas
- Contínua expansão geográfica
+4 CDs e +169 Lojas em 2020
+Novas regiões de venda para 2021



Mercearia



Cuidados pessoais



Perecível



Limpeza



Cervejas



Pet Care



Vinhos e bebidas



Bebê



Auto



Casa

E-commerce 3P IN

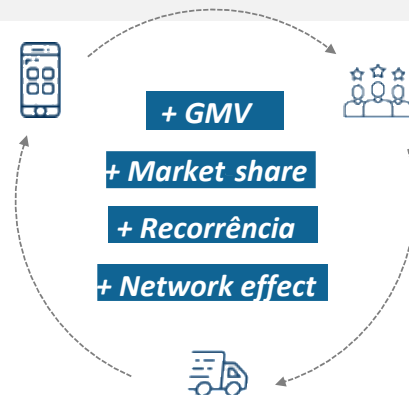
New Business

- **Categorias destino / complementares**
- Alvo 400k SKUs em 2021
- **Cadastro acelerado** Sellers / SKUs
- Rígido controle de **Serviço ao Cliente**
- Acelerar **Mídia Performance**

E-commerce 3P OUT

Change Business

- Plataforma colaborativa: **Estar onde o cliente estiver!**
- **Especialização** como Seller em outros MarketPlaces
- Múltiplos Last Milers





Foco na Execução de Nossa Estratégia

Foco Estrategicamente Direcionado ao Varejo de Alimentos



#1 Varejista Alimentar e E-commerce de Alimentos, **Servindo a Todos os Perfis de Clientes, Através de Nossa Estratégia Multiformato**



Estratégia da Plataforma Digital

Integração de nosso **Portfólio Omnicanal** Único com uma Base de Clientes Qualificada e de **Alta Recorrência**, Impulsionando o **Crescimento**.



Melhoria em Todos os KPIs

Excelência Operacional, Inovação Contínua e Fortalecimento da Proposta de Valor em Formatos Seleccionados



Múltiplas Alavancas de Crescimento e **Baixa Alavancagem** para Aproveitar as Oportunidades
Forte Crescimento Orgânico nos Formatos Premium e Bairro



Time Experiente e Engajado, com Altos Padrões ESG





GPA Consolidado



GPA Brasil (Multivarejo)



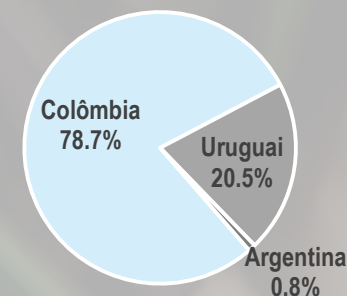
Grupo Éxito

Sólido patamar de rentabilidade, com destaque para as operações de varejo

RESULTADO GRUPO ÉXITO

	Grupo Éxito					
(R\$ milhões)	4T20	4Q19 (Pro forma) ⁽¹⁾	Δ	2020	2019 (Pro forma) ⁽¹⁾	Δ
Receita Bruta	7.148	5.874	21,7%	24.669	20.683	19,3%
Receita Líquida	6.381	5.231	22,0%	22.034	18.388	19,8%
Lucro Bruto	1.673	1.419	17,8%	5.508	4.761	15,7%
Margem Bruta	26,2%	27,1%	-0,9 p.p.	25,0%	25,9%	-0,9 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(1.019)	(882)	15,5%	(3.821)	(3.290)	16,1%
% da Receita Líquida	16,0%	16,9%	-0,9 p.p.	17,3%	17,9%	-0,6 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾⁽³⁾	679	564	20,3%	1.822	1.545	17,9%
Margem EBITDA Ajustada ⁽²⁾⁽³⁾	10,6%	10,8%	-0,2 p.p.	8,3%	8,4%	-0,1 p.p.

EBITDA por país - 2020



LUCRO BRUTO:

- 4T20 e 2020: evolução de 17,8% e 15,7%, respectivamente. A margem bruta reflete menor contribuição dos negócios complementares em função da pandemia.

SG&A:

- 4T20 e 2020: rígido controle de despesas, com crescimento inferior à inflação em todos os países, permitindo diluição de 0,9 p.p. no trimestre e 0,6 p.p. no ano.

EBITDA AJUSTADO

- 4T20 e 2020: avanço de 20,3% e 17,9% respectivamente. A margem EBITDA reflete a sólida performance no varejo, enquanto os negócios complementares foram impactados negativamente pela pandemia.

⁽¹⁾ Pro forma apenas para efeito de comparação ⁽²⁾ Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização. ⁽³⁾ Ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais.

Crescimento impulsionado pelo avanço da omnicanalidade (+2,6X) e pela contribuição dos formatos inovadores

Formatos Inovadores



Éxito Wow

aumento de vendas de
+17% no 4T20

+10,9 pp superior vs não
convertidas

11 lojas
(21% da venda da
bandeira)



Carulla FreshMarket

aumento de vendas de
+15% no 4T20

+7,1 pp superior vs não
convertidas

14 lojas
(28% da venda da
bandeira)



Estratégia Segmento Low Cost

^{surti} MAYORISTA Surtimayorista

Único formato de
baixo custo rentável
no país
3,8% da venda na
Colômbia

34 lojas no formato,
4 conversões
em 2020



Marcas Exclusivas 2020

16,6% de penetração
em alimentos

36% em têxtil e casa



Real Estate

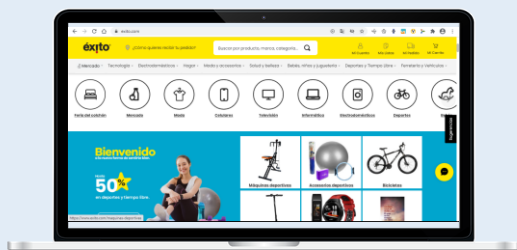
92% de taxa de ocupação
(dez/2020)

32% de share de mercado

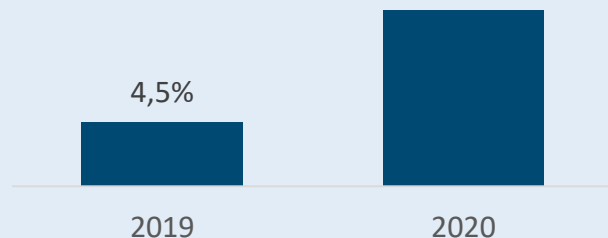
Ecosistema Digital: Forte alavanca de crescimento

R\$2,0Bi
de vendas
omnicanal em
2020

2,7x
superior as
vendas de
2019



Participação da omnicanalidade
(%) de vendas



Mais de 8,5 milhões
de pedidos
em 2020

164 milhões de visitas no
website
em 2020 vs. 86 milhões em 2019



E-commerce
+1,9X de crescimento no
tráfego



Marketplace
+ de 735 sellers



Carteira Digital
Lançamento do Tuya Pay
~200 mil usuários em
dez/20

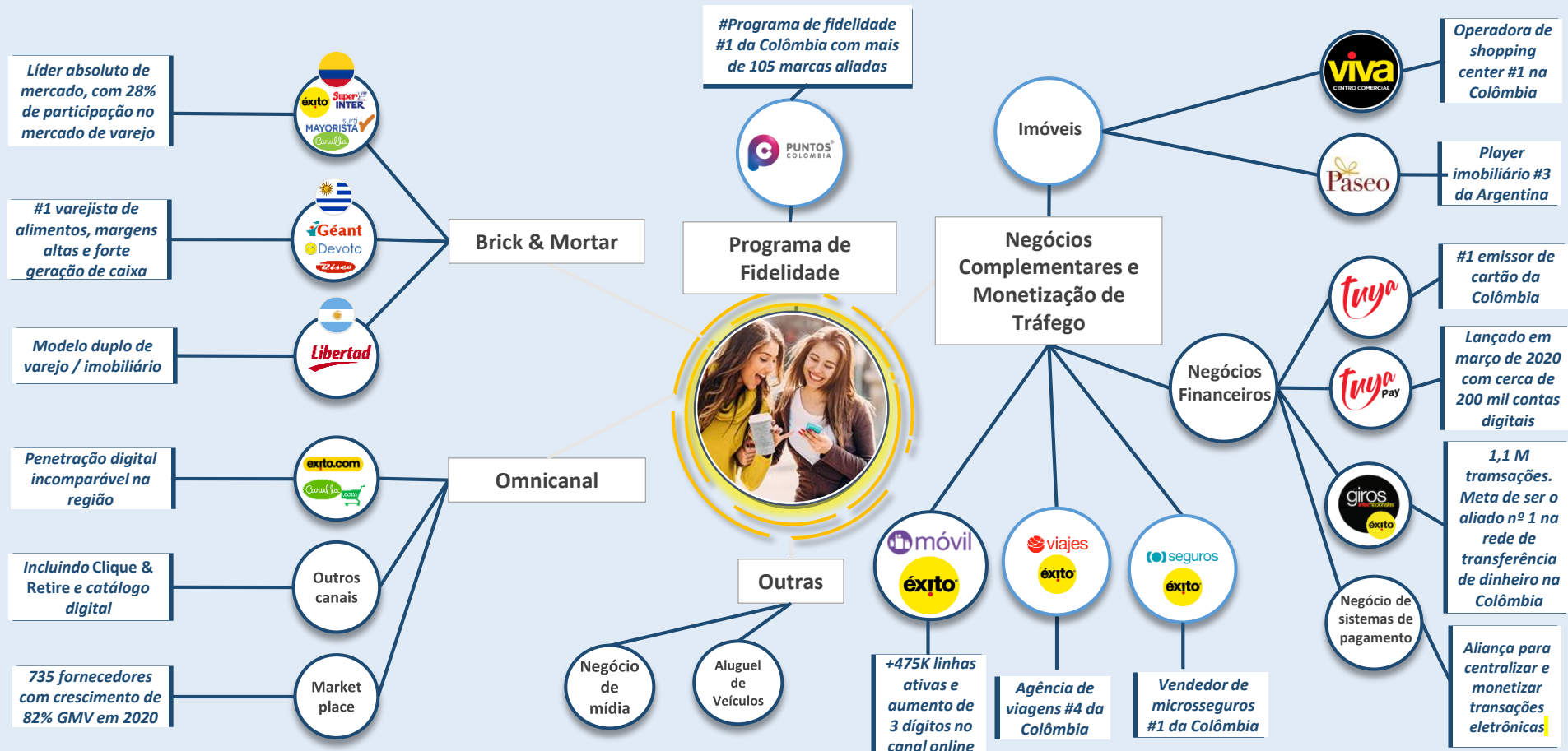


Last Mile & Delivery
+83% do total de pedidos
em 2020

Puntos Colombia

13,4 milhões de clientes (equivalente à 1/3 da população da Colômbia)

Inovação e integração das BU's em um Ecossistema amplo, com fortes sinergias





Liderança sólida em varejo alimentar na Colômbia e no Uruguai, com operações robustas e lucratividade



Continuidade do **forte crescimento da omnicanalidade**



Expansão dos formatos Wow, FreshMarket e Surtimayorista



Pioneirismo em inovação, incluindo hipermercado, *fresh market* e *real estate*



Ecosistema robusto, com oportunidades claras de monetização



Rentabilidade estável em 2020 com **contribuição forte do varejo** e efeito temporário negativo em negócios complementares



Perguntas e Respostas

