

RESULTADOS 4T20

24 de março
B3: GMAT 3

TELECONFERÊNCIA

25 de março
10h Brasil
9h USA

Webcast em Português
Webcast em Inglês

**A Teleconferência será
realizada em português,
com tradução simultânea
para o inglês.**

 GRUPO
mateus

 mateus

 mix
ATACAREJO

 caminho
SUPERMERCADOS

 eletro
mateus

 amazon
mateus

 mateus
ONLINE

Grupo Mateus divulga os resultados do 4º trimestre de 2020

DESTAQUES DE 2020

- Recorde de inaugurações, com 39 aberturas durante o ano, sendo 23 lojas em 13 novas cidades;
- Investimentos em novas lojas e infraestrutura cresceram cerca de 179% em 2020;
- A receita bruta atingiu R\$ 14,4 bilhões de reais no ano, o maior nível da história do Grupo, com um crescimento de 44,9%;
- O EBITDA ajustado totalizou R\$ 1 bilhão, um crescimento de 76,8%;
- O lucro líquido ajustado atingiu R\$ 776 milhões, o que representa um crescimento de 112,2%;
- Forte geração de caixa operacional em 2020, de R\$ 944 milhões e com aumento de 51%.

Destaque do Período	4T 20	4T 19	Var.	2020	2019	Var.
Destques Financeiros (R\$ milhões)						
Receita Bruta Mercadorias	4.260	2.745	55,2%	14.353	9.904	44,9%
Receita Bruta de Serviços	25	-	-	40	39	2,6%
Receita Líquida	3.635	2.373	53,2%	12.397	8.706	42,4%
SSS (%)	21,3%	2,2%	+19,1 p.p.	18,2%	5,2%	+13 p.p.
Lucro Bruto Ajustado	854	526	62,3%	2.989	2.142	39,5%
<i>Margem Bruta Ajustada</i>	23,5%	22,2%	+1,3 p.p.	24,1%	24,6%	-0,5 p.p.
EBITDA Ajustado	289	164	76,7%	1.004	568	76,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	7,9%	6,9%	+1 p.p.	8,1%	6,5%	+1,6 p.p.
Lucro Líquido Ajustado	241	99	142,7%	776	366	112,2%
Destques Operacionais						
Número de lojas	159	120	39	159	120	39
Inaugurações	14	11	3	39	24	15
Área de vendas (mil m ²)	328.777	253.869	29,5%	328.777	253.869	29,5%

Destaque por Segmento	4T 20	4T 19	Var.	2020	2019	Var.
Varejo						
Receita Bruta (R\$ milhões)	1.183	817	44,9%	3.880	3.021	28,4%
Número de lojas	49	39	10	49	39	10
Inaugurações	5	4	1	10	6	4
Área de vendas (mil m ²)	85.580	70.842	20,8%	85.580	70.842	20,8%
Atacarejo						
Receita Bruta (R\$ milhões)	2.076	1.169	77,5%	6.812	4.141	64,5%

Número de lojas	33	23	10	33	23	10
Inaugurações	3	3	-	10	6	4
Área de vendas (mil m ²)	162.363	117.028	38,7%	162.363	117.028	38,7%
Eleto						
Receita Bruta (R\$ milhões)	269	168	59,9%	796	538	47,8%
Número de lojas	77	58	19	77	58	19
Inaugurações	6	4	2	19	12	7
Área de vendas (mil m ²)	80.834	66.000	22,5%	80.834	66.000	22,5%
Venda Externa						
Receita Bruta (R\$ milhões)	732	591	24,0%	2.866	2.203	30,1%
Representantes Comerciais (qtd)	2.090	1.801	16,0%	2.090	1.801	16,0%
Rotas (qtd)	139	135	2,9%	139	135	2,9%
Zonas Municipais ¹ (qtd)	846	748	13,1%	846	748	13,1%
Centro de Distribuição (qtd)	10	9	1	10	9	1

MENSAGEM DO CEO

“O ano de 2020 foi um marco nos 34 anos de história do Grupo Mateus. Com o empenho e a dedicação de nosso time, vencemos desafios, quebramos recordes e consolidamos ainda mais nossa marca e nossa liderança nas regiões Norte e Nordeste do país. A abertura de capital foi um passo transformador para a companhia, nos elevando a um novo patamar e nos trazendo visibilidade nacional.

Durante o ano, as empresas do segmento de varejo alimentar passaram por adaptações de atendimento, inflação de alimentos e, independente de todos os desafios, mantivemos o foco no crescimento do negócio e nas oportunidades de mercados existentes. Inauguramos nossas primeiras lojas no Piauí, com performance acima do esperado já nos primeiros meses, bem como fortalecemos nossa presença no Maranhão e no Pará. Inauguramos lojas de todos os formatos (varejo, atacarejo e eletro), principalmente em novas cidades, confirmando a solidez da nossa estratégia de adensar os mercados existentes, por rotas com diferentes canais de vendas, ampliando a oportunidade de consumo em regiões poucos exploradas e sempre com foco em atender os clientes com preço, serviços e qualidade.

Como resultado do nosso empenho, tivemos resultados recordes em 2020. Inauguramos 39 lojas, que nos ajudaram a atingir uma receita bruta de R\$ 14,4 bilhões, com um crescimento de 44,9%. Nosso EBITDA Ajustado cresceu 76,8% e totalizou R\$ 1 bilhão, enquanto que o Lucro Líquido Ajustado teve um aumento expressivo de 112,2% e encerrou o ano em R\$ 776 milhões.

Os quatro pilares estratégicos do Grupo (logística, serviços, tecnologia e pessoas) foram fundamentais para alcançarmos esses resultados. Na área de logística, ampliamos estrategicamente novas rotas e investimos na melhoria da infraestrutura, com a inauguração do Centro de Distribuição de Frios, em

¹ Zonas municipais: Corresponde a divisão por regiões para os municípios onde a empresa realiza a venda externa, cliente B2B. Alguns municípios têm mais de uma zona, a quantidade de zonas varia com o tamanho e trafegabilidade do município.

Imperatriz-MA. Atualmente, estamos trabalhando na inauguração do Centro de Distribuição do Pará, na ampliação do CD de São Luís-MA e, ainda, na nova Indústria de Panificação e Central de Hortifrúti, ambas em São Luís.

Os serviços oferecidos em nossas lojas continuam a demonstrar sua importância para nossos clientes e para o desenvolvimento da nossa operação. Os resultados obtidos confirmam que eles são autossustentáveis e atraem fluxo para nossas lojas. Continuaremos trabalhando para oferecer a melhor experiência de compras, fortalecendo ainda mais esse nosso diferencial.

Desde 2017, a transformação digital já é uma realidade em nossa empresa e, através do Mateus Mais, nosso novo aplicativo que será lançado em breve, iremos trazer novas experiências aos nossos clientes, com a consolidação de todos os aplicativos em uma única plataforma e lançamento de novas aplicações. Em relação aos serviços financeiros, já iniciamos o processo de constituição de uma SCD e, estamos em discussão com uma consultoria especializada para estruturar um projeto que esteja em linha com as diretrizes de crescimento do Grupo.

Por último, e tão importante quanto os demais pilares, temos a gestão de pessoas. Formar profissionais capacitados e com o DNA do Grupo Mateus é um dos principais desafios do nosso projeto de expansão. Por isso, investimos fortemente na educação de nossos colaboradores através de diversos programas, sendo o principal deles a ULMA – Universidade de Líderes Mateus.

Nos orgulhamos de ter formado, em 2020, 607 novos líderes e capacitado 5.671 novos funcionários. Talentos da casa que agora estão preparados para nos ajudar no crescimento da companhia. Para acelerar o processo de formação de novos líderes, inclusive, montamos uma base da nossa universidade corporativa também no Pará.

Finalmente, expresso minha gratidão, primeiramente, a Deus e à minha família. A todo nosso time, fornecedores, clientes, investidores e parceiros que ajudaram o Grupo Mateus a fazer de 2020 um ano histórico, o meu muito obrigado! Seguiremos com empenho e dedicação para cumprir nosso propósito de ser uma empresa cada vez melhor para todos que fazem parte dela".

Ibson Mateus, Diretor-Presidente e Fundador

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA 2021

Solidificar o posicionamento da marca em novos mercados

O plano de expansão para 2021 contempla a abertura de lojas no Maranhão, Pará e Piauí, onde já atuamos, bem como a chegada no estado do Ceará. Grande parte das inaugurações acontecerão em cidades ainda não exploradas, o que demonstra o potencial de crescimento do Grupo. À medida que adensamos estrategicamente novas rotas, crescemos organicamente e ganhamos novos mercados. A expansão traz o desafio de melhorar a experiência de compras e de nos conectarmos com as necessidades e hábitos de cada região. Assim, trabalhamos para criar um ambiente diferenciado de serviços e de conveniência, principalmente em regiões pouco exploradas.

Sustentar o crescimento de lojas maduras com ganhos de participação de mercado

Em 2020, mesmo com um cenário acirrado em algumas regiões, fomos capazes de ter preços competitivos, graças a uma estratégia comercial assertiva, baseada em ferramentas de *pricing*, que nos permitem acompanhar constantemente os movimentos do mercado. Durante o ano, as lojas maduras apresentaram um crescimento histórico acima da inflação. Para 2021, esperamos continuar com um desempenho consistente, mesmo com uma base de comparação progressivamente mais desafiadora.

Diversificação de serviços e plataforma multicanal

A estratégia da empresa para 2021 consiste em aumentar a fidelização dos clientes, por meio de uma experiência diferenciada de serviços e da oferta de um mix de produtos variado com ótimo custo-benefício, associado a uma plataforma multicanal (venda externa, supermercados, atacarejos, eletros e e-commerce).

Para atender às expectativas, acreditamos na implementação de ferramentas de transformação digital, como nosso App Mateus Mais, que além de melhorar a experiência de compras, irá atender de forma mais assertiva às necessidades dos consumidores, através de serviços integrados de e-commerce, carteira digital, CRM, cashback e serviços financeiros.

Capacitação constante e desenvolvimento de lideranças

O Grupo Mateus detém a cultura de promover o desenvolvimento profissional e a carreira de cada colaborador e, por isso, mantém programas de qualificação e desenvolvimento para 100% de suas operações, abrangendo lojas, Centros de Distribuição e áreas corporativas.

Em 2020, investimos cerca de R\$ 6 milhões no fortalecimento da nossa estrutura de educação corporativa, através da ULMA (Universidade de Líderes Mateus).

No decorrer do ano, capacitamos 607 colaboradores para cargos de gerência de setor e capacitamos 5.671 novos colaboradores.

Para 2021, ampliaremos a formação corporativa, em linha com o plano de expansão. Neste sentido, a estimativa é a capacitação de 700 novos líderes e 6.000 novos colaboradores no ano, divididos por região de atuação e demanda de expansão.

Responsabilidade Social, Ambiental e Governança

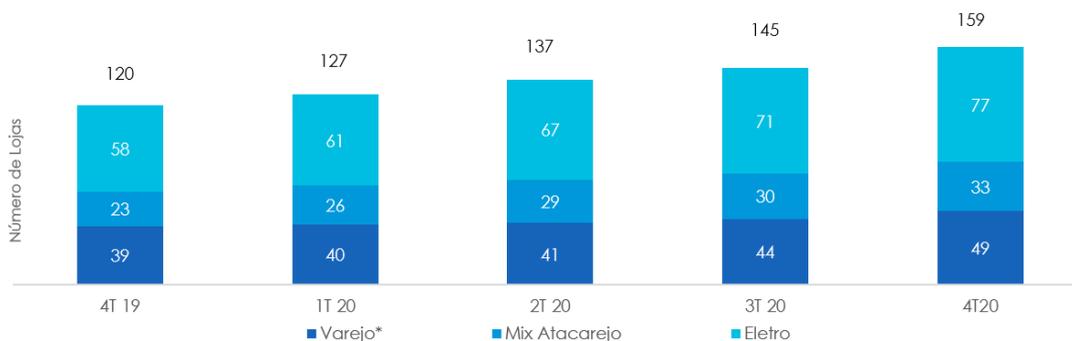
Por operar na região menos desenvolvida do país, o Grupo Mateus sempre teve consciência do seu papel no desenvolvimento socioeconômico da região, com a geração de empregos e o apoio a projetos sociais que visam a melhoria da qualidade de vida da população. Atualmente, 68% das lojas estão sediadas em cidades com baixo ou médio IDH, pois acreditamos no crescimento conjunto entre a iniciativa privada e o desenvolvimento socioeconômico de regiões menos favorecidas.

Além disso, o Grupo também adota práticas de preservação ambiental, a fim de diminuir os impactos da sua operação. Agora, a companhia irá trabalhar para adotar indicadores que permitam ao mercado acompanhar o desenvolvimento de suas práticas de responsabilidade social e ambiental.

DADOS OPERACIONAIS

Expansão - Abertura de Lojas

O Grupo Mateus finalizou o ano de 2020 com 159 lojas, sendo que, dessas, 39 foram inauguradas em 2020 (14 no 4T 20). Não tivemos nenhum encerramento de atividade e registramos um aumento de 63% nos números de inaugurações, comparado a 2019, quando abrimos 24 lojas. Superamos a expectativa de aberturas para 2020, uma prova da capacidade da empresa de executar um plano de expansão robusto, mesmo em um cenário economicamente adverso e com limitações de construções.

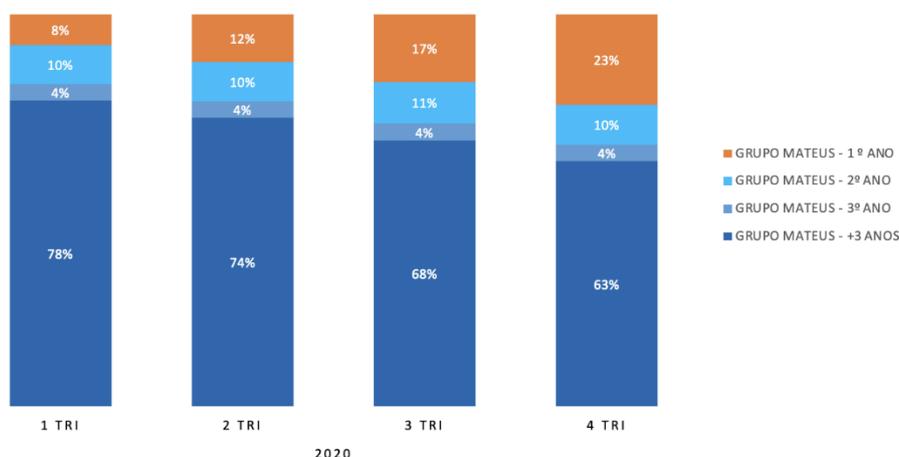


*Varejo inclui Supermercados, Hiper e Camino

O plano de expansão da companhia contempla a consolidação nos estados onde já atuamos e a expansão para novos estados com todos os canais de vendas. Das 39 lojas inauguradas, 18 estão localizadas no Maranhão, 16 no Pará e 5 no Piauí.

Número de Lojas	4T 19	1T 20	2T 20	3T 20	4T 20	2019	2020
Maranhão	81	83	87	94	99	81	99
Pará	39	43	48	48	55	39	55
Piauí	-	1	2	3	5	-	5
Total	120	127	137	145	159	120	159

23 das 39 lojas inauguradas no ano estão localizadas em mercados consumidores ainda não explorados pelo Grupo, o que demonstra um ganho de mercado de 9% de receita bruta em relação a 2019. Ao final do período, todas as lojas inauguradas já estavam com performance acima das lojas maduras e representavam 23% da receita bruta, reflexo do potencial existente em mercados ainda não explorados e do adensamento de novas rotas e cidades.



No 4T 20, o Pará apresentou um crescimento de 83% nas vendas em relação ao ano anterior, grande parte desse crescimento, 60%, está relacionado a novas inaugurações.

No Piauí, onde já atuávamos com a venda externa, inauguramos 5 lojas em 2020, sendo 2 lojas de atacarejo e 3 de eletro. A rápida integração com o mercado e fidelização de novos clientes permitiram um acelerado crescimento regional de 140% da receita bruta em 2020, mesmo em um mercado com forte concorrência de players nacionais e regionais.

Até o momento de 2021, inauguramos 11 lojas em todos os formatos nos estados do Maranhão, Pará e Piauí e seguimos focados no plano de expansão, com a chegada no estado do Ceará ainda neste ano.

DADOS FINANCEIROS

Receita bruta



No quarto trimestre, a receita bruta manteve seu forte ritmo de crescimento e totalizou R\$ 4.260 milhões, um aumento de 55,2%, quando comparada ao 4T 19. Em 2020, a receita atingiu R\$ 14.353 milhões, com crescimento de 44,9%, comparado ao ano anterior.

O expressivo crescimento no trimestre deve-se, principalmente, à consistência do plano de expansão, com aberturas em todos os estados (foram 14 inaugurações em relação ao 3T 20 e 39, comparado ao 4T 19) e à excelente performance das lojas existentes, possibilitado pelo acompanhamento de resultados e identificação de oportunidades personalizadas para cada unidade.

Também vale ressaltar que o quarto trimestre é sazonalmente importante, por conta da Black Friday e das festividades de fim de ano. Em 2020, o período de promoções da Black Friday foi ampliado para 3 dias, comparado a 1 dia em 2019, com um crescimento de 95% das vendas, distribuído em 61% nas lojas novas e em maturação e 34% de SSS, consequência de um maior fluxo de clientes distribuídos em 3 dias, garantindo comodidade e segurança.

Além disso, a proposta do modelo diferenciado de serviços e de precificação em cada canal de atuação também contribuiu para o excelente desempenho no período.

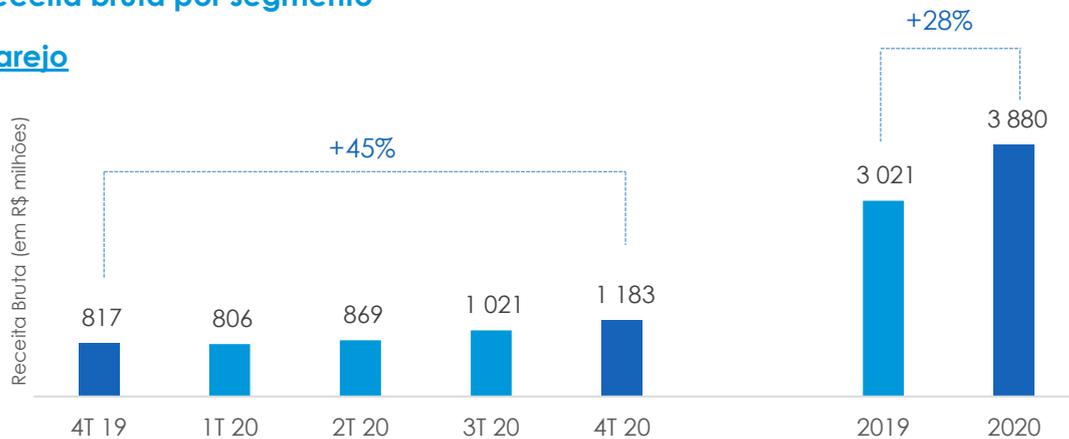
As vendas em mesmas lojas também mantiveram seu forte crescimento e registraram um aumento de 21,3% no trimestre e de 18,2% no ano, o que demonstra que as lojas maduras continuam tendo uma importante contribuição para o desempenho do Grupo.

Vale ressaltar que mesmo diante de um cenário desafiador como visto em 2020, os estados do Maranhão e Pará, onde estão concentradas grande parte das operações de varejo do grupo, apresentaram um saldo positivo de novos postos de trabalho, segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

(Novo Caged)², com 19.432 e 31.510 novos postos, respectivamente. Informação que corrobora com a estratégia da empresa de consolidação nas regiões e capacidade de crescimento em mesmas lojas acima da expectativa nacional.

Receita bruta por segmento

Varejo

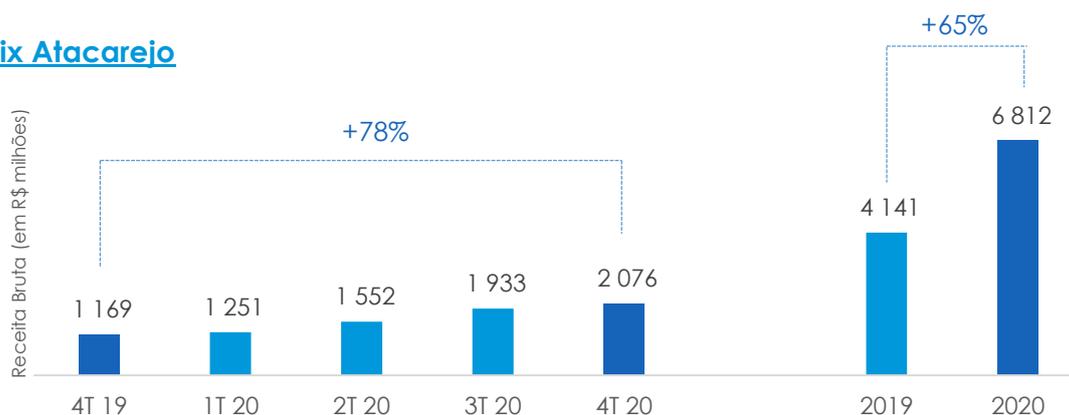


No quarto trimestre, o segmento de Varejo, que inclui Supermercados, Hipermercados e lojas de vizinhança, registrou uma receita bruta de R\$ 1.183 milhão, representando 28% da receita do Grupo no período. A receita cresceu 45% em comparação ao 4T 19.

O desempenho foi beneficiado pela abertura de 10 novas lojas entre o 4T 19 e o 4T 20, e pelas ações promocionais da Black Friday, com crescimento da receita bruta de 64% (44% lojas novas e em maturação e 20% de SSS), além das festas de final do ano.

Em 2020, a receita bruta registrou um aumento de 28% em relação ao ano anterior, com crescimento em mesmas lojas de 10,6%.

Mix Atacarejo



² Informações extraídas do novo CAGED - <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrjoiNWl5NWl0ODEYmZiYy00Mjg3LTkzNWUfY2UyYjIwMDE1YWI2IiwidCI6IjNlYzkyOTY5LTlhNTEtNGYxOC04YWM5LWVmOThmYmFmYTk3OCJ9>

O segmento de Atacarejo ("cash and carry") manteve seu acelerado ritmo de crescimento, com uma receita bruta que totalizou R\$ 2.076 milhões no 4T 20, com um aumento de 78%. O segmento é o mais representativo do Grupo, com uma participação de 49% na receita total.

A abertura de 10 lojas entre o 4T 19 e o 4T 20 foi uma das principais razões para o desempenho expressivo do trimestre. O crescimento em mesmas lojas também contribuiu para a performance, com um aumento de 20%.

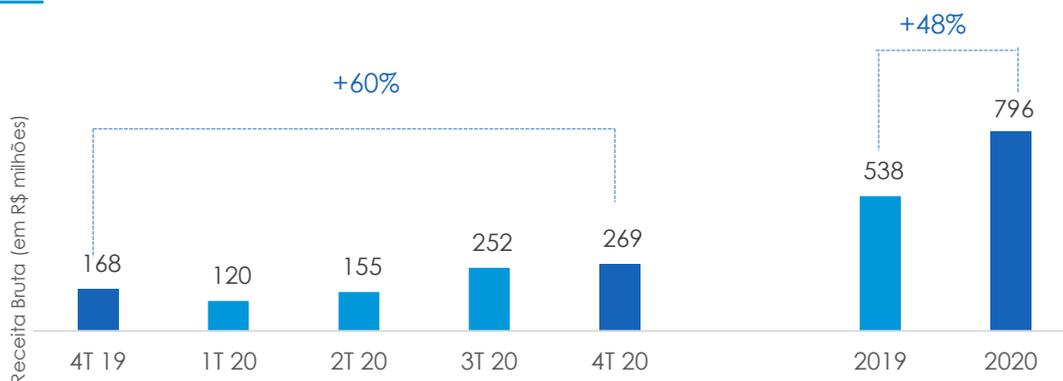
As vendas da Black Friday foram importantes para a performance, já que são mais representativas para o segmento de atacarejo, em função do mercado transformador e dos pequenos mercados, com crescimento de 149%, sendo 92% em lojas novas e em maturação e 57% SSS.

Vale ressaltar que, mesmo em um cenário desafiador, o Grupo foi capaz de garantir a melhor opção de preços, com grande oferta de volume para nossos clientes, em meio a um ambiente econômico impactado pela inflação em diversas categorias, como: arroz, óleo e carne.

A capacidade da companhia em antecipar certos comportamentos de preços nos permite negociar com fornecedores e adquirir produtos a custos mais acessíveis, principalmente em períodos de maior volatilidade, criando um diferencial importante no setor.

Em 2020, a receita bruta cresceu 65% em relação ao ano anterior, enquanto que o crescimento em mesmas lojas foi de 16%.

Eletro



A receita bruta do segmento de Eletro totalizou R\$ 269 milhões no quarto trimestre de 2020, com um crescimento de 60% no período. O segmento representou 6% da receita bruta total. Vale lembrar que, no segundo trimestre de 2020, houve uma demanda reprimida, por conta do fechamento das lojas físicas até o final de maio, o que ocasionou uma aceleração da receita no semestre seguinte.

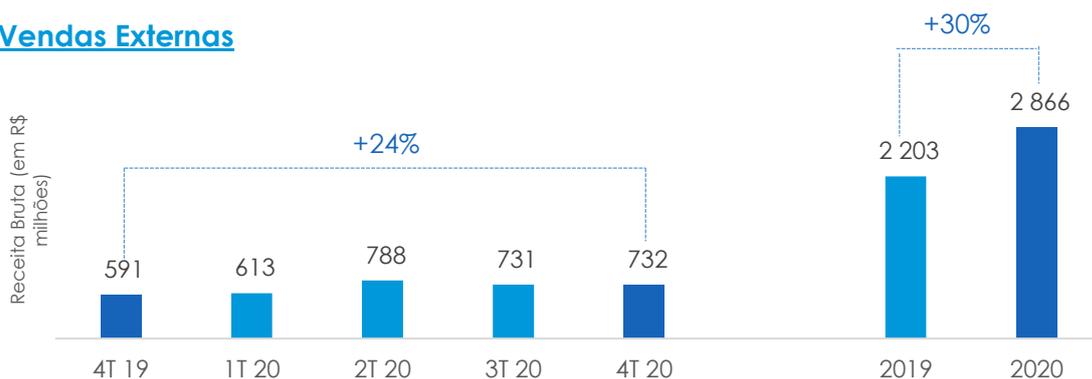
No 4T 20, o desempenho foi impulsionado pelo plano de expansão, com a inauguração de 19 lojas entre o 4T 19 e o 4T 20. Além disso, a excelente

performance foi estimulada pelas ações promocionais da Black Friday e festividades do final do ano, bem como pela disponibilidade de estoque, que aumentou a participação de mercado do Grupo neste segmento. O desempenho das mesmas lojas continuou forte no trimestre e cresceu 34%.

É importante ressaltar que o plano de expansão agressivo fortaleceu a relação comercial com os fornecedores, o que ajudou a sustentar o crescimento das vendas e o abastecimento das lojas, mesmo em um cenário desafiador.

Em 2020, a receita bruta registrou um crescimento de 48% comparado ao ano anterior, com crescimento de mesmas lojas de 23%.

Vendas Externas



No 4T 20, as vendas externas registraram uma receita bruta de R\$ 732 milhões, um crescimento de 24% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

No desempenho por estado, as vendas cresceram 31% no Maranhão, 32% no Pará e 16% no Piauí (venda externa por localidade do CD). Vale ressaltar que o crescimento das vendas externas no Maranhão aconteceu independente das inaugurações de novas lojas de atacarejo e varejo, demonstrando a estabilidade das vendas, mesmo com um processo de forte expansão.

Entre as regiões de atuação, o Pará e o Maranhão apresentaram as maiores evoluções nas vendas, em função do adensamento de novas rotas para onde a venda externa ainda era pouco explorada; da descentralização do raio de atuação dos representantes comerciais; da segmentação da carteira de representação e da maturação do limite de crédito financeiro.

A venda externa é um dos pilares estratégicos do Grupo Mateus, pois nos ajuda a mensurar o potencial econômico de cada região, analisar os hábitos de consumo e a aderência às marcas. A venda externa também é um canal que nos permite avaliar novos mercados consumidores, em linha com a estratégia de adensamento de rotas e expansão de lojas. O segmento apresenta uma grande janela de oportunidade, com um amplo potencial de crescimento, principalmente nas regiões do Pará e do Ceará, com áreas ainda pouco exploradas.

Em 2020, a receita totalizou R\$ 2.866 milhões, um crescimento de 30%.

Lucro Bruto

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var. %	2020	2019	Var. %
Lucro Bruto	854.275	484.657	76,3%	2.989.411	2.142.457	39,5%
<i>Margem Bruta %</i>	23,5%	20,4%	+3,1 p.p.	24,1%	24,6%	-0,5 p.p.
(+) Ajuste nos Estoques (Lucro e Inventário)	-	41.609	-	-	-	-
Lucro Bruto Ajustado	854.275	526.266	62,3%	2.989.411	2.142.457	39,5%
<i>Margem Bruta ajustada%</i>	23,5%	22,2%	+1,3 p.p.	24,1%	24,6%	-0,5 p.p.

Em 2019, o Grupo Mateus tinha como política realizar seus ajustes no último trimestre de cada ano, prática essa que foi alterada em 2020, para adequar-se ao mercado e, ao mesmo tempo, para abertura de capital. Excluindo esses efeitos, o lucro bruto ajustado do 4T 19 totalizou R\$ 526 milhões, com margem bruta de 22,2%.

No 4T 20, seguindo a tendência dos trimestres anteriores, atingimos um aumento de 62%, em relação ao lucro bruto ajustado do 4T 19, totalizando R\$ 854 milhões. A inauguração e maturação de lojas e o crescimento das vendas em mesmas lojas foram fundamentais para acelerar o crescimento expressivo do lucro bruto. A margem bruta foi de 23,5%, com uma melhora de 1,3 ponto percentual em relação ao 4T 19, em função do melhor equilíbrio entre promoções regulares e promoções de inauguração.

No acumulado de 2020, o lucro bruto atingiu R\$ 2.989 milhões, com um expressivo crescimento de 40%, comparado ao ano anterior. A margem bruta, equivalente a 24,1% da receita líquida, foi pressionada em 0,5 ponto percentual em relação a 2019, devido ao efeito do mix de produtos e canais de vendas, tendo em vista que o formato de Atacarejo cresceu 78% em 2020, comparado com 28% em 2019.

Despesas Administrativas, Gerais e de Vendas

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var. %	2020	2019	Var. %
Despesas	(648.921)	(406.496)	59,6%	(2.152.528)	(1.661.249)	29,6%
<i>% da Receita Líquida</i>	17,9%	17%	+0,9 p.p.	17,4%	19,1%	-1,7 p.p.
(+) Provisão (Riscos, Perdas e Bonificação)	-	18.717	-	-	-	-
(+) Despesas não recorrentes	47.623	-	-	49.749	-	-
Total de Despesas não recorrentes	47.623	18.717		49.749	-	-
Despesas ajustadas	(601.298)	(387.779)	55,1%	(2.102.779)	(1.661.249)	26,6%
<i>% da Receita Líquida</i>	16,5%	16,3%	+0,2 p.p.	17,0%	19,1%	-2,1 p.p.

Em 2019, o Grupo Mateus realizava suas provisões no último trimestre de cada ano; portanto, os números no 4T 19 refletem provisões dos trimestres anteriores. Para o ano de 2020, foram ajustados como despesa não recorrente os gastos com abertura de capital do Grupo.

Dessa forma, excluindo os efeitos não recorrentes do trimestre, as despesas administrativas, gerais e de vendas totalizaram R\$ 601 milhões, equivalente a 16,5% da receita líquida, uma pressão de 0,2 ponto percentual em relação ao 4T 19. Essa variação em relação ao ano anterior foi resultado do aumento das despesas com aluguel de novos depósitos avulsos e despesas de fretes, para atender ao aumento das vendas do 4T 20, despesas com propaganda e publicidade para atender às inaugurações, despesas com pessoal em função do volume de inaugurações e treinamentos.

Para o ano de 2020, as despesas ajustadas representaram 17,0% da receita líquida, contra 19,1% reportado em 2019. A redução de 2,1 pontos percentuais deve-se a uma maior eficiência na gestão, controle das despesas e aumento da produtividade da estrutura de logística, operacional e administrativa, o que contribuiu para a representativa diluição das despesas.

Abaixo, apresentamos a tabela com o detalhamento das despesas com vendas e administrativas:

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var. %	2020	2019	Var. %
Despesas com Vendas						
Despesas com Pessoal	(206.155)	(133.501)	54,4%	(683.412)	(500.554)	36,5%
Comissões	(9.985)	(8.551)	16,8%	(30.670)	(22.563)	35,9%
Propaganda e Publicidade	(10.436)	(5.729)	82,2%	(17.639)	(11.687)	50,9%
Alugueis	(55.040)	(37.823)	45,5%	(207.091)	(146.558)	41,3%
Despesas Administrativas						
Despesas com Pessoal	(103.057)	(76.904)	34,0%	(338.871)	(280.417)	20,8%
Despesas Gerais	(90.015)	(37.784)	138,2%	(330.106)	(293.032)	12,7%
Depreciação	(35.989)	(25.018)	43,9%	(117.386)	(86.535)	35,7%
Água, Luz e Telefone	(30.934)	(25.680)	20,5%	(106.691)	(91.780)	16,2%
Fretes e Combustíveis	(50.211)	(32.470)	54,6%	(170.088)	(115.474)	47,3%
Serviços Prestados	(57.099)	(23.036)	147,9%	(150.573)	(112.650)	33,7%
Total	(648.921)	(406.495)	59,6%	(2.152.527)	(1.661.249)	29,6%

EBITDA

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var. %	2020	2019	Var. %
Lucro Líquido	193.423	39.001	395,9%	726.268	365.748	98,6%
(+) Imposto de Renda	(2.973)	12.518	-123,7%	(1.730)	15.506	-111%
(+) Resultado Financeiro	14.902	26.642	-44,1%	112.343	99.954	12,4%
EBIT	205.352	78.161	162,7%	836.881	481.208	73,9%
(+) Depreciação e Amortização	35.989	25.018	43,9%	117.386	86.535	35,7%

EBITDA	241.341	103.179	133,9%	954.267	567.743	68,1%
Margem EBITDA	6,6%	4,3%	2,3%	7,7%	6,5%	1,2%
(+) Ajuste nos estoques (Lucro e Inventário)	-	41.609	-	-	-	-
(+) Provisão (Riscos, Perdas e Bonificação)	-	18.717	-	-	-	-
(+) Despesas não recorrentes	47.623	-	-	49.749	-	-
Total de Despesas não-recorrentes/não-operacionais	47.623	60.326	-21,1%	49.749	-	-
EBITDA Ajustado	288.964	163.505	76,7%	1.004.016	567.743	76,8%
Margem EBITDA Ajustada	7,9%	6,9%	1%	8,1%	6,5%	1,6%

O EBITDA Ajustado foi de R\$ 289 milhões no 4T 20, com um expressivo crescimento de 76,7% quando comparado ao 4T 19. A margem EBITDA subiu 1 ponto percentual, para 7,9%, o que demonstra a eficiência do Grupo em meio ao plano de expansão. O forte ritmo de inaugurações, junto com a maturação das lojas, contribuiu para o bom desempenho do resultado e para a diluição de despesas.

As despesas não recorrentes/não operacionais, relacionadas principalmente à abertura de capital, totalizaram R\$ 47,6 milhões no 4T 20. Já no 4T 19, o nível de despesas não recorrentes foi mais elevado e totalizou R\$ 60,3 milhões, devido à política da empresa que, até então, realizava as provisões apenas no último trimestre.

Em 2020, o EBITDA Ajustado somou R\$ 1 bilhão, com crescimento de 76,8%. Já a margem EBITDA ajustada teve um aumento de 1,6 ponto percentual e encerrou o ano em 8,1% contra 6,5% no ano de 2019. As principais contribuições para o ano foram a aceleração da expansão e a eficiência logística, operacional e administrativa, devido a um trabalho de redução e otimização de despesas.

Resultado Financeiro

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var (%)	2020	2019	Var (%)
Receitas Financeiras						
Juros recebidos	3.637	12.431	-70,7%	23.388	33.640	-30,5%
Deságio do precatório	-	-	-	-	15.011	-
Juros aplicações financeiras	11.185	591	1792,6%	14.435	3.565	304,9%
Variação Cambial					2.834	-
Descontos Financeiros Obtidos	826	373	120,3%	3.574	3.322	7,6%
Outras receitas financeiras	13.915	622	2137,2%	42.080	15.602	169,7%
Total de receitas financeiras	29.563	14.017	110,9%	83.477	73.974	12,8%
Despesas Financeiras						
IOF	-	(75)	-	(2)	(299)	-99,3%
Juros de empréstimos e financiamentos	(9.417)	(12.659)	-25,6%	(61.519)	(57.065)	7,8%
Juros Passivos	(3.432)	(3.977)	-13,7%	(10.474)	(13.967)	-25,0%
Juros sobre parcelamento	(417)	(406)	2,7%	(740)	(1.182)	-37,4%
Despesas bancárias	(3.602)	(2.808)	28,3%	(22.721)	(14.380)	58,0%

Perda financeira	901	(1.183)	-176,1%	(663)	(8.243)	-92,0%
Variações monetárias passivas	-	-	-	(6.815)	(3.156)	115,9%
Percentual cartão de crédito	(26.296)	(17.401)	51,1%	(87.121)	(64.673)	34,7%
Descontos Concedidos	(2.203)	(2.151)	2,4%	(5.765)	(10.963)	-47,4%
Total de despesas	(44.465)	(40.660)	9,4%	(195.820)	(173.928)	12,6%
Resultado Financeiro	(14.902)	(26.643)	-44,1%	(112.343)	(99.954)	12,4%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-0,4%</i>	<i>-1,1%</i>	<i>0,7%</i>	<i>-0,9%</i>	<i>-1,1%</i>	<i>0,2%</i>

O resultado financeiro do 4T 20 totalizou R\$ -15 milhões, com uma redução de -44,1%, e representou 0,4% da receita líquida comparado a 1,1% no 4T 19.

As receitas financeiras registraram um crescimento de 110,9% e somaram R\$ 30 milhões durante o trimestre, reflexo dos recursos primários captados no IPO. A companhia elevou o caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras para R\$ 2,1 bilhões, gerando assim receitas financeiras com aplicações no valor de R\$ 11 milhões.

As despesas financeiras foram penalizadas em 9,4% no 4T 20, quando comparadas ao 4T 19, totalizando R\$ 44 milhões no período, reflexo, basicamente, do aumento da despesa com as taxas administrativas de cartões e despesas bancárias, em função dos aumentos das vendas em cartões e boletos.

Com o aumento da liquidez corrente da empresa e objetivando as melhores estratégias financeiras, o Grupo optou pela liquidação de cerca de R\$ 700 milhões de empréstimos, leasing e finames em aberto e, como resultado, houve redução das despesas com juros de empréstimos e financiamentos no trimestre de 25,6%.

No ano de 2020, o resultado financeiro cresceu 12,4% e totalizou R\$ -112 milhões. Como percentual da receita líquida observamos uma melhora na representatividade de 0,2 ponto percentual.

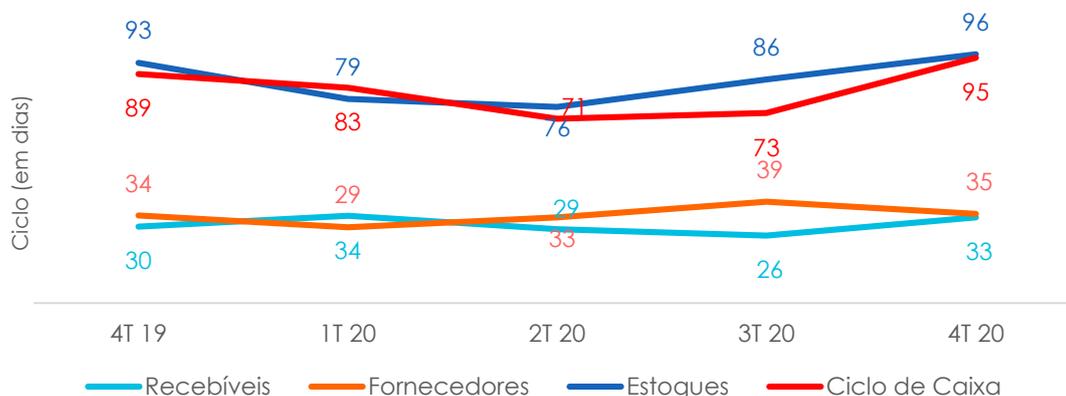
Lucro Líquido

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var. %	2020	2019	Var. %
Lucro Líquido	193.423	39.001	395,9%	726.269	365.747	98,6%
<i>Margem líquida</i>	<i>5,3%</i>	<i>1,6%</i>	<i>3,7% p.p.</i>	<i>5,9%</i>	<i>4,2%</i>	<i>1,7% p.p.</i>
(+) Despesas não recorrentes EBITDA	47.623	60.326	-21,1%	49.749	-	-
Lucro Líquido Ajustado	241.046	99.327	142,7%	776.018	365.747	112,2%
<i>Margem líquida ajustada</i>	<i>6,6%</i>	<i>4,2%</i>	<i>2,4% p.p.</i>	<i>6,3%</i>	<i>4,2%</i>	<i>2,1% p.p.</i>

O lucro líquido ajustado do 4T 20 totalizou R\$ 241 milhões, com um crescimento de 143% quando comparado ao 4T 19. A margem líquida ajustada no período foi 6,6%, contra 4,2% no mesmo período do ano anterior.

No acumulado do ano 2020, o lucro líquido ajustado foi de R\$ 776 milhões, representando um aumento de 112% sobre o mesmo período do ano anterior, com uma margem líquida de 6,3% (4,2% em 2019).

Ciclo de Caixa



O ciclo de caixa do 4T 20 foi de 95 dias, um aumento de 6 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. O estoque aumentou 3 dias, reflexo do plano de expansão de novas lojas e ampliação dos centros de distribuição.

Recebíveis tiveram um aumento de 3 dias, em relação ao 4T 19, por conta do aumento nas vendas em boleto e em cartão. O prazo com fornecedores se manteve estável no período.

Investimentos

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var. %	2020	2019	Var. %
Lojas Inauguradas	42.853	57.123	-25,0%	300.856	123.947	142,7%
Infraestrutura (CDs e Indústrias)	12.401	-	-	47.875	2.659	1700,5%
Terrenos	35.069	-	-	35.069	-	-
Obras em Andamento	95.343	23.540	305,0%	118.827	31.881	272,7%
Reforma, manutenção e outros	36.405	15.039	142,1%	98.358	57.241	71,8%
Total	222.071	95.702	132,0%	600.985	215.728	178,6%

Durante o 4T 20, os investimentos registraram um aumento de 132% para R\$ 222 milhões, devido ao robusto plano de expansão de lojas e à ampliação em infraestrutura, com a construção de novas indústrias de pães e de novos centros de distribuição e manutenção de lojas existentes.

Em 2020, os investimentos totalizaram R\$ 601 milhões, com um crescimento de 179%, quando comparado com 2019. Os investimentos foram realizados nas inaugurações de lojas novas, ampliação da infraestrutura da empresa com

novos centros de distribuição, aquisição de terrenos, reforma e manutenção de lojas maduras e obras em andamento.

Para 2021, o processo de expansão de novas lojas e de infraestrutura está acelerado. No Maranhão, está em construção e ampliação o Centro de Distribuição de Itapera, com 22 mil m² de linhas seca, 13 mil m² de hortifrúti e duas novas indústrias de pães, sendo uma de 10 mil m² em São Luís.

No Pará, iremos inaugurar ainda no primeiro semestre de 2021, o novo Centro de Distribuição em Santa Isabel, com 40 mil m² de linha seca. Outros dois centros de distribuição para frios e hortifrúti estão em construção, ambos com 13 mil m².

Atualmente, a empresa está com 17 lojas em construção, com previsão de inauguração em 2021.

Fluxo de Caixa

Em R\$ milhões	2020	2019	Var. %
EBIT Ajustado	725	381	90%
Depreciação e amortização	117	150	-22%
Atualização passivos de arrendamento	33	20	64%
Provisão para obsolescência e quebras	(3)	3	-187%
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	17	1	1932%
Juros sobre empréstimos, financiamento e debêntures provisionados	49	57	-14%
Baixa de imobilizado	3	1	165%
Provisão para riscos	2	12	-83%
Recursos das Operações	944	626	51%
Ciclo de caixa	(1.222)	(246)	397%
Outros ativos	(29)	(17)	77%
Fluxo de Caixa Operacional	(308)	363	-185%
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(601)	(209)	188%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	2.615	(12)	-21030%
Fluxo de Caixa líquido	1.705	142	1105%

Em 2020, geramos um fluxo de caixa líquido de R\$ 1,7 bilhão, comparado a R\$ 142 milhões em 2019. Os recursos das operações totalizaram R\$ 944 milhões em 2020, equivalente a 7,6% da receita líquida e, em 2019, totalizaram R\$ 626 milhões, equivalente a 7,2%. O crescimento de 51% está relacionado ao sucesso da execução do plano de expansão e maturação acelerada das lojas, além de um expressivo crescimento de vendas mesmas lojas alinhada com uma significativa diluição de despesas.

Registramos um consumo de capital de giro de R\$ 1,2 bilhão em 2020, comparado a R\$ 246 milhões em 2019. O consumo de capital se deu, principalmente, na linha de estoques, em função da expansão das operações com novas filiais, aumento das vendas em mesmas lojas e em maturação, somada, em menor nível, à inflação de alimentos acumulada para o período.

As atividades de investimentos atingiram cerca de R\$ 601 milhões em 2020, com crescimento de 188% sobre o mesmo período do ano anterior, dos quais R\$119 estão alocados em obras em andamento para novas lojas e infraestruturas, com previsão de inauguração para 2021.

O caixa líquido gerado pelas atividades de financiamento atingiu R\$ 2,6 bilhões, dado que no período houve o IPO com captação de novos investidores.

Endividamento

Em R\$ mil	4T 20	4T 19	Var %
Caixa e equivalentes de caixa	2.112.385	406.905	419,1%
Aplicações Financeiras	14.965	14.608	2,4%
Dívida Bruta	(592.495)	(908.450)	-34,8%
Dívida Líquida/Caixa Líquido	1.534.855	(486.937)	-415,2%
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado¹	1,5X	-0,9x	0,6X

O Grupo Mateus encerrou o ano de 2020 com R\$ 1,5 bilhão em caixa líquido, comparado a uma dívida líquida de R\$ 487 milhões ao final de 2019. A melhora se deve a dois fatores principais: a entrada de recursos do IPO, realizado em outubro de 2020 e amortização de cerca de R\$ 700 milhões de empréstimos, leasings e Finames junto aos bancos.

Com a disponibilidade de caixa gerada pelo IPO, a companhia revisou os custos existentes sobre a dívida em aberto e oportunizou novas estratégias de rentabilidade financeira, reduzindo cerca de 35% da sua dívida bruta no 4T 20, o que gerou uma economia de 26% nas despesas com juros de empréstimos e financiamentos no trimestre.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E DESENVOLVIMENTO DOS SERVIÇOS FINANCEIROS

E-commerce

A área de Tecnologia do Grupo Mateus é um dos pilares que compõem a estratégia de desenvolvimento da companhia (junto de Logística, Serviços e Pessoas). A fim de se destacar no mercado de varejo alimentar e eletro, em meio a crescente digitalização dos consumidores do país e às mudanças de comportamento do consumidor, o Grupo, ao longo dos últimos 5 anos, desenvolveu múltiplas plataformas digitais de venda e-commerce e uma plataforma de CRM.

Plataformas	Direcionamentos de negócio
Canto do Chef (2017)	E-commerce focado na venda B2B.
Mateus App (2018)	Primeiro app do Grupo Mateus a atuar como plataforma de CRM.
Mateus Online (2019)	E-commerce B2C focado na venda de móveis, eletro e itens de mercado não-alimentares.

Super - Mercado do Futuro
(2020)

Parceria desenvolvida no período de pandemia para atender os consumidores por meio de delivery durante o lockdown.



Com o objetivo de oferecer novas experiências aos clientes, o Grupo Mateus anunciou o lançamento, para o primeiro semestre, do novo aplicativo Mateus Mais.

Carteira digital, Cashback e CRM

A nova ferramenta de e-commerce reúne os serviços oferecidos pelas plataformas anteriores e traz grandes novidades para o público, como carteira digital e a modalidade de cashback, em produtos negociados junto aos grandes players das indústrias de varejo e eletro. Com esta nova iniciativa, a companhia fortalece o ecossistema digital em todos os seus canais de venda e inova na experiência de compra física e online.

O Mateus Mais atenderá os três estados em que o Grupo possui lojas físicas (Maranhão, Pará e Piauí), garantindo mais comodidade e praticidade aos clientes, que podem realizar compras de varejo, acompanhar o saldo de entradas e saídas do cashback na palma da mão e optar pela entrega dos produtos em casa ou retirada em loja.

Essa entrega dos produtos ao cliente será realizada independente do formato da loja do Grupo presente em sua região. Podemos usar como exemplo o município de São Mateus do Maranhão, que têm apenas um Eletro Mateus: um cliente morador deste município terá a comodidade de comprar pelo aplicativo qualquer item de mercearia e retirar na loja do Eletro, mesmo este item não fazendo parte do mix de produtos desta loja.

Além das vantagens oferecidas para os clientes, o Mateus Mais também funcionará como uma ferramenta de relacionamento (CRM) para o Grupo. Com a integração entre lojas físicas e aplicativo, é possível fazer ofertas personalizadas para cada cliente, melhorar a experiência nas lojas e aumentar a recorrência de compras.

B2B e Mateus Mais

Programada para o segundo semestre de 2021, a próxima atualização do App Mateus Mais atenderá toda a cadeia de venda dos mais de 25 mil clientes B2B ativos no Grupo Mateus. Estes poderão fazer o seu pedido diretamente com o representante comercial ou poderão comprar diretamente no App Mateus Mais.

Espera-se que cada atualização do App Mateus Mais reflita o pilar de inovação e tecnologia do Grupo. A meta é atingir 1 milhão de usuários ativos até

dezembro de 2021, atendendo aos públicos B2C e B2B de forma a estabelecer uma relação mais próxima com os clientes, aperfeiçoando a experiência de consumo e inovando nos segmentos de varejo e distribuição.

Serviços Financeiros

No segmento de serviços financeiros, o Grupo Mateus trabalha com duas bandeiras. A primeira é o MateusCard, cartão de crédito em parceria com o Bradesco, que auxilia, com condições competitivas, nas operações de varejo, atacarejo, atacado e eletroeletrônico. Ao final de 2020, tínhamos 220 mil contas com 300 mil cartões ativos (entre titulares e adicionais).

A outra bandeira com a qual trabalhamos é o CREDNOSSO, uma solução financeira complementar ao cartão de crédito, desenvolvida para intermediar o pagamento dos colaboradores das empresas do Grupo, mas que, ao longo do tempo, foi ampliada para levar diversos benefícios, tanto para os funcionários como para o público externo. O Crednosso oferece os seguintes serviços: compra no varejo cadastrado, pagamento de contas, transferência para bancos e descontos em rede de farmácias. O cartão é aceito em 186 ATMs e conta com 112 mil cartões Private Label.

O Grupo Mateus está trabalhando no desenvolvimento da área de serviços financeiros, a fim de aproveitar as oportunidades existentes na região em que opera, tendo em vista que uma fatia do mercado financeiro não está sendo trabalhada em função da dificuldade de adensamento em algumas regiões.

Os primeiros passos já foram dados e já iniciamos o projeto de uma SCD (Sociedade de Crédito Direto). Além disso, estamos em discussão com fornecedores de serviços de Inteligência na tomada de decisão de crédito e de performance em cobrança, com o objetivo de trazer maior eficiência na concessão e na recuperação de Crédito.

Ressaltamos que tanto os serviços financeiros como a nossa transformação digital são importantes avenidas de crescimento identificadas pelo Grupo Mateus para acelerar o projeto de expansão.

RELATÓRIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Ambiental, Social e Governança (ESG) no Grupo Mateus

O compromisso do Grupo Mateus com o Desenvolvimento Sustentável é demonstrado por meio da comunicação transparente com todas as partes interessadas, bem como pela internalização das melhores práticas de gestão ambiental, social e econômica.

Dando início a comunicação das iniciativas de ESG e dos seus respectivos impactos tanto para o negócio como para a comunidade em que o Grupo está inserido, destacamos, neste relatório, as principais ações da companhia.

1. Ambiental

Consumo de Energia Elétrica

O Grupo Mateus recebe energia limpa na maioria de suas lojas, sendo parte adquirida no mercado livre de energia e parte, no modelo de Geração Distribuída, proveniente de biogás (aterro sanitário), biomassa de cana de açúcar e de fontes eólicas.

Conforme a tabela a seguir, 15% da energia contratada é proveniente de matrizes convencionais (distribuidora de energia), 21% de biogás, 38% de biomassa e 25% de eólica. Vale ressaltar que 4% da energia proveniente do biogás vem de aterro sanitário localizado no Maranhão, para o qual é destinado o lixo das lojas.

Consumo em MWh	Convencional	Biogás	Biomassa	Eólica	Total
MA	2.064	183	7.952	5.302	15.501
PA	808	4.402	-	-	5.210
PI	337	-	204	136	677
Total	3.209	4.585	8.156	5.438	21.388
%	15%	21%	38%	25%	100%

Assim, 85% de toda a energia consumida pelo Grupo Mateus é proveniente de fontes limpas com baixo impacto ambiental.

Medidas de Eficiência Energética

Nossas lojas e Centros de Distribuição possuem telhas transparentes, que permitem melhor utilização da luz natural, reduzindo o consumo de energia com iluminação artificial.

Além disso, temos realizado ações de *Retrofit* em nossas lojas, trocando equipamentos ultrapassados (lâmpadas, balcões) por outros mais modernos e mais eficientes, que poluem menos o meio ambiente.

Coleta Seletiva

O processo de coleta seletiva visa a separação dos resíduos para posterior valorização do material separado. O objetivo desse processo é reduzir a geração de resíduos que precisam ser dispostos em aterro sanitário.

O lixo orgânico produzido por nossas lojas é enviado para aterros sanitários licenciados e transformado em biogás, que, posteriormente, é utilizado em nossas lojas.

Descarte de Resíduos Sólidos da Construção Civil

Os resíduos gerados por nossa construção são descartados corretamente, através de empresas licenciadas e especializadas.

Logística Reversa para Reaproveitamento

Essa é uma forma de garantir que, após o consumo, as embalagens sejam retiradas de aterros, lixões e do meio ambiente. Todo o material de papelão e plástico é fisicamente segregado e é destinado diariamente a empresas especializadas em reciclagem e reaproveitamento de embalagens. Adicionalmente a empresa, descarta óleos lubrificantes e óleos de Cozinha de forma segura e apropriada por uma empresa especializada e credenciada.

Reutilização no Centro de Distribuição (CD)

Os paletes utilizados para armazenagem e movimentação de mercadorias são reaproveitados na fabricação de móveis para o Centro de Distribuição.

A empresa também tem a preocupação com tratamento de água nas operações, promovendo o uso sustentável de recursos hídricos e diminuindo a quantidade de esgoto lançado no meio ambiente. A água usada para lavagem dos caminhões do CD/Indústria passa por um tratamento e é reutilizada no processo de lavagem das áreas externas do local.

Finalmente, realizamos uma reforma ou reconstrução de pneus, aproveitando a estrutura existente do pneu gasto (liso), desde que a carcaça esteja em boas condições de conservação e incorporando uma nova banda de rodagem.

2. Social

As ações da responsabilidade social do Grupo Mateus objetivam incentivar, fortalecer e ampliar as práticas internas para promoção da saúde, bem-estar e qualidade de vida dos colaboradores; a diminuição da desigualdade social; a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho; além de oferecer oportunidade aos jovens nas regiões onde atuamos, para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Os programas sociais são realizados por meio do incentivo ao voluntariado interno. Realizamos, também, trabalhos de contribuição social para ajudar no desenvolvimento das comunidades em que o Grupo Mateus está inserido. Desta forma, a responsabilidade social envolve medidas que trazem cultura e boas condições para a sociedade.

Em Marco de 2021, diante do cenário desafiador da segunda onda do COVID o Grupo Mateus se comprometeu em construir um hospital de campanha, em São Luís, com 80 leitos, sendo 70 de enfermaria e 10 de UTI, para prestar assistência para a população.

Diversidade

O Grupo trabalha constantemente para que a diversidade esteja presente em seu quadro de funcionários. Neste sentido, a liderança feminina é essencial para estabelecer a igualdade de gênero dentro da companhia. Hoje, 591 mulheres

ocupam cargos de liderança, como diretoria, coordenação, gerência e supervisão, o que representa cerca de 40% dos líderes do Grupo. Acreditamos que esse número pode ser ainda maior e estamos trabalhando para que isso aconteça.

3. Governança

Desde outubro de 2020, o Grupo Mateus está listado no Novo Mercado da B3 e reforça o seu compromisso com as melhores práticas de Governança Corporativa, prezando pela transparência, prestação de contas e equidade das informações prestadas.

O Conselho de Administração é formado por cinco integrantes, todos possuem as qualificações e experiências necessárias para o direcionamento estratégico da companhia, 40% são conselheiros independentes. A companhia ainda dispõe de um Comitê de Auditoria que auxilia o conselho, composto por três integrantes, todos também independentes.

Como forma de ampliar a transparência, a empresa instalou comitês internos de apoio a gestão: comitê de estratégias digitais, comitê de serviços financeiros, comitê de expansão e comitê de crise.

O Grupo Mateus está comprometido com uma governança corporativa sólida, alinhada aos interesses de longo prazo dos acionistas e que visa fortalecer a transparência e a independência do Conselho de Administração.

ANEXOS:

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CONSOLIDADO E COMBINADO (2020 e 4T 20)*

Demonstração do Resultado (em R\$ mil)	4T 20	4T 19	Var (%)	2020	2019	Var (%)
Receita líquida de vendas	3.635.296	2.372.506	53,2%	12.397.038	8.706.248	42,4%
Custo dos serviços prestados e mercadorias vendidas	(2.781.021)	(1.887.849)	47,3%	(9.407.628)	(6.563.791)	43,3%
Lucro bruto	854.275	484.656	76,3%	2.989.410	2.142.457	39,5%
Receitas (despesas) operacionais						
Despesas administrativas, gerais e de vendas	(647.000)	(396.081)	63,4%	(2.149.427)	(1.645.414)	30,6%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(1.923)	(10.414)	-81,5%	(3.102)	(15.835)	-80,4%
	(648.923)	(406.496)	59,6%	(2.152.529)	(1.661.249)	29,6%
Lucro operacional antes do resultado financeiro	205.352	78.161	162,7%	836.881	481.208	73,9%
Resultado financeiro						
Receitas financeiras	29.563	14.017	110,9%	83.477	73.974	12,8%
Despesas financeiras	(44.465)	(40.660)	9,4%	(195.820)	(173.928)	12,6%
Total	(14.902)	(26.642)	-44,1%	(112.343)	(99.954)	12,4%
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	190.450	51.518	269,7%	724.539	381.254	90,0%
Imposto de renda e contribuição social – corrente	5.004	(3.572)	-240,1%	(1.943)	(6.560)	-70,4%
Imposto de renda e contribuição social – diferido	(2.031)	(8.946)	-77,3%	3.673	(8.946)	-141,1%
Total	2.973	(12.518)	-123,8%	1.730	(15.506)	-111,2%
Lucro líquido do exercício	193.423	39.001	395,9%	726.269	365.748	98,6%

*Sem IFRS 16

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO E COMBINADO

Ativo (em R\$ mil)	Dez/20	Dez/19
Ativo circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	2.112.385	406.905
Contas a receber	1.305.458	804.165
Estoques	2.617.533	1.518.243
Tributos a recuperar	21.882	55.392
Outros ativos	8.758	11.772
Total do ativo circulante	6.066.016	2.796.477
Ativo não circulante		
Aplicações financeiras	14.965	14.608
Partes relacionadas	22.166	70.740
Tributos a recuperar	140.240	29.529
Outros ativos	1.619	904
Depósitos judiciais	14.757	11.912
Ativos de direito de uso	597.051	408.048
Intangível	450	450
Imobilizado	1.341.447	860.773
Total do ativo não circulante	2.132.695	1.396.964
Total do ativo	8.198.711	4.193.441

Passivo (em R\$ mil)	Dez/20	Dez/19
Passivo circulante		
Fornecedores	944.604	553.543
Empréstimos e financiamentos	32.022	161.359
Debêntures	29.146	30.503
Obrigações trabalhistas	178.802	132.106
Obrigações tributárias	96.392	64.362
Tributos parcelados	6.392	1.269
Passivos de arrendamento	67.184	69.083
Outros passivos	6.788	17.719
Total do passivo circulante	1.361.330	1.029.944
Passivo não circulante		
Empréstimos e financiamentos	89.296	242.982
Debêntures	442.031	473.606
Tributos parcelados	23.353	4.614
Provisão para riscos	17.208	15.088
Passivos de arrendamento	523.288	337.287
Partes relacionadas	34.665	97.980
Total do passivo não circulante	1.129.841	1.171.557
Patrimônio líquido		
Capital social	4.780.929	1.144.169
Reserva de incentivos fiscais	778.155	752.661
AFAC - Adiantamento para futuro aumento de capital	44.217	11.900
Reserva legal	40.955	44.195
Reserva para retenção de lucros	-	39.015
Patrimônio líquido atribuído à participação dos acionistas controladores	5.644.256	1.991.940
Patrimônio líquido atribuído à participação dos acionistas não controladores	63.284	-
Total do patrimônio líquido	5.707.539	1.991.940
Total do passivo e do patrimônio líquido	8.198.711	4.193.441

Fluxo de Caixa (em R\$ mil)	2020	2019	Var. %
Fluxo de caixa das atividades operacionais			
Lucro antes do Imposto de renda e contribuição social	724.539	381.253	90,0%
Ajuste para a reconciliação do lucro antes dos impostos com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:			
Depreciação e amortização	117.386	149.963	-21,7%
Atualização passivos de arrendamento	32.804	19.966	64,3%
Provisão para obsolescência e quebras	(2.813)	3.230	-187,1%
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	17.471	860	1931,5%
Juros sobre empréstimos, financiamento e debêntures provisionados	49.441	57.280	-13,7%
Baixa de imobilizado	2.924	1.102	165,3%
Provisão para riscos	2.120	12.166	-82,6%
Recursos das Operações	943.871	625.820	50,8%
Aumento (redução) nos ativos operacionais:			
Contas a receber	(518.764)	2.379	-21906,0%
Estoques	(1.096.477)	(98.554)	1012,6%
Tributos a recuperar	(77.200)	(16.931)	356,0%
Depósitos judiciais	(2.845)	(1.919)	48,3%
Outros ativos	2.300	10.782	-78,7%
Aumento (redução) nos passivos operacionais:			
Fornecedores	391.061	(149.829)	-361,0%
Obrigações trabalhistas e tributárias	78.726	35.270	123,2%
Tributos parcelados	23.862	(1.278)	-1967,1%
Outros passivos	(10.931)	(5.950)	83,7%
Impostos pagos	(1.943)	(6.560)	-70,4%
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	(268.341)	393.230	-168,2%
Juros pagos	(43.245)	(36.588)	18,2%
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	(311.586)	356.642	-187,4%
Fluxo de caixa das atividades de investimento			
Aquisição de imobilizado	(600.985)	(215.729)	178,6%
Intangível	-	-	-
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(357)	6.575	-105,4%
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(601.341)	(209.154)	187,5%
Fluxo de caixa das atividades de financiamento			
Captação de empréstimos, financiamentos e debêntures	690.665	367.761	87,8%
Partes relacionadas	(14.741)	3.627	-506,4%
Adiantamento para futuro aumento de capital	32.317	-	-
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures	(1.004.569)	(275.436)	264,7%
Distribuição de lucros	-	(39.062)	-
Integralização de capital social	3.025.913	15.690	19185,6%
Pagamento passivo de arrendamento	(111.178)	(85.072)	30,7%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	2.618.407	(12.492)	-21060,7%

Aumento em caixa e equivalentes de caixa	1.705.481	134.996	1163,4%
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	406.905	271.909	49,6%
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	2.112.386	406.905	419,1%
Aumento em caixa e equivalentes de caixa	1.705.481	134.996	1163,4%

IMPACTO IFRS 16 – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CONSOLIDADO

DRE (em R\$ mil)	2020	IFRS16	2020 ex-IFRS	4T 20	IFRS16	4T 20 ex-IFRS
Receita Líquida	12.397.038		12.397.038	3.635.296		3.635.296
Custo das mercadorias vendidas	(9.407.628)		(9.407.628)	(2.781.021)		(2.781.021)
LUCRO BRUTO	2.989.410		2.989.410	854.275		854.275
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS						
Despesas administrativas, gerais e de vendas	(1.924.601)	(107.439)	(2.032.040)	(581.898)	(29.111)	(611.009)
Despesas com depreciação	(192.022)	74.636	(117.386)	(55.744)	19.755	(35.989)
Outras receitas (despesas) operacionais	(3.102)		(3.102)	(1.923)		(1.923)
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	869.685		836.882	214.710		205.354
RESULTADO FINANCEIRO	(145.146)	32.803	(112.343)	(24.259)	9.356	(14.903)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	724.539		724.539	190.451		190.451
Imposto de renda e contribuição social	1.730		1.730	2.973		2.973
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	726.269		726.269	193.425		193.425

Sobre o Grupo Mateus

O **Grupo Mateus** é a quarta maior empresa de varejo alimentar do país, com operações no varejo de supermercados, atacarejo, atacado, móveis e eletrodomésticos, e-commerce, indústria de panificação e central de fatiamento e porcionamento.

Contatos de Relações com Investidores

www.ri.grupomateus.com.br

São Luís, 24 de março de 2021 - Este documento contém tanto informações históricas quanto declarações prospectivas acerca das perspectivas dos negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros do Grupo Mateus, baseadas exclusivamente nas expectativas da Administração da Companhia. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio. Diante de tais incertezas, o Grupo Mateus não assume nenhuma obrigação de atualizar ou revisar no futuro qualquer declaração prospectiva.

Adicionalmente, conforme informado nos Relatórios Financeiros divulgados no processo de Abertura de Capital, em 30 de junho de 2020, as Companhias Posterus Supermercados Ltda. e a Rio Balsas Participações e Empreendimentos Ltda. tiveram sua integralização de capital realizada em 30 de junho 2020 passando a ser controladas integrais do Grupo Mateus. Sendo assim, nos relatórios financeiros apresentados em nossas demonstrações financeiras e notas explicativas deste trimestre, mais especificamente a data-base 31 de dezembro de 2019, apresentamos a consolidação estatutária a qual as empresas citadas não faziam parte dos investimentos da companhia.

Dessa forma, a Companhia optou por apresentar no Press Release as demonstrações do resultado Combinadas (proforma) para o período de 4T 19 (31 de dezembro de 2019), por entender que estas proporcionam aos seus leitores a comparabilidade das operações do Grupo Mateus considerando a estrutura societária formada em 30 de junho de 2020 e que se mantém para 31 de dezembro de 2020. Estas demonstrações do resultado combinadas na data-base de 31 de dezembro de 2019, não representam as demonstrações financeiras de qualquer uma das entidades que fazem parte do Grupo de forma isolada, e não devem ser tomadas como base para fins de cálculo de dividendos, impostos ou para quaisquer outros fins societários, estando apresentadas exclusivamente no Press Release como proforma e com o único objetivo de apresentar os resultados combinados como se as entidades citadas sob controle comum fossem apenas uma única entidade.

Finalmente, para melhor representar o cenário econômico do negócio, os números são apresentados sem efeito de IFRS 16 na DRE nos períodos em referência.