

RESULTADOS 2T21

12 de agosto
B3: GMAT 3

TELECONFERÊNCIA

13 de agosto
10h Brasil
9h USA

Webcast em Português
Webcast em Inglês

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



Grupo Mateus divulga os resultados do 2º trimestre de 2021

DESTAQUES DO 2T 21

- Abertura de 45 lojas nos últimos doze meses, das quais 20 estão localizadas em novas cidades
- A receita bruta de vendas totalizou R\$ 4,2 bilhões no período, o que representa um crescimento de 24,9%;
- O EBITDA ajustado totalizou R\$ 255 milhões, um aumento de 0,5%;
- O lucro líquido atingiu R\$ 191 milhões, -2,5% abaixo do nível do 2T 20;
- Lançamento da Nova Regional, que levará nossa expansão aos estados mais ao sul do nordeste, ampliando em +134% nosso mercado endereçável.*

*Considerando as populações dos estados atendidos

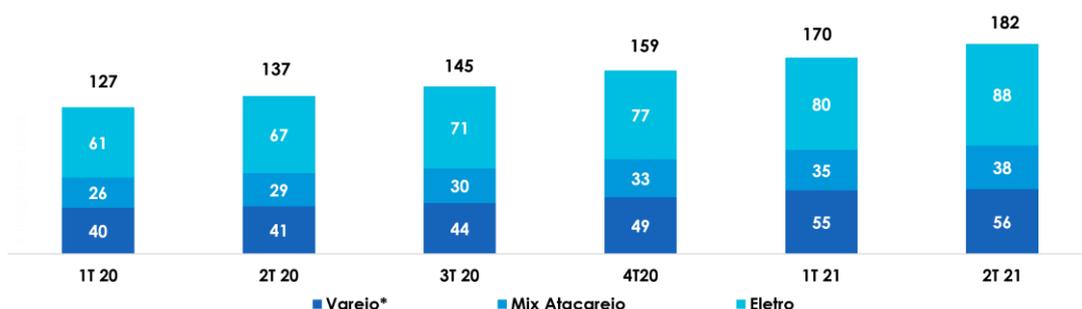
Destaques do Período	2T 21	2T 20	Var.%	1S 21	1S 20	Var.%
Destaques Financeiros (R\$ milhões)						
Receita Bruta de Vendas	4.202	3.365	24,9%	8.001	6.155	30,0%
Receita Líquida	3.724	2.889	28,9%	7.087	5.298	33,8%
SSS (%)	2%	24%	-22%	6%	15%	-9%
Lucro Bruto	863	694	24,3%	1.665	1.297	28,3%
<i>Margem Bruta</i>	23,2%	24,0%	-0,9%	23,5%	24,5%	-1,0%
EBITDA	248	254	-2,1%	457	409	11,9%
<i>Margem EBITDA</i>	6,7%	8,8%	-2,1%	6,5%	8,0%	-1,3%
EBITDA Ajustado	255	254	0,5%	475	409	16,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	6,8%	8,8%	-1,9%	6,7%	7,7%	-1,0%
Lucro Líquido	191	195	-2,5%	347	297	16,9%
Destaques Operacionais						
Número de lojas	182	137	45	182	137	45
Inaugurações	12	10	2	23	17	6
Área de vendas (mil m ²)	372	290	82	372	290	82

Destaques por Segmento	2T 21	2T 20	Var.%	1S 21	1S 20	Var.%
Varejo						
Receita Bruta (R\$ milhões)	1.215	869	39,8%	2.330	1.676	39,0%
SSS (%)	6%	8%	-2%	8%	5%	3%
Número de lojas	56	41	15	56	41	15
Inaugurações	1	1	-	7	2	5
Área de vendas (mil m ²)	94	72	30%	94	72	30%
Atacarejo						
Receita Bruta (R\$ milhões)	2.003	1.552	29,1%	3.831	2.803	36,7%
SSS (%)	1%	21%	-20%	5%	14%	-9%
Número de lojas	38	29	9	38	29	9
Inaugurações	3	3	0	5	6	-1
Área de vendas (mil m ²)	187	145	29%	187	145	29%
Eletrô						
Receita Bruta (R\$ milhões)	243	155	56,4%	438	275	59,4%
SSS (%)	23%	6%	18%	27%	-0,3%	27,3%
Número de lojas	88	67	21	88	67	21
Inaugurações	8	6	2	11	9	2
Área de vendas (mil m ²)	90	72	24%	90	72	24%
Venda Externa (B2B)						
Receita Bruta (R\$ milhões)	741	788	-6,1%	1.403	1.402	0,1%
Representantes Comerciais (qtd)	2.127	1.870	257	2.127	1.870	257
Rotas (qtd)	187	138	49	187	138	49
Zonas Municipais (qtd)	916	781	135	916	781	135
Centro de Distribuição (qtd)	10	9	1	10	9	1

DADOS OPERACIONAIS

Expansão - Abertura de Lojas

O Grupo Mateus inaugurou 12 lojas no 2T 21, totalizando 45 aberturas nos últimos doze meses e finalizando o trimestre com 182 lojas. Os números reforçam a continuidade do robusto projeto de expansão da companhia, mesmo com a forte base de comparação no 2T 20, quando foram inauguradas 10 lojas.



*Varejo inclui Supermercados, Hiper e Camino

O 2T 21 representou um marco importante para o Grupo, com a inauguração da primeira loja do Ceará, um Mix Atacarejo na cidade de Tianguá. Também reforçamos nossa presença nos outros estados onde já atuamos e, das outras 44 inaugurações ocorridas no período, 23 foram no Maranhão, 15 no Pará e 6 no Piauí.

A estratégia de expansão da companhia, por meio do adensamento de rotas com todos os canais de venda, segue comprovando sua assertividade, ao nos permitir identificar diversas oportunidades de mercado, tanto em novas localidades como em regiões onde já atuamos.

Das 45 inaugurações nos últimos 12 meses, 20 estão localizadas em novas cidades. Já entre as 12 aberturas realizadas durante o 2T 21, 4 foram em novos mercados.

Número de Lojas	2T 20	3T 20	4T 20	1T 21	2T 21
Maranhão	87	94	99	104	110
Pará	48	48	55	59	63
Piauí	2	3	5	7	8
Ceará	-	-	-	-	1
Total	137	145	159	170	182

Vale destacar que, ao final do trimestre, as lojas inauguradas no período (3T 20 a 2T 21) tiveram uma performance acima das lojas maduras e representaram 20% da receita bruta, reflexo do potencial existente em mercados ainda não explorados. Para uma estratégia de expansão assertiva, acreditamos na sintonia operacional entre os canais de atuação da empresa (venda externa, atacarejo, varejo, lojas de vizinhança e eletro) potencializados pela estratégia de adensamento de rotas.

Expansão – Nova Regional Nordeste

Realizamos no segundo trimestre um importante movimento para avançar para novos estados do Nordeste. A criação da nova regional se deu a partir da contratação de um time com bastante experiência de mercado e com vasto conhecimento sobre a região Nordeste.

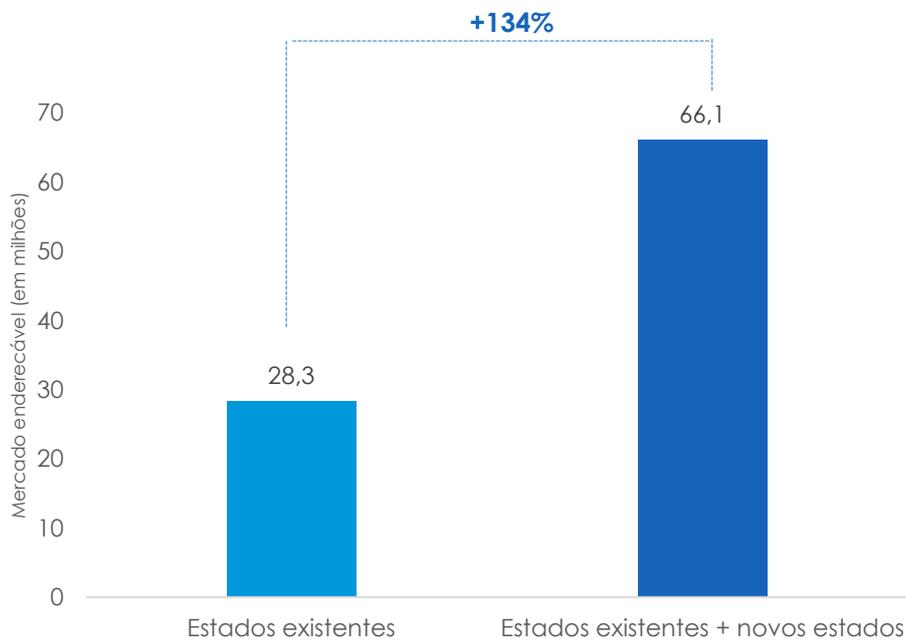
Assim, aceleramos nossa entrada nos estados ao sul do nordeste, adicionando importantes mercados ao nosso já robusto plano de expansão.

Importante ressaltar que seguimos firmes com a mesma estratégia desenvolvida até aqui, apostando em nossa estrutura e eficiências logísticas geradas pelo

adensamento de rotas, bem como em nossa multicanalidade, para entregar resultados relevantes e geração de valor no longo prazo.

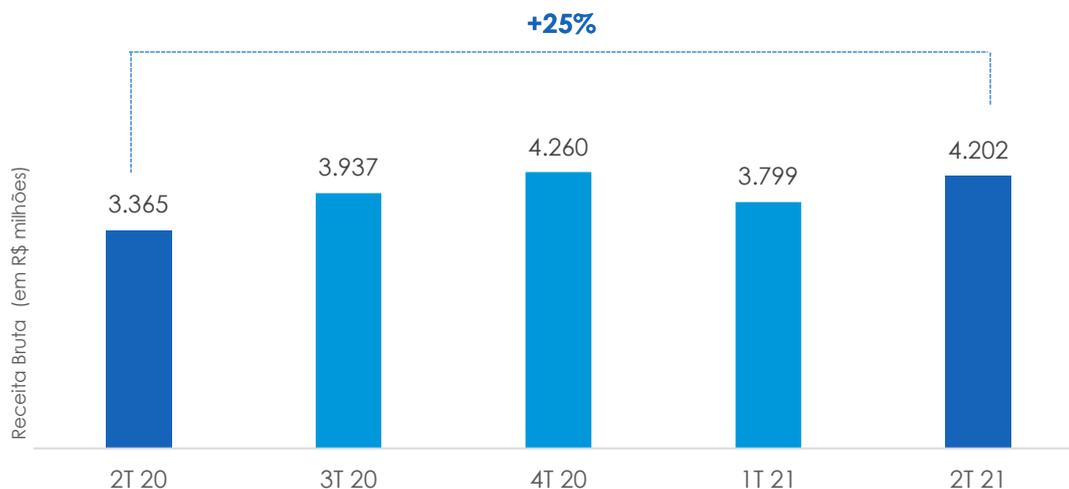
Dessa forma, reforçamos nossas bases para entregar uma expansão ainda mais relevante do que a inicialmente esperada, mas sempre respeitando e pautando nossa ação pelos mesmos preceitos estratégicos que nos trouxeram até aqui.

Com este movimento avançamos para estados ainda inexplorados pelo Grupo. Assim, ampliamos nosso mercado endereçável. Considerando o total da população dos estados onde atuamos, saímos de 28,3 milhões para 66,1 milhões de habitantes, uma adição de 37,8 milhões de pessoas, ou +133,7% em relação aos mercados atualmente atendidos por todos os nossos formatos.



DADOS FINANCEIROS

Receita bruta



No segundo trimestre de 2021, a receita bruta manteve um ritmo de crescimento expressivo, mesmo com a base de comparação forte do 2T 20 (+45%), e totalizou R\$ 4,2 bilhões, um aumento de 25%, quando comparado ao mesmo período do ano passado.

O crescimento deve-se, principalmente, à consistência do plano de expansão, com a abertura de 12 lojas no trimestre (2 a mais em relação ao 2T 20), totalizando 45 inaugurações no intervalo entre 3T 20 e 2T 21.

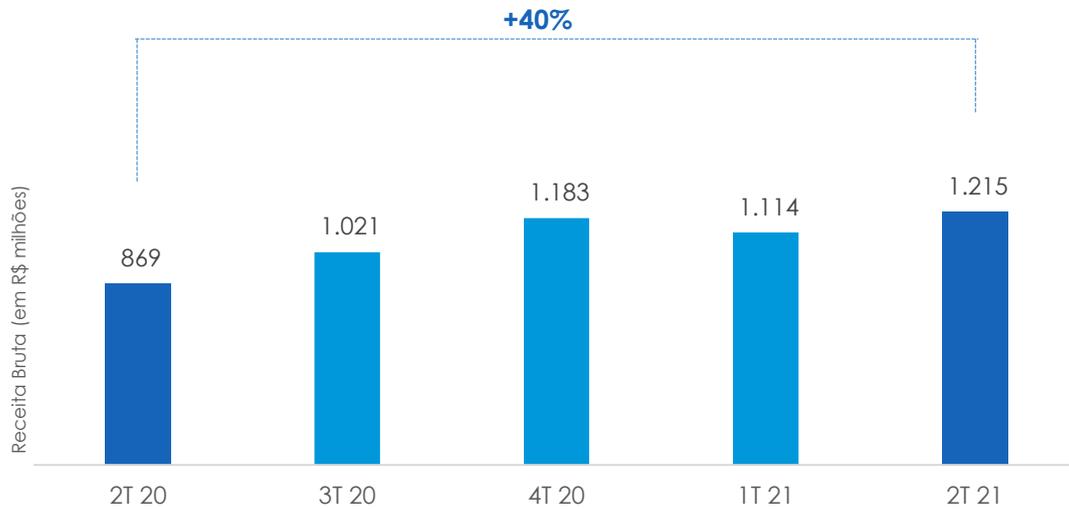
A assertividade da expansão e a estratégia de multicanalidade permitem ao Grupo oferecer o melhor tipo de loja para cada região, com um mix de produtos adequado ao perfil do consumidor local. Assim, vemos uma rápida aceitação dos clientes ao nosso modelo de negócio, o que se traduz na maturação acelerada das lojas.

Mesmo com uma forte base de comparação (SSS 2T 20: 23,8%), o crescimento em mesmas lojas apresentou desempenho positivo em 1,8%, acima das expectativas dada a base de comparação.

Também vale ressaltar que, neste trimestre, o valor do auxílio emergencial foi inferior ao do 2T 20, o que demonstra a resiliência da nossa operação. No 1S 21, o crescimento em mesmas lojas foi de 5,5%.

Receita bruta por segmento

Varejo



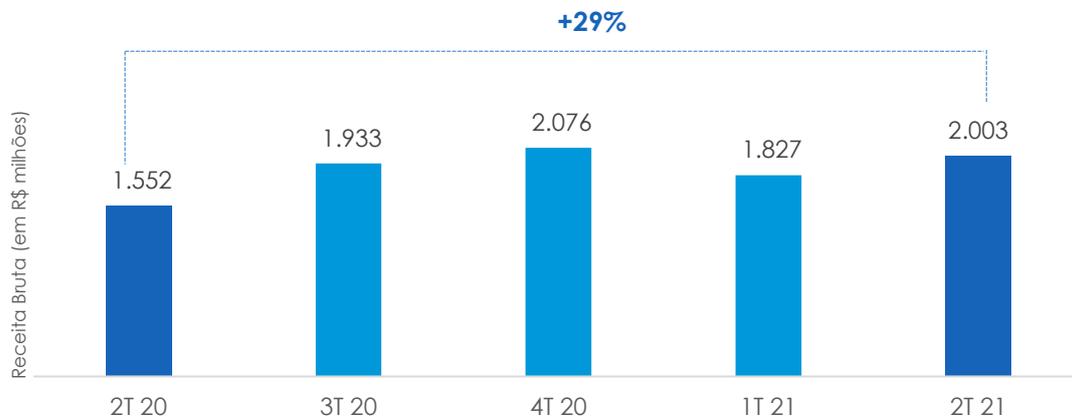
No segundo trimestre, o segmento de Varejo, que inclui supermercados, hipermercados e lojas de vizinhança, registrou uma receita bruta de R\$ 1,2 bilhão, com um aumento 40%. O segmento representou 29% da receita bruta total, contra 26% no 2T 20.

O desempenho foi beneficiado, principalmente, pela abertura de 15 novas lojas entre o 3T 20 e o 2T 21. Dessas aberturas, 9 foram de lojas de vizinhança.

O formato de vizinhança tem um papel fundamental para nossa estratégia de adensamento de rotas e enxergamos um grande potencial para o seu desenvolvimento, tanto nos estados onde já atuamos como em novos mercados. Por meio desse formato, podemos oferecer para as cidades menores uma experiência de compras similar a das grandes cidades. A receptividade dos mercados a esse formato e a rápida maturação das lojas nos confirma a assertividade da estratégia.

As lojas existentes também contribuíram para a performance do período, com um crescimento de 6,0% no 2T 21.

Mix Atacarejo

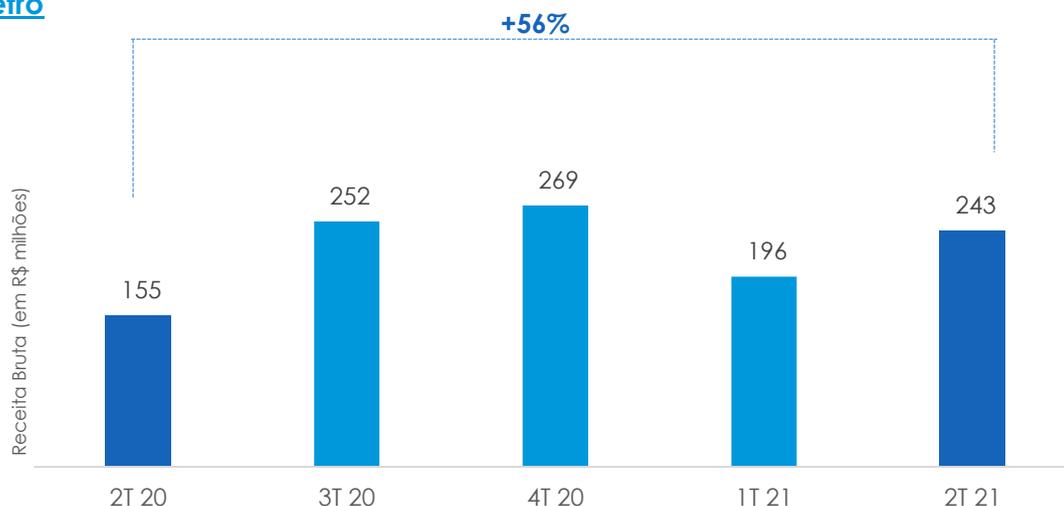


O segmento de Atacarejo ("cash and carry") manteve seu forte ritmo de crescimento e registrou um aumento de 29% na receita bruta do 2T 21, que totalizou R\$ 2 bilhões. O segmento é o mais representativo do Grupo, com uma participação de 48% na receita bruta total (+2 p.p. em comparação ao 2T 20).

A continuidade do plano de expansão, com a abertura de 9 lojas entre o 3T 20 e o 2T 21 foi o principal fator que impulsionou a performance no período. Mesmo com a forte base de comparação do ano passado (SSS 2T 20: 21,4%), as lojas existentes também contribuíram para o resultado, com um crescimento em mesmas lojas de 1,5% no 2T 21.

A estratégia de ter um Atacarejo diferenciado, com a oferta de serviços nas lojas e um mix de produtos regionais e nacionais adequado ao perfil de cada mercado, tem se mostrado bastante assertiva tanto nos mercados consolidados como nas novas localidades aonde chegamos, contribuindo para a boa performance do segmento.

Eletro



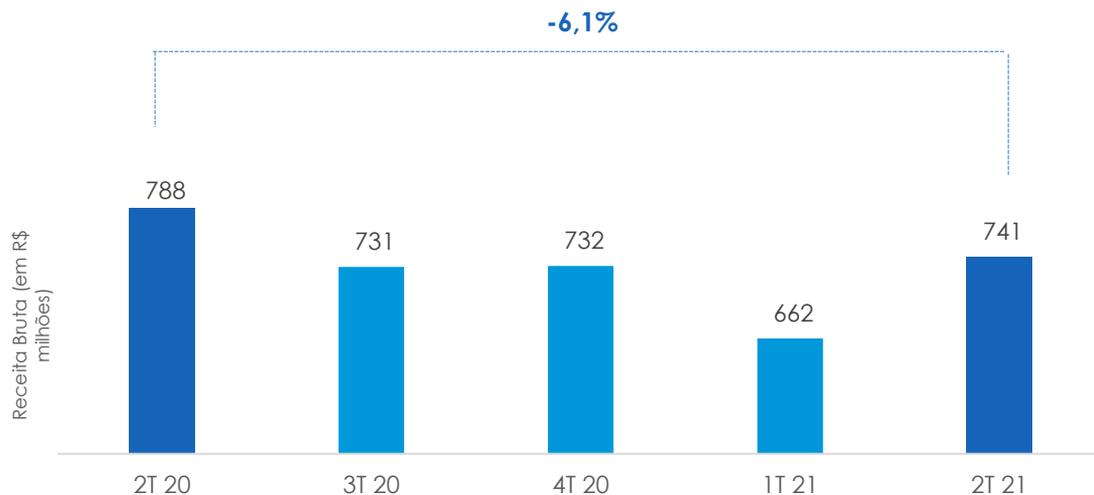
No 2T 21, as lojas de Eletro registraram uma receita bruta de R\$ 243 milhões, com um expressivo crescimento de 56%. O segmento representou 6% da receita brutal total, um aumento de 1% em comparação ao mesmo período do ano passado.

O desempenho do trimestre foi impulsionado pelo forte plano de expansão, com a abertura de 21 lojas entre o 3T 20 e o 2T 21. Através da estratégia de adensamento de rotas, conseguimos chegar a cidades que possuem uma demanda reprimida, pois, em cidades menores, a loja física ainda é o meio de consumo mais importante para os clientes.

Também contribuiu para a performance no período uma base de comparação menos forte, já que, durante parte do 2T 20, as lojas de Eletro permaneceram fechadas, como medida de combate à pandemia.

No 2T 21, o crescimento em mesmas lojas foi de 23,5%, contra -7,5% no 2T 20.

Vendas Externas

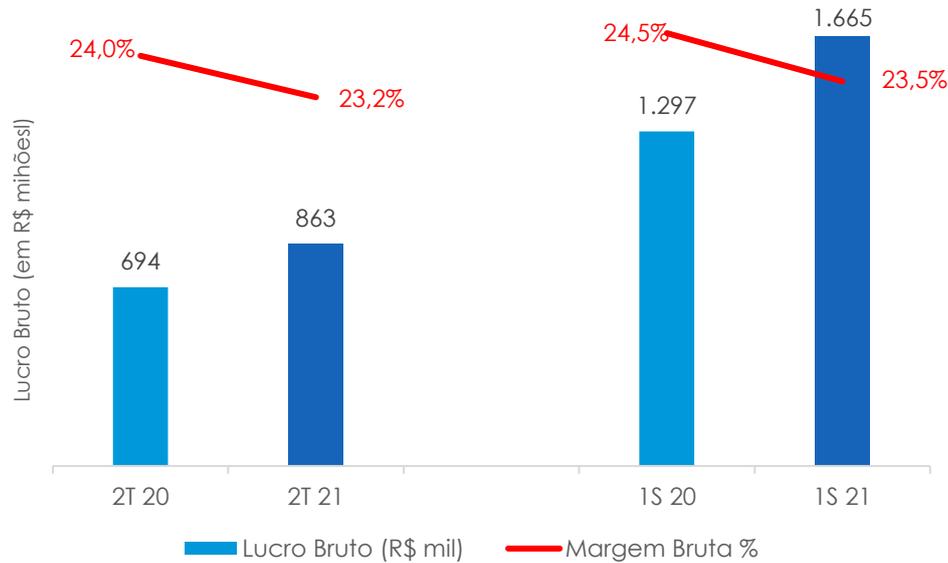


No segundo trimestre, as Vendas Externas registraram uma queda de -6,1%, com uma receita bruta de R\$ 741 milhões. O segmento representou 18% da receita bruta total do Grupo, contra 23% no 2T 20.

A performance da Venda Externa foi afetada pela inauguração de 24 lojas de Varejo e Atacarejo no período entre o 3T 20 e o 2T 21. Dentro da estratégia da companhia, o segmento de atacado é uma ferramenta importante para conhecer novos mercados consumidores e adensar as rotas. À medida que abrimos lojas nesses novos mercados, os clientes que eram atendidos pela Venda Externa passam a comprar no Varejo ou Atacarejo.

Em linha com o plano de expansão, e sendo sempre o primeiro canal de vendas a chegar em novas regiões, tivemos o incremento de 49 novas rotas, em comparação ao 2T 20, o que nos permitiu atender 135 novas zonas municipais.

Lucro Bruto



No 2T 21, o lucro bruto totalizou R\$ 863 milhões, com um expressivo crescimento de 24%, comparado ao 2T 20. Já a margem bruta foi de 23,2%, pressionada em 0,8 ponto percentual em relação ao 2T 20.

Dois fatores principais contribuíram para a pressão na margem. Primeiro, o efeito do mix de produtos e canais de vendas, tendo em vista a maior representatividade do segmento de Atacarejo, que possui uma margem menor que os demais.

Também observamos impacto decorrente da inflação do período. Os Serviços são um dos pilares estratégicos da companhia, pois entendemos que açougue, hortifruti e demais serviços são categorias destino, que ajudam a atrair fluxo de clientes para as lojas. Tendo em vista essa importância estratégica, optamos por não repassar totalmente aos consumidores o aumento de preço em algumas categorias, como carne e hortifruti, focando no crescimento do volume de vendas (que foi acima do esperado) e pressionando momentaneamente a margem bruta do 2T 21. Nesse sentido, é válido ressaltar que enxergamos a margem bruta apresentada como um piso, com espaço para expansão nos próximos períodos.

Despesas Administrativas, Gerais e de Vendas

Em R\$ mil	2T21	2T20	Var. %	1S 21	1S 20	Var. %
Despesas com Vendas						
Despesas com Pessoal	(257.142)	(124.901)	105,9%	(494.082)	(298.818)	65,3%
Comissões	(10.690)	(5.721)	86,9%	(19.989)	(11.326)	76,5%
Propaganda e Publicidade	(6.614)	(786)	741,4%	(12.860)	(1.326)	869,8%
Aluguéis	(57.291)	(56.548)	1,3%	(112.807)	(101.401)	11,2%
	(331.736)	(187.956)	76,5%	(639.737)	(412.871)	54,9%
Despesas Administrativas						
Despesas com Pessoal	(68.354)	(97.136)	-29,6%	(137.648)	(147.630)	-6,8%
Fretes e Combustíveis	(56.836)	(38.446)	47,8%	(107.694)	(73.360)	46,8%
Depreciação	(44.496)	(25.043)	77,7%	(82.419)	(47.649)	73,0%
Água, Luz e Telefone	(39.288)	(23.228)	69,1%	(76.899)	(47.513)	61,8%
Serviços Prestados	(36.913)	(30.408)	21,4%	(71.671)	(64.698)	10,8%
Despesas Gerais	(81.107)	(57.200)	41,8%	(173.104)	(142.171)	21,8%
	(326.995)	(271.461)	20,5%	(649.436)	(523.021)	24,2%
Total	(658.731)	(459.417)	41,6%	(1.289.173)	(935.892)	37,7%

As despesas com vendas representaram 8,9% da receita líquida no 2T 21, contra 6,7% no 2T 20. O aumento deve-se, principalmente, ao crescimento da venda bruta em mesmas lojas e a uma excelente performance das 45 lojas inauguradas. Na linha de aluguéis, observamos uma pressão momentânea resultado da dinâmica dos desenvolvimentos logísticos no Pará, onde ainda ao longo do 2T convivemos com estruturas redundantes dada a necessidade de transferência de mercadorias para o novo CD recém colocado em operação.

Já as despesas administrativas representaram 8,2% da receita líquida, versus 9,4% no 2T 20. A diluição ocorreu por conta de uma maior eficiência na gestão e aumento da produtividade das estruturas logística, operacional e administrativa. A linha de Fretes e Combustíveis teve um aumento mais significativo ano contra ano, em função do transporte da mercadoria dos CDs externos, em Belém, para o CD próprio, em Santa Izabel.

Dois efeitos não recorrentes foram registrados nas despesas durante o 2T 21. O primeiro deles refere-se aos desligamentos/distratos ocorridos no Pará. Com a finalização da obra do CD próprio em Santa Izabel, desativamos os CDs alugados de Belém e conduzimos o processo de desligamento dos colaboradores na capital, com a contratação de novos funcionários para o CD próprio. Vale ressaltar que o Grupo ofereceu a oportunidade de os colaboradores trabalharem no CD novo, a qual não foi aceita pela maioria, por conta da distância entre as duas cidades.

Além disso, durante o trimestre contratamos um novo nível de diretoria executiva, que será responsável pelo projeto de expansão para novos estados.

Considerando os efeitos acima citados em conjunto à expansão do parque de lojas e reforço dos quadros, observamos na somatória de despesas com pessoal de vendas e administrativas um aumento de 46,6%, saindo de R\$222,0 milhões no 2T20 para R\$325,5 milhões no 2T21.

EBITDA

Em R\$ mil	2T 21	2T20	Var. %	6M 21	6M 20	Var. %
Lucro Líquido	190.565	195.351	-2,5%	347.285	297.176	16,9%
(+) Imposto de Renda	-	-	-	-	-	-
(+) Resultado Financeiro	13.354	33.448	-60,1%	28.272	64.400	-56,1%
EBIT	203.919	228.799	-10,9%	375.557	361.576	3,9%
(+) Depreciação e Amortização	44.493	25.043	77,7%	82.419	47.649	73,0%
EBITDA	248.411	253.842	-2,1%	457.976	409.225	11,9%
Margem EBITDA	6,7%	8,8%	-2,1%	6,5%	7,7%	-1,3%
(+) Despesas não recorrentes	6.675	-	-	17.157	-	-
Não recorrentes	-	-	-	10.482	-	-
Frete e Abastecimentos	1.162	-	-	1.162	-	-
Desligamentos/Distratos	3.062	-	-	3.062	-	-
Regional BA/PE	2.450	-	-	2.450	-	-
Total de Despesas não-recorrentes/não-operacionais	6.675	-	-	17.157	-	-
EBITDA Ajustado	255.086	253.842	0,5%	475.132	409.225	16,1%
Margem EBITDA Ajustado	6,8%	8,8%	-1,9%	6,7%	7,7%	-1,0%

O EBITDA Ajustado foi de R\$ 255 milhões no 2T 21, com um crescimento de 0,5% quando comparado ao 2T 20. A margem EBITDA ajustada foi pressionada em 250 bps, atingindo 6,8%.

As despesas não recorrentes totalizaram R\$ 6,7 milhões no período, relacionadas às movimentações para a inauguração do CD de Santa Izabel e à contratação de um novo nível de diretoria executiva.

Resultado Financeiro

Resultado Financeiro (R\$ mil)	2T21	2T20	Var. %	1S 21	1S 20	Var. %
Receitas Financeiras						
Juros recebidos	4.153	9.225	-55,0%	8.769	15.861	-44,7%
Juros aplicações financeiras	9.644	635	1419,3%	17.211	972	1671,1%
Descontos Financeiros Obtidos	1.190	2.669	-55,4%	1.991	2.140	-7,0%
Outras receitas financeiras	16.713	6.401	161,1%	29.420	16.437	79,0%
Total de receitas financeiras	31.701	18.929	67,5%	57.392	35.409	62,1%
Despesas Financeiras						
IOF	-	(1)	-	-	(2)	-
Juros de empréstimos e financiamentos	(7.162)	(15.147)	-52,7%	(14.565)	(31.412)	-53,6%

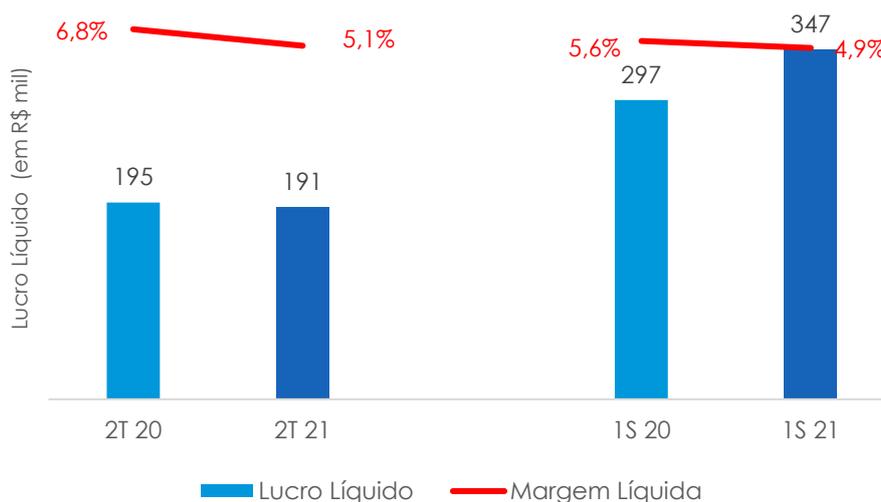
Juros Passivos	(4.178)	(1.697)	146,2%	(7.804)	(3.276)	138,2%
Juros sobre parcelamento	(757)	(25)	2.969,2%	(1.333)	(105)	1173,5%
Despesas bancárias	(3.851)	(12.746)	-69,8%	(7.546)	(15.656)	-51,8%
Perda financeira	(77)	(534)	-85,6%	(133)	(1.416)	-90,6%
Percentual cartão de crédito	(27.986)	(13.244)	111,3%	(51.353)	(37.667)	36,3%
Descontos Concedidos	(1.044)	(2.172)	-52,0%	(2.929)	(3.463)	-15,4%
Variações Monetárias passivas	-	(6.814)	-	-	(6.814)	-
Total de despesas	(45.055)	(52.381)	-14,0%	(85.663)	(99.812)	-14,2%
Resultado Financeiro	(13.355)	(33.451)	-60,1%	(28.272)	(64.402)	-56,1%

O resultado financeiro do 2T 21 totalizou R\$ -13,5 milhões, com uma redução de 60,1%, e representou -0,4% da receita líquida comparado a -1,2% no 2T 20.

As receitas financeiras registraram um crescimento de 67,5% e somaram R\$ 31,7 milhões durante o trimestre. Com a receita de aplicação dos recursos captados no IPO, a companhia gerou receitas financeiras com aplicações no valor de R\$ 9,6 milhões.

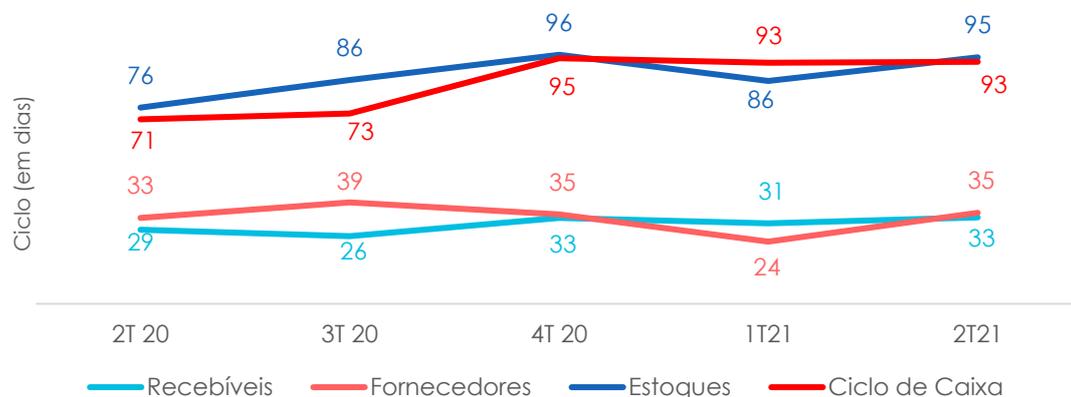
Já as despesas financeiras foram reduzidas em 14,0% no 2T 21, quando comparadas ao 2T 20, e totalizaram R\$ 45 milhões, reflexo, basicamente, da liquidação de cerca de R\$ 700 milhões de empréstimos, leasing e finames em dezembro. Como resultado houve redução das despesas com juros de empréstimos e financiamentos de 52,7% no trimestre. Juros sobre parcelamento aumentou em decorrência de parcelamentos de impostos federais.

Lucro Líquido



O lucro líquido ajustado do 2T 21 totalizou R\$ 191 milhões, com uma queda de -2,5% quando comparado ao 2T 20. A margem líquida no período foi 6,8%, contra 5,1% no mesmo período do ano anterior.

Ciclo de Caixa



O ciclo de caixa do 2T 21 foi de 93 dias, um aumento de 22 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. O estoque aumentou 19 dias, reflexo do plano de expansão de 45 novas lojas e da ampliação dos centros de distribuição, além da compra de mercadoria, em preparação para as ações da comemoração do aniversário do Grupo, que ocorre em agosto.

Recebíveis tiveram um aumento de 5 dias, em relação ao 2T 21, por conta do aumento nas vendas em cartão. O prazo com fornecedores apresentou um aumento de 2 dias, em função da compra de estoque para o aniversário do Grupo.

Em relação ao 4T 20, já notamos uma evolução do ciclo de caixa, com uma redução de 2 dias. A estratégia é otimizar o ciclo de caixa, com a finalização da construção dos novos centros de distribuição e redução do raio de atuação das rotas.

Investimentos

Em R\$ mil	2T 21	2T 20	Var. %	1S 21	1S 20	Var. %
Lojas Inauguradas	90.734	40.263	125,4%	151.836	119.657	26,9%
Infraestrutura (CDs e Indústria)	49.471	16.328	203,0%	119.909	16.328	634,4%
Terrenos	28.819	-	-	34.890	-	-
Obras em Andamento	69.255	46.142	50,1%	199.651	55.458	260,0%
Reforma, manutenção e outros	32.072	19.083	68,1%	51.817	49.297	5,1%
Total	270.351	121.816	122%	558.103	240.740	132%

Os investimentos registraram um aumento de 122% para R\$270 milhões, devido ao robusto plano de expansão de lojas e à ampliação da infraestrutura, com a construção de novas indústrias de pães e centros de distribuição, e a manutenção de lojas existentes.

Para as lojas inauguradas no segundo trimestre de 2021, o investimento totalizou R\$90 milhões, aplicados na compra de máquinas, equipamentos e utensílios.

Na linha de infraestrutura, encontra-se a construção do novo Centro de Distribuição em Santa Izabel, no Pará, com área total de 40 mil m².

Atualmente, a empresa está com 20 lojas em construção.

Fluxo de Caixa

Em R\$ milhões	1S 21	1S 20	Var. %
EBIT Ajustado	347	297	17%
Depreciação e amortização	123	99	24%
Atualização passivos de arrendamento	21	17	21%
Provisão para obsolescência e quebras	0	0	-
Atualização monetária de arrendamentos	8	0	-
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	3	8	-61%
Juros sobre empréstimos, financiamento e debêntures provisionados	13	35	-63%
Baixa de imobilizado	2	3	-35%
Provisão para riscos	(2)	0	-
Recursos das Operações	515	460	12%
Ciclo de caixa	(272)	(101)	169%
Outros ativos	50	95	
Fluxo de Caixa Operacional			
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(542)	(201)	169%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	(119)	292	-141%
Fluxo de Caixa líquido	(425)	546	-178%

Registramos um fluxo de caixa líquido negativo de R\$ 425 milhões no 2T 21. Nosso fluxo de caixa de recursos da operação totalizou R\$ 515 milhões, tendo sido consumido pelo ciclo de caixa negativo de R\$ 272 milhões e pelo investimento de R\$ 542 milhões realizados durante o trimestre. O caixa aplicado nas atividades de financiamento apresentou uma redução de 141%.

Endividamento

Em R\$ milhões	1S 21	1S 20	Var %
Dívida Bruta	(552.110)	(1.201.553)	-54,1%
Caixa e equivalentes de caixa	1.687.024	944.126	78,7%
Aplicações Financeiras	1.357	14.603	-90,7%
Caixa Líquido/Dívida Líquida	1.136.270	(242.824)	-567,9%
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado¹	-1,1x	0,3x	-1,4x

O Grupo Mateus encerrou o primeiro semestre de 2021 com R\$ 1,1 bilhão em caixa líquido, comparado a uma dívida líquida de R\$ 243 milhões ao final do primeiro semestre de 2020.

A variação se deve a dois principais fatores: a entrada de recursos do IPO, realizado em outubro de 2020, e a amortização de empréstimos, leasings e finames junto aos bancos, ao final de 2020.

ANEXOS:

I - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

Demonstração do Resultado (em R\$ mil)	2T 21	2T 20	Var. %	6M 21	6M 20	Var. %
Receita líquida de vendas	3.724.342	2.889.003	28,9%	7.086.615	5.298.288	33,8%
Custo dos serviços prestados e mercadorias vendidas	(2.861.692)	(2.195.072)	30,4%	(5.421.886)	(4.000.820)	35,5%
Lucro bruto	862.649	693.931	24,3%	1.664.728	1.297.468	28,3%
Receitas (despesas) operacionais						
Despesas administrativas, gerais e de vendas	(656.523)	(465.031)	41,2%	(1.276.482)	(935.648)	36,4%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(2.208)	(101)	2085,8%	(12.690)	(244)	5100,7%
	(658.731)	(465.132)	41,6%	(1.289.172)	(935.892)	37,7%
Lucro operacional antes do resultado financeiro	203.919	228.799	-10,9%	375.557	361.576	3,9%
Resultado financeiro						
Receitas financeiras	31.701	18.931	67,5%	57.392	35.410	62,1%
Despesas financeiras	(45.054)	(52.379)	-14,0%	(85.663)	(99.810)	-14,2%
Total	(13.354)	(33.448)	-60,1%	(28.272)	(64.400)	-56,1%
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	190.565	195.351	-2,5%	347.285	297.176	16,9%
Imposto de renda e contribuição social - corrente	-	-	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social - diferido	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido do exercício	190.565	195.351	-2,5%	347.285	297.176	16,9%

*Sem IFRS 16

II - BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo (em R\$ mil)	Jun/21	Dez/20
Ativo circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	1.687.023	2.112.385
Contas a receber	1.462.542	1.305.458
Estoques	2.826.493	2.617.533
Tributos a recuperar	87.231	21.882
Outros ativos	46.294	8.758
Total do ativo circulante	6.109.583	6.066.016
Ativo não circulante		
Títulos e valores mobiliários	1.357	14.965
Partes relacionadas	19.673	22.166
Tributos a recuperar	95.341	140.240
Outros ativos	1.012	1.619
Depósitos judiciais	15.321	14.757
Ativos de direito de uso	703.266	597.051
Intangível	3.190	450
Imobilizado	1.809.859	1.341.447
Total do ativo não circulante	2.649.019	2.132.695
Total do ativo	8.758.602	8.198.711

Passivo (em R\$ mil)	Jun/21	Dez/20
Passivo circulante		
Fornecedores	1.041.790	944.604
Empréstimos e financiamentos	33.651	32.022
Debêntures	55.283	29.146
Obrigações trabalhistas	237.623	178.802
Obrigações tributárias	74.347	96.392
Tributos parcelados	9.888	6.392
Passivos de arrendamento	68.693	67.184
Outros passivos	11.025	6.788
Total do passivo circulante	1.532.300	1.361.330
Passivo não circulante		
Empréstimos e financiamentos	74.707	89.296
Debêntures	388.470	442.031
Tributos parcelados	33.313	23.353
Provisão para riscos	14.750	17.208
Passivos de arrendamento	634.573	523.288
Partes relacionadas	25.664	34.665
Total do passivo não circulante	1.171.477	1.129.841
Patrimônio líquido		
Capital social	4.780.929	4.780.929
Reserva de incentivos fiscais	1.104.151	778.155
AFAC - Adiantamento para futuro aumento de capital	44.217	44.217
Reserva legal	58.113	40.955
Reserva para retenção de lucros	-	-
Patrimônio líquido atribuído à participação dos acionistas controladores	5.987.410	5.644.256
Patrimônio líquido atribuído à participação dos acionistas não controladores	67.415	63.284
Total do patrimônio líquido	6.054.825	5.707.540
Total do passivo e do patrimônio líquido	8.758.602	8.198.711

III - IMPACTO IFRS 16 – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CONSOLIDADO

DRE (em R\$ mil)	2T 21	IFRS16	2T 21 ex-IFRS
Receita Líquida	3.724.342		3.724.342
Custo das mercadorias vendidas	(2.861.692)		(2.861.692)
LUCRO BRUTO	862.649		862.649
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS			
Despesas administrativas, gerais e de vendas	(579.932)	(31.028)	(610.960)
Despesas com depreciação	(65.431)	19.868	(45.563)
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.208)		(2.208)
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	215.079		203.919
RESULTADO FINANCEIRO	(24.514)	11.160	(13.354)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	190.565		190.565
Imposto de renda e contribuição social	-		-
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	190.565		190.565

IV – FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa (em R\$ mil)	Jun/21	Jun/20	Var. %
Fluxo de caixa das atividades operacionais			
Lucro antes do Imposto de renda e contribuição social	347.285	297.176	16,9%
Ajuste para a reconciliação do lucro antes dos impostos com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:			
Depreciação e amortização	122.982	99.284	23,9%
Atualização passivos de arrendamento	21.023	17.401	20,8%
Provisão para obsolescência e quebras	(2)	591	-
Atualização monetária de arrendamentos	7.732	-	-
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	2.968	7.638	-61,1%
Juros sobre empréstimos, financiamento e debêntures provisionados	13.131	35.464	-63,0%
Baixa de imobilizado	1.879	2.898	-35,2%
Provisão para riscos	(2.458)	67	-
Aumento (redução) nos ativos operacionais:			
Contas a receber	(160.052)	(154.132)	3,8%
Estoques	(208.958)	(91.114)	129,3%
Tributos a recuperar	(20.450)	(36.816)	-44,5%
Depósitos judiciais	(564)	(1.388)	-59,4%
Outros ativos	(36.929)	3.156	-1270,1%
Aumento (redução) nos passivos operacionais:			
Fornecedores	97.186	144.158	-32,6%
Obrigações trabalhistas e tributárias	36.776	108.251	-66,0%
Tributos parcelados	13.456	40	33539,8%
Outros passivos	4.237	37.391	-88,7%
Impostos pagos	-	-	-
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	239.243	470.065	-49,1%
Juros pagos	(4.177)	(15.208)	-72,5%
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	235.066	454.857	-48,3%
Fluxo de caixa das atividades de investimento			
Aquisição de imobilizado	(552.613)	(200.742)	175,3%
Aquisição de intangível	(2.840)	(450)	531,1%
Aplicação em títulos e valores mobiliários	13.608	5	272056,1%
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(541.845)	(201.187)	169,3%
Fluxo de caixa das atividades de financiamento			
Captação de empréstimos, financiamentos e debêntures	58	375.150	-100,0%
Partes relacionadas	(6.508)	6.360	-202,3%
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	66.683	-
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures	(49.396)	(94.066)	-47,5%
Pagamento passivo de arrendamento	(62.736)	(61.934)	1,3%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	(118.582)	292.193	-140,6%
Aumento em caixa e equivalentes de caixa	(425.361)	545.863	-177,9%
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	2.112.385	398.263	430,4%
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	1.687.024	944.126	78,7%
Aumento em caixa e equivalentes de caixa	(425.361)	545.863	-177,9%

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, 12 de agosto 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.

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