

## Destaques do 3T21

- Vendas totais cresceram 12% no 3T21 (103% em dois anos), atingindo R\$13,8 bilhões
- E-commerce cresceu 22% no 3T21 (204% em dois anos), atingindo R\$10,0 bilhões
- Marketplace atingiu R\$3,5 bilhões em vendas, crescendo 67% no 3T21 (310% em dois anos)
- Volume total de pagamentos (TPV) cresceu 99% no 3T21, atingindo R\$18,5 bilhões
- EBITDA ajustado atingiu R\$351,0 milhões no 3T21 (margem de 4,1%)
- Lucro líquido de R\$143,5 milhões no 3T21 (ajustado de R\$22,6 milhões)
- Posição de caixa líquido ajustado de R\$6,8 bilhões e de caixa total ajustado de R\$9,1 bilhões



**Crescimento de vendas sobre a maior base de comparação da história.** No 3T21, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 12,0% para R\$13,8 bilhões, reflexo do aumento de 22,2% no e-commerce total (sobre um crescimento de 148% no 3T20) e uma redução de 8,0% nas lojas físicas. A performance das lojas físicas foi impactada pela piora dos indicadores macroeconômicos ao longo do trimestre, como o aumento da inflação e da taxa de juros, e também pela forte base de comparação (crescimento 18,3% no 3T20).



**E-commerce continua em ritmo acelerado, com destaque para o marketplace.** No 3T21, o e-commerce brasileiro cresceu 17,9%, segundo a Neotrust, com o Magalu novamente crescendo mais que o mercado. No período, as vendas do e-commerce do Magalu avançaram 22,2% e atingiram, pela primeira vez, a marca de R\$10 bilhões no trimestre. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 6,7%, enquanto o marketplace cresceu 67,3% e atingiu 35,0% de participação no e-commerce total. O ganho de *marketshare* foi impulsionado pela excelente performance do app, com 37,9 milhões de usuários ativos mensais, além da entrega mais rápida, a evolução do marketplace e das novas categorias.



**Margem bruta reflete maior participação do e-commerce.** No 3T21, a margem bruta ajustada foi de 24,7%, uma redução de 1,5 p.p. quando comparada ao mesmo período de 2020 (26,2% no 3T20), reflexo da maior participação do e-commerce nas vendas totais (representando 72,3% das vendas totais da Companhia no 3T21) e, parcialmente, do aumento da inflação no custo das mercadorias vendidas.



**Despesas influenciadas pela retração das lojas físicas e crescimento do marketplace.** O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 20,6% no 3T21. O aumento de 1,1 p.p. comparado ao 3T20 foi devido à menor diluição das despesas nas lojas físicas e ao aumento das despesas de marketing no e-commerce. Vale destacar que em relação às vendas totais, ou seja, incluindo o marketplace, as despesas representaram 13,2%, uma redução de 0,4 p.p. em relação ao 3T20.



**EBITDA e lucro líquido.** O crescimento das vendas e o resultado positivo do e-commerce contribuíram para o EBITDA ajustado, que atingiu R\$351,0 milhões no 3T21. Entretanto, a diminuição da margem bruta e o aumento das despesas em relação à receita líquida influenciaram a margem EBITDA ajustada, que passou de 6,8% no 3T20 para 4,1% no 3T21. No mesmo período, o lucro líquido ajustado atingiu R\$22,6 milhões. Considerando os ganhos líquidos não recorrentes, o lucro líquido foi de R\$143,5 milhões.



**Geração de caixa e estrutura de capital.** No trimestre, a geração de caixa operacional foi de R\$221,8 milhões, influenciada pelos resultados positivos e pela variação do capital de giro. Nos últimos 12 meses, o fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis de cartão de crédito, foi de R\$219,5 milhões. Em set/21, a posição de caixa líquido ajustado foi de R\$6,8 bilhões e a posição total de caixa ajustado foi de R\$9,1 bilhões, incluindo os recursos da oferta subsequente de ações concluída em jul/21, no montante de R\$3,9 bilhões.



**Fintech.** O volume total de transações processadas (TPV) superou R\$18,5 bilhões no 3T21, crescendo 98,5%. Em set/21, a base de cartões de crédito atingiu a marca de 6,6 milhões de cartões, crescendo 33,3% comparado a set/20. O faturamento de cartão de crédito cresceu expressivos 47,3% no 3T21, atingindo R\$10,9 bilhões no período, e a carteira de cartão de crédito alcançou R\$15,1 bilhões ao final do 3T21. Em set/21, o MagaluPay chegou a marca de 4,0 milhões de contas abertas, impulsionado pela campanha do “Cashback do Milhão”.



MGLU3: R\$ 13,65 por ação  
Total de Ações: 6.673.926.848  
Valor de Mercado: R\$ 91,1 bilhões



**Teleconferência**  
12 de novembro de 2021 (Sexta-feira)  
14:00 (Brasília) / 12:00 (EUA - EST)  
[Link para a teleconferência](#)



**Relações com Investidores**  
Tel. +55 11 3504-2727  
[www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri)  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

**| MENSAGEM DA DIRETORIA**

Neste terceiro trimestre de 2021, uma tempestade perfeita se armou sobre a economia brasileira. As nuvens se formaram surpreendentemente rápido. A inflação disparou, fazendo com que os juros chegassem ao maior patamar em quatro anos. O atual cenário econômico é turbulento e desafiador para as empresas que atuam no mercado interno e, particularmente, no varejo -- e deve permanecer assim, pelo menos no curtíssimo prazo.

Esse temporal macroeconômico não impediu que nossas vendas totais continuassem a crescer, mesmo sobre uma base de comparação muito elevada, como foi a do período entre julho e setembro de 2020. Mas fez com que nossa rentabilidade, no trimestre, ficasse num patamar abaixo daquele que temos apresentado de forma consistente e recorrente.

Apesar da crescente diversificação de categorias, as vendas nas lojas ainda se concentram principalmente em bens duráveis -- produtos de ticket médio mais elevado, dependentes de um crédito que vem encarecendo em alta velocidade. Trata-se de um mercado tipicamente cíclico: quando a economia sofre com crescimento em baixa e juros em alta, as vendas se retraem. Foi o que aconteceu ao longo do trimestre.

As receitas das lojas estão 9% maiores que as registradas no mesmo período de 2019. Mas caíram 8%, quando comparadas ao terceiro trimestre do ano passado -- um resultado provocado pela conjunção da piora do cenário macro e da fortíssima base de comparação: entre julho e setembro de 2020, as vendas nas unidades físicas haviam avançado 18%. O menor volume de vendas nas lojas foi o principal motivo para a redução da rentabilidade -- afinal, as lojas físicas são o canal mais maduro e rentável do ecossistema Magalu.

Se, por natureza, o negócio de bens duráveis se movimenta conforme as placas tectônicas da economia se mexem, as demais operações do Magalu -- baseadas em sua plataforma -- mantêm-se mais que resilientes. Elas continuam a crescer, em ritmo acelerado, alinhadas às enormes possibilidades e oportunidades geradas pela digitalização da sociedade e dos negócios no país.

**O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo analógico brasileiro. E esse movimento é um poderoso impulsionador da companhia.**

Existem hoje, no país, quase 6 milhões de varejistas. Desse total, apenas uma fração deu os primeiros passos no que chamamos de economia digital. É esse varejo analógico, predominante no Brasil, que é nosso oceano azul. Atualmente, temos mais de 120.000 sellers em nosso marketplace -- todos eles formais e com produtos já publicados no SuperApp. Isso significa que cada um desses lojistas pode vender seus itens agora, para todo o Brasil. Mais da metade da nossa base de sellers foi digitalizada graças ao programa Parceiro Magalu. No terceiro trimestre, as vendas desses pequenos varejistas cresceram cerca de 500%.

Criado em 2020, como uma resposta ao fechamento do varejo físico causado pela pandemia, o programa ganhou ainda mais velocidade quando as lojas do Magalu passaram a atuar na atração de novos parceiros locais. Gerentes e vendedores são estimulados a prospectar pequenos varejistas de suas regiões e ajudá-los a se incorporar à plataforma da empresa. São promotores locais do marketplace, responsáveis pela captação de cerca de 50% dos novos sellers. Essa estratégia tem sido fundamental para a atração de parceiros das mais diversas categorias -- de moda a casa e decoração, de mercado e a beleza -- em todas as regiões do Brasil, fortalecendo nossa entrega local.

Acreditamos que só uma operação como o Magalu -- com seus mais de 1.400 pontos físicos espalhados pelo país, sua forte estrutura logística, sua capacidade de desenvolver tecnologia proprietária, seu ecossistema de empresas complementares e seu legado -- seja capaz de digitalizar o varejo tradicional em larga escala, na velocidade necessária, dentro da legalidade. Nós também nascemos analógicos. Nós também tivemos de nos transformar. Sabemos quais são as dores desses empreendedores e como ajudá-los a saná-las. Temos a experiência a nosso favor -- além da nossa capilaridade e de uma caixa de ferramentas financeiras e digitais.

## 3T21

No ano do “#Piscou, Chegou”, a logística do Magalu ligou o turbo. Nossa estrutura cobre praticamente todos os estados do Brasil e está presente em mais de 3.500 municípios. A empresa já ultrapassou o número de unidades logísticas previstas para 2021. Estão em operação 26 centros de distribuição e 211 pontos de *cross docking*. Atualmente, a malha própria faz mais de 80% das entregas do 1P e coleta 65% dos pedidos do 3P. A entrega ultra-rápida -- feita em até uma hora -- está implantada em 80 cidades, cobrindo 100% das capitais onde temos lojas.

As lojas físicas -- um diferencial competitivo do Magalu -- estão se transformando em agências de serviços para sellers de todo o país e a nossa multicanalidade está cada vez mais presente para os vendedores do marketplace. A modalidade Retira Loja de pedidos 3P evoluiu significativamente nos últimos 12 meses. Está disponível em 1.000 unidades do Magalu e representa 10% do total de pedidos do marketplace. Além disso, lançamos a Agência Magalu -- modelo que usa as lojas físicas como pontos de entrega para os pedidos do 3P. Mais de 3.000 sellers já utilizam esse serviço. Outros 1.000 varejistas adotaram a entrega a partir do seller (*ship from seller*), feita em até 24 horas. O *ship from seller* é feito pela Sode, empresa de entrega por motos adquirida em julho, com mais de 2.000 entregadores parceiros.

Isso é a digitalização do varejo brasileiro na veia. Comerciantes, que só conheciam o mundo analógico, estão usando a tecnologia e os serviços do ecossistema construído pelo Magalu para vender online, sem fronteiras. O Parceiro Magalu oferece um pacote completo a esse seller: da tecnologia de onboarding à publicidade digital, da gestão de recebíveis à entrega mais rápida para o cliente.



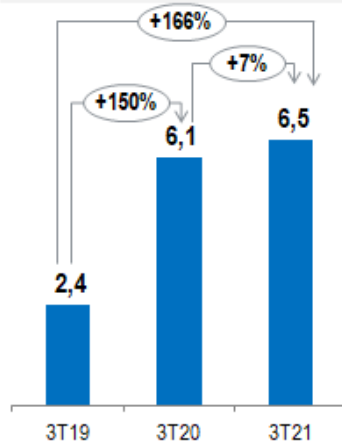
Neste terceiro trimestre de 2021, as vendas do marketplace da empresa cresceram 67% em relação ao mesmo período do ano passado. Passaram, assim, a representar 35% das vendas do e-commerce do Magalu. No acumulado dos últimos dois anos, a expansão foi de mais de 300%. E continua acelerando. Desde setembro, a quantidade de itens vendidos do 3P já é maior que a do 1P. E, em outubro, o crescimento das vendas do marketplace do Magalu foi de três dígitos. Esse crescimento tem sido influenciado tanto pela evolução dos sellers mais antigos, quanto pela performance cada vez melhor dos novatos.

O e-commerce total, por sua vez, cresceu 22% no terceiro trimestre na comparação anual. Com isso, pela primeira vez, as vendas trimestrais digitais do Magalu atingiram R\$10 bilhões. Nos últimos dois anos, o e-commerce do Magalu triplicou de tamanho. Aqui, não há volta. Só marcha para a frente.

## 3T21

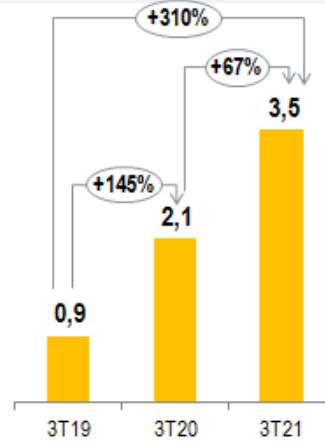
**Vendas do e-commerce tradicional (1P)**  
[em R\$ bilhões]

Em 2 anos, nossas vendas online 1P cresceram **+160%**.



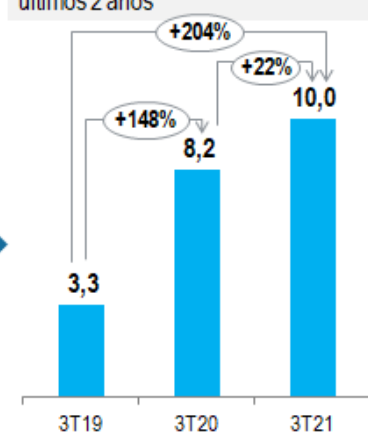
**Vendas do marketplace (3P)**  
[em R\$ bilhões]

Em 2 anos **aumentamos em 4x** nossas vendas online 3P.



**Vendas do e-commerce total**  
[em R\$ bilhões]

**Forte crescimento** das vendas do e-commerce total, triplicando nos últimos 2 anos



Estamos avançando rapidamente em novas categorias de maior recorrência e tíquetes menores. Moda é um exemplo. No início do quarto trimestre, reformulamos o Mundo Moda no SuperApp, passando a oferecer 300 marcas e 3,5 milhões de itens, de 21.000 varejistas e centenas de fábricas, incorporadas por meio da HubSales, startup que conecta indústria ao consumidor final. O Magalu também criou sua própria marca, o Vista Magalu. O segmento de moda no Brasil movimenta R\$152 bilhões e conta com 1,5 milhão de lojistas -- apenas 73.000 deles digitalizados. Estamos, portanto, na superfície de um mar de oportunidades. De janeiro a setembro, as vendas de produtos de moda cresceram 170% no SuperApp do Magalu.

Na categoria de beleza, ganhamos quatro pontos percentuais de participação de mercado, segundo a Neotrust. Na Época Cosméticos, as vendas mais do que triplicaram quando comparadas aos resultados de 2019. No acumulado até setembro deste ano, as vendas da Época Cosméticos superaram R\$500 milhões de reais, o que praticamente equivale a todo ano de 2020. Em esportes, com a Netshoes, o Magalu também ganhou outros quatro pontos percentuais de participação de mercado e cresceu 67% das vendas no SuperApp no terceiro trimestre.

Em julho, concluímos a aquisição da Hub Fintech. Com a Hub, a fintech do Magalu ganha robustez regulatória e tecnológica necessária para acelerar os serviços financeiros para clientes e sellers. A fintech do Magalu tem, atualmente, mais de 4 milhões de contas MagaluPay, 6,6 milhões de cartões de crédito emitidos e R\$15 bilhões em carteira de crédito. Esses números, por si só, colocariam nossa operação financeira na lista dos maiores bancos digitais do Brasil. Em agosto, durante mais uma edição do Expo Magalu, evento voltado para os sellers, o Magalu lançou suas maquininhas de cartão. As maquininhas são totalmente conectadas ao e-commerce e ao ecossistema da empresa, permitindo que o varejista faça vendas físicas ou a partir do marketplace. No final do dia, oferecem o que mais importa para os lojistas: dinheiro no caixa. É isso o que também chamamos de digitalizar o varejo.

É só o começo. As oportunidades geradas pela operação de fintech -- dentro de uma companhia como a nossa -- são múltiplas: para os 35 milhões de clientes ativos, parte deles ainda desbancarizados, para os parceiros do marketplace, que passam a ter acesso a crédito e a uma miríade de serviços financeiros para suportar o crescimento de seus negócios, e para o Magalu, que gera mais caixa e reforça a rentabilidade ao oferecer esses serviços.

Por fim, no final de outubro, o Cade emitiu parecer sem restrições para aprovação definitiva da aquisição da KaBuM!, concluindo-se assim uma das principais condições precedentes para o fechamento da transação, prevista para ocorrer nas próximas semanas.

A consistência e a constância que marcam nossa estratégia e execução são aplicadas às nossas iniciativas ESG. Esse também é um caminho no qual é preciso ter convicção e seguir em frente, apesar das dificuldades inerentes ao processo. ESG, no Magalu, sempre foi para valer. Neste trimestre, demos mais alguns passos. Em setembro, lançamos a segunda edição do programa de trainees exclusivamente para negros. Nosso objetivo é que o quadro de funcionários e as lideranças reflitam a diversidade racial do país. Estamos avançando também no que se refere à diversidade etária. Anunciamos, recentemente, o Resolve +50 – programa de contratação de profissionais acima dos 50 anos para a área de atendimento ao cliente – e o Desenvolve 40+, que abre espaço para profissionais com mais de 40 anos, no LuizaLabs.

## 3T21

No pilar ambiental, o Magalu conquistou, pela primeira vez, o selo ouro no Programa Brasileiro GHG Protocol, padrão usado pelas organizações para mensuração da emissão de gases do efeito estufa. O selo ouro é conferido a empresas cujos inventários abrangem emissões diretas e indiretas (escopos 1, 2 e 3) e operações, além de serem auditados por terceiros. E já estamos rodando com nossos primeiros caminhões elétricos - até o final deste ano serão 51. O Magalu de amanhã será melhor do que o Magalu de hoje.

Em outubro, o Magalu foi escolhido como a Melhor Empresa Para se Trabalhar no Brasil, no ranking feito pelo Great Place to Work Institute, em parceria com a revista *Época*. A comparação é feita com grandes organizações, de todos os principais setores da economia. Estamos no ranking há 24 anos e esta é a segunda vez que o Magalu fica na primeira posição, apontado como a melhor empresa para se trabalhar no Brasil na categoria grandes empresas (acima de 10.000 colaboradores). A primeira foi em 2003, quando a empresa tinha um quadro de 4.000 pessoas. Hoje, somos mais de 45.000. Poucos prêmios nos dão tanto orgulho. Afinal, somos gente que gosta de gente.

Acreditamos que os próximos meses continuarão a ser desafiadores. Mas estamos preparados para superar os obstáculos macroeconômicos que surgirem à nossa frente -- assim como já fizemos várias vezes ao longo dessas mais de seis décadas de vida. Confiamos no caminho estratégico que escolhemos -- digitalizar o varejo analógico brasileiro -- e na nossa capacidade de execução. A tempestade vai passar. E estaremos mais fortalecidos quando os tempos ensolarados voltarem.

Agradecemos a confiança de todos os stakeholders que nos acompanham nesta jornada: clientes, colaboradores, acionistas, investidores e fornecedores.

**A DIRETORIA**

R\$ milhões (exceto quando indicado)	3T21	3T20	Var(%)	9M21	9M20	Var(%)
Vendas Totais <sup>1</sup> (incluindo marketplace)	13.843,8	12.355,5	12,0%	40.062,9	28.584,4	40,2%
Receita Bruta	10.474,9	10.349,5	1,2%	31.506,1	23.652,3	33,2%
Receita Líquida	8.612,0	8.308,3	3,7%	25.878,2	19.111,3	35,4%
Lucro Bruto	1.734,1	2.178,7	-20,4%	6.112,5	5.034,4	21,4%
Margem Bruta	20,1%	26,2%	-6,1 pp	23,6%	26,3%	-2,7 pp
EBITDA	134,8	546,1	-75,3%	1.295,5	1.022,4	26,7%
Margem EBITDA	1,6%	6,6%	-5,0 pp	5,0%	5,3%	-0,3 pp
Lucro Líquido	143,5	206,0	-30,3%	497,7	172,2	189,0%
Margem Líquida	1,7%	2,5%	-0,8 pp	1,9%	0,9%	1,0 pp
Lucro Bruto - Ajustado	2.129,2	2.178,7	-2,3%	6.507,6	5.034,4	29,3%
Margem Bruta - Ajustado	24,7%	26,2%	-1,5 pp	25,1%	26,3%	-1,2 pp
EBITDA - Ajustado	351,0	561,2	-37,4%	1.233,6	982,3	25,6%
Margem EBITDA Ajustado	4,1%	6,8%	-2,7 pp	4,8%	5,1%	-0,3 pp
Lucro Líquido - Ajustado	22,6	215,9	-89,5%	193,2	145,7	32,6%
Margem Líquida - Ajustado	0,3%	2,6%	-2,3 pp	0,7%	0,8%	-0,1 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-14,6%	7,2%	-	13,1%	-15,7%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	-8,0%	18,3%	-	19,4%	-6,3%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	6,7%	149,5%	-	42,2%	124,0%	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	67,3%	145,4%	-	73,2%	176,0%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	22,2%	148,5%	-	50,6%	136,1%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	72,3%	66,3%	6,0 pp	71,4%	66,5%	5,0 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.413	1.237	176 lojas	1.413	1.237	176 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M <sup>2</sup> )	700.331	656.189	6,7%	700.331	656.189	6,7%

<sup>(1)</sup> Vendas Totais incluem vendas nas lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P).

## | Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 3T20, os resultados do 3T21 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

No 3T21, o Magalu reconheceu créditos tributários no valor de R\$ 388,5 milhões, sendo R\$ 253,7 milhões de principal e R\$ 134,8 de atualização monetária. Tais valores referem-se a créditos de ICMS/ST decorrentes da venda de mercadorias ao consumidor final por um preço inferior à base de cálculo presumida. Adicionalmente, conforme decisão do STF que julgou inconstitucional a cobrança de IR/CS sobre a atualização monetária na devolução de tributos pagos indevidamente, o Magalu reconheceu créditos de IR/CS no valor de R\$128,9 milhões.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	3T21	Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	3T21	AV
<b>Receita Bruta</b>	10.474,9	121,6%		-	10.474,9	121,6%
Impostos e Cancelamentos	(1.862,9)	-21,6%		-	(1.862,9)	-21,6%
<b>Receita Líquida</b>	8.612,0	100,0%		-	8.612,0	100,0%
Custo Total	(6.482,9)	-75,3%		(395,0)	(6.877,9)	-79,9%
<b>Lucro Bruto</b>	2.129,2	24,7%		(395,0)	1.734,1	20,1%
Despesas com Vendas	(1.583,1)	-18,4%		-	(1.583,1)	-18,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(222,2)	-2,6%		-	(222,2)	-2,6%
Perda em Liquidação Duvidosa	(31,7)	-0,4%		-	(31,7)	-0,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	12,7	0,1%		178,8	191,5	2,2%
Equivalência Patrimonial	46,2	0,5%		-	46,2	0,5%
Total de Despesas Operacionais	(1.778,1)	-20,6%		178,8	(1.599,4)	-18,6%
<b>EBITDA</b>	351,0	4,1%		(216,3)	134,8	1,6%
Depreciação e Amortização	(207,8)	-2,4%		-	(207,8)	-2,4%
<b>EBIT</b>	143,2	1,7%		(216,3)	(73,0)	-0,8%
Resultado Financeiro	(175,7)	-2,0%		134,8	(41,0)	-0,5%
<b>Lucro Operacional</b>	(32,5)	-0,4%		(81,5)	(114,0)	-1,3%
IR / CS	55,1	0,6%		202,5	257,5	3,0%
<b>Lucro Líquido</b>	22,6	0,3%		121,0	143,5	1,7%

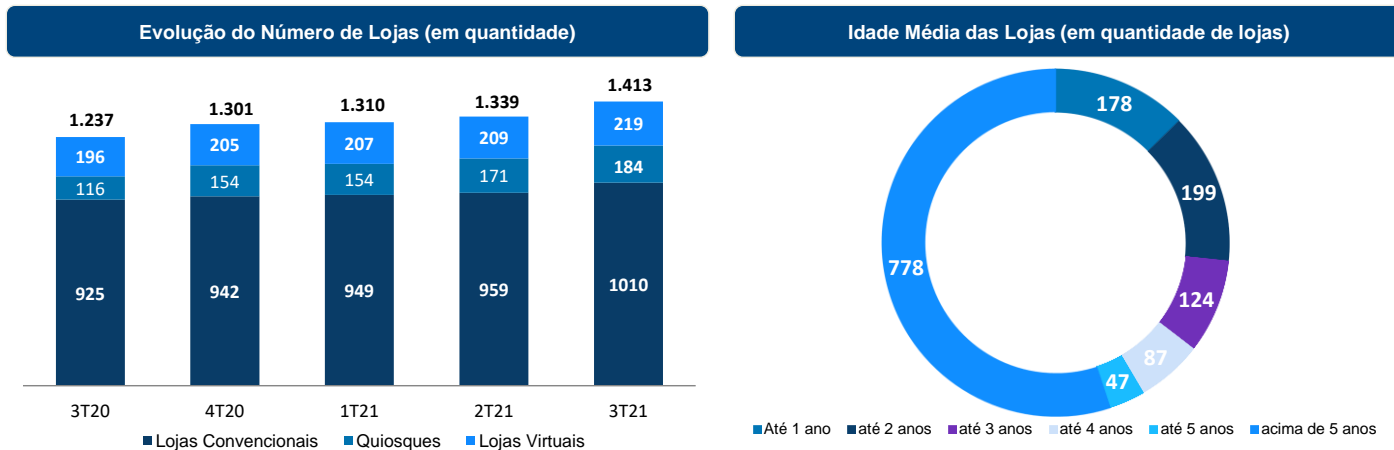
## | Ajustes eventos não recorrentes

Ajustes	3T21
Provisão adicional para estoques	(395,0)
Créditos tributários de ICMS/ST	253,7
Estorno de provisão para riscos tributários	44,1
Honorários especialistas	(72,0)
Despesas pré-operacionais de lojas	(32,5)
Outras despesas não recorrentes	(14,5)
<b>Ajustes - EBITDA</b>	<b>(216,3)</b>
Atualização - Créditos tributários de ICMS/ST	134,8
<b>Ajustes - Resultado Financeiro</b>	<b>134,8</b>
IR / CS sobre ajustes não recorrentes operacionais	73,5
Exclusão do IR / CS sobre atualização monetária de créditos tributários	128,9
<b>Ajustes - Lucro Líquido</b>	<b>121,0</b>

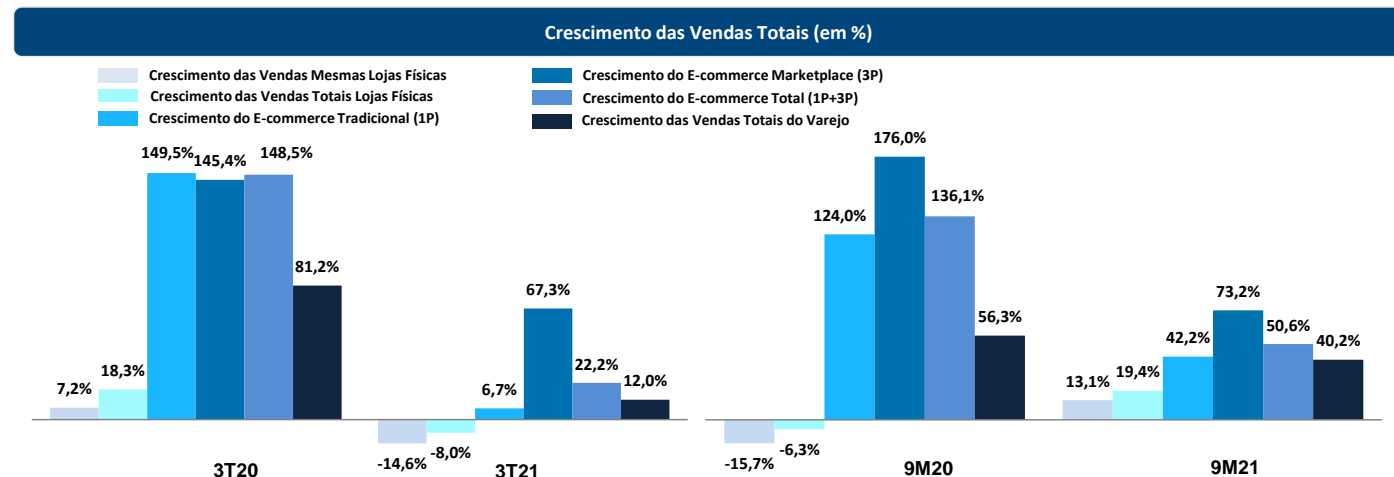


DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

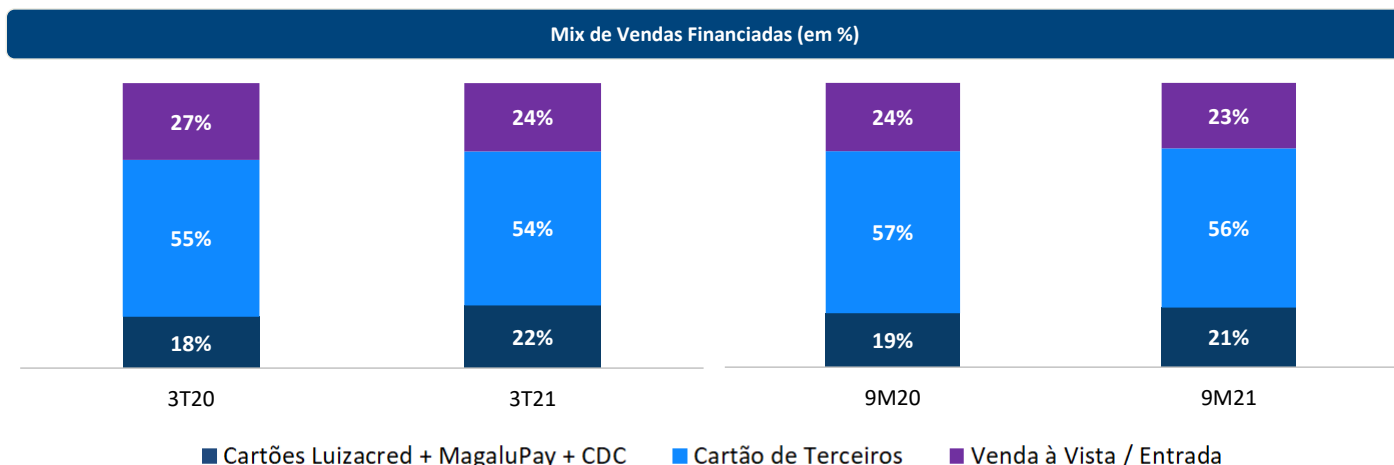
O Magalu encerrou o 3T21 com 1.413 lojas, sendo 1.010 convencionais, 219 virtuais e 184 quiosques (parceria com as Lojas Marisa e a com a rede de supermercados Semar). No 3T21, a Companhia inaugurou 74 novas unidades, incluindo as primeiras 34 lojas no estado do Rio de Janeiro. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 178 novas lojas (28 na Região Sul, 88 no Sudeste, 19 no Centro Oeste, 40 no Nordeste e 3 no Norte). Da base total, 45% das lojas estão em processo de maturação.



As vendas totais do Magalu aumentaram 12,0% no 3T21, reflexo do crescimento de 22,2% no e-commerce total (sobre um crescimento de 148,5% no 3T20) e pela redução de 8,0% nas lojas físicas, que foram impactadas pela piora dos indicadores macroeconômicos ao longo do trimestre, como o aumento da inflação e da taxa de juros, e também pela forte base de comparação.



A participação do Cartão Magalu, Cartão Luiza, MagaluPay e CDC aumentou de 18% para 22% no 3T21 comparado ao mesmo período de 2020 em função do crescimento da base de cartões Luiza e do sucesso do Cartão Magalu.



## | Receita Bruta

R\$ milhões	3T21	3T20	Var(%)	9M21	9M20	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	9.783,2	9.817,3	-0,3%	29.558,2	22.380,1	32,1%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	579,8	448,1	29,4%	1.586,9	1.088,0	45,8%
<b>Receita Bruta - Varejo</b>	<b>10.363,0</b>	<b>10.265,4</b>	<b>1,0%</b>	<b>31.145,1</b>	<b>23.468,1</b>	<b>32,7%</b>
Receita Bruta - Outros Serviços	111,9	84,1	33,0%	361,1	184,2	96,0%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>10.474,9</b>	<b>10.349,5</b>	<b>1,2%</b>	<b>31.506,1</b>	<b>23.652,3</b>	<b>33,2%</b>

No 3T21, a receita bruta total cresceu 1,2% para R\$10,5 bilhões. O crescimento do e-commerce contribuiu para a evolução da receita bruta no trimestre, que foi impactada pelo menor volume de vendas nas lojas. A receita de serviços aumentou 29,4% no 3T21, especialmente devido ao crescimento do Marketplace e do Magalu Pagamentos. Nos 9M21, a receita bruta total cresceu 33,2% para R\$31,5 bilhões.

## | Receita Líquida

R\$ milhões	3T21	3T20	Var(%)	9M21	9M20	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	8.036,0	7.837,0	2,5%	24.194,9	17.976,6	34,6%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	525,5	407,2	29,1%	1.497,1	989,4	51,3%
<b>Receita Líquida - Varejo</b>	<b>8.561,5</b>	<b>8.244,2</b>	<b>3,8%</b>	<b>25.692,0</b>	<b>18.966,0</b>	<b>35,5%</b>
Receita Líquida - Outros Serviços	50,5	64,1	-21,2%	186,2	145,3	28,1%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>8.612,0</b>	<b>8.308,3</b>	<b>3,7%</b>	<b>25.878,2</b>	<b>19.111,3</b>	<b>35,4%</b>

No 3T21, a receita líquida total evoluiu 3,7% para R\$8,6 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total. Nos 9M21, a receita líquida cresceu 35,4% para R\$25,9 bilhões.

## | Lucro Bruto

R\$ milhões	3T21	3T20	Var(%)	9M21	9M20	Var(%)
	Ajustado			Ajustado		
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.575,1	1.805,6	-12,8%	5.156,0	4.097,4	25,8%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	516,9	407,2	26,9%	1.488,5	989,4	50,4%
<b>Lucro Bruto - Varejo</b>	<b>2.092,1</b>	<b>2.212,8</b>	<b>-5,5%</b>	<b>6.644,5</b>	<b>5.086,8</b>	<b>30,6%</b>
Lucro Bruto - Outros Serviços	37,1	(34,1)	-	(136,9)	(52,4)	161,3%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>2.129,2</b>	<b>2.178,7</b>	<b>-2,3%</b>	<b>6.507,6</b>	<b>5.034,4</b>	<b>29,3%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>24,7%</b>	<b>26,2%</b>	<b>-1,5 pp</b>	<b>25,1%</b>	<b>26,3%</b>	<b>-1,2 pp</b>

No 3T21, o lucro bruto ajustado foi de R\$2,1 bilhões estável comparado ao mesmo período do ano anterior. No trimestre, a margem bruta ajustada foi de 24,7%, uma redução de 1,5 p.p. quando comparada ao mesmo período de 2020 (26,2% no 3T20), reflexo da maior participação do e-commerce nas vendas totais e, parcialmente, do aumento da inflação de custos. Nos 9M21, o lucro bruto ajustado cresceu 29,3% para R\$6,5 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 25,1%.

## | Despesas Operacionais

R\$ milhões	3T21		3T20		Var(%)	9M21		9M20		Var(%)
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL		Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	
Despesas com Vendas	(1.583,1)	-18,4%	(1.432,6)	-17,2%	10,5%	(4.614,7)	-17,8%	(3.487,2)	-18,2%	32,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(222,2)	-2,6%	(240,7)	-2,9%	-7,7%	(703,4)	-2,7%	(617,3)	-3,2%	13,9%
<b>Subtotal</b>	<b>(1.805,3)</b>	<b>-21,0%</b>	<b>(1.673,3)</b>	<b>-20,1%</b>	<b>7,9%</b>	<b>(5.318,1)</b>	<b>-20,6%</b>	<b>(4.104,5)</b>	<b>-21,5%</b>	<b>29,6%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(31,7)	-0,4%	(25,4)	-0,3%	25,0%	(98,3)	-0,4%	(84,5)	-0,4%	16,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	12,7	0,1%	15,2	0,2%	-16,6%	42,6	0,2%	41,0	0,2%	3,8%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(1.824,3)</b>	<b>-21,2%</b>	<b>(1.683,5)</b>	<b>-20,3%</b>	<b>8,4%</b>	<b>(5.373,8)</b>	<b>-20,8%</b>	<b>(4.148,0)</b>	<b>-21,7%</b>	<b>29,6%</b>
<b>Despesas Operacionais / Vendas Totais</b>	<b>-13,2%</b>		<b>-13,6%</b>		<b>0,4 pp</b>	<b>-13,4%</b>		<b>-14,5%</b>		<b>1,1 pp</b>

## | Despesas com Vendas

No 3T21, as despesas com vendas totalizaram R\$1.583,1 milhões, equivalentes a 18,4% da receita líquida, 1,2 p.p. maior que no 3T20, principalmente devido a menor diluição das despesas nas lojas e aumento das despesas de marketing no e-commerce. Nos 9M21, as despesas com vendas totalizaram R\$4.614,7 milhões, equivalentes a 17,8% da receita líquida (-0,4 p.p versus o 9M20).

## | Despesas Gerais e Administrativas

No 3T21, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$222,2 milhões, equivalentes a 2,6% da receita líquida. Nos 9M21, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$703,4 milhões, equivalentes a 2,7% da receita líquida.

## | Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$31,7 milhões no 3T21 e R\$98,3 milhões no 9M21.

## | Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	3T21	% RL	3T20	% RL	Var(%)	9M21	% RL	9M20	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,2)	0,0%	(0,0)	0,0%	483,3%	0,5	0,0%	(1,9)	0,0%	-
Apropriação de Receita Diferida	12,9	0,1%	15,2	0,2%	-15,6%	42,1	0,2%	42,9	0,2%	-2,0%
<b>Subtotal - Ajustado</b>	<b>12,7</b>	<b>0,1%</b>	<b>15,2</b>	<b>0,2%</b>	<b>-16,6%</b>	<b>42,6</b>	<b>0,2%</b>	<b>41,0</b>	<b>0,2%</b>	<b>3,8%</b>
Créditos tributários	253,7	2,9%	0,3	0,0%	-	261,2	1,0%	56,6	0,3%	361,6%
Provisão para riscos tributários	44,1	0,5%	(0,2)	0,0%	-	403,0	1,6%	33,6	0,2%	1097,6%
Honorários especialistas	(72,0)	-0,8%	(4,3)	-0,1%	1572,1%	(124,9)	-0,5%	(19,8)	-0,1%	531,8%
Despesas pré-operacionais de lojas	(32,5)	-0,4%	(3,2)	0,0%	927,8%	(52,0)	-0,2%	(7,1)	0,0%	632,6%
Outras despesas não-recorrentes	(14,5)	-0,2%	(7,7)	-0,1%	87,5%	(30,3)	-0,1%	(23,2)	-0,1%	30,9%
<b>Subtotal - Não Recorrente</b>	<b>178,8</b>	<b>2,1%</b>	<b>(15,1)</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-</b>	<b>456,9</b>	<b>1,8%</b>	<b>40,2</b>	<b>0,2%</b>	<b>1037,2%</b>
<b>Total</b>	<b>191,5</b>	<b>2,2%</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0%</b>	<b>-</b>	<b>499,5</b>	<b>1,9%</b>	<b>81,2</b>	<b>0,4%</b>	<b>515,2%</b>

No 3T21, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$12,7 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$12,9 milhões. No 9M21, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$42,6 milhões.

## | Equivalência Patrimonial

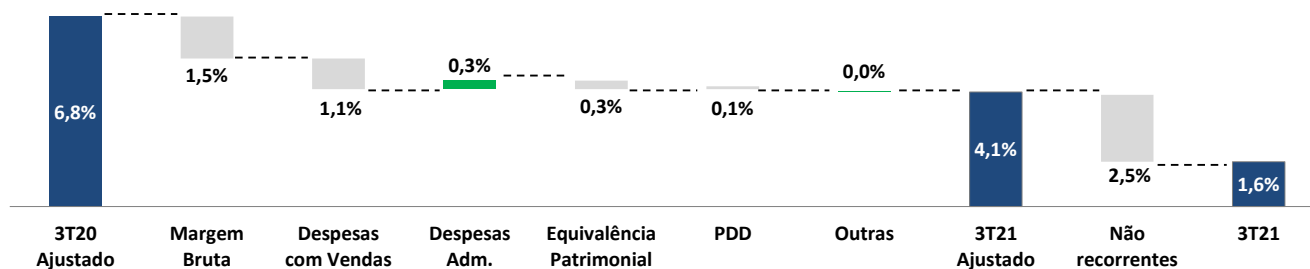
No 3T21, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$46,2 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$41,8 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$4,4 milhões. No 9M21, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$99,9 milhões.

## 3T21

### | EBITDA

No 3T21, o EBITDA ajustado atingiu R\$351,0 milhões, em função do crescimento das vendas e o resultado positivo do e-commerce. Entretanto, o aumento das despesas em relação à receita líquida influenciou a margem EBITDA ajustada, que passou de 6,8% no 3T20 para 4,1% no 3T21. Nos 9M21, o EBITDA ajustado atingiu R\$1.233,6 milhões, equivalente a uma margem de 4,8%.

#### Evolução do EBITDA (% da receita líquida)



### | Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	3T21 Ajustado	% RL	3T20	% RL	Var(%)	9M21 Ajustado	% RL	9M20	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(203,6)	-2,4%	(111,6)	-1,3%	82,5%	(582,9)	-2,3%	(318,2)	-1,7%	83,2%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(37,7)	-0,4%	(11,4)	-0,1%	230,9%	(79,5)	-0,3%	(36,9)	-0,2%	115,2%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(57,8)	-0,7%	(28,0)	-0,3%	106,3%	(218,6)	-0,8%	(74,2)	-0,4%	194,5%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(43,9)	-0,5%	(19,1)	-0,2%	130,4%	(145,9)	-0,6%	(87,1)	-0,5%	67,5%
Outras Despesas e Impostos	(64,2)	-0,7%	(53,1)	-0,6%	20,9%	(138,9)	-0,5%	(119,9)	-0,6%	15,8%
<b>Receitas Financeiras</b>	84,5	1,0%	56,1	0,7%	50,7%	170,2	0,7%	160,3	0,8%	6,1%
Rendimento de Aplicações Financeiras	12,2	0,1%	5,1	0,1%	136,6%	17,7	0,1%	13,4	0,1%	32,0%
Outras Receitas Financeiras	72,4	0,8%	51,0	0,6%	42,0%	152,5	0,6%	147,0	0,8%	3,8%
<b>Subtotal: Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	(119,0)	-1,4%	(55,4)	-0,7%	114,7%	(412,7)	-1,6%	(157,9)	-0,8%	161,4%
Juros Arrendamento Mercantil	(56,7)	-0,7%	(47,3)	-0,6%	20,0%	(163,0)	-0,6%	(133,8)	-0,7%	21,8%
<b>Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	(175,7)	-2,0%	(102,7)	-1,2%	71,1%	(575,7)	-2,2%	(291,7)	-1,5%	97,4%

No 3T21, as despesas financeiras líquidas ajustadas totalizaram R\$175,7 milhões, equivalentes a 2,0% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 0,8 p.p. devido ao aumento da taxa de juros na economia brasileira – a taxa SELIC passou de 2,00% a.a. ao final do 3T20 para 6,25% a.a. ao final do 3T21.

Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, a despesa financeira líquida ajustada foi de R\$119,0 milhões no 3T21, equivalente a 1,4% da receita líquida. Nos 9M21, a despesa financeira líquida ajustada foi de R\$412,7 milhões, equivalente a 1,6% da receita líquida (-0,8 p.p. versus 9M20).

### | Lucro líquido

O lucro líquido ajustado foi R\$22,6 milhões no 3T21. Considerando os ganhos líquidos não recorrentes, bem como crédito de imposto de renda referente à atualização monetária de créditos tributários de períodos anteriores, o lucro líquido foi de R\$143,5 milhões. O lucro líquido ajustado do 9M21 alcançou R\$193,2 milhões, com margem de 0,7%.

## | Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	set-21	jun-21	mar-21	dez-20	set-20
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	534,2	1.240,6	1.169,0	823,3	914,6	706,3
(+) Estoques	3.120,4	8.126,3	7.496,9	6.808,4	5.927,2	5.005,9
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(66,4)	4,8	18,2	19,0	80,6	71,3
(+) Impostos a Recuperar	216,1	1.148,1	976,4	895,4	716,1	932,0
(+) Outros Ativos	153,2	241,7	236,7	183,6	160,8	88,5
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>3.957,5</b>	<b>10.761,5</b>	<b>9.897,2</b>	<b>8.729,8</b>	<b>7.799,3</b>	<b>6.804,0</b>
(-) Fornecedores	3.073,3	9.177,5	8.241,8	7.070,5	8.501,4	6.104,3
(-) Repasses e Outros Depósitos	950,5	1.577,7	878,7	756,7	718,5	627,3
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	(7,1)	437,7	372,4	380,2	359,7	444,7
(-) Impostos a Recolher	(155,3)	144,3	169,2	211,2	401,3	299,6
(-) Partes Relacionadas	(53,0)	56,8	62,8	36,2	130,3	109,8
(-) Receita Diferida	7,3	50,3	43,1	43,1	43,0	43,0
(-) Outras Contas a Pagar	392,2	1.476,3	1.234,5	1.133,7	1.203,7	1.084,1
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>4.207,9</b>	<b>12.920,7</b>	<b>11.002,5</b>	<b>9.631,5</b>	<b>11.357,9</b>	<b>8.712,7</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>(250,4)</b>	<b>(2.159,1)</b>	<b>(1.105,3)</b>	<b>(901,8)</b>	<b>(3.558,5)</b>	<b>(1.908,7)</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>1,1%</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-2,3%</b>	<b>-9,9%</b>	<b>-6,1%</b>

Em set/21, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$2.159,1 milhões, melhorando R\$1.053,9 milhões no 3T21 e contribuindo para o fluxo de caixa das operações neste trimestre. Vale mencionar que o giro dos estoques passou de 74 dias no 3T20 para 106 dias no 3T21 devido, principalmente, ao reforço dos estoques diante da expectativa de vendas para as datas promocionais no quarto trimestre, Black Friday e Natal. No mesmo período, o prazo médio de pagamentos passou de 79 para 110 dias.

## | Investimentos

R\$ milhões	3T21	%	3T20	%	Var(%)	9M21	%	9M20	%	Var(%)
Lojas Novas	57,7	15%	21,2	14%	172%	158,9	19%	69,0	21%	130%
Reformas	9,2	2%	6,1	4%	52%	41,5	5%	14,6	4%	184%
Tecnologia	74,4	19%	69,1	45%	8%	246,8	29%	147,6	45%	67%
Logística	200,8	51%	36,3	24%	452%	335,9	39%	62,1	19%	441%
Outros	48,6	12%	21,5	14%	126%	74,3	9%	35,7	11%	108%
<b>Total</b>	<b>390,7</b>	<b>100%</b>	<b>154,2</b>	<b>100%</b>	<b>153%</b>	<b>857,4</b>	<b>100%</b>	<b>329,1</b>	<b>100%</b>	<b>161%</b>

No 3T21, os investimentos somaram R\$390,7 milhões, incluindo a abertura de lojas, investimentos em tecnologia e logística, incluindo a abertura de um centro de distribuição em Guarulhos/SP e 51 cross-dockings. No 3T21, foram inauguradas também 74 novas lojas – incluindo os quiosques dentro das Lojas Marisa, rede de supermercados Semar e as lojas no estado do Rio de Janeiro.

## | Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	set-21	jun-21	mar-21	dez-20	set-20
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	1.646,6	(12,4)	(12,0)	(847,5)	(1.667,2)	(1.659,0)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	(2.323,0)	(2.339,6)	(2.319,9)	(822,3)	(19,6)	(16,6)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>(676,4)</b>	<b>(2.352,0)</b>	<b>(2.331,9)</b>	<b>(1.669,8)</b>	<b>(1.686,8)</b>	<b>(1.675,6)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	(439,2)	751,2	1.288,3	639,9	1.681,4	1.190,4
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(371,4)	1.354,2	468,5	745,4	1.221,8	1.725,6
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>(810,6)</b>	<b>2.105,4</b>	<b>1.756,8</b>	<b>1.385,3</b>	<b>2.903,2</b>	<b>2.916,0</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>(1.487,1)</b>	<b>(246,6)</b>	<b>(575,1)</b>	<b>(284,5)</b>	<b>1.216,4</b>	<b>1.240,4</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	859,7	4.187,3	2.610,1	2.891,0	3.847,3	3.327,6
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	1.511,5	2.819,8	1.729,0	1.614,9	2.249,0	1.308,3
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>2.371,2</b>	<b>7.007,1</b>	<b>4.339,1</b>	<b>4.505,9</b>	<b>6.096,3</b>	<b>4.635,9</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>884,1</b>	<b>6.760,5</b>	<b>3.764,0</b>	<b>4.221,4</b>	<b>7.312,7</b>	<b>5.876,3</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	-98%	1%	1%	51%	99%	99%
Endividamento de Longo Prazo / Total	98%	99%	99%	49%	1%	1%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	279,0	1.757,4	1.967,5	1.659,3	1.506,0	1.478,4
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado</b>	<b>-0,1 x</b>	<b>3,8 x</b>	<b>1,9 x</b>	<b>2,5 x</b>	<b>4,9 x</b>	<b>4,0 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>1.560,6</b>	<b>9.112,5</b>	<b>6.095,9</b>	<b>5.891,2</b>	<b>8.999,5</b>	<b>7.551,9</b>

Em set/21, a posição de caixa líquido ajustado foi de R\$6,8 bilhões, um aumento de R\$884,1 milhões comparado a set/20. O fluxo de caixa das operações e os recursos da oferta subsequente de ações concluída em jul/21, deduzidos dos investimentos, aquisições e recompra de ações, contribuíram para esse aumento.

A Companhia encerrou o 3T21 com uma posição total de caixa de R\$9,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,1 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$7,0 bilhões.

## ANEXO I

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	3T21	AV	3T20	AV	Var(%)	9M21	AV	9M20	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	10.474,9	121,6%	10.349,5	124,6%	1,2%	31.506,1	121,7%	23.652,3	123,8%	33,2%
Impostos e Cancelamentos	(1.862,9)	-21,6%	(2.041,2)	-24,6%	-8,7%	(5.628,0)	-21,7%	(4.541,0)	-23,8%	23,9%
<b>Receita Líquida</b>	8.612,0	100,0%	8.308,3	100,0%	3,7%	25.878,2	100,0%	19.111,3	100,0%	35,4%
Custo Total	(6.877,9)	-79,9%	(6.129,6)	-73,8%	12,2%	(19.765,7)	-76,4%	(14.076,9)	-73,7%	40,4%
<b>Lucro Bruto</b>	1.734,1	20,1%	2.178,7	26,2%	-20,4%	6.112,5	23,6%	5.034,4	26,3%	21,4%
Despesas com Vendas	(1.583,1)	-18,4%	(1.432,6)	-17,2%	10,5%	(4.614,7)	-17,8%	(3.487,2)	-18,2%	32,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(222,2)	-2,6%	(240,7)	-2,9%	-7,7%	(703,4)	-2,7%	(617,3)	-3,2%	13,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(31,7)	-0,4%	(25,4)	-0,3%	25,0%	(98,3)	-0,4%	(84,5)	-0,4%	16,4%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	191,5	2,2%	0,1	0,0%	-	499,5	1,9%	81,2	0,4%	515,2%
Equivalência Patrimonial	46,2	0,5%	65,9	0,8%	-29,9%	99,9	0,4%	95,8	0,5%	4,3%
Total de Despesas Operacionais	(1.599,4)	-18,6%	(1.632,7)	-19,7%	-2,0%	(4.817,1)	-18,6%	(4.012,0)	-21,0%	20,1%
<b>EBITDA</b>	134,8	1,6%	546,1	6,6%	-75,3%	1.295,5	5,0%	1.022,4	5,3%	26,7%
Depreciação e Amortização	(207,8)	-2,4%	(169,2)	-2,0%	22,8%	(590,8)	-2,3%	(516,3)	-2,7%	14,4%
<b>EBIT</b>	(73,0)	-0,8%	376,9	4,5%	-	704,6	2,7%	506,1	2,6%	39,2%
Resultado Financeiro	(41,0)	-0,5%	(102,7)	-1,2%	-60,1%	(441,0)	-1,7%	(291,7)	-1,5%	51,2%
<b>Lucro Operacional</b>	(114,0)	-1,3%	274,2	3,3%	-	263,6	1,0%	214,5	1,1%	22,9%
IR / CS	257,5	3,0%	(68,2)	-0,8%	-	234,1	0,9%	(42,3)	-0,2%	-
<b>Lucro Líquido</b>	143,5	1,7%	206,0	2,5%	-30,3%	497,7	1,9%	172,2	0,9%	189,0%
<b>Cálculo do EBITDA</b>										
<b>Lucro Líquido</b>	143,5	1,7%	206,0	2,5%	-30,3%	497,7	1,9%	172,2	0,9%	189,0%
(+/-) IR / CS	(257,5)	-3,0%	68,2	0,8%	-	(234,1)	-0,9%	42,3	0,2%	-
(+/-) Resultado Financeiro	41,0	0,5%	102,7	1,2%	-60,1%	441,0	1,7%	291,7	1,5%	51,2%
(+) Depreciação e amortização	207,8	2,4%	169,2	2,0%	22,8%	590,8	2,3%	516,3	2,7%	14,4%
<b>EBITDA</b>	134,8	1,6%	546,1	6,6%	-75,3%	1.295,5	5,0%	1.022,4	5,3%	26,7%
<b>Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes</b>										
<b>EBITDA</b>	134,8	1,6%	546,1	6,6%	-75,3%	1.295,5	5,0%	1.022,4	5,3%	26,7%
Resultado Não Recorrente	216,3	2,5%	15,1	0,2%	1331,3%	(61,8)	-0,2%	(40,2)	-0,2%	53,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	351,0	4,1%	561,2	6,8%	-37,4%	1.233,6	4,8%	982,3	5,1%	25,6%
<b>Reconciliação do Lucro Líquido pelas despesas não recorrentes</b>										
<b>Lucro Líquido</b>	143,5	1,7%	206,0	2,5%	-30,3%	497,7	1,9%	172,2	0,9%	189,0%
Resultado Não Recorrente	(121,0)	0,0%	10,0	0,1%	-	(304,5)	-1,2%	(26,5)	-0,1%	1048,3%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	22,6	0,3%	215,9	2,6%	-89,5%	193,2	0,7%	145,7	0,8%	32,6%

\* O EBITDA (sigla em inglês para LAJIDA – Lucro Antes dos Juros, Impostos sobre Renda incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização) é uma medição não contábil elaborada pela Companhia, em consonância com a Instrução CVM nº 527, de 04 de outubro de 2012. O EBITDA consiste no lucro líquido da Companhia, acrescido do resultado financeiro líquido, do imposto de renda e da contribuição social, e dos custos e despesas com depreciação e amortização.

O EBITDA Ajustado consiste no valor de EBITDA ajustado pelo resultado não recorrente. No caso do ajuste acima identificado este refere-se a créditos tributários, além de outras provisões e despesas não recorrentes. A Companhia entende que a divulgação do EBITDA Ajustado é necessária para que se entenda o real impacto na geração de caixa, excluindo-se eventos extraordinários. O EBITDA ajustado não é uma métrica de performance adotada pelo IFRS. A definição de EBITDA ajustado da Companhia pode não ser comparável a medidas semelhantes fornecidas por outras companhias.

**ANEXO II – AJUSTADO**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO**

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	3T21 Ajustado	AV	3T20 Ajustado	AV	Var(%)	9M21 Ajustado	AV	9M20 Ajustado	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	10.474,9	121,6%	10.349,5	124,6%	1,2%	31.506,1	121,7%	23.652,3	123,8%	33,2%
Impostos e Cancelamentos	(1.862,9)	-21,6%	(2.041,2)	-24,6%	-8,7%	(5.628,0)	-21,7%	(4.541,0)	-23,8%	23,9%
<b>Receita Líquida</b>	8.612,0	100,0%	8.308,3	100,0%	3,7%	25.878,2	100,0%	19.111,3	100,0%	35,4%
Custo Total	(6.482,9)	-75,3%	(6.129,6)	-73,8%	5,8%	(19.370,6)	-74,9%	(14.076,9)	-73,7%	37,6%
<b>Lucro Bruto</b>	2.129,2	24,7%	2.178,7	26,2%	-2,3%	6.507,6	25,1%	5.034,4	26,3%	29,3%
Despesas com Vendas	(1.583,1)	-18,4%	(1.432,6)	-17,2%	10,5%	(4.614,7)	-17,8%	(3.487,2)	-18,2%	32,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(222,2)	-2,6%	(240,7)	-2,9%	-7,7%	(703,4)	-2,7%	(617,3)	-3,2%	13,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(31,7)	-0,4%	(25,4)	-0,3%	25,0%	(98,3)	-0,4%	(84,5)	-0,4%	16,4%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	12,7	0,1%	15,2	0,2%	-16,6%	42,6	0,2%	41,0	0,2%	3,8%
Equivalência Patrimonial	46,2	0,5%	65,9	0,8%	-29,9%	99,9	0,4%	95,8	0,5%	4,3%
Total de Despesas Operacionais	(1.778,1)	-20,6%	(1.617,6)	-19,5%	9,9%	(5.273,9)	-20,4%	(4.052,2)	-21,2%	30,2%
<b>EBITDA</b>	351,0	4,1%	561,2	6,8%	-37,4%	1.233,6	4,8%	982,3	5,1%	25,6%
Depreciação e Amortização	(207,8)	-2,4%	(169,2)	-2,0%	22,8%	(590,8)	-2,3%	(516,3)	-2,7%	14,4%
<b>EBIT</b>	143,2	1,7%	392,0	4,7%	-63,5%	642,8	2,5%	466,0	2,4%	37,9%
Resultado Financeiro	(175,7)	-2,0%	(102,7)	-1,2%	71,1%	(575,7)	-2,2%	(291,7)	-1,5%	97,4%
<b>Lucro Operacional</b>	(32,5)	-0,4%	289,3	3,5%	-	67,1	0,3%	174,3	0,9%	-61,5%
IR / CS	55,1	0,6%	(73,4)	-0,9%	-	126,1	0,5%	(28,6)	-0,1%	-
<b>Lucro Líquido</b>	22,6	0,3%	215,9	2,6%	-89,5%	193,2	0,7%	145,7	0,8%	32,6%



**ANEXO III**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO**

ATIVO	set/21	jun/21	mar/21	dez/20	set/20
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	751,2	1.288,3	639,9	1.681,4	1.190,4
Títulos e Valores Mobiliários	1.354,2	468,5	745,4	1.221,8	1.725,6
Contas a Receber - Cartão de Crédito	4.187,3	2.610,1	2.891,0	3.847,3	3.327,6
Contas a Receber - Outros	1.240,6	1.169,0	823,3	914,6	706,3
Estoques	8.126,3	7.496,9	6.808,4	5.927,2	5.005,9
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	2.819,8	1.729,0	1.614,9	2.249,0	1.308,3
Partes Relacionadas - Outros	4,8	18,2	19,0	80,6	71,3
Tributos a Recuperar	1.148,1	976,4	895,4	716,1	932,0
Outros Ativos	241,7	236,7	183,6	160,8	88,5
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>19.874,0</b>	<b>15.993,1</b>	<b>14.621,0</b>	<b>16.798,8</b>	<b>14.355,9</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Contas a Receber	-	15,2	17,0	16,1	13,4
Tributos a Recuperar	1.077,3	680,2	690,3	787,9	765,5
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	470,7	270,8	128,3	196,7	119,2
Depósitos Judiciais	1.173,5	1.139,1	980,6	843,9	760,5
Outros Ativos	6,7	7,7	4,9	6,3	13,5
Investimentos em Controladas	454,5	411,7	381,8	386,7	382,9
Direito de Uso	3.048,4	2.945,6	2.472,6	2.465,5	2.381,2
Imobilizado	1.746,8	1.460,8	1.308,0	1.258,2	1.152,7
Intangível	2.697,7	2.141,9	2.006,1	1.887,0	1.869,8
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>10.675,5</b>	<b>9.073,1</b>	<b>7.989,6</b>	<b>7.848,4</b>	<b>7.458,9</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>30.549,5</b>	<b>25.066,2</b>	<b>22.610,6</b>	<b>24.647,2</b>	<b>21.814,8</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	9.177,5	8.241,8	7.070,5	8.501,4	6.104,3
Repasses e outros depósitos	1.577,7	878,7	756,7	718,5	627,3
Empréstimos e Financiamentos	12,4	12,0	847,5	1.667,2	1.659,0
Salários, Férias e Encargos Sociais	437,7	372,4	380,2	359,7	444,7
Tributos a Recolher	144,3	169,2	211,2	401,3	299,6
Partes Relacionadas	56,8	62,8	36,2	130,3	109,8
Arrendamento Mercantil	411,7	398,5	353,7	351,2	348,0
Receita Diferida	50,3	43,1	43,1	43,0	43,0
Dividendos a Pagar	-	0,2	40,0	40,0	0,1
Outras Contas a Pagar	1.476,3	1.234,5	1.133,7	1.203,7	1.084,1
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>13.344,8</b>	<b>11.413,2</b>	<b>10.872,7</b>	<b>13.416,1</b>	<b>10.719,8</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	2.339,6	2.319,9	822,3	19,6	16,6
Arrendamento Mercantil	2.713,1	2.625,1	2.191,9	2.175,2	2.082,4
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	23,7	15,6	21,1	24,8	28,1
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	992,2	1.147,6	1.131,2	1.379,9	1.274,0
Receita Diferida	259,3	273,5	287,4	301,3	315,2
Outras Contas a Pagar	4,2	5,7	13,4	5,0	2,0
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>6.332,2</b>	<b>6.387,4</b>	<b>4.467,2</b>	<b>3.905,8</b>	<b>3.718,4</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>19.677,0</b>	<b>17.800,6</b>	<b>15.339,9</b>	<b>17.321,9</b>	<b>14.438,2</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	9.852,5	5.952,3	5.952,3	5.952,3	5.952,3
Reserva de Capital	350,8	346,4	421,7	390,6	348,2
Ações em Tesouraria	(1.275,1)	(836,2)	(943,5)	(603,7)	(299,9)
Reserva Legal	123,0	123,0	123,0	123,0	109,0
Reserva de Retenção de Lucros	1.321,7	1.321,7	1.451,9	1.451,9	1.102,7
Ajuste de Avaliação Patrimonial	2,0	4,3	6,6	11,2	(7,9)
Lucros Acumulados	497,7	354,2	258,6	-	172,2
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>10.872,5</b>	<b>7.265,6</b>	<b>7.270,7</b>	<b>7.325,3</b>	<b>7.376,6</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>30.549,5</b>	<b>25.066,2</b>	<b>22.610,6</b>	<b>24.647,2</b>	<b>21.814,8</b>

## ANEXO IV

## DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	3T21	3T20	9M21	9M20	set/21 12UM	set/20 12UM
<b>Lucro Líquido</b>	<b>143,5</b>	<b>206,0</b>	<b>497,7</b>	<b>172,2</b>	<b>717,2</b>	<b>340,2</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(283,8)	24,9	(301,7)	(24,5)	(373,2)	(3,7)
Depreciação e Amortização	207,8	169,2	590,8	516,3	777,1	638,6
Juros sobre Empréstimos Provisionados	94,7	58,5	244,2	170,7	302,0	258,0
Equivalência Patrimonial	(46,2)	(65,9)	(99,9)	(95,8)	(124,0)	(114,2)
Dividendos Recebidos	-	-	29,5	27,4	29,5	27,4
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	448,3	31,4	534,3	8,5	592,8	43,9
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	(168,2)	100,0	(411,8)	181,7	(311,1)	239,0
Resultado na Venda de Ativos	(0,9)	-	(0,2)	1,9	(0,2)	1,1
Apropriação da Receita Diferida	(14,1)	(14,8)	(42,4)	(42,6)	(56,3)	(55,9)
Despesas com Plano de Ações e Opções	9,8	23,7	63,1	71,0	102,7	99,6
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>391,0</b>	<b>532,9</b>	<b>1.103,5</b>	<b>986,8</b>	<b>1.656,3</b>	<b>1.473,8</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(48,9)	(7,4)	(369,6)	4,7	(584,8)	(96,9)
Estoques	(1.036,5)	(813,0)	(2.623,5)	(1.115,1)	(3.573,9)	(2.031,1)
Tributos a Recuperar	(601,1)	214,0	(777,5)	281,7	(583,9)	300,9
Depósito judiciais	(34,3)	-	(329,6)	-	(603,3)	(220,9)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	20,4	(105,8)	4,8	(121,6)	161,6	71,0
<b>Variação nos Ativos Operacionais</b>	<b>(1.700,3)</b>	<b>(712,2)</b>	<b>(4.095,4)</b>	<b>(950,3)</b>	<b>(5.184,4)</b>	<b>(1.977,0)</b>
Fornecedores	935,5	765,3	675,5	164,0	3.075,2	2.296,1
Outras Contas a Pagar	595,7	297,8	405,4	752,1	672,4	904,3
<b>Variação nos Passivos Operacionais</b>	<b>1.531,2</b>	<b>1.063,1</b>	<b>1.080,9</b>	<b>916,1</b>	<b>3.747,6</b>	<b>3.200,3</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>221,8</b>	<b>883,8</b>	<b>(1.911,0)</b>	<b>952,7</b>	<b>219,5</b>	<b>2.697,2</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(390,3)	(154,2)	(857,0)	(329,1)	(1.071,8)	(459,9)
Investimento em Controlada	(101,9)	(52,8)	(168,2)	(71,4)	(204,4)	(77,5)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(492,1)</b>	<b>(207,0)</b>	<b>(1.025,2)</b>	<b>(400,5)</b>	<b>(1.276,2)</b>	<b>(537,4)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	-	-	2.300,0	800,0	2.301,1	796,2
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(72,1)	(1,9)	(1.679,4)	(20,6)	(1.681,4)	(318,0)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(16,1)	(0,2)	(106,8)	(0,7)	(106,9)	(5,3)
Pagamento de arrendamento mercantil	(96,9)	(67,9)	(270,0)	(214,6)	(345,6)	(241,1)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(61,6)	(50,6)	(177,9)	(147,0)	(228,5)	(226,2)
Pagamento de Dividendos	-	(299,4)	(146,1)	(299,4)	(146,1)	(299,4)
Ações em Tesouraria	(366,6)	(174,9)	(770,7)	(262,5)	(1.075,5)	(306,7)
Recursos provenientes da emissão de ações	3.981,3	-	3.981,3	-	3.981,3	4.300,0
Pagamento de gastos com emissão de ações	(81,0)	-	(81,0)	-	(81,0)	(67,6)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>3.286,9</b>	<b>(595,1)</b>	<b>3.049,2</b>	<b>(144,9)</b>	<b>2.617,3</b>	<b>3.631,9</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	6.095,9	7.470,2	8.999,5	7.144,6	7.551,9	1.760,2
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	9.112,5	7.551,9	9.112,5	7.551,9	9.112,5	7.551,9
<b>Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>3.016,6</b>	<b>81,7</b>	<b>113,0</b>	<b>407,3</b>	<b>1.560,6</b>	<b>5.791,7</b>

Nota: A diferença entre a Demonstração de Fluxo de Caixa e a Demonstração de Fluxo de Caixa Gerencial Ajustado refere-se basicamente a:

- (i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.
- (ii) tratamento do Recebíveis de Cartão de Crédito como Caixa.

**ANEXO V**  
**RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO (ROIC) E INVESTIMENTO (ROE)**

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	set-21	jun-21	mar-21	dez-20	set-20
<b>(=) Capital de Giro</b>	4.436,2	2.835,3	3.250,5	2.186,6	2.379,2
(+) Contas a receber	-	15,2	17,0	16,1	13,4
(+) IR e CS diferidos	470,7	270,8	128,3	196,7	119,2
(+) Impostos a recuperar	1.077,3	680,2	690,3	787,9	765,5
(+) Depósitos judiciais	1.173,5	1.139,1	980,6	843,9	760,5
(+) Outros ativos	6,7	7,7	4,9	6,3	13,5
(+) Invest. contr. em conjunto	454,5	411,7	381,8	386,7	382,9
(+) Direito de Uso	3.048,4	2.945,6	2.472,6	2.465,5	2.381,2
(+) Imobilizado	1.746,8	1.460,8	1.308,0	1.258,2	1.152,7
(+) Intangível	2.697,7	2.141,9	2.006,1	1.887,0	1.869,8
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	10.675,5	9.073,1	7.989,6	7.848,4	7.458,9
(-) Provisão para contingências	992,2	1.147,6	1.131,2	1.379,9	1.274,0
(-) Arrendamento Mercantil	2.713,1	2.625,1	2.191,9	2.175,2	2.082,4
(-) Receita diferida	259,3	273,5	287,4	301,3	315,2
(+) IR e CS diferidos	23,7	15,6	21,1	24,8	28,1
(-) Outras contas a pagar	4,2	5,7	13,4	5,0	2,0
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	3.992,5	4.067,5	3.644,9	3.886,2	3.701,8
<b>(=) Capital Fixo</b>	6.683,0	5.005,6	4.344,7	3.962,2	3.757,1
<b>(=) Capital Investido Total</b>	11.119,2	7.840,9	7.595,2	6.148,8	6.136,3
(+) Dívida Líquida	246,6	575,1	284,5	(1.216,4)	(1.240,4)
(+) Dividendos a Pagar	-	0,2	40,0	40,0	0,1
(+) Patrimônio Líquido	10.872,5	7.265,6	7.270,7	7.325,3	7.376,6
<b>(=) Financiamento Total</b>	11.119,2	7.840,9	7.595,2	6.148,8	6.136,3

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20
Receitas Financeiras	219,3	52,1	33,6	23,0	56,1
Despesas Financeiras	(260,3)	(281,7)	(203,9)	(141,8)	(158,8)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	(41,0)	(229,7)	(170,3)	(118,8)	(102,7)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	101,7	149,5	113,3	78,5	47,1
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	60,7	(80,2)	(57,0)	(40,4)	(55,6)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(20,7)	27,3	19,4	13,7	18,9
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	40,1	(52,9)	(37,6)	(26,6)	(36,7)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20
EBITDA	134,8	465,1	695,6	504,7	546,1
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(101,7)	(149,5)	(113,3)	(78,5)	(47,1)
Depreciação	(207,8)	(204,7)	(178,3)	(186,2)	(169,2)
IR/CS correntes e diferidos	257,5	64,8	(88,3)	19,9	(68,2)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	20,7	(27,3)	(19,4)	(13,7)	(18,9)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	103,4	148,4	296,3	246,1	242,7
<b>Capital Investido</b>	11.119,2	7.840,9	7.595,2	6.148,8	6.136,3
<b>ROIC Anualizado</b>	4%	8%	16%	16%	16%
Lucro Líquido	143,5	95,5	258,6	219,5	206,0
Patrimônio Líquido	10.872,5	7.265,6	7.270,7	7.325,3	7.376,6
<b>ROE Anualizado</b>	5%	5%	14%	12%	11%

## ANEXO VI

### ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS<sup>1</sup> E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Abertura Vendas Totais	3T21	A.V.(%)	3T20	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	275,0	2,0%	290,1	2,3%	-5,2%
Lojas Convencionais	3.559,7	25,7%	3.876,7	31,4%	-8,2%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>3.834,8</b>	<b>27,7%</b>	<b>4.166,7</b>	<b>33,7%</b>	<b>-8,0%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	6.504,5	47,0%	6.093,8	49,3%	6,7%
Marketplace (3P)	3.504,5	25,3%	2.094,9	17,0%	67,3%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>10.009,0</b>	<b>72,3%</b>	<b>8.188,7</b>	<b>66,3%</b>	<b>22,2%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>13.843,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.355,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>12,0%</b>

Abertura Vendas Totais	9M21	A.V.(%)	9M20	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	856,0	2,1%	741,9	2,6%	15,4%
Lojas Convencionais	10.592,3	26,4%	8.845,6	30,9%	19,7%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>11.448,3</b>	<b>28,6%</b>	<b>9.587,5</b>	<b>33,5%</b>	<b>19,4%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	19.682,1	49,1%	13.839,4	48,4%	42,2%
Marketplace (3P)	8.932,5	22,3%	5.157,5	18,0%	73,2%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>28.614,6</b>	<b>71,4%</b>	<b>18.997,0</b>	<b>66,5%</b>	<b>50,6%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>40.062,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>28.584,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>40,2%</b>

<sup>(1)</sup> Vendas Totais incluem a receita bruta das lojas físicas e do e-commerce mais as vendas do marketplace.

Número de Lojas por Canal - Final do Período	set/21	Part(%)	set/20	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	219	15,5%	196	15,8%	23
Lojas Convencionais	1.010	71,5%	925	74,8%	85
Quiosques	184	13,0%	116	9,4%	68
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.237</b>	<b>100,0%</b>	<b>176</b>

<b>Área total de vendas (m<sup>2</sup>)</b>	<b>700.331</b>	<b>100,0%</b>	<b>656.189</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,7%</b>
---	----------------	---------------	----------------	---------------	-------------

<sup>2</sup> O valor de vendas processadas do marketplace e nas plataformas da AiQFome (vendas administradas pela Companhia ou por licenciados) de 01 de julho a 30 de setembro de 2021 no montante de R\$3,5 bilhões, que estão somados as vendas totais apresentadas nesse relatório, foi objeto de Asseguração Limitada Independente por nossos auditores externos e está disponível em nosso site. Os demais componentes das vendas totais do trimestre estão no escopo da revisão das informações trimestrais por nossos auditores independentes.

## ANEXO VII FINTECH MAGALU

A trajetória dos serviços financeiros dentro do Magalu é extensa, e sempre marcada por iniciativas inovadoras e com objetivo de gerar valor no longo prazo – seja para os nossos clientes, para o ecossistema ou para os nossos acionistas.

Iniciamos nossa jornada há 20 anos, com a construção da Luizacred, uma financeira desenvolvida em parceria com o Itaú Unibanco. Através dela, construímos e lançamos diversos produtos financeiros como o cartão de crédito, empréstimo pessoal e o CDC, que ao longo dos anos cresceram rapidamente e evoluíram como todo negócio bem-sucedido.

Depois da financeira, construímos a Luizaseg, seguradora que cria e customiza produtos que atendem as demandas dos nossos clientes – seja na proteção dos produtos que adquirem nas lojas, na proteção do lar ou até mesmo para o cartão de crédito. Também desenvolvemos o nosso Consórcio Luiza, que permite que milhares de consumidores realizem seus sonhos – sejam eles uma casa, um carro, ou qualquer outro bem que você possa imaginar.

Passamos por um processo intenso de digitalização e, ao entrarmos de forma definitiva no mundo do marketplace, mergulhamos profundamente no mercado de meios de pagamento. Para atender a nossa demanda, tomamos a decisão de desenvolver uma ferramenta capaz de suportar o nosso negócio com os sellers – ou seja, receber os pagamentos, cobrar nossa comissão e pagar todas as empresas que vendem dentro dos nossos canais. Com os talentos e a capacidade tecnológica do Luizalabs, construímos uma subadquirência proprietária que, em poucos meses, atingiu resultados expressivos - tanto do ponto de vista de processamento, quanto do ponto de vista de resultados financeiros.

Evoluímos e crescemos o nosso TPV (*total payment volume* ou volume total de pagamentos) de forma exponencial e decidimos que era hora de alçar vôos muito maiores, onde os serviços financeiros se tornaram um dos principais pilares da companhia. Nasceu, assim, a Magalu Pagamentos – uma subsidiária integral do Magalu, com foco nos produtos de fintech.

### **Mas por quê fintech?**

Desde 2013, diversas iniciativas criadas pelo Banco Central do Brasil buscam aumentar a competitividade e reduzir a concentração financeira no Brasil. Essas iniciativas causaram, ao longo dos últimos anos, uma explosão no surgimento de empresas - as fintechs - que através do uso de tecnologia, ofertam serviços financeiros para os clientes de uma forma simplificada, sem burocracias, com custo mais acessível e que muitas vezes atendem a nichos específicos. O mercado de serviços financeiros no Brasil tem um potencial muito grande – apenas como referência, o volume de pagamentos por cartões representa mais de R\$2 trilhões de reais por ano.

### **Por quê o Magalu?**

Com o crescimento exponencial do nosso ecossistema – 38 milhões de usuários ativos e uma base de mais de 120 mil sellers conectados no nosso marketplace – entendemos que possuímos um terreno fértil para o lançamento de soluções que agregam valor. Na nossa missão de digitalizar o varejo brasileiro, concluímos que os serviços financeiros são um grande diferencial. Ao se conectarem com todo o conjunto de soluções tecnológicas que construímos, permitimos que o nosso seller venda mais, criando um elo de fidelização, que tem um efeito altamente positivo na nossa estratégia: monetização e frequência.

Ao longo dos últimos doze meses empenhamos esforços para dar robustez à nossa operação. Adquirimos a Hub Fintech, uma instituição de pagamentos regulada, que nos dá a solidez necessária para crescer nesse mercado, seguindo todas as diretrizes regulatórias. Além disso, incorporamos tecnologia de ponta e um time de 250 pessoas, que desde julho já trabalha de forma integrada com a equipe do Magalu.

Dobramos o TPV da nossa subadquirência. Durante os 6 primeiros meses de 2021, processamos o volume equivalente a 2020. A nossa carteira digital, o MagaluPay, também registrou um crescimento exponencial. Durante o mês de outubro, contabilizamos 4,3 milhões de clientes. Além disso, demos passos importantes na plataforma para conexão da carteira com o mundo fora do Magalu e disponibilizamos a primeira versão da plataforma de benefícios aos usuários do MagaluPay.

## 3T21

Lançamos a nossa linha de maquininhas durante a ExpoMagalu. Desafiamos o nosso time a escalar a operação em todo o território nacional e já iniciamos o processo de distribuição dos equipamentos. Com o suporte das nossas lojas físicas, realizaremos a venda e daremos o suporte necessário para que empresas contem com a tecnologia do Magalu para digitalizar seus negócios.

Também concluímos a aquisição da plataforma de processamento de cartão de crédito BIT55, que em conjunto com a Hub Fintech, nos dará mais liberdade e autonomia no processamento e emissão de cartões. Desde a aquisição, já fomos capazes de integrar a tecnologia em nosso ambiente e temos a ambição de emitir cartões para a nossa base de sellers no começo de 2022. Nosso objetivo é emitir um cartão e ter o mesmo pronto para uso, sem precisar do plástico, em até três minutos.

Além das aquisições, estruturamos times altamente qualificados, que totalizam 460 pessoas, e atuam em diferentes segmentos: (i) Produtos para pessoa física; (ii) Produtos para pessoa jurídica; (iii) APIs e Banking as a service para fintechs e integradores; (iv) Tecnologias para o ecossistema Magalu;

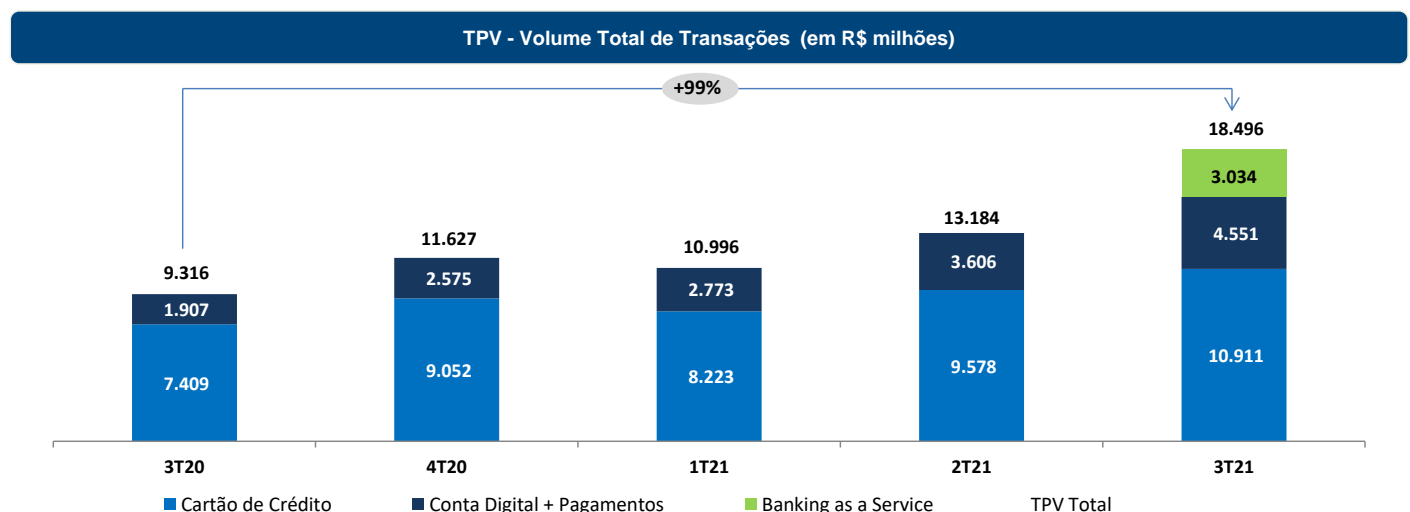
### Consolidação dos produtos e os grandes passos para o futuro

Com a robustez da estrutura, iniciamos um processo de consolidação das iniciativas de fintech. Atualmente, contamos com uma oferta de 18 soluções que variam desde cartão de crédito, empréstimos para pessoas físicas e jurídicas, PIX, APIs, conta pagamento, TED, cartões vale presente, até seguros, consórcios e empréstimos. Já somos como um banco, sem o peso de ser um banco.

### | Indicadores Operacionais

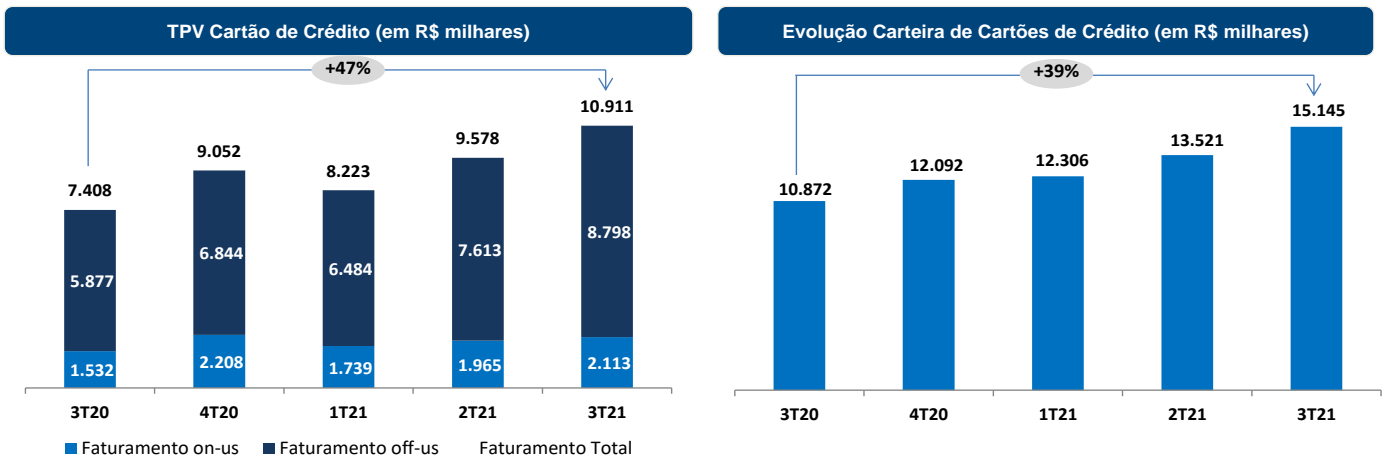
As iniciativas em fintech no Magalu integram soluções financeiras para clientes e sellers, além do serviço de Banking as a Service (BaaS). Entre os serviços oferecidos, estão subadquirência, conta digital, cartão de crédito e empréstimos para pessoas físicas e jurídicas.

- O volume total de transações (TPV) atingiu R\$18,5 bilhões no 3T21, crescendo 98,5% comparado ao 3T20. Nos 9M21, o TPV total atingiu R\$42,7 bilhões, crescendo 77,9%.

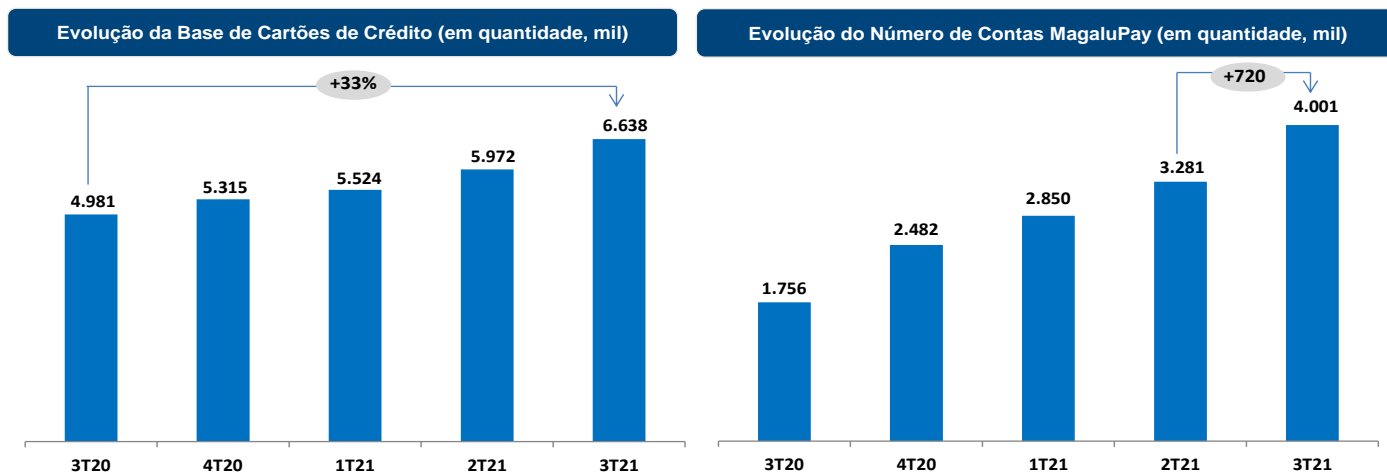


## Cartão de Crédito

- O TPV de Cartão de Crédito foi de R\$10,9 bilhões no trimestre, crescendo 47,3% em relação ao 3T20. As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, aumentaram 37,9% no 3T21 e atingiram R\$2,1 bilhões. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 49,7% no 3T21 para R\$8,8 bilhões.
- A carteira de cartão de crédito alcançou R\$15,1 bilhões ao final do 3T21, um aumento de 39,3% em relação ao 3T20.



- Em set/21, a base total de cartões de crédito alcançou 6,6 milhões de cartões (+33,3% versus set/20), incluindo o Cartão Luiza e o recém-lançado Cartão Magalu.



## Conta Digital e Pagamentos

- A conta digital do Magalu, o MagaluPay, já alcançou a marca de 4,0 milhões de contas abertas em set/21, representando um aumento de 720 mil novas contas no trimestre impulsionadas pela campanha “Cashback do Milhão”. O volume transacionado no MagaluPay atingiu R\$300 milhões em outubro, o equivalente a 3 vezes o volume de 2020.
- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$4,6 bilhões no 3T21, crescendo 138,6% no período.
- Continuamos expandindo o crédito para os nossos sellers por meio do nosso FIDC, com empréstimos para mais de 800 parceiros desde o lançamento.
- Em agosto de 2021, lançamos as “maquininhas” (mPOS) do Magalu. São três modelos, Mini, Super e Smart. O destaque vai para o modelo Smart que é totalmente conectado com o Parceiro Magalu, possibilitando que os varejistas que usam a tecnologia do Magalu para vender online possam gerir também suas vendas offline em um mesmo sistema. Com isso, levamos a multicanalidade para milhares de pequenos varejistas que estão iniciando no e-commerce.

## Banking as a Service (BaaS)

- O volume total de transações processadas (TPV) no segmento Banking as a Service superou R\$3,0 bilhões no 3T21.

## ANEXO VIII

## LUIZACRED

## | Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

R\$ milhões	3T21	AV	3T20	AV	Var(%)	9M21	AV	9M20	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	403,5	100,0%	258,8	100,0%	55,9%	1.116,6	100,0%	1.043,7	100,0%	7,0%
Despesas da Intermediação Financeira	(244,0)	-60,5%	(55,6)	-21,5%	339,3%	(830,6)	-74,4%	(724,4)	-69,4%	14,6%
Operações de Captação no Mercado	(51,3)	-12,7%	(19,4)	-7,5%	163,9%	(104,3)	-9,3%	(109,6)	-10,5%	-4,8%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(192,7)	-47,8%	(36,1)	-14,0%	433,6%	(726,3)	-65,0%	(614,9)	-58,9%	18,1%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>159,5</b>	<b>39,5%</b>	<b>203,2</b>	<b>78,5%</b>	<b>-21,5%</b>	<b>286,1</b>	<b>25,6%</b>	<b>319,2</b>	<b>30,6%</b>	<b>-10,4%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	302,3	74,9%	217,6	84,1%	38,9%	828,4	74,2%	659,2	63,2%	25,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(298,2)	-73,9%	(224,6)	-86,8%	32,8%	(827,4)	-74,1%	(723,8)	-69,4%	14,3%
Despesas de Pessoal	(3,4)	-0,8%	(4,7)	-1,8%	-28,6%	(9,8)	-0,9%	(15,1)	-1,4%	-34,8%
Outras Despesas Administrativas	(219,0)	-54,3%	(178,2)	-68,9%	22,9%	(626,2)	-56,1%	(567,6)	-54,4%	10,3%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,7%	(3,0)	-1,2%	0,3%	(8,9)	-0,8%	(9,0)	-0,9%	-0,5%
Despesas Tributárias	(41,1)	-10,2%	(30,8)	-11,9%	33,6%	(114,6)	-10,3%	(100,6)	-9,6%	13,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(31,7)	-7,9%	(7,9)	-3,1%	301,0%	(67,8)	-6,1%	(31,5)	-3,0%	114,8%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>163,6</b>	<b>40,5%</b>	<b>196,3</b>	<b>75,8%</b>	<b>-16,6%</b>	<b>287,2</b>	<b>25,7%</b>	<b>254,6</b>	<b>24,4%</b>	<b>12,8%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(80,0)	-19,8%	(78,7)	-30,4%	1,6%	(119,7)	-10,7%	(102,5)	-9,8%	16,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>83,6</b>	<b>20,7%</b>	<b>117,6</b>	<b>45,4%</b>	<b>-28,9%</b>	<b>167,5</b>	<b>15,0%</b>	<b>152,1</b>	<b>14,6%</b>	<b>10,1%</b>

## | Demonstração de Resultados da Luizacred pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central

R\$ milhões	3T21	AV	3T20	AV	Var(%)	9M21	AV	9M20	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	403,5	100,0%	258,8	100,0%	55,9%	1.116,6	100,0%	1.043,7	100,0%	7,0%
Despesas da Intermediação Financeira	(304,5)	-75,5%	(231,3)	-89,4%	31,6%	(695,2)	-62,3%	(909,2)	-87,1%	-23,5%
Operações de Captação no Mercado	(51,3)	-12,7%	(19,4)	-7,5%	163,9%	(104,3)	-9,3%	(109,6)	-10,5%	-4,8%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(253,2)	-62,7%	(211,9)	-81,9%	19,5%	(590,9)	-52,9%	(799,7)	-76,6%	-26,1%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>99,1</b>	<b>24,5%</b>	<b>27,5</b>	<b>10,6%</b>	<b>260,7%</b>	<b>421,4</b>	<b>37,7%</b>	<b>134,5</b>	<b>12,9%</b>	<b>213,4%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	302,3	74,9%	217,6	84,1%	38,9%	828,4	74,2%	659,2	63,2%	25,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(298,2)	-73,9%	(224,6)	-86,8%	32,8%	(827,4)	-74,1%	(723,8)	-69,4%	14,3%
Despesas de Pessoal	(3,4)	-0,8%	(4,7)	-1,8%	-28,6%	(9,8)	-0,9%	(15,1)	-1,4%	-34,8%
Outras Despesas Administrativas	(219,0)	-54,3%	(178,2)	-68,9%	22,9%	(626,2)	-56,1%	(567,6)	-54,4%	10,3%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,7%	(3,0)	-1,2%	0,3%	(8,9)	-0,8%	(9,0)	-0,9%	-0,5%
Despesas Tributárias	(41,1)	-10,2%	(30,8)	-11,9%	33,6%	(114,6)	-10,3%	(100,6)	-9,6%	13,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(31,7)	-7,9%	(7,9)	-3,1%	301,0%	(67,8)	-6,1%	(31,5)	-3,0%	114,8%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>103,2</b>	<b>25,6%</b>	<b>20,5</b>	<b>7,9%</b>	<b>403,7%</b>	<b>422,5</b>	<b>37,8%</b>	<b>69,8</b>	<b>6,7%</b>	<b>505,0%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(55,8)	-13,8%	(8,4)	-3,2%	568,0%	(173,8)	-15,6%	(28,6)	-2,7%	508,6%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>47,4</b>	<b>11,7%</b>	<b>12,1</b>	<b>4,7%</b>	<b>290,7%</b>	<b>248,7</b>	<b>22,3%</b>	<b>41,3</b>	<b>4,0%</b>	<b>502,5%</b>



## 3T21

### | Receitas da Intermediação Financeira

No 3T21, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$403,5 milhões, 55,9% maior que no 3T20, influenciadas pelo crescimento no faturamento dentro e fora do Magalu.

### | Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 2,1% da carteira total em set/21, praticamente estável comparado a set/20, em função de uma política de crédito assertiva e todos os esforços de cobrança realizados pelas lojas e centrais de cobrança.

A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) apresentou uma forte melhora e atingiu 4,9% em set/21, um dos menores patamares históricos, uma redução de 3,7 p.p. em relação a set/20.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 1,3% da carteira total no 3T21. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 198% em set/21 comparado a 157% em set/20.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	set-21		jun-21		mar-21		dez-20		set-20	
000 a 014 dias	14.081	93,0%	12.615	93,3%	11.414	92,7%	11.137	92,1%	9.743	89,6%
015 a 030 dias	75	0,5%	59	0,4%	81	0,7%	45	0,4%	49	0,5%
031 a 060 dias	108	0,7%	81	0,6%	87	0,7%	53	0,4%	56	0,5%
061 a 090 dias	135	0,9%	125	0,9%	104	0,8%	74	0,6%	92	0,8%
091 a 120 dias	130	0,9%	122	0,9%	77	0,6%	76	0,6%	92	0,8%
121 a 150 dias	112	0,7%	111	0,8%	67	0,5%	69	0,6%	83	0,8%
151 a 180 dias	108	0,7%	87	0,6%	61	0,5%	74	0,6%	140	1,3%
180 a 360 dias	397	2,6%	320	2,4%	415	3,4%	565	4,7%	619	5,7%
<b>Carteira de Crédito (R\$ milhões)</b>	<b>15.145</b>	<b>100,0%</b>	<b>13.521</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.306</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.092</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.872</b>	<b>100,0%</b>
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	189		190		182		169		168	
<b>Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)</b>	<b>15.334</b>		<b>13.711</b>		<b>12.488</b>		<b>12.261</b>		<b>11.040</b>	
Atraso de 15 a 90 Dias	318	2,1%	265	2,0%	272	2,2%	171	1,4%	196	1,8%
Atraso Maior 90 Dias	747	4,9%	640	4,7%	620	5,0%	784	6,5%	933	8,6%
<b>Atraso Total</b>	<b>1.065</b>	<b>7,0%</b>	<b>906</b>	<b>6,7%</b>	<b>892</b>	<b>7,3%</b>	<b>955</b>	<b>7,9%</b>	<b>1.130</b>	<b>10,4%</b>
PDD sobre Carteira de Crédito	1.078		1.080		1.026		1.093		1.193	
PDD sobre Limite Disponível	398		340		316		284		274	
<b>PDD Total em IFRS 9</b>	<b>1.477</b>		<b>1.420</b>		<b>1.342</b>		<b>1.377</b>		<b>1.467</b>	
Índice de Cobertura da Carteira	144%		169%		165%		139%		128%	
<b>Índice de Cobertura Total</b>	<b>198%</b>		<b>222%</b>		<b>216%</b>		<b>176%</b>		<b>157%</b>	

Nota: para melhor comparabilidade e análise de desempenho dos créditos (NPL), a Companhia passou a divulgar a abertura da carteira pelo critério de atraso, enquanto que no Banco Central a Companhia continua divulgando a abertura da carteira na visão por faixa de risco.

## 3T21

### | Resultado Bruto da Intermediação Financeira

A margem bruta da intermediação financeira no 3T21 foi de 39,5%, alcançando R\$159,5 milhões, reflexo do crescimento das receitas e da alta qualidade da carteira de crédito.

### | Receita de Serviços e Outras Despesas/Receitas Operacionais

As receitas de serviços cresceram 38,9% no 3T21, alcançando R\$302,3 milhões, em função do aumento do faturamento. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram 32,8%, representando R\$298,2 milhões.

### | Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 3T21, o resultado operacional totalizou R\$163,6 milhões, representando 40,5% da receita da intermediação financeira. No mesmo período, a Luizacred apresentou um lucro de R\$83,6 milhões, com ROE de 35,7%.

De acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, considerando as provisões mínimas pela Lei nº 2682, o lucro líquido da Luizacred totalizou R\$47,4 milhões no 2T21.

### | Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$1.224 milhões em set/21. Em função de ajustes requeridos pelo IFRS, especificamente provisões complementares de acordo com a expectativa de perda, líquida de seus efeitos tributários, o patrimônio líquido da Luizacred para efeito das demonstrações financeiras do Magalu era de R\$937,4 milhões.

## ANEXO IX GUIDANCE OPERACIONAL

### | Atualização trimestral

A Companhia possui indicadores operacionais-chave que demonstram a evolução da sua estrutura logística, como número de centros de distribuição, unidades de cross-docking, área total de armazenagem e número de lojas. Dada a sua operação multicanal, ou seja, lojas e e-commerce totalmente integrados, a área total de armazenagem inclui também a parte da área das lojas que é destinada para o manuseio e estoque de mercadorias.

Em fato relevante publicado em 15 de julho de 2021, a Companhia publicou as seguintes projeções em relação aos períodos que se encerrarão em 31 de dezembro de 2021; 31 de dezembro de 2022 e 31 de dezembro de 2023:

	3T21	2021	2022	2023
<b>Total de Unidades Logísticas</b>	237	225	380	450
Número de CDs	26	26	30	33
Número de Cross-dockings	211	199	350	417
<b>Número de Lojas (quantidade)</b>	1.413	1.440	1.560	1.680
<b>Área Total de Armazenagem</b>	1.200	1.180	1.630	2.000

A Companhia destaca que continua desempenhando dentro de patamares esperados para o atingimento das projeções publicadas e disponibiliza a atualização dos indicadores operacionais-chave para o 3T21.

## TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Videoconferência em Português com tradução simultânea para o inglês

12 de novembro de 2021 (sexta-feira)

14h00 – Horário de Brasília

12h00 – Horário Estados Unidos (EST)

### Acesso Teleconferência

Twitter:

@ri\_magalu

#### Relações com Investidores

**Roberto Bellissimo**

Diretor Financeiro e RI

**Simon Olson**

Diretor Adjunto RI  
e Novos Negócios

**Vanessa Rossini**

Gerente RI

**Lucas Ozorio**

Coordenador RI

**Natassia Lima**

Analista RI

**Tiemi Akiyama**

Estagiária

Tel.: +55 11 3504-2727

[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

#### Sobre o Magazine Luiza

Magazine Luiza, ou Magalu, é uma empresa de tecnologia e logística voltada para o varejo. A partir de um varejista tradicional do interior de São Paulo com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia transformou-se em uma empresa de tecnologia, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes. O Magalu possui uma forte presença geográfica, com vinte e seis centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.400 lojas distribuídas em 21 estados. No centro do sucesso do Magalu está uma plataforma de varejo multicanal, capaz de alcançar clientes através de aplicativos, site e lojas físicas. Uma grande parte do sucesso da empresa também se deve à sua equipe interna de desenvolvimento, o Luizalabs, que é composto por mais de 1.800 desenvolvedores e especialistas. Entre outras coisas, o Luizalabs utiliza tecnologias como big data e machine learning para criar aplicativos para as diversas áreas da Companhia, como atendimento, logística, financeiro e gestão de estoque, com o objetivo de eliminar qualquer fricção no processo do varejo, melhorando a rentabilidade, os prazos de entrega e a experiência do cliente. A empresa tem estado na vanguarda da adoção do e-commerce na América Latina e a operação online, incluindo o marketplace, representa 72% das vendas totais. O Magalu também possui um modelo logístico único e inovador. As operações logísticas online e offline são 100% integradas, e permitem que a Companhia aproveite sua presença física para reduzir radicalmente os custos e os prazos de entrega no Brasil.

#### EBITDA, EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado

O EBITDA (lucro antes de juros, imposto de renda e contribuição social, receitas e despesas financeiras, depreciação e amortização) não é uma medida de desempenho financeiro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil. Por não considerar despesas intrínsecas ao negócio, o EBITDA apresenta limitações que afetam seu uso como indicador de rentabilidade ou liquidez. O EBITDA não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido ou fluxo de caixa operacional. Além disso, o EBITDA não possui significado padrão, e nossa definição pode não ser comparável com a definição adotada por outras Companhias. Os resultados extraordinários considerados para efeito de cálculo do EBITDA Ajustado e do Lucro Líquido Ajustado também não devem ser considerados como alternativa ao EBITDA e ao lucro líquido, conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil.

#### Aviso Legal

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento do Magazine Luiza são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das aprovações e licenças necessárias para homologação dos projetos, condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como, operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.