

MAGALU



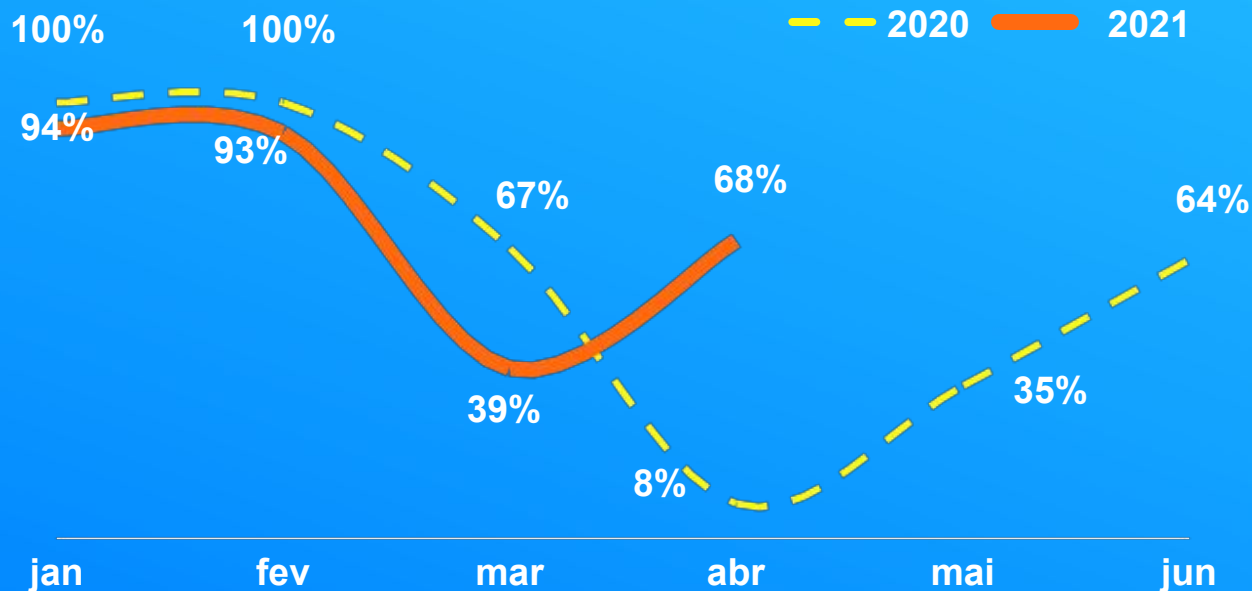
Videoconferência de Resultados 1T21

14 de maio de 2021

A segunda onda de Covid nos obrigou a fechar novamente parte das nossas lojas físicas

Percentual de lojas abertas

[% lojas abertas/ total lojas]

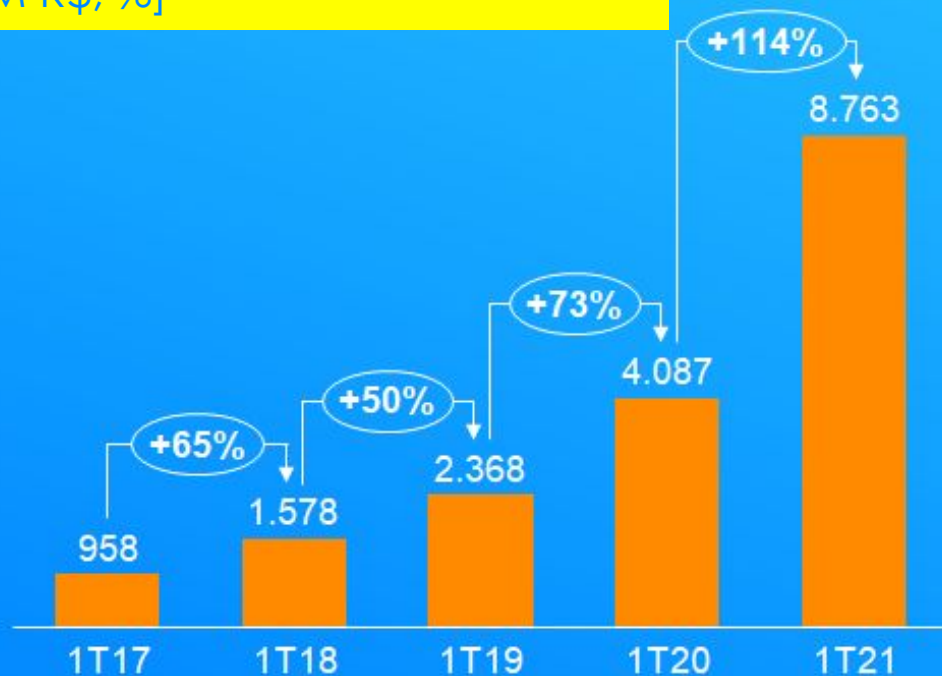


Devido o aumento de casos e mortes por Covid, o número de lojas abertas atendeu às conformidades dos **protocolos e medidas de saúde e segurança** estabelecidos, resultando em 25% de lojas fechadas durante todo o Trimestre

Nesse cenário, o crescimento do ecommerce continuou acelerado

Evolução das vendas online

[MM R\$; %]



+4,9 pp

Ganho de market share
[1T21 vs 1T20; Neotrust]

114%

Crescimento total das vendas online
[%; 1T21 vs 1T20]

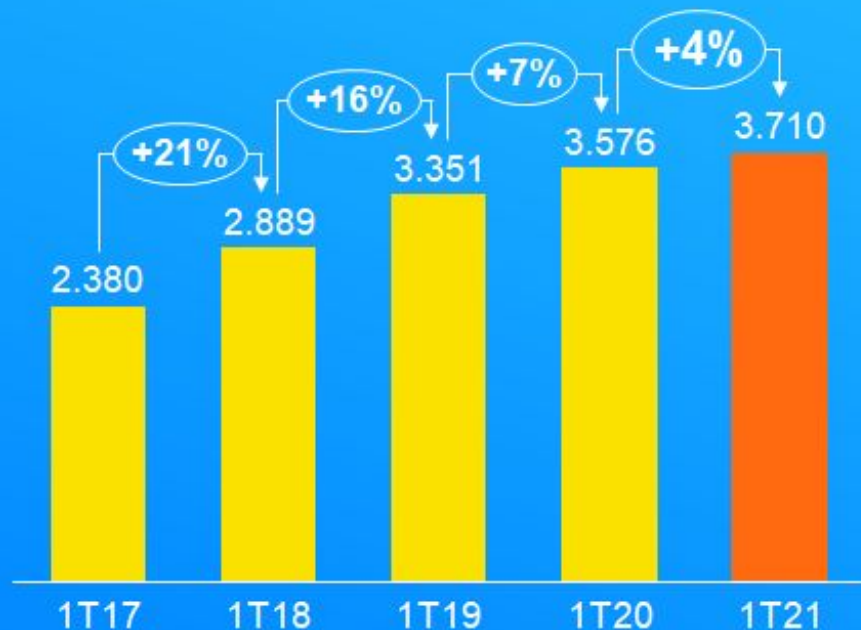
92%

Crescimento média móvel dos últimos 2 anos
[CAGR; 1T21 vs 1T19]

Mesmo com mais lojas fechadas, as vendas nas lojas físicas cresceram 4% no 1T21 vs 1T20

Evolução das vendas lojas

[MM R\$; %]



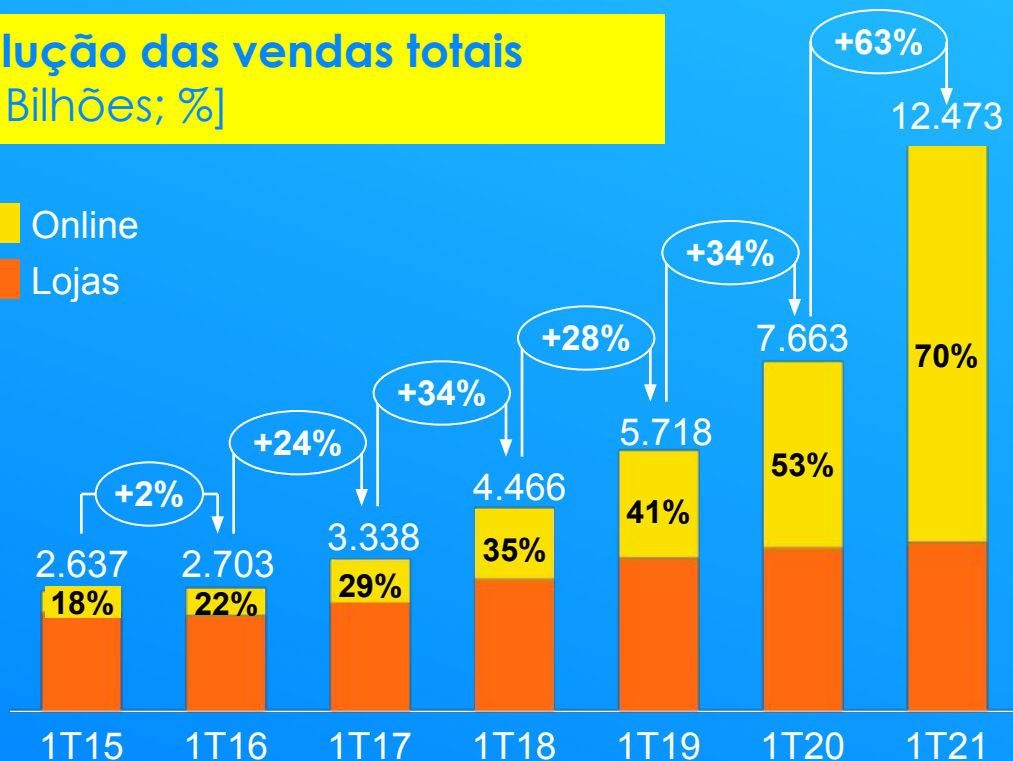
Mesmo com 25% de lojas fechadas no trimestre, as vendas de lojas físicas **cresceram 4% no trimestre**

Como resultado da nossa multicanalidade, as vendas totais cresceram 63% no trimestre

Evolução das vendas totais

[R\$ Bilhões; %]

Online
Lojas



63%

Crescimento YoY mesmo com lojas parcialmente fechadas durante o ano [1T21 vs 1T20]

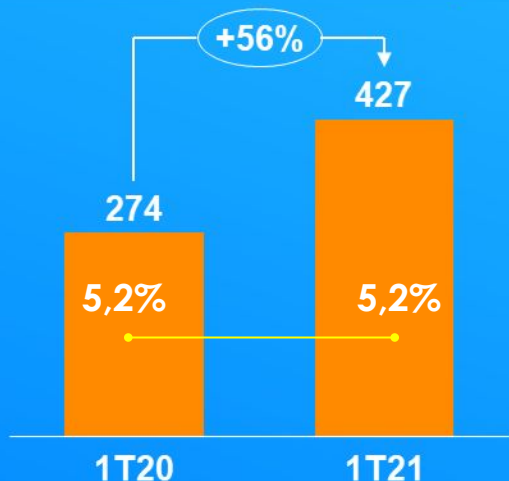
70%

Representatividade do online no total de vendas Magalu [%; 1T21]

Acompanhada sempre do diferencial Magalu de crescimento com rentabilidade

Evolução do EBITDA ajustado [R\$ Milhões]

Margem ebitda ajustada



Manutenção da margem EBITDA devido à **diluição de despesas**



R\$ 81 M

Lucro líquido ajustado [1T21]



R\$ 259 M

Lucro líquido [1T21]



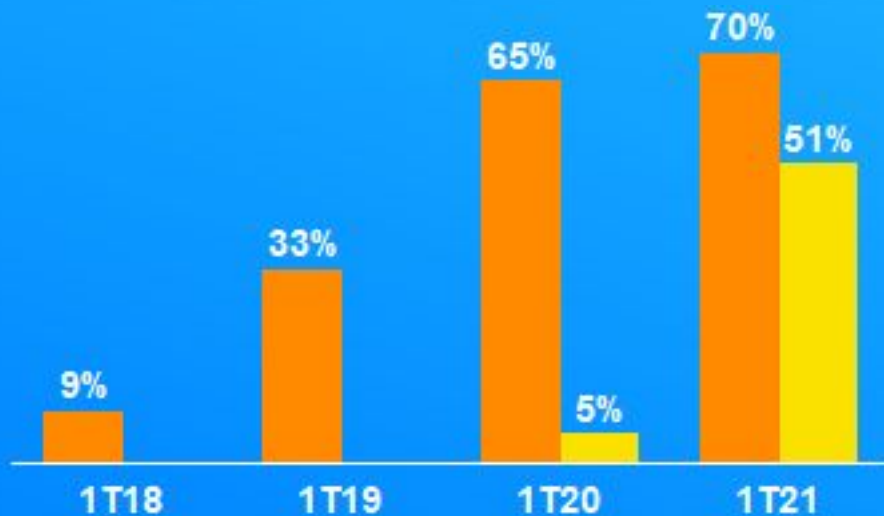
R\$ 2,7 Bilhões

Fluxo de caixa das operações [12 meses]

Evoluimos nossa malha para entregar mais rápido e fazer de **2021 o ano do #PiscouChegou**

Pedidos 1P entregues em D1 e D2 [% pedidos 1P]

- Pedidos entregues em 48h
- Pedidos entregues em 24h



103 (vs 26)

Unidades logísticas em operação entre Centros de Distribuição, Cross Dockings e hubs de last mile [1T21 vs 1T20]

50 lojas

Piloto com entregas **em 1 hora** em 10 cidades

Estamos ampliando os **benefícios de nossa logística multicanal** para os **sellers do 3P**

40%



dos pedidos
3P no **Magalu**
Entregas com
logística
própria

415



lojas habilitadas
para **Retira Loja**
do 3P

City managers

nas nossas lojas
auxiliando o
hunting e
farming 3P

Neste trimestre vimos os nossos números de sellers e de ofertas totais dobrarem de tamanho

Número de sellers no Marketplace

[1T21 vs 1T20]

Aumento de +2x o número de sellers publicados, sendo **+9k apenas no 1T21**

26k

56k

Número de ofertas totais

[1T21 vs 1T20]

Aumento de +2x o número de ofertas totais

15M

30M

No 1T21 completamos **1 ano de**  **Parceiro Magalu**

MAGALU



Destques Financeiros

Destques Financeiros - 1T21

R\$ 12,5 Bi Vendas Totais
(1T21)

R\$ 2,7 Bi Fluxo de Caixa
das Operações
(1T21-LTM)

63% Crescimento nas
Vendas Totais
(1T21)

R\$ 427 Mi EBITDA Ajustado
(5,2% de margem)
(1T21)

114% Crescimento do
E-commerce
(1T21)

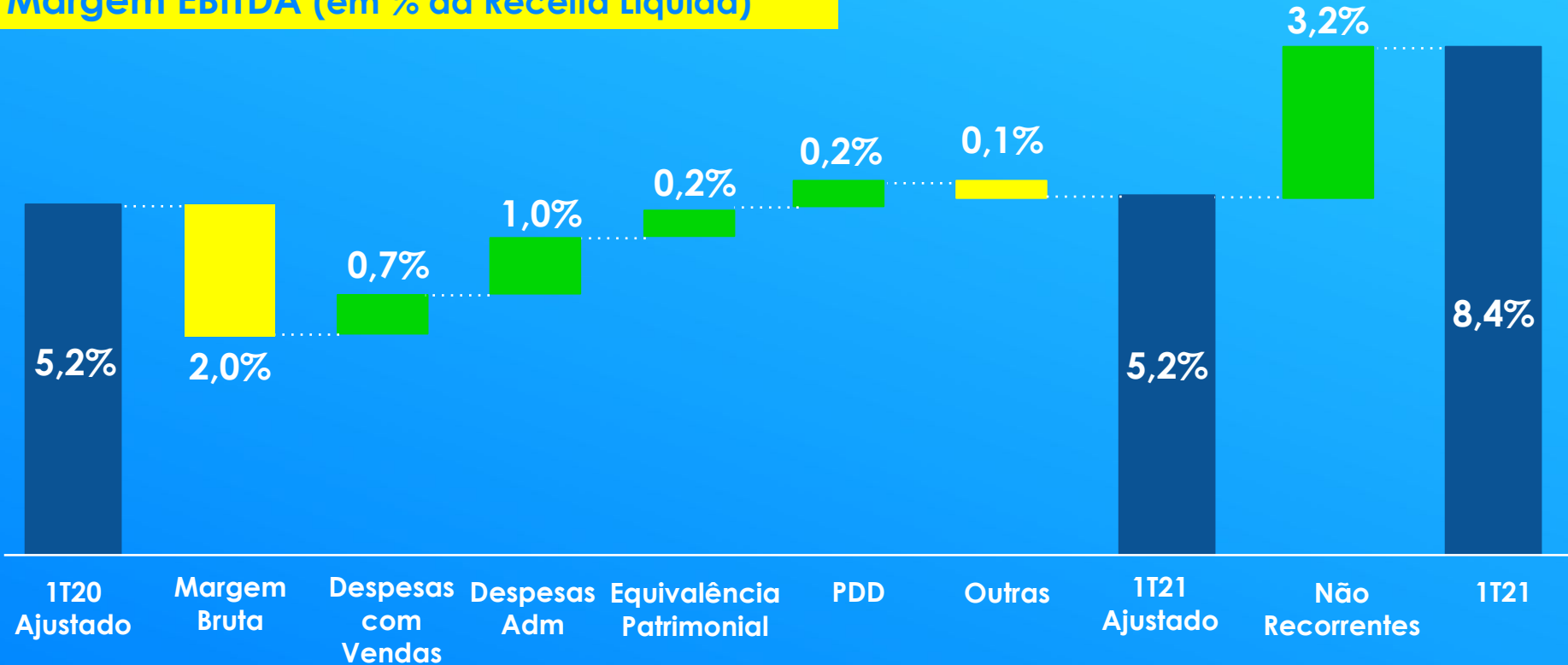
R\$ 259 Mi Lucro Líquido
(1T21)

4% Crescimento Total
das Lojas Físicas
(1T21)

R\$ 81 Mi Lucro Líquido
Ajustado
(1T21)

Evolução da Margem EBITDA

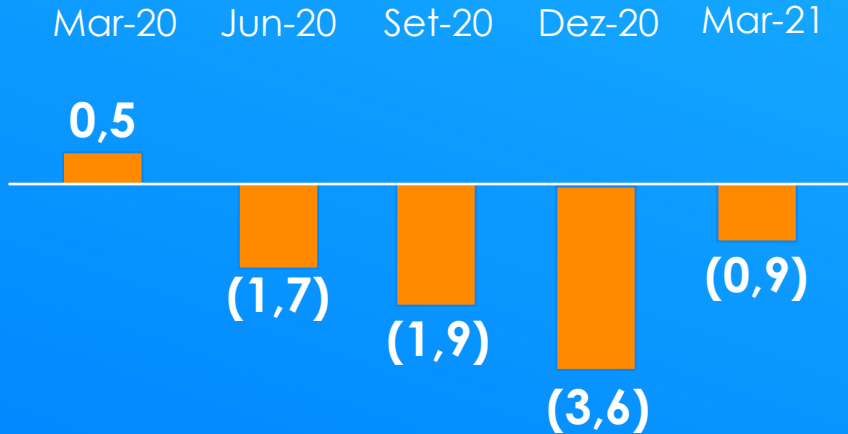
Margem EBITDA (em % da Receita Líquida)



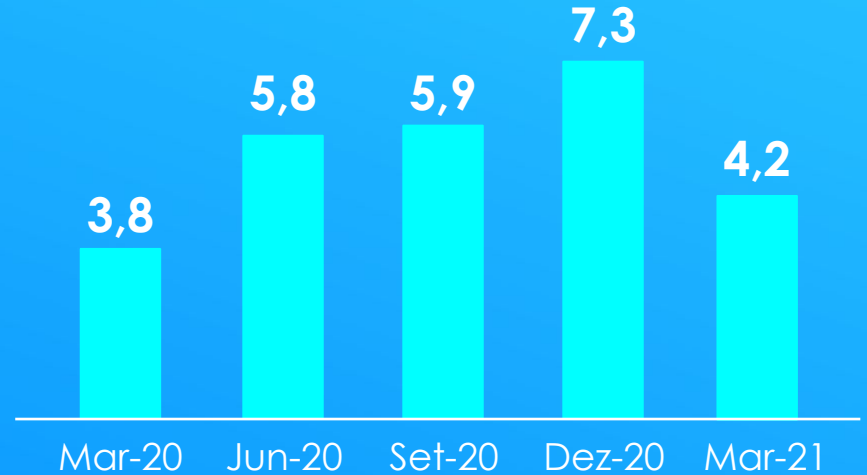
Sólida Estrutura de Capital

Posição de Caixa Total de R\$5,9 bilhões no fechamento do 1T21

Capital de Giro Ajustado (R\$ bilhões)



Caixa Líquido Ajustado (R\$ bilhões)



Forte Geração de Caixa

Crescimento exponencial com forte geração de caixa

Fluxo de Caixa (R\$ bilhões)

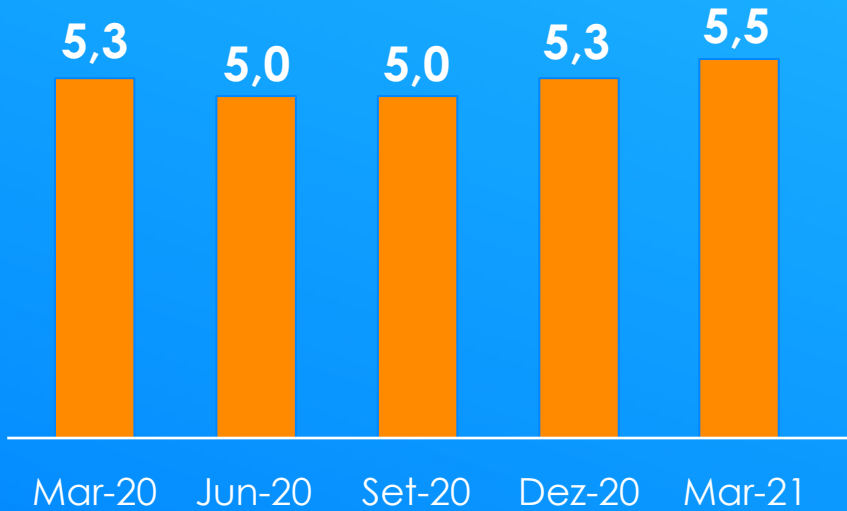


Luizacred

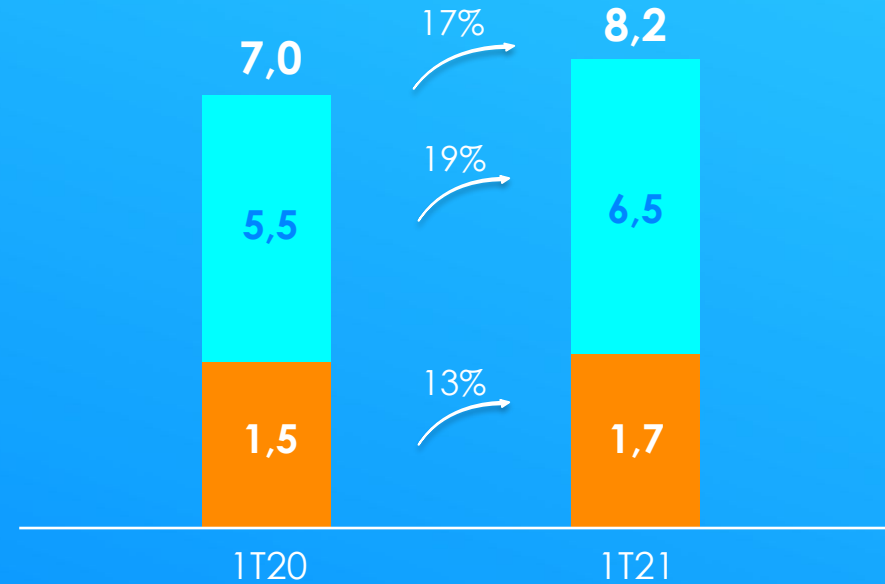
5,5 milhões de cartões emitidos

Evolução da Base do Cartão Luiza

[milhões]



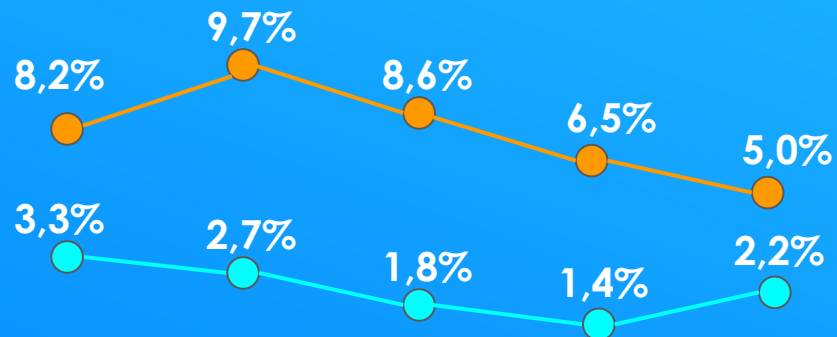
Faturamento (R\$ bilhões)



- Cartão Luiza Fora do Magalu
- Cartão Luiza Dentro do Magalu

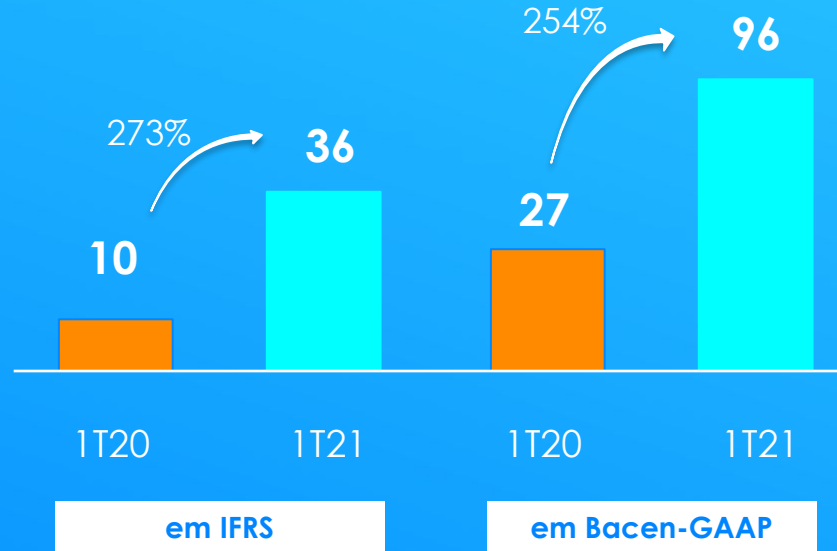
Inadimplência no menor nível histórico e lucros crescentes

Abertura da Carteira (%)



■ NPL 15-90 ■ NPL > 90 ■ Cobertura (%)

Lucro Líquido (R\$ milhões)



MAGALU



Total adressable market

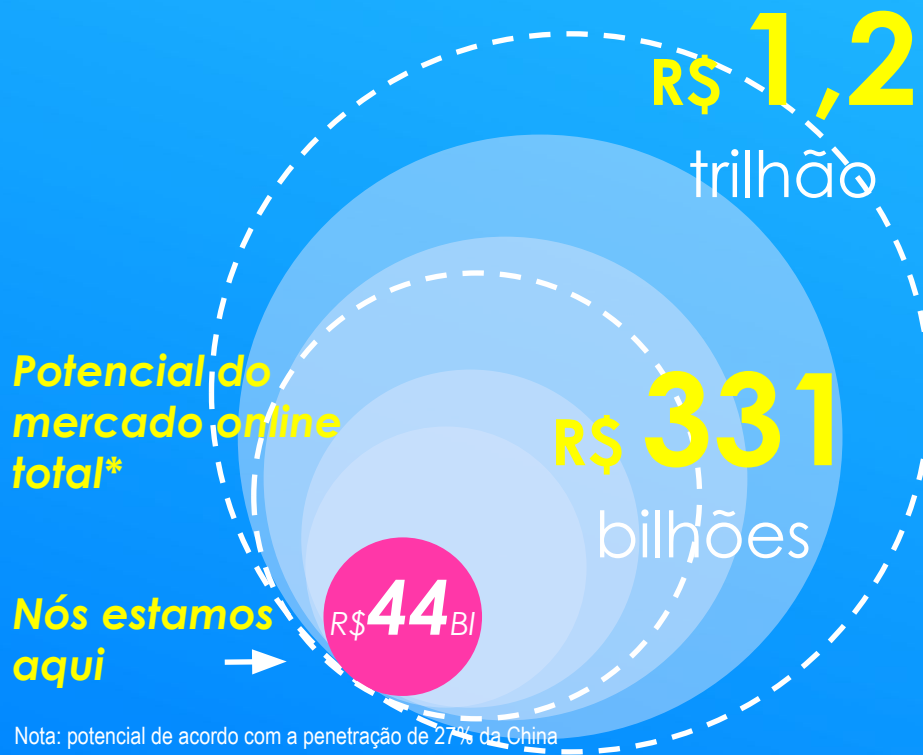
Digitalização do varejo brasileiro



Nós digitalizamos o Magalu...

...e agora vamos digitalizar o Brasil

O Magalu tem apenas 3,5% de market share do varejo brasileiro



Total adressable market do varejo brasileiro [R\$; 2020]

Magalu hoje possui **3,5% de market share** do varejo brasileiro tendo estrutura para explorar os canais online e offline

MAGALU

NETSHOES

ZATTINI

ÉPOCA
COSMÉTICOS • PERFUMARIA

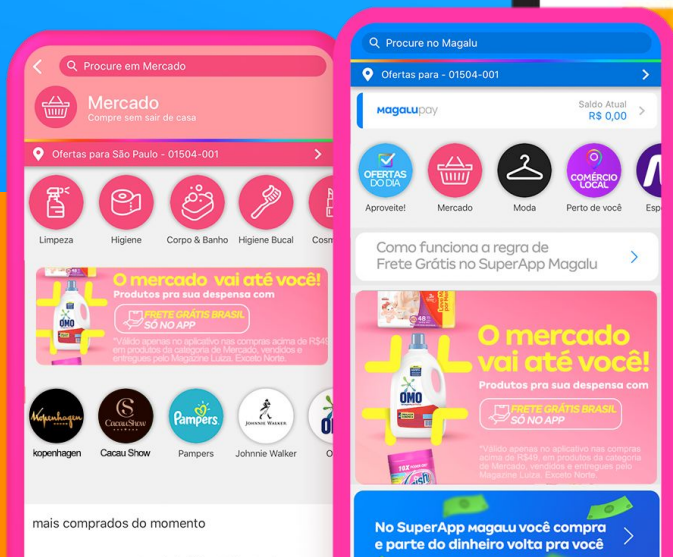
estante virtual

Com a VipCommerce combinaremos o sortimento 1P e 3P no nosso SuperApp

temnoMagalu
mercado



40% dos itens totais vendidos no Magalu são da categoria de mercado



Com a aquisição da **ToNoLucro** o Magalu consolida-se no mercado de **food delivery**



+2,6 Milhões

Pedidos em abr/21

+1,2 Bilhão

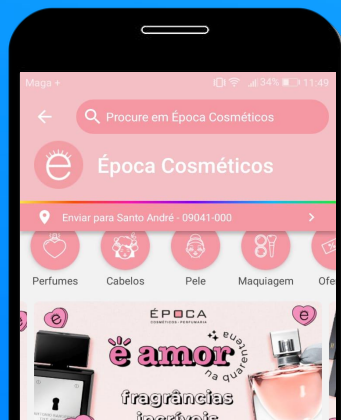
Vendas anualizadas

A aquisição da **ToNoLucro** e da plataforma **GrandChef** fortalecem ainda mais a operação do Magalu no mercado de delivery de refeições, tornando-se a **quarta maior do mercado brasileiro**

As empresas do pilar de **Beleza, moda e esporte** têm conquistado cada dia mais destaque

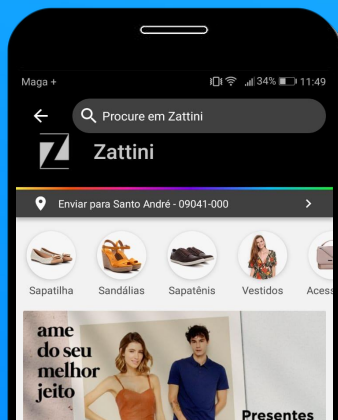
ÉPOCA
COSMÉTICOS · PERFUMARIA

1º Lugar de loja online mais lembrada na **categoria de beleza** pela pesquisa Top of Mind



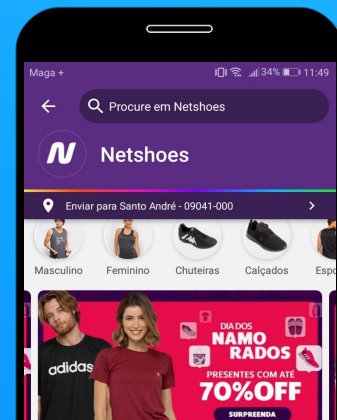
ZATTINI

Com o suporte da Hubsales conectamos três novos pólos industriais de moda: **Novo Hamburgo, Blumenau e Goiânia**



NETSHOES

Líder em vendas na categoria de artigos **esportivos e moda** no e-commerce brasileiro



Com a **SmartHint** a busca do SuperApp será ainda mais assertiva

SmartHint

Um dos **maiores sistemas de busca inteligente** e de recomendação de compra para e-commerce do Brasil, será o **motor de busca** do SuperApp e site do Magalu



Recomendações inteligentes adaptando-se a cada usuário



Previsão do comportamento de compra do consumidor



Aumento da relevância dos produtos anunciados

As iniciativas de Fintech seguem em ritmo acelerado com o lançamento do **cartão Magalu**

3 Milhões

Usuários no
Magalu Pay

100 Mil

Cartões Magalu
emitidos em 3 semanas

5,5 Milhões

Base de cartões
Luiza

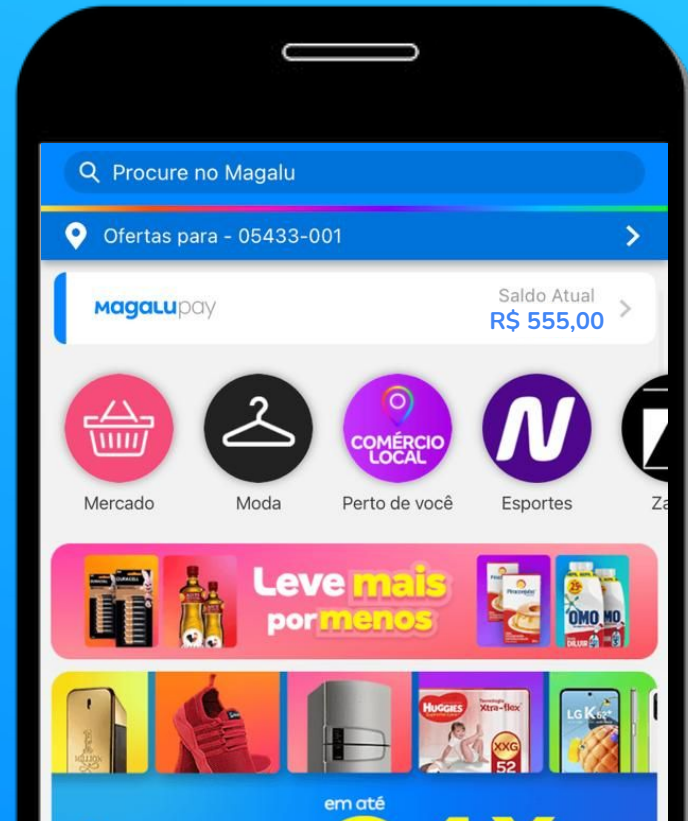


4% de cashback e Zero Anuidade

O SuperApp está cada vez mais relevante no dia-a-dia dos clientes

76 % **Venda mobile**
(% GMV B2C Magalu no canal mobile)

31 M **MAU**
(Usuários ativos mensais em todas as marcas Magalu, 1T21)



Nesse trimestre, o volume de transações processadas superou a marca de R\$ 2,7 bilhões

The logo for Magalu Pagamentos is displayed in white text. The word "Magalu" is in a larger, bold font, and "Pagamentos" is in a smaller font below it. The logo is centered within a large, dotted white circle that is partially visible on the left side of the slide.

Magalu
Pagamentos

R\$ 2,7 Bilhões

TPV total nos três primeiros meses do ano de 2021
[1T21]

Início do piloto das operações por meio da FDIC, facilitando o **acesso a crédito de forma rápida e simplificada**

Os canais de conteúdo serão integrados ao SuperApp Magalu



25 Milhões

Visitantes únicos
em Abril/21

STEAL THE LOOK

+2,5 Milhões

Seguidores nas
principais redes sociais



+1 Bilhão

Visualizações no canal
do Youtube

Tecnologia



Moda Beleza Decoração



Cultura Geek

10 anos de Magalu como empresa de capital aberto

2x lojas

Quantidade de lojas físicas (1.310 vs 604)

70% (vs 11%)

Participação do online nas vendas

7x vendas

GMV do 1º trimestre (R\$12,5bi vs R\$1,7bi)

3.570%

Valorização da ação em 10 anos

Ecosistema magalu



MAGALU



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

RI@MAGAZINELUIZA.COM.BR
MAGAZINELUIZA.COM.BR/RI

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 documento pode incluir 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.