

## 1T23: Crescimento de vendas em todos os canais, atingindo o maior marketshare na história do Magalu

**MGLU**  
B3 LISTED NM

As vendas totais do Magalu atingiram **R\$16 bilhões no 1T23**, crescendo 10% em relação ao 1T22. **Nos últimos três anos, o crescimento médio anual foi de 27%.**

O **e-commerce atingiu R\$11 bilhões em vendas** no trimestre, aumentando 11% no 1T23, enquanto o mercado online brasileiro teve uma queda de 14% no mesmo período (*Neotrust*). **O crescimento médio anual do e-commerce do Magalu foi de 40% nos últimos três anos.**

Esse excelente desempenho de vendas permitiu que o Magalu aumentasse sua participação no mercado brasileiro de e-commerce em 6 pontos percentuais, **atingindo o maior nível de marketshare.**

**As vendas do marketplace totalizaram mais de R\$4 bilhões no trimestre, um crescimento de 19%** comparado ao mesmo período do ano anterior, e pela primeira vez, superaram as vendas de lojas físicas em um trimestre.

Nos últimos três anos, o **marketplace do Magalu apresentou um crescimento médio anual de 52%.**

Além do crescimento nas vendas, ampliamos de forma significativa a rentabilidade do nosso marketplace. **As receitas de serviços do Magalu cresceram 34%**, impulsionadas especialmente pelo aumento das comissões do marketplace. Houve também uma expressiva melhoria na margem de contribuição, resultante da maior eficiência nas despesas com marketing e logística.

O marketplace do Magalu apresentou um crescimento significativo, atingindo a marca de **281 mil sellers e quase 100 milhões de ofertas** disponíveis para venda. Nos últimos 12 meses, a plataforma recebeu 111 mil novos sellers, muitos deles atraídos pelo **Parceiro Magalu**, impulsionados pela atuação das lojas físicas e pela **Caravana Magalu**.

O **Magalu Entregas é o principal meio logístico dos sellers do marketplace, sendo utilizados em 80% dos pedidos do 3P**. Os clientes podem optar por receber as encomendas em casa ou retirá-las gratuitamente em uma das mais de 1.000 lojas físicas habilitadas do Magalu. **Atualmente, 22% dos pedidos do marketplace são retirados nas lojas físicas**, comparados com os 13% do mesmo período do ano passado.

A entrega do marketplace teve um desempenho significativo no trimestre, com **45% das entregas realizadas em até 48 horas**. Além disso, aproximadamente **1.200 sellers já utilizam a operação de fulfillment do Magalu**, integrando completamente a logística e acelerando a velocidade de entrega, oferecendo um alto nível de serviço com custos menores. Cerca de **30% dos pedidos faturados pelo fulfillment já são entregues em menos de 24 horas**.

**Nas lojas físicas, as vendas foram de R\$4 bilhões no trimestre**, crescendo 8% comparado ao 1T22.

No **MagaluAds**, a receita vinda da plataforma de produtos patrocinados **quadruplicou** no primeiro trimestre, com mais de **10.000 campanhas** criadas por mais de **3.300 vendedores**, contribuindo para a rentabilidade da empresa.

A **Fintech do Magalu cresceu 13% no trimestre**, atingindo mais de **R\$23 bilhões em TPV**. Um dos destaques foi o crescimento de 30% no volume de pagamentos para sellers e nas contas digitais MagaluPay. Em cartão de crédito, o faturamento atingiu cerca de R\$14 bilhões no 1T23 -- são mais 7 milhões cartões de crédito emitidos e R\$20 bilhões em carteira de crédito.

## 1T23 em números

MGLU  
B3 LISTED NM

## Principais números consolidados do Ecosistema Magalu

**R\$16 bilhões**  
vendas totais**+10%** comparado ao 1T22  
**+27%** crescimento médio em 3 anos**45 milhões MAU**

(Usuários Ativos Mensais nos aplicativos)

**37 milhões**  
clientes ativos**R\$11 bilhões vendas**  
no e-commerce**+11%** comparado ao 1T22  
**+40%** crescimento médio em 3 anos**445 milhões****Audiência Online Total**  
(Acessos site e app em mar/23)**1.302 Lojas Físicas**  
em 20 estados brasileiros**7,0 milhões**  
de cartões de crédito

Cartão Luiza e Cartão Magalu

**R\$23 bilhões****em TPV**  
**+13%** comparado ao 1T22**269 Centros de Distribuição**  
e Cross-dockings

## Melhoria contínua na rentabilidade do marketplace: aumento das comissões e maior eficiência com marketing e logística

**R\$4,4 bilhões em vendas 3P****+19%** comparado ao 1T22  
**+52%** crescimento médio em 3 anos**281 mil sellers****+111 mil** desde mar/22  
**+225 mil** desde mar/21**80% pedidos 3P**  
Magalu Entregas**45%** entregues em até 48 horas**39% das vendas online**  
do MagaluMais Sellers, mais itens a venda,  
Entrega mais Rápida**Liquidação Fantástica:** O Magalu iniciou o ano de 2023 em um ritmo acelerado com a realização da Maior Liquidação Fantástica de sua história. Durante o evento, foram vendidos mais de 300 mil travesseiros e 160 mil panelas de pressão.MGLU3: R\$ 4,38 por ação  
Total de Ações: 6.748.926.848  
Valor de Mercado: R\$ 29,6 bilhões**Teleconferência**  
16 de março de 2023 (terça-feira)  
09:00 (Brasília) / 08:00 (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)

# 1T23

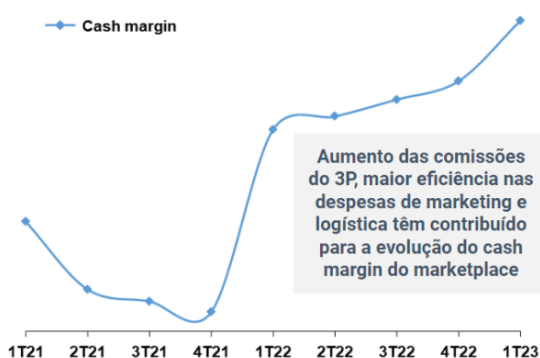
## MENSAGEM DA DIRETORIA

Ao longo dos últimos anos, o Magalu se reinventou como ecossistema de negócios e, com isso, ganhou uma escala sem precedentes. Desde 2020, o crescimento anual médio da companhia é de 27%. Assim, chegamos ao primeiro trimestre deste ano com vendas totais de 15,5 bilhões de reais, originadas nas lojas físicas, no e-commerce 1P e no marketplace, que já é o canal de maior crescimento e rentabilidade para o Magalu.

Nestes três primeiros meses de 2023, as vendas avançaram em todos os canais, com ganho de market share em um cenário macro que permanece desafiador, em especial para o varejo. Isso é resultado primário de um modelo omnichannel que integra, complementa e potencializa as operações nos ambientes físico e digital.

As vendas no e-commerce atingiram 11,3 bilhões de reais no período – crescimento de 11,1% comparado a uma queda de 13,8% desse mercado, segundo dados da Neotrust. Esse excelente desempenho permitiu que o Magalu aumentasse sua participação de mercado em 6,2 pontos percentuais, atingindo o maior market share de sua história. Nas lojas físicas, as vendas foram de 4,2 bilhões

**Evolução da margem de contribuição no 3P**  
[% GMV; 2021-1T23]

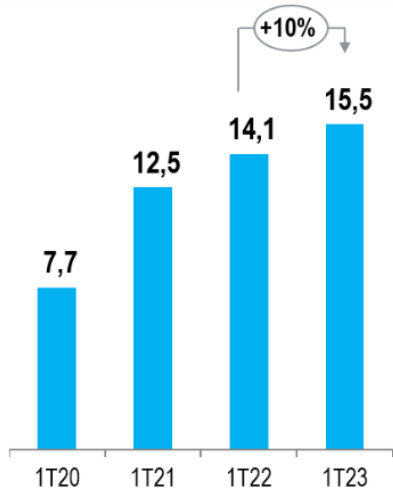


de reais, 7,5% acima do registrado no primeiro trimestre do ano passado.

O grande destaque do período foi, novamente, o marketplace. Pela primeira vez, as vendas do 3P, representado por 281.000 sellers, superaram as realizadas pelas lojas físicas. Importante lembrar: o canal físico levou 65 anos para chegar até aqui. No caso do marketplace do Magalu, foram pouco mais de cinco anos. Entre janeiro e março, as vendas chegaram a 4,4 bilhões de reais, com crescimento de 19,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. A linha de receitas de serviços prestados pela companhia aos sellers continua ascendente. Em fevereiro, promovemos uma atualização nas comissões do marketplace, que contribuiu para o aumento dessas receitas e das margens, sem afetar o ritmo de crescimento de vendas.

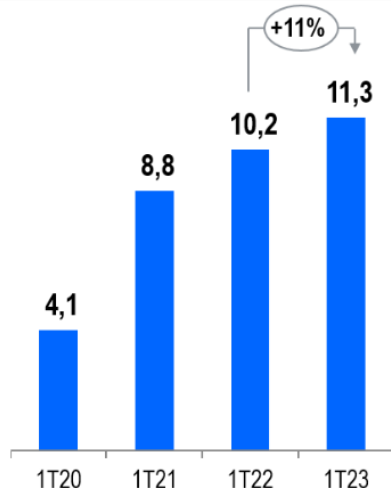
**Vendas totais**  
[em R\$ bilhões]

**Crescimento médio anual de 27%**  
nos últimos três anos



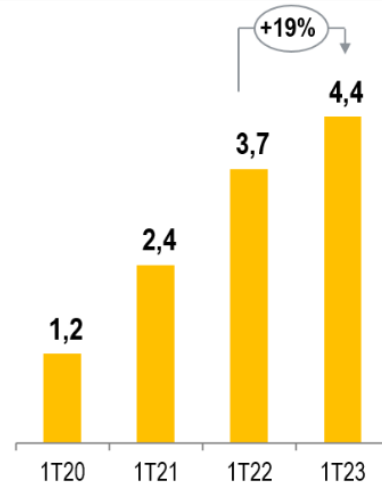
**Vendas do e-commerce total**  
[em R\$ bilhões]

**Crescimento médio anual de 40%**  
nos últimos três anos



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

**Crescimento médio anual de 52%**  
nos últimos três anos



### Foco na rentabilidade e ambiente competitivo racional

Desde o início de 2022, com a escolha do tema Monetização como foco para a operação, nosso objetivo tem sido o aumento das margens operacionais, com manutenção ou crescimento da participação de mercado e com a garantia de qualidade no nível de serviço prestado aos clientes. Trata-se de um desafio gigantesco, sobretudo num ambiente econômico de inflação renitente e juros altos.

## 1T23

O ano de 2023 trouxe consigo um novo desafio externo à operação: a reintrodução do DIFAL (Diferencial de Alíquota do ICMS) para as compras realizadas pelos consumidores de estados diferentes daqueles da origem da mercadoria, principalmente no e-commerce. Sabíamos que teríamos que adotar medidas rápidas para reduzir o impacto financeiro em nossa operação. Apoiados por tecnologia e processos mais eficientes, realizamos o repasse gradual do DIFAL para o preço final, com manutenção do crescimento das vendas.

Neste trimestre, o lucro bruto total, incluindo produtos e serviços, cresceu 2% para 2,5 bilhões de reais. O aumento da carga tributária, provocado pelo DIFAL, representou uma pressão de 3,2 pontos percentuais na margem dos produtos, sendo amenizada progressivamente pelo repasse de preços para o consumidor final. Considerando esses dois efeitos, a margem bruta de mercadorias diminuiu 2,4 pontos percentuais, tendo evoluído ao longo do trimestre. Esse efeito foi compensado pelo crescimento da receita de serviços, com destaque para as comissões do marketplace, que contribuíram positivamente em 1,9 ponto percentual. Dessa forma, a margem bruta total foi reduzida em apenas 0,5 ponto percentual.

### Marketplace Magalu: digital, multicanal e hiperlocal

Estamos empenhados em criar um ecossistema sólido, baseado em infraestrutura logística, financeira e tecnológica e que tem como objetivo final digitalizar o varejo brasileiro. Somente nos três primeiros meses deste ano, mais de 21.000 empreendedores de todo o país aderiram à plataforma do Magalu. Ao longo dos últimos 12 meses, foram mais de 110.000 novos parceiros conectados ao marketplace. A maioria desses sellers chegou por meio do Parceiro Magalu, nosso programa para digitalizar empresas analógicas, que acabou de completar três anos. Atualmente, somos uma comunidade de 281.000 vendedores de todo o Brasil, que oferecem juntos quase 100 milhões de ofertas aos nossos clientes.

Com a evolução do processo de onboarding de sellers, houve um melhor aproveitamento das safras de parceiros conectados. Esse processo também permitiu um aumento significativo da rentabilidade e das vendas médias por novo seller.

Além disso, houve um aumento de 50% no volume de sellers que vendem todos os dias na plataforma do Magalu, fruto de um programa de desenvolvimento dos vendedores. Milhares de sellers já recebem assessoria em áreas como gestão e estratégias de marketing. Acreditamos que o sucesso da nossa plataforma no longo prazo está ligado ao sucesso dos nossos parceiros.

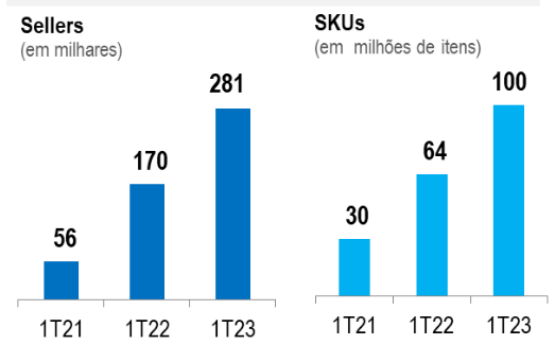
Com a ampliação do número de vendedores, cresce também a adesão aos serviços de valor agregado, como o Magalu Entregas, Magalu Ads e a Fintech Magalu, oferecidos aos vendedores do marketplace. Esses serviços, baseados em tecnologia, são cruciais para o aumento da taxa média de comissão e da lucratividade da operação.

O Magalu Entregas é o principal meio logístico utilizado pelos sellers do marketplace, com 80% dos pedidos do 3P passando por essa plataforma. Com a característica multicanal do Magalu Entregas, os clientes podem escolher entre receber as encomendas em casa ou retirá-las com frete grátis em uma das mais de 1.000 lojas físicas do Magalu. Atualmente 22% dos pedidos do marketplace são retirados nas lojas físicas, em comparação com os 13% registrados no mesmo período do ano passado.

O Magalu oferece opções logísticas para sellers de todos os tamanhos:

- Pequenos sellers podem postar suas mercadorias em lojas físicas por meio da Agência Magalu. Com 577 lojas físicas e cross-dockings operando como Agências, a plataforma oferece o melhor nível de serviço com menores custos, entrega mais rápida e hiperlocalidade.
- O Magalu Coletas é uma ótima opção para os sellers médios. Essa modalidade permite que os veículos da malha logística recolham os produtos diretamente na loja ou no centro de distribuição do vendedor. Os produtos são incorporados à ampla rede logística do próprio Magalu, ou enviados diretamente aos clientes por meio do ship-from-seller.

**A base de sellers registrou um impulso significativo**, graças à combinação de estratégias de captação de novos vendedores pelas lojas e ao sucesso do Parceiro Magalu, que celebrou três anos de operação.



## 1T23

- A operação de fulfillment é uma excelente estratégia para os médios e grandes vendedores, que podem usufruir da estrutura dos seis centros de distribuição já habilitados. Atualmente, mais de 1.200 sellers utilizam esse serviço e se beneficiam da escala e eficiência da operação do 1P. Com prazos de entrega reduzidos e custos menores, a operação de fulfillment é multicanal e abrange desde itens leves até produtos pesados. Ao migrar da entrega própria para o fulfillment, o seller pode aumentar sua taxa de conversão de vendas em até duas vezes. O percentual de pedidos entregues em até 24 horas aumentou de 20% no final do ano para 30% neste trimestre. O Magalu planeja expandir ainda mais a operação para diferentes regiões do país ao longo de 2023.

### Constante diversificação de fontes de receita e aumento da rentabilidade

No caminho que une um número maior de fontes de receita e crescimento da rentabilidade, o Magalu Ads é uma das prioridades. A plataforma de publicidade da companhia vem aumentando o volume de produtos elegíveis para patrocínio na busca e aprimorando a experiência dos vendedores. Com cerca de 450 milhões de acessos mensais em todos os canais no primeiro trimestre, o MagaluAds alcançou 100% de cobertura do sortimento habilitado para busca patrocinada e acaba de lançar a segmentação dos anúncios por área de cobertura baseada no CEP. De janeiro a março, a receita vinda da plataforma de produtos patrocinados quadruplicou, com cerca de 10.000 campanhas criadas por mais de 3.300 vendedores.

Na vertical de serviços financeiros, o Magalu anunciou a chegada de Carlos Mauad, executivo com larga experiência na gestão de negócios ligados a risco de crédito e pagamentos, como diretor executivo da nova plataforma de negócios que consolidará os pilares de crédito, seguros, pagamentos e consórcios. Essa reorganização deve potencializar as sinergias e a expansão entre as diferentes frentes de negócios, com benefícios para o Magalu e para todos os seus *stakeholders*. O olhar está voltado para escala, inovação, captura de oportunidades e rentabilidade.

A Fintech Magalu tem se mostrado uma das áreas mais dinâmicas do ecossistema da companhia. No primeiro trimestre, o TPV passou dos 23 bilhões de reais. Além dos serviços de antecipação de recebíveis, empréstimos e pagamentos, a conta digital para os sellers segue em rápida evolução. Mais de 26.000 empreendedores recebem os valores relativos às suas vendas nas contas digitais, que movimentaram mais de 300 milhões de reais nos primeiros três meses deste ano. Para os sellers do marketplace, a Fintech Magalu passou a oferecer uma nova funcionalidade, o “Tap MagaluPay”, que transforma o celular em maquininha de cartão.

No segmento de crédito direcionado aos consumidores finais, a Luizacred registrou um volume total de 20,2 bilhões de reais em sua carteira, enquanto o faturamento obtido com nossos cartões de crédito, o Cartão Luiza e o Cartão Magalu, totalizou 13,6 bilhões de reais no último trimestre. Isso significa um crescimento de 10,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. De janeiro a março deste ano, a receita da Luizacred atingiu o maior valor registrado: 1,1 bilhão de reais, o que representa um aumento de 18,3% em comparação ao primeiro trimestre de 2022.

O Magalu intensificará o foco em seguros e serviços, conforme a renovação do acordo com a Cardif por mais dez anos, anunciada recentemente. O portfólio de seguros gerou mais de 1,3 bilhão de reais em prêmios em 2022, com uma excelente performance nas lojas físicas. O acordo contempla o lançamento de produtos, principalmente nos canais digitais, a manutenção das comissões atuais e um pagamento de 850 milhões de reais pelo direito de exclusividade, além da possibilidade de pagamentos adicionais na forma de *profit-sharing*. O Magalu também anunciou a venda de sua participação na Luizaseg à BNP Paribas Cardif por 160 milhões de reais, o que trará simplificação para a estrutura organizacional e maior eficiência operacional.

Os primeiros meses do ano também trouxeram movimentações importantes em outras duas operações do ecossistema Magalu. Em abril, Júlio Trajano, até então na Netshoes, assumiu a operação do KaBuM!, maior e-commerce especializado em tecnologia e games da América Latina. No último trimestre, o KaBuM! registrou vendas acima de 1 bilhão de reais, com lucro de 40 milhões de reais ajustados.

A liderança da Netshoes, maior e-commerce de artigos esportivos do Brasil, por sua vez, passa a ser de Graciela Kumruian, membro do primeiro grupo de acionistas, que permaneceu como executiva do Magalu após a aquisição da empresa, em 2019. No ano seguinte, Graciela assumiu o cargo de diretora executiva responsável pelas áreas de clientes, integração e sustentabilidade. E, em abril, passou a liderar a operação da Netshoes. No primeiro trimestre, o marketplace da empresa registrou um crescimento de 17% em relação ao mesmo período de 2022. Com isso, as vendas 3P passaram a representar 37% do GMV total. A Netshoes também permanece numa trajetória de ganho de participação de mercado. Segundo a Neotrust, a companhia conquistou, no período, 4,1 pontos percentuais de participação no segmento de artigos esportivos.

### Considerações finais

Acreditamos que a evolução do nosso modelo único de marketplace multicanal é fundamental para o sucesso do Magalu, pois além de ser o canal mais rentável, apresenta a maior perspectiva de crescimento futuro.

Estamos realizando tudo o que está ao nosso alcance e colhendo melhorias como resultado. Nesse sentido, estamos empenhados em simplificar a construção da nossa plataforma, para que ela possa ser ainda mais eficiente, rentável e escalável. Dentre as nossas principais iniciativas estão: a expansão do fulfillment; redução dos prazos de entregas para o 3P; unificação da plataforma do Magalu Ads para todos os canais; aumento de participação de mercado nas famílias de produtos de maior rentabilidade; expansão dos serviços financeiros para os sellers, aumento das vendas de seguros nos canais digitais; redução e unificação do número de sistemas das empresas do ecossistema Magalu; além do resgate das nossas margens históricas da operação 1P. Dessa forma, reforçamos ainda mais a posição do Magalu como referência no setor, uma empresa bem-capitalizada, capaz de garantir a satisfação dos nossos consumidores e parceiros e consolidar o nosso sucesso como a plataforma digital para o varejo brasileiro.

Agradecemos a todos os nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas e fornecedores por estarem ao nosso lado nesta jornada.

A DIRETORIA

## Destaques Financeiros de 1T23



### Forte crescimento de vendas em todos os canais.

No 1T23, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 10,1% e atingiram R\$15,5 bilhões, reflexo do aumento de 11,1% no e-commerce total (crescimento médio anual de 40,4% em três anos) e um crescimento de 7,5% nas lojas físicas (crescimento médio anual de 5,8% em três anos).



### E-commerce cresce muito acima do mercado.

No 1T23, o e-commerce brasileiro teve uma queda de 13,8% segundo a *Neotrust*, com o Magalu novamente crescendo mais que o mercado. No trimestre, as vendas do e-commerce avançaram 11,1% e atingiram R\$11,3 bilhões. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 6,4% (crescimento médio anual de 34,5% em três anos). No marketplace, as vendas atingiram R\$4,4 bilhões no trimestre, com crescimento de 19,4%, mesmo com a forte base de comparação (crescimento médio anual de 52,4% em três anos). O ganho de *marketshare* foi impulsionado pela performance do app, com 45,0 milhões de usuários ativos mensais, além da entrega mais rápida para 1P e 3P, a evolução da base de sellers e das novas categorias.



### Margem bruta reflete a volta do DIFAL e o crescimento da receita de serviços.

No 1T23, a margem bruta foi de 27,3%, tendo uma queda de 0,5 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse declínio é decorrente da diminuição da margem bruta de mercadorias (1P), ocasionada pela reintrodução do DIFAL (diferença de alíquota do ICMS). No entanto, a margem bruta total do trimestre foi beneficiada pelo aumento de 34,4% na receita de serviços, impulsionada pelas comissões do marketplace (3P).



**Despesas operacionais.** O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida atingiu 22,3% no 1T23, com redução de 0,4 p.p. em relação ao 1T22. Com o aumento do marketplace, faz-se importante analisar as despesas em relação as vendas totais (GMV). Nesse conceito, a diluição foi de 1,0 p.p., alcançada principalmente através da otimização das despesas de marketing e logística, bem como da diminuição das despesas administrativas.



**EBITDA e resultado líquido.** O crescimento das vendas em conjunto com o aumento da margem de contribuição do marketplace contribuiu para o crescimento do EBITDA ajustado, que atingiu R\$448,0 milhões no 1T23. A diminuição da margem bruta foi praticamente compensada pela diluição das despesas operacionais, mantendo a margem EBITDA ajustada praticamente estável no patamar de 4,9%. No mesmo período, o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$309,4 milhões, influenciado pela alta taxa de juros e pela sazonalidade das despesas financeiras.



**Geração de caixa e estrutura de capital.** O Magalu encerrou o 1T23 com uma posição de caixa total no valor de R\$7,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,2 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$4,9 bilhões. No trimestre, a geração de caixa foi influenciada pela sazonalidade do capital de giro. Entretanto, nos últimos 12 meses, o fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, atingiu R\$1,3 bilhão. Adicionando-se os recursos do novo acordo com a Cardif, anunciado em maio/23, a posição total de caixa ajustado seria de R\$8,1 bilhões.



**Fintech.** O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$23,5 bilhões no 1T23, crescendo 12,9%. Em mar/23, a base de cartões de crédito atingiu 7,0 milhões de cartões. O faturamento de cartão de crédito cresceu 10,5% no 1T23, atingindo R\$13,6 bilhões no período. A carteira de cartão de crédito alcançou R\$20,2 bilhões ao final do trimestre. Em mar/23, o MagaluPay alcançou a marca de 10,0 milhões de contas digitais.

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T23	1T22	Var(%)
Vendas Totais <sup>1</sup> (incluindo marketplace)	15.548,2	14.124,3	10,1%
Receita Bruta	11.311,5	10.576,9	6,9%
Receita Líquida	9.067,3	8.762,2	3,5%
Lucro Bruto	2.479,3	2.431,8	2,0%
Margem Bruta	27,3%	27,8%	-0,5 pp
EBITDA	324,1	339,5	-4,5%
Margem EBITDA	3,6%	3,9%	-0,3 pp
Lucro Líquido	(391,2)	(161,3)	-
Margem Líquida	-4,3%	-1,8%	-2,5 pp
EBITDA - Ajustado	448,0	434,2	3,2%
Margem EBITDA Ajustado	4,9%	5,0%	-0,1 pp
Lucro Líquido - Ajustado	(309,4)	(98,8)	-
Margem Líquida - Ajustado	-3,4%	-1,1%	-2,3 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	6,7%	-2,8%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	7,5%	6,2%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	6,4%	3,2%	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	19,4%	49,9%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	11,1%	16,2%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	72,8%	72,1%	0,7 pp
Quantidade de Lojas e Quiosques - Final do Período	1.302	1.477	-175 unidades
Área de Vendas - Final do Período (M <sup>2</sup> )	716.221	719.086	-0,4%

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



## 1T23

## | Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 1T22, os resultados do 1T23 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	1T23 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	1T23	AV
<b>Receita Bruta</b>	11.311,5	124,8%	-	11.311,5	124,8%
Impostos e Cancelamentos	(2.244,2)	-24,8%	-	(2.244,2)	-24,8%
<b>Receita Líquida</b>	9.067,3	100,0%	-	9.067,3	100,0%
Custo Total	(6.588,0)	-72,7%	-	(6.588,0)	-72,7%
<b>Lucro Bruto</b>	2.479,3	27,3%	-	2.479,3	27,3%
Despesas com Vendas	(1.644,4)	-18,1%	-	(1.644,4)	-18,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(308,4)	-3,4%	-	(308,4)	-3,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(99,0)	-1,1%	-	(99,0)	-1,1%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	32,7	0,4%	(123,9)	(91,3)	-1,0%
Equivalência Patrimonial	(12,1)	-0,1%	-	(12,1)	-0,1%
Total de Despesas Operacionais	(2.031,3)	-22,4%	(123,9)	(2.155,2)	-23,8%
<b>EBITDA</b>	448,0	4,9%	(123,9)	324,1	3,6%
Depreciação e Amortização	(307,8)	-3,4%	-	(307,8)	-3,4%
<b>EBIT</b>	140,2	1,5%	(123,9)	16,3	0,2%
Resultado Financeiro	(632,4)	-7,0%	-	(632,4)	-7,0%
<b>Lucro Operacional</b>	(492,1)	-5,4%	(123,9)	(616,0)	-6,8%
IR / CS	182,7	2,0%	42,1	224,8	2,5%
<b>Lucro Líquido</b>	(309,4)	-3,4%	(81,8)	(391,2)	-4,3%

## | Ajustes eventos não recorrentes

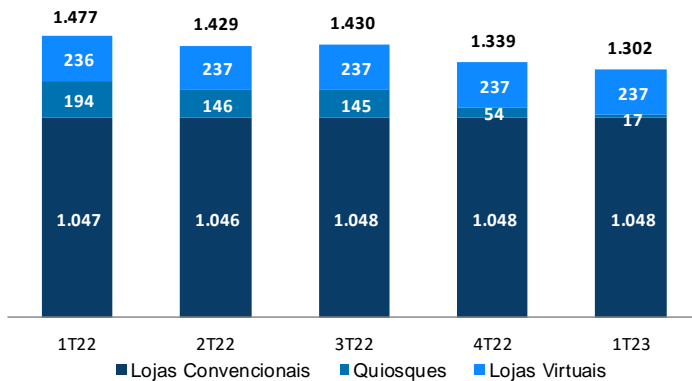
Ajustes	1T23
Créditos tributários	0,6
Provisão para riscos tributários, cívies e trabalhistas	(17,5)
Honorários especialistas	(0,6)
Despesas reestruturação e integração	(106,2)
Outras despesas	(0,2)
<b>Ajustes - EBITDA</b>	<b>(123,9)</b>
IR / CS	42,1
<b>Ajustes - Lucro Líquido</b>	<b>(81,8)</b>

# 1T23

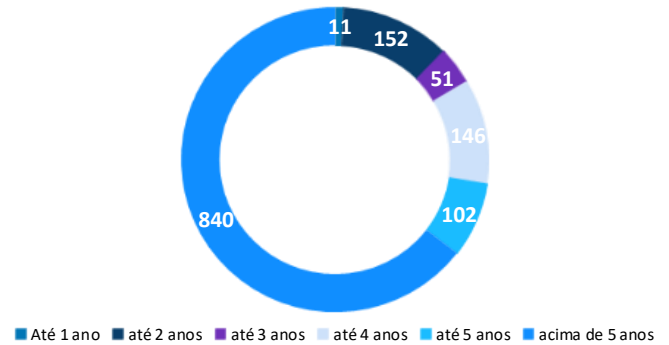
## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 1T23 com 1.302 lojas, sendo 1.048 convencionais, 237 virtuais e 17 quiosques (parceria com a rede de supermercados Semar). No 1T23, a Companhia encerrou a operação de 37 quiosques. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 11 novas lojas (4 na Região Sul e 7 no Sudeste) e encerrou a operação de 186 unidades, sendo 177 quiosques. Da base total, 35% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

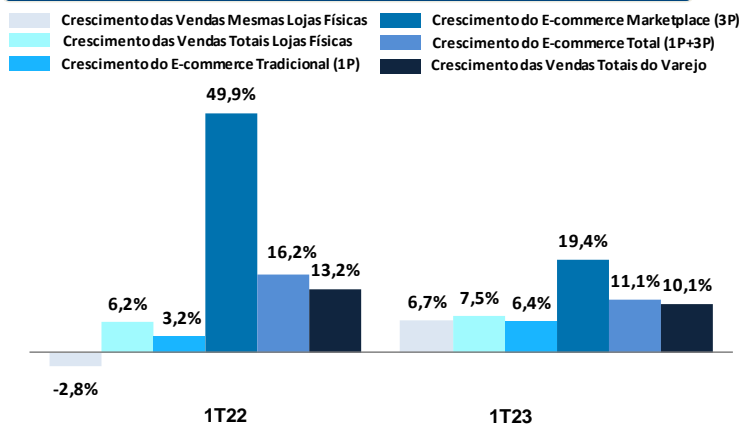


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)

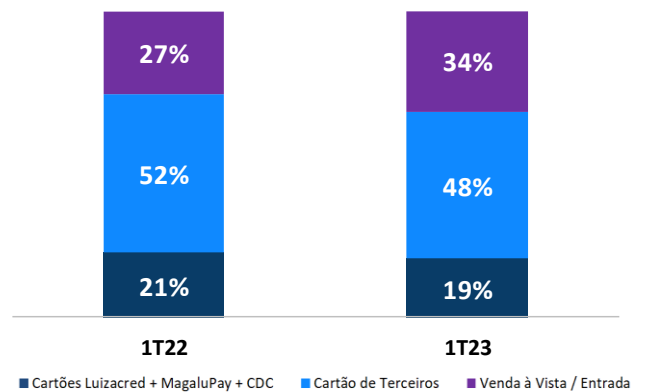


No 1T23, as vendas totais do Magalu aumentaram 10,1% (26,6% crescimento médio nos últimos três anos), reflexo do crescimento de 11,1% no e-commerce total (40,4% crescimento médio nos últimos três anos) e pelo crescimento de 7,5% nas lojas físicas (5,8% crescimento médio nos últimos três anos).

Crescimento das Vendas Totais (em %)



Mix de Vendas Financiadas (em %)



No 1T23, a participação das vendas à vista aumentou de 27% para 34% em relação ao mesmo período de 2022. Esse forte aumento está associado ao crescimento da utilização do PIX, com destaque no KaBuM! e no Magalu, contribuindo para a atenuar o aumento das despesas financeiras.

# 1T23

## | Receita Bruta

R\$ milhões	1T23	1T22	Var(%)
Revenda de Mercadorias	10.332,9	9.817,0	5,3%
Prestação de Serviços	978,7	759,9	28,8%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>11.311,5</b>	<b>10.576,9</b>	<b>6,9%</b>

No 1T23, a receita bruta total foi de R\$11,3 bilhões, um aumento de 6,9% comparada ao mesmo período de 2022. O acelerado crescimento do e-commerce e a performance das lojas físicas no trimestre contribuíram para a evolução da receita bruta. A receita de serviços aumentou 28,8% no período, com destaque para o crescimento das receitas do marketplace que cresceram 38,8%.

## | Receita Líquida

R\$ milhões	1T23	1T22	Var(%)
Revenda de Mercadorias	8.248,2	8.152,5	1,2%
Prestação de Serviços	819,1	609,7	34,4%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>9.067,3</b>	<b>8.762,2</b>	<b>3,5%</b>

No 1T23, a receita líquida foi de R\$9,1 bilhões, um aumento de 3,5% comparado ao 1T22. Vale explicar que, em função da volta do DIFAL (diferença de alíquota de ICMS nas vendas interestaduais), as deduções sobre a receita bruta passaram de 17,0% para 20,2%, influenciando de forma significativa a margem bruta de mercadorias. Por outro lado, a receita líquida de serviços cresceu 34,4%, influenciando positivamente a margem bruta total.

## | Lucro Bruto

R\$ milhões	1T23	1T22	Var(%)
Revenda de Mercadorias	1.666,1	1.841,5	-9,5%
Prestação de Serviços	813,2	590,3	37,8%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>2.479,3</b>	<b>2.431,8</b>	<b>2,0%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>27,3%</b>	<b>27,8%</b>	<b>-0,5 pp</b>

No 1T23, o lucro bruto cresceu 2,0% para R\$2,5 bilhões. O aumento da carga tributária de 3,2p.p. foi amenizado progressivamente pelo repasse de preços para o consumidor final na ordem de 0,8p.p., de forma que a margem bruta de mercadoria tenha diminuído 2,4p.p. Adicionalmente, o crescimento do lucro bruto de serviços contribuiu positivamente em 1,9p.p. para a margem bruta total. Dessa forma, a margem bruta diminuiu apenas 0,5p.p., passando de 27,8% para 27,3% da receita líquida.

# 1T23

## | Despesas Operacionais

R\$ milhões	1T23 Ajustado	% RL	1T22 Ajustado	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(1.644,4)	-18,1%	(1.589,2)	-18,1%	3,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(308,4)	-3,4%	(352,4)	-4,0%	-12,5%
<b>Subtotal</b>	<b>(1.952,8)</b>	<b>-21,5%</b>	<b>(1.941,6)</b>	<b>-22,2%</b>	<b>0,6%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(99,0)	-1,1%	(61,1)	-0,7%	61,9%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	20,4	0,2%	13,2	0,2%	54,8%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(2.031,4)</b>	<b>-22,4%</b>	<b>(1.989,6)</b>	<b>-22,7%</b>	<b>2,1%</b>
<b>Despesas Operacionais / Vendas Totais</b>	<b>-13,1%</b>		<b>-14,1%</b>		<b>1,0 pp</b>

## | Despesas com Vendas

No 1T23, as despesas com vendas totalizaram R\$1,6 bilhão, equivalentes a 18,1% da receita líquida, praticamente estáveis quando comparada ao mesmo período de 2022. Vale ressaltar que a Companhia diluiu as despesas operacionais em relação às vendas totais, incluindo o marketplace, em 1,0 p.p. com destaque para a otimização das despesas de marketing e logística.

## | Despesas Gerais e Administrativas

No 1T23, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$308,4 milhões, equivalentes a 3,4% da receita líquida, com uma redução de 0,6 p.p. comparado ao mesmo período de 2022.

## | Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$99,0 milhões no 1T23.

## | Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	1T23	% RL	1T22	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,9)	0,0%	(0,4)	0,0%	129,4%
Apropriação de Receita Diferida	21,3	0,2%	13,6	0,2%	56,9%
<b>Subtotal - Ajustado</b>	<b>20,4</b>	<b>0,2%</b>	<b>13,2</b>	<b>0,2%</b>	<b>54,7%</b>
Créditos tributários	0,6	0,0%	21,4	0,2%	-97,1%
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(5,2)	-0,1%	(10,1)	-0,1%	-48,3%
Honorários especialistas	(0,6)	0,0%	(15,1)	-0,2%	-96,1%
Despesas reestruturação e integração	(106,2)	-1,2%	(86,5)	-1,0%	22,8%
Outras despesas	(0,2)	0,0%	(4,4)	0,0%	-94,8%
<b>Subtotal - Não Recorrente</b>	<b>(111,6)</b>	<b>-1,2%</b>	<b>(94,7)</b>	<b>-1,1%</b>	<b>17,9%</b>
<b>Total</b>	<b>(91,3)</b>	<b>-1,0%</b>	<b>(81,5)</b>	<b>-0,9%</b>	<b>11,9%</b>

No 1T23, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$20,4 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$21,3 milhões.

As despesas com reestruturação e integração são não recorrentes e estão relacionadas a: (i) fechamento de unidades e um centro de distribuição; (ii) ajustes de práticas contábeis e baixa de ativos nas empresas adquiridas, referentes a eventos anteriores as aquisições; (iii) ajuste de capacidade, com o objetivo de maior eficiência operacional.

## | Equivalência Patrimonial

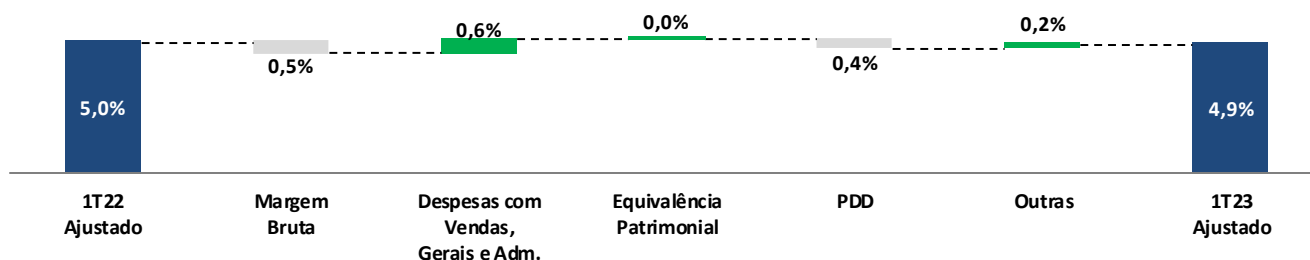
No 1T23, o resultado da equivalência patrimonial foi negativo em R\$12,1 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência negativa de R\$17,5 milhões; (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência positiva de R\$10,8 milhões; e (iii) ajustes de prática no valor de R\$5,4 milhões.

# 1T23

## | EBITDA

O crescimento das vendas em conjunto com o aumento da margem de contribuição do marketplace contribuiu para o crescimento do EBITDA ajustado, que atingiu R\$448,0 milhões no 1T23. A diminuição da margem bruta foi praticamente compensada pela diluição das despesas operacionais, mantendo a margem EBITDA ajustada praticamente estável no patamar de 4,9% no 1T23.

### Evolução do EBITDA no ano (% da receita líquida)



## | Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	1T23	% RL	1T22	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(750,3)	-8,3%	(558,5)	-6,4%	34,3%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(252,8)	-2,8%	(182,5)	-2,1%	38,5%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(274,1)	-3,0%	(186,1)	-2,1%	47,3%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(125,8)	-1,4%	(94,2)	-1,1%	33,5%
Outras Despesas e Impostos	(97,6)	-1,1%	(95,7)	-1,1%	2,0%
<b>Receitas Financeiras</b>	193,3	2,1%	204,7	2,3%	-5,6%
Rendimento de Aplicações Financeiras	44,3	0,5%	35,0	0,4%	26,6%
Outras Receitas Financeiras	148,9	1,6%	169,7	1,9%	-12,2%
<b>Subtotal: Resultado Financeiro Líquido</b>	(557,0)	-6,1%	(353,9)	-4,0%	57,4%
Juros Arrendamento Mercantil	(75,3)	-0,8%	(68,3)	-0,8%	10,4%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(632,4)	-7,0%	(422,1)	-4,8%	49,8%

No 1T23, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$632,4 milhões, equivalentes a 7,0% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 2,1 p.p. devido ao aumento da taxa de juros na economia brasileira ao longo do ano – a taxa SELIC passou de 9,25% a.a. no começo de janeiro de 2022 para 13,75% a.a. no final de março de 2023.

Vale ressaltar que as despesas com antecipação de cartões geralmente são maiores no primeiro trimestre do ano, em função da sazonalidade do capital de giro, ou seja, maior pagamento de fornecedores.

## | Lucro líquido

No 1T23, o resultado líquido contábil foi negativo em R\$391,2 milhões, influenciado principalmente pela reintrodução do DIFAL e pelo aumento das despesas financeiras no período. Na visão ajustada, ou seja, desconsiderando os efeitos não recorrentes, o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$309,4 milhões.

## | Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-23	dez-22	set-22	jun-22	mar-22
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	105,7	1.230,4	1.376,4	1.063,5	1.076,1	1.124,6
(+) Estoques	(513,2)	7.564,1	7.790,1	8.471,3	7.965,7	8.077,3
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(6,4)	62,3	76,2	83,1	57,0	68,7
(+) Tributos a Recuperar	192,3	1.509,1	1.564,2	1.502,5	1.431,4	1.316,8
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	78,7	328,7	314,5	285,1	265,6	250,1
(+) Outros Ativos	88,2	355,6	208,2	342,5	294,1	267,4
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>(54,7)</b>	<b>11.050,1</b>	<b>11.329,6</b>	<b>11.748,1</b>	<b>11.090,0</b>	<b>11.104,8</b>
(-) Fornecedores (incluindo convênio)	747,0	6.995,4	9.543,3	8.606,8	7.380,8	6.248,5
(-) Repasses e Outros Depósitos	38,8	1.527,7	1.552,6	1.309,0	1.362,9	1.488,9
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	37,3	413,7	420,5	425,8	409,2	376,4
(-) Impostos a Recolher	63,2	261,8	224,9	180,2	212,1	198,6
(-) Partes Relacionadas	10,9	125,6	152,5	111,7	116,1	114,7
(-) Receita Diferida	23,5	73,9	76,9	50,6	50,5	50,4
(-) Outras Contas a Pagar	272,3	1.702,0	1.618,1	1.320,1	1.426,5	1.429,7
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>1.193,0</b>	<b>11.100,3</b>	<b>13.588,8</b>	<b>12.004,1</b>	<b>10.958,1</b>	<b>9.907,3</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>(1.247,7)</b>	<b>(50,2)</b>	<b>(2.259,2)</b>	<b>(256,0)</b>	<b>131,9</b>	<b>1.197,5</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>-2,9%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>0,3%</b>	<b>2,8%</b>

Em mar/22, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$50,2 milhões, influenciada principalmente pela sazonalidade do varejo. No 1T23, a variação no capital de giro foi de R\$2,2 bilhões em função da redução no saldo de fornecedores no montante de R\$2,5 bilhões. Vale destacar que a Companhia reduziu novamente o nível dos estoques em mais de R\$0,2 bilhão no trimestre e em mais de R\$0,5 bilhão nos últimos 12 meses.

É importante ressaltar que, nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$1,2 bilhão para a geração de caixa operacional.

## | Investimentos

R\$ milhões	1T23	%	1T22	%	Var(%)
Lojas Novas	0,4	0%	18,5	11%	-98%
Reformas	10,2	6%	7,8	4%	30%
Tecnologia	149,4	84%	85,3	49%	75%
Logística	7,7	4%	45,3	26%	-83%
Outros	10,4	6%	17,6	10%	-41%
<b>Total</b>	<b>178,1</b>	<b>100%</b>	<b>174,6</b>	<b>100%</b>	<b>2%</b>

No 1T23, os investimentos somaram R\$178,1 milhões, incluindo investimentos em tecnologia, logística e reformas.

## | Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-23	dez-22	set-22	jun-22	mar-22
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(552,1)	(1.046,5)	(124,3)	(224,2)	(377,7)	(494,4)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	192,4	(6.224,6)	(6.984,5)	(6.923,8)	(6.468,9)	(6.417,1)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>(359,6)</b>	<b>(7.271,1)</b>	<b>(7.108,8)</b>	<b>(7.148,0)</b>	<b>(6.846,6)</b>	<b>(6.911,5)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	377,7	1.784,9	2.420,0	1.812,2	1.710,7	1.407,2
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(136,5)	447,9	304,3	293,9	211,3	584,4
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>241,2</b>	<b>2.232,8</b>	<b>2.724,3</b>	<b>2.106,1</b>	<b>1.922,0</b>	<b>1.991,6</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>(118,4)</b>	<b>(5.038,3)</b>	<b>(4.384,4)</b>	<b>(5.041,9)</b>	<b>(4.924,6)</b>	<b>(4.919,9)</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	(186,5)	3.490,0	5.383,8	4.422,5	4.545,6	3.676,5
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	(1.415,4)	1.403,0	2.500,4	2.445,2	2.508,1	2.818,4
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>(1.601,8)</b>	<b>4.893,0</b>	<b>7.884,2</b>	<b>6.867,8</b>	<b>7.053,6</b>	<b>6.494,8</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>(1.720,3)</b>	<b>(145,3)</b>	<b>3.499,8</b>	<b>1.825,9</b>	<b>2.129,1</b>	<b>1.574,9</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	7%	14%	2%	3%	6%	7%
Endividamento de Longo Prazo / Total	-7%	86%	98%	97%	94%	93%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	629,2	2.113,4	2.127,5	1.697,3	1.520,8	1.484,2
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado</b>	<b>-1,1 x</b>	<b>-0,1 x</b>	<b>1,6 x</b>	<b>1,1 x</b>	<b>1,4 x</b>	<b>1,1 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>(1.360,7)</b>	<b>7.125,8</b>	<b>10.608,5</b>	<b>8.973,9</b>	<b>8.975,7</b>	<b>8.486,5</b>

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa total no valor de R\$7,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,2 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$4,9 bilhões. Vale ressaltar que os vencimentos da dívida bruta estão majoritariamente no longo prazo, distribuídos entre 2024 e 2026. Adicionando-se os recursos do novo acordo com a Cardif, anunciado em maio/23, a posição total de caixa ajustado seria de R\$8,1 bilhões.

A variação do saldo total de caixa nos últimos 12 meses está totalmente associada aos investimentos no valor de R\$699,0 milhões e ao pagamento das aquisições, especialmente da última parcela da Kabum no valor de R\$500,0 milhões.

## ANEXO I

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T23	AV	1T22	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	11.311,5	124,8%	10.576,9	120,7%	6,9%
Impostos e Cancelamentos	(2.244,2)	-24,8%	(1.814,8)	-20,7%	23,7%
<b>Receita Líquida</b>	9.067,3	100,0%	8.762,2	100,0%	3,5%
Custo Total	(6.588,0)	-72,7%	(6.330,4)	-72,2%	4,1%
<b>Lucro Bruto</b>	2.479,3	27,3%	2.431,8	27,8%	2,0%
Despesas com Vendas	(1.644,4)	-18,1%	(1.589,2)	-18,1%	3,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(308,4)	-3,4%	(352,4)	-4,0%	-12,5%
Perda em Liquidação Duvidosa	(99,0)	-1,1%	(61,1)	-0,7%	61,9%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	(91,3)	-1,0%	(81,5)	-0,9%	11,9%
Equivalência Patrimonial	(12,1)	-0,1%	(8,0)	-0,1%	52,4%
Total de Despesas Operacionais	(2.155,2)	-23,8%	(2.092,2)	-23,9%	3,0%
<b>EBITDA</b>	324,1	3,6%	339,5	3,9%	-4,5%
Depreciação e Amortização	(307,8)	-3,4%	(265,1)	-3,0%	16,1%
<b>EBIT</b>	16,3	0,2%	74,4	0,8%	-78,1%
Resultado Financeiro	(632,4)	-7,0%	(422,1)	-4,8%	49,8%
<b>Lucro Operacional</b>	(616,0)	-6,8%	(347,7)	-4,0%	-
IR / CS	224,8	2,5%	186,4	2,1%	20,6%
<b>Lucro Líquido</b>	(391,2)	-4,3%	(161,3)	-1,8%	-
<b>Cálculo do EBITDA</b>					
<b>Lucro Líquido</b>	(391,2)	-4,3%	(161,3)	-1,8%	-
(+/-) IR / CS	(224,8)	-2,5%	(186,4)	-2,1%	20,6%
(+/-) Resultado Financeiro	632,4	7,0%	422,1	4,8%	49,8%
(+) Depreciação e amortização	307,8	3,4%	265,1	3,0%	16,1%
<b>EBITDA</b>	324,1	3,6%	339,5	3,9%	-4,5%
<b>Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes</b>					
<b>EBITDA</b>	324,1	3,6%	339,5	3,9%	-4,5%
Resultado Não Recorrente	123,9	1,4%	94,7	1,1%	30,8%
<b>EBITDA Ajustado</b>	448,0	4,9%	434,2	5,0%	3,2%
<b>Lucro Líquido</b>	(391,2)	-4,3%	(161,3)	-1,8%	-
Resultado Não Recorrente	81,8	0,0%	62,5	0,7%	30,8%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	(309,4)	-3,4%	(98,8)	-1,1%	-

\* 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)	1T23 Ajustado	AV	1T22 Ajustado	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	11.311,5	124,8%	10.576,9	120,7%	6,9%
Impostos e Cancelamentos	(2.244,2)	-24,8%	(1.814,8)	-20,7%	23,7%
<b>Receita Líquida</b>	9.067,3	100,0%	8.762,2	100,0%	3,5%
Custo Total	(6.588,0)	-72,7%	(6.330,4)	-72,2%	4,1%
<b>Lucro Bruto</b>	2.479,3	27,3%	2.431,8	27,8%	2,0%
Despesas com Vendas	(1.644,4)	-18,1%	(1.589,2)	-18,1%	3,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(308,4)	-3,4%	(352,4)	-4,0%	-12,5%
Perda em Liquidação Duvidosa	(99,0)	-1,1%	(61,1)	-0,7%	61,9%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	32,7	0,4%	13,2	0,2%	148,0%
Equivalência Patrimonial	(12,1)	-0,1%	(8,0)	-0,1%	52,4%
Total de Despesas Operacionais	(2.031,3)	-22,4%	(1.997,5)	-22,8%	1,7%
<b>EBITDA</b>	448,0	4,9%	434,2	5,0%	3,2%
Depreciação e Amortização	(307,8)	-3,4%	(265,1)	-3,0%	16,1%
<b>EBIT</b>	140,2	1,5%	169,1	1,9%	-17,1%
Resultado Financeiro	(632,4)	-7,0%	(422,1)	-4,8%	49,8%
<b>Lucro Operacional</b>	(492,1)	-5,4%	(253,0)	-2,9%	-
IR / CS	182,7	2,0%	154,2	1,8%	18,5%
<b>Lucro Líquido</b>	(309,4)	-3,4%	(98,8)	-1,1%	-

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

ATIVO	mar/23	dez/22	set/22	jun/22	mar/22
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.784,9	2.420,0	1.812,2	1.710,7	1.407,2
Títulos e Valores Mobiliários	447,9	304,3	293,9	211,3	584,4
Contas a Receber - Cartão de Crédito	3.490,0	5.383,8	4.422,5	4.545,6	3.676,5
Contas a Receber - Outros	1.230,4	1.376,4	1.063,5	1.076,1	1.124,6
Estoques	7.564,1	7.790,1	8.471,3	7.965,7	8.077,3
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	1.403,0	2.500,4	2.445,2	2.508,1	2.818,4
Partes Relacionadas - Outros	62,3	76,2	83,1	57,0	68,7
Tributos a Recuperar	1.509,1	1.564,2	1.502,5	1.431,4	1.316,8
Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	328,7	314,5	285,1	265,6	250,1
Outros Ativos	355,6	208,2	342,5	294,1	267,4
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>18.175,9</b>	<b>21.938,1</b>	<b>20.722,0</b>	<b>20.065,6</b>	<b>19.591,3</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Contas a Receber	11,8	17,2	15,5	-	14,2
Tributos a Recuperar	2.144,9	2.123,9	1.971,1	1.691,5	1.679,7
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.917,1	1.686,4	1.468,6	1.296,1	1.114,1
Depósitos Judiciais	1.722,2	1.650,2	1.511,6	1.384,9	1.277,1
Outros Ativos	112,9	116,8	115,0	14,7	0,3
Investimentos em Controladas	301,7	338,8	360,5	368,4	377,5
Direito de Uso	3.427,6	3.511,5	3.425,9	3.344,8	3.396,7
Imobilizado	1.951,1	1.955,5	1.979,8	1.990,7	1.982,9
Intangível	4.451,3	4.427,5	4.406,4	4.344,2	4.327,4
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>16.040,7</b>	<b>15.827,7</b>	<b>15.254,4</b>	<b>14.435,3</b>	<b>14.170,0</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>34.216,6</b>	<b>37.765,8</b>	<b>35.976,4</b>	<b>34.501,0</b>	<b>33.761,2</b>

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

<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>mar/23</b>	<b>dez/22</b>	<b>set/22</b>	<b>jun/22</b>	<b>mar/22</b>
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	6.995,4	9.543,3	8.606,8	7.380,8	6.248,5
<i>Fornecedores</i>	<i>4.823,2</i>	<i>5.741,0</i>	<i>4.612,5</i>	<i>3.555,8</i>	<i>3.219,5</i>
<i>Fornecedores Convênio</i>	<i>2.172,3</i>	<i>3.802,2</i>	<i>3.994,2</i>	<i>3.825,0</i>	<i>3.029,0</i>
Repasses e outros depósitos	1.527,7	1.552,6	1.309,0	1.362,9	1.488,9
Empréstimos e Financiamentos	1.046,5	124,3	224,2	377,7	494,4
Salários, Férias e Encargos Sociais	413,7	420,5	425,8	409,2	376,4
Tributos a Recolher	261,8	224,9	180,2	212,1	198,6
Partes Relacionadas	125,6	152,5	111,7	116,1	114,7
Arrendamento Mercantil	633,9	619,8	428,1	421,6	439,7
Receita Diferida	73,9	76,9	50,6	50,5	50,4
Dividendos a Pagar	-	-	-	-	41,4
Outras Contas a Pagar	1.702,0	2.118,1	1.820,1	1.926,5	1.429,7
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>12.780,7</b>	<b>14.832,9</b>	<b>13.156,4</b>	<b>12.257,4</b>	<b>10.882,8</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	6.224,6	6.984,5	6.923,8	6.468,9	6.417,1
Tributos a Recolher	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8
Arrendamento Mercantil	2.992,3	3.073,7	3.146,3	3.053,6	3.069,4
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	102,5	108,8	116,8	94,5	101,0
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.250,5	1.193,8	1.150,3	1.135,1	1.111,5
Receita Diferida	405,2	423,5	265,4	217,3	231,3
Outras Contas a Pagar	162,3	492,1	404,2	328,4	822,2
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>11.145,2</b>	<b>12.284,2</b>	<b>12.014,7</b>	<b>11.305,7</b>	<b>11.760,2</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>23.925,9</b>	<b>27.117,1</b>	<b>25.171,1</b>	<b>23.563,1</b>	<b>22.643,0</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	12.352,5	12.352,5	12.352,5	12.352,5	12.352,5
Reserva de Capital	(1.867,7)	(1.896,4)	(1.756,7)	(1.777,5)	(1.619,5)
Ações em Tesouraria	(1.242,8)	(1.245,8)	(1.265,1)	(1.275,8)	(1.448,2)
Reserva Legal	137,4	137,4	137,4	137,4	137,4
Reserva de Retenção de Lucros	1.298,9	1.797,9	1.797,9	1.797,9	1.856,7
Ajuste de Avaliação Patrimonial	3,6	2,0	2,3	(0,4)	0,6
Lucros Acumulados	(391,2)	(499,0)	(463,1)	(296,3)	(161,3)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>10.290,7</b>	<b>10.648,7</b>	<b>10.805,3</b>	<b>10.937,8</b>	<b>11.118,2</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>34.216,6</b>	<b>37.765,8</b>	<b>35.976,4</b>	<b>34.501,0</b>	<b>33.761,2</b>

## ANEXO IV

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

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	1T23	1T22	mar/23 12UM	mar/22 12UM
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(391,2)</b>	<b>(161,3)</b>	<b>(728,9)</b>	<b>170,7</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(232,1)	(199,6)	(862,7)	(1.174,7)
Depreciação e Amortização	307,8	265,1	1.206,4	903,7
Juros sobre Empréstimos Provisionados	329,8	256,4	1.286,7	593,4
Equivalência Patrimonial	12,1	8,0	39,9	(68,4)
Dividendos Recebidos	43,1	70,2	43,4	70,2
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	99,9	88,3	524,3	725,4
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	58,5	25,8	99,4	(134,6)
Resultado na Venda de Ativos	0,9	0,3	1,3	(0,6)
Apropriação da Receita Diferida	(21,5)	(13,9)	(83,6)	(55,9)
Despesas com Plano de Ações e Opções	32,5	12,2	137,0	104,1
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>239,8</b>	<b>351,4</b>	<b>1.663,3</b>	<b>1.133,3</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	39,2	(158,6)	(488,3)	(91,7)
Estoques	238,3	1.016,6	373,7	(1.006,1)
Tributos a Recuperar	19,8	(180,9)	(736,1)	(1.567,8)
Depósitos Judiciais	(72,0)	(87,2)	(445,1)	(295,4)
Outros Ativos Ajustados (sem Cartão Luiza)	(146,0)	196,7	(181,7)	37,7
<b>Variação nos Ativos Operacionais</b>	<b>79,3</b>	<b>786,6</b>	<b>(1.477,4)</b>	<b>(2.923,2)</b>
Fornecedores (Incluindo convênio)	(2.547,8)	(3.850,5)	747,0	(1.235,1)
Outras Contas a Pagar	(250,1)	(206,6)	335,0	744,1
<b>Variação nos Passivos Operacionais</b>	<b>(2.797,9)</b>	<b>(4.057,1)</b>	<b>1.081,9</b>	<b>(491,0)</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>(2.478,8)</b>	<b>(2.919,1)</b>	<b>1.267,8</b>	<b>(2.280,9)</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(178,1)	(174,6)	(699,0)	(1.178,1)
Investimento em Controlada	(519,0)	(498,3)	(640,9)	(614,5)
Venda de contrato de exclusividade e direito de exploração	-	-	272,0	-
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(697,1)</b>	<b>(672,9)</b>	<b>(1.067,8)</b>	<b>(1.792,5)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	-	-	400,0	5.500,3
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(4,3)	(30,7)	(356,9)	(913,0)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(87,7)	(38,9)	(665,3)	(142,6)
Pagamento de Arrendamento Mercantil	(138,9)	(111,9)	(514,2)	(413,2)
Pagamento de Juros Sobre Arrendamento Mercantil	(75,8)	(73,2)	(324,2)	(266,6)
Pagamento de Dividendos	-	-	(100,0)	(146,1)
Ações em Tesouraria	-	-	-	(850,4)
Recursos Provenientes da Emissão de Ações	-	-	-	3.981,3
Pagamento de Gastos com Emissão de Ações	-	-	-	(81,0)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>(306,8)</b>	<b>(254,7)</b>	<b>(1.560,6)</b>	<b>6.668,7</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	10.608,5	12.333,0	8.486,5	5.891,2
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	7.125,8	8.486,5	7.125,8	8.486,5
<b>Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>(3.482,7)</b>	<b>(3.846,6)</b>	<b>(1.360,7)</b>	<b>2.595,2</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.
- (iii) tratamento de Fornecedores Convênio como Fornecedores

## ANEXO V

### RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO (ROIC) E INVESTIMENTO (ROE)

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	mar-23	dez-22	set-22	jun-22	mar-22
<b>(=) Capital de Giro</b>	4.208,9	4.505,2	5.683,6	6.263,8	7.252,7
(+) Contas a receber	11,8	17,2	15,5	-	14,2
(+) IR e CS diferidos	1.917,1	1.686,4	1.468,6	1.296,1	1.114,1
(+) Impostos a recuperar	2.144,9	2.123,9	1.971,1	1.691,5	1.679,7
(+) Depósitos judiciais	1.722,2	1.650,2	1.511,6	1.384,9	1.277,1
(+) Outros ativos	112,9	116,8	115,0	14,7	0,3
(+) Invest. contr. em conjunto	301,7	338,8	360,5	368,4	377,5
(+) Direito de Uso	3.427,6	3.511,5	3.425,9	3.344,8	3.396,7
(+) Imobilizado	1.951,1	1.955,5	1.979,8	1.990,7	1.982,9
(+) Intangível	4.451,3	4.427,5	4.406,4	4.344,2	4.327,4
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	16.040,7	15.827,7	15.254,4	14.435,3	14.170,0
(-) Provisão para contingências	1.250,5	1.193,8	1.150,3	1.135,1	1.111,5
(-) Arrendamento Mercantil	2.992,3	3.073,7	3.146,3	3.053,6	3.069,4
(-) Receita diferida	405,2	423,5	265,4	217,3	231,3
(-) Tributos a Recolher	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8
(-) IR e CS diferidos	102,5	108,8	116,8	94,5	101,0
(-) Outras contas a pagar	162,3	492,1	404,2	328,4	822,2
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	4.920,6	5.299,8	5.090,9	4.836,8	5.343,1
<b>(=) Capital Fixo</b>	11.120,1	10.528,0	10.163,5	9.598,6	8.826,9
<b>(=) Capital Investido Total</b>	15.329,0	15.033,1	15.847,2	15.862,4	16.079,6
(+) Dívida Líquida	5.038,3	4.384,4	5.041,9	4.924,6	4.919,9
(+) Dividendos a Pagar	-	-	-	-	41,4
(+) Patrimônio Líquido	10.290,7	10.648,7	10.805,3	10.937,8	11.118,2
<b>(=) Financiamento Total</b>	15.329,0	15.033,1	15.847,2	15.862,4	16.079,6

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Receitas Financeiras	193,3	153,1	182,1	155,6	204,7
Despesas Financeiras	(825,6)	(721,9)	(738,3)	(649,4)	(626,8)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	(632,4)	(568,8)	(556,3)	(493,8)	(422,1)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	399,9	213,0	271,4	237,0	280,3
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	(232,5)	(355,8)	(284,9)	(256,9)	(141,8)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	79,0	121,0	96,9	87,3	48,2
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	(153,4)	(234,8)	(188,1)	(169,5)	(93,6)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
EBITDA	324,1	642,3	496,1	457,4	339,5
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(399,9)	(213,0)	(271,4)	(237,0)	(280,3)
Depreciação	(307,8)	(354,5)	(273,3)	(270,8)	(265,1)
IR/CS correntes e diferidos	224,8	245,1	166,8	172,2	186,4
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(79,0)	(121,0)	(96,9)	(87,3)	(48,2)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	(237,8)	198,9	21,3	34,5	(67,7)
<b>Capital Investido</b>	15.329,0	15.033,1	15.847,2	15.862,4	16.079,6
<b>ROIC Anualizado</b>	-6%	5%	1%	1%	-2%
Lucro Líquido	(391,2)	(35,9)	(166,8)	(135,0)	(161,3)
Patrimônio Líquido	10.290,7	10.648,7	10.805,3	10.937,8	11.118,2
<b>ROE Anualizado</b>	-15%	-1%	-6%	-5%	-6%

**ANEXO VI**  
**ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL**

Abertura Vendas Totais	1T23	A.V.(%)	1T22	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	289,0	1,9%	278,3	2,0%	3,9%
Lojas Convencionais	3.947,2	25,4%	3.662,1	25,9%	7,8%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>4.236,2</b>	<b>27,2%</b>	<b>3.940,5</b>	<b>27,9%</b>	<b>7,5%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	6.948,6	44,7%	6.528,9	46,2%	6,4%
Marketplace (3P)	4.363,3	28,1%	3.654,9	25,9%	19,4%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>11.312,0</b>	<b>72,8%</b>	<b>10.183,8</b>	<b>72,1%</b>	<b>11,1%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>15.548,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>14.124,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,1%</b>

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

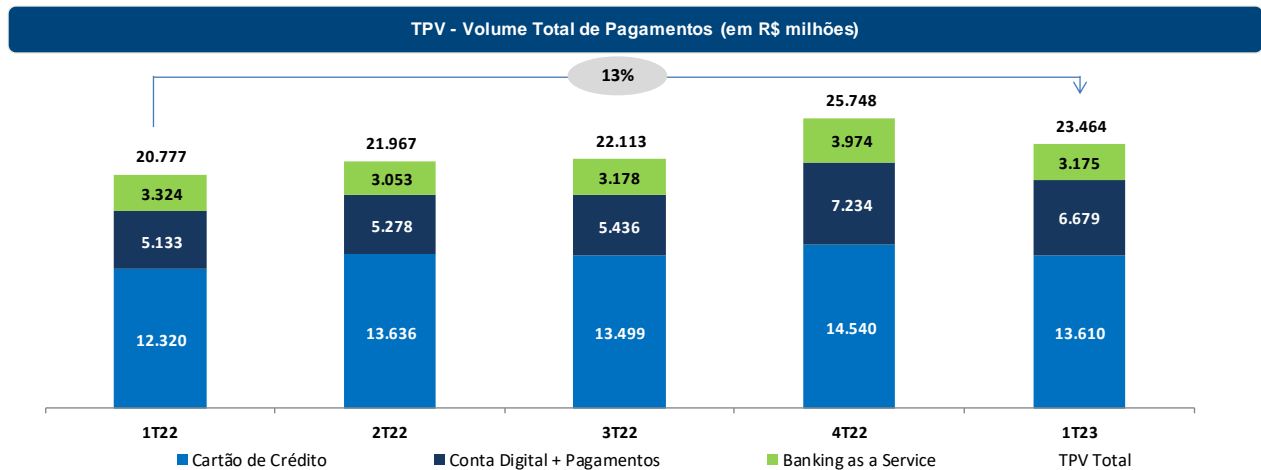
Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar/23	Part(%)	mar/22	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	237	18,2%	236	16,0%	1
Lojas Convencionais	1.048	80,5%	1.047	70,9%	1
Quiosques	17	1,3%	194	13,1%	(177)
<b>Total</b>	<b>1.302</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.477</b>	<b>100,0%</b>	<b>(175)</b>
<b>Área total de vendas (m<sup>2</sup>)</b>	<b>716.221</b>	<b>100,0%</b>	<b>719.086</b>	<b>100,0%</b>	<b>-0,4%</b>

## ANEXO VII FINTECH MAGALU

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.

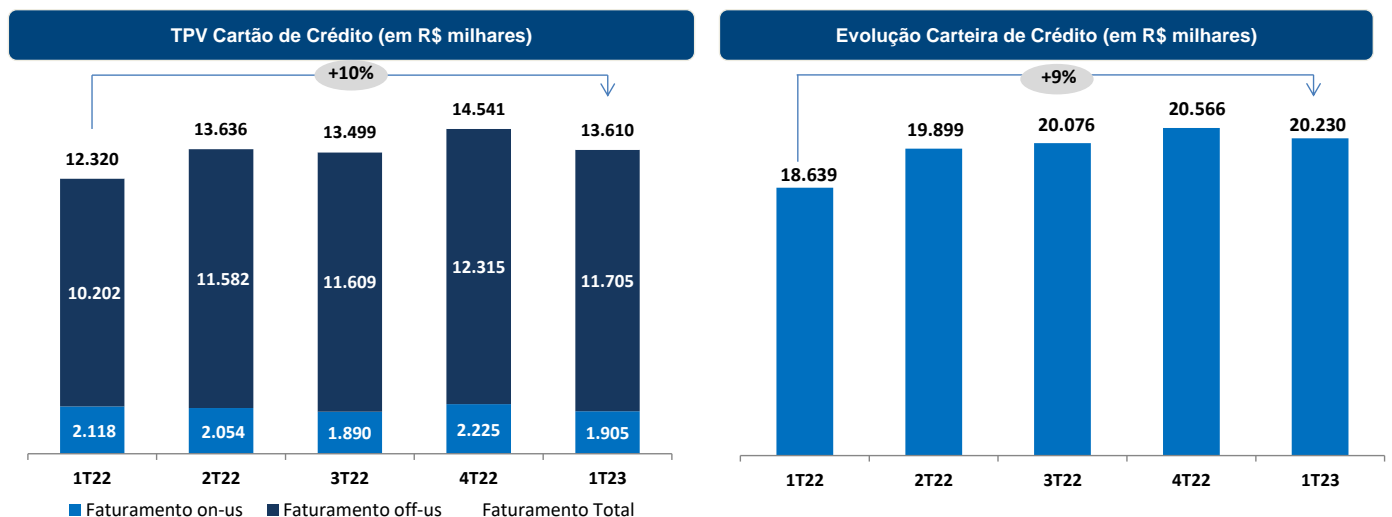
### Indicadores Operacionais

- O volume total de transações (TPV) foi de R\$23,5 bilhões no 1T23, crescendo 12,9% comparado ao 1T22.



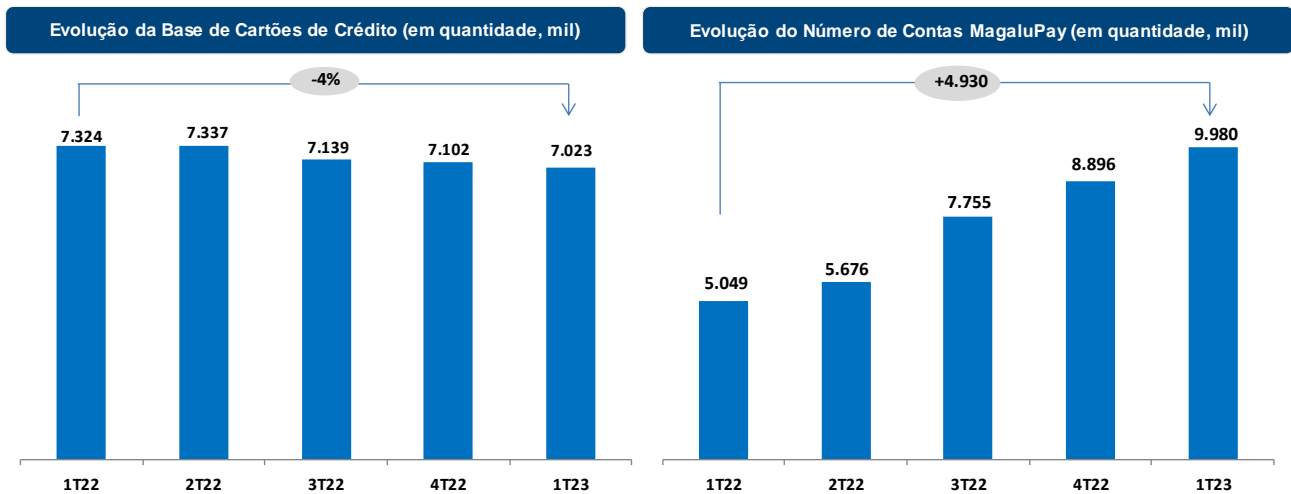
### Cartão de Crédito

- O TPV de Cartão de Crédito foi de R\$13,6 bilhões no 1T23, crescendo 10,5% no período. As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, foram de R\$1,9 bilhão no 1T23. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 14,7% no 1T23 para R\$11,7 bilhões.
- A carteira de crédito totalizou R\$20,2 bilhões ao final do 1T23, um aumento de 8,5% em relação ao 1T22.



# 1T23

- Em mar/23, a base total de cartões de crédito alcançou 7,0 milhões de cartões (-4,1% versus mar/22), incluindo o Cartão Luiza e o Cartão Magalu.



## Conta Digital e Pagamentos

- A conta digital do Magalu (MagaluPay), já alcançou a marca de 10,0 milhões de contas abertas em mar/23, representando um aumento de 1,1 milhão de novas contas no trimestre e 4,9 milhões de novas contas em 12 meses.
- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$6,7 bilhões no 1T23, crescendo 30,1% no período.
- Visando aprimorar a jornada e experiência dos nossos vendedores dentro do marketplace, a Fintech Magalu começou a disponibilizar uma conta digital que permite a gestão centralizada dos recebíveis dos nossos vendedores, bem como a funcionalidade recente do "Tap Magalupay", que transforma o celular em uma máquina de cartão. Até o momento, mais de 26 mil empreendedores já aderiram a essa conta digital e movimentaram mais de R\$0,3 bilhão em transações financeiras no trimestre.

## Banking as a Service (BaaS)

- O volume total de transações processadas (TPV) no segmento Banking as a Service atingiu R\$3,2 bilhões no 1T23.



## ANEXO VIII

## LUIZACRED

## | Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

R\$ milhões	1T23	AV	1T22	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	728,8	100,0%	596,0	100,0%	22,3%
Despesas da Intermediação Financeira	(841,4)	-115,4%	(666,7)	-111,9%	26,2%
Operações de Captação no Mercado	(196,5)	-27,0%	(106,7)	-17,9%	84,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(644,9)	-88,5%	(560,0)	-94,0%	15,2%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>(112,6)</b>	<b>-15,4%</b>	<b>(70,7)</b>	<b>-11,9%</b>	<b>59,2%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	379,4	52,1%	340,5	57,1%	11,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(324,6)	-44,5%	(314,3)	-52,7%	3,3%
Despesas de Pessoal	(4,2)	-0,6%	(4,0)	-0,7%	6,2%
Outras Despesas Administrativas	(226,0)	-31,0%	(220,0)	-36,9%	2,8%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,4%	(3,0)	-0,5%	-0,1%
Despesas Tributárias	(59,3)	-8,1%	(51,3)	-8,6%	15,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(32,0)	-4,4%	(36,0)	-6,0%	-11,0%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>(57,8)</b>	<b>-7,9%</b>	<b>(44,4)</b>	<b>-7,5%</b>	<b>30,0%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	22,7	3,1%	17,7	3,0%	28,5%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(35,1)</b>	<b>-4,8%</b>	<b>(26,8)</b>	<b>-4,5%</b>	<b>31,0%</b>

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

R\$ milhões	1T23	AV	1T22	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	729,0	100,0%	596,1	100,0%	22,3%
Despesas da Intermediação Financeira	(896,7)	-123,0%	(565,6)	-94,9%	58,5%
Operações de Captação no Mercado	(196,5)	-27,0%	(106,7)	-17,9%	84,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(700,2)	-96,1%	(458,9)	-77,0%	52,6%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>(167,8)</b>	<b>-23,0%</b>	<b>30,4</b>	<b>5,1%</b>	<b>-</b>
Receitas de Prestação de Serviços	379,4	52,0%	340,5	57,1%	11,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(324,6)	-44,5%	(314,3)	-52,7%	3,3%
Despesas de Pessoal	(4,2)	-0,6%	(4,0)	-0,7%	6,2%
Outras Despesas Administrativas	(226,0)	-31,0%	(220,0)	-36,9%	2,8%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,4%	(3,0)	-0,5%	-0,1%
Despesas Tributárias	(59,3)	-8,1%	(51,3)	-8,6%	15,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(32,0)	-4,4%	(36,0)	-6,0%	-11,0%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>(113,0)</b>	<b>-15,5%</b>	<b>56,7</b>	<b>9,5%</b>	<b>-</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	44,8	6,1%	(22,8)	-3,8%	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(68,2)</b>	<b>-9,4%</b>	<b>33,9</b>	<b>5,7%</b>	<b>-</b>

# 1T23

## | Receitas da Intermediação Financeira

No 1T23, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$728,8 milhões, crescendo 22,3%, influenciadas pelo crescimento do faturamento e da carteira de crédito.

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

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 3,7% da carteira total em mar/23, uma variação de 0,4 p.p. em relação a dez/22. A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 10,6% em mar/23, uma variação de 0,4 p.p. em relação a dez/22. Essa variação está relacionada a sazonalidade do primeiro trimestre, bem como o aumento da inflação e da taxa de juros no país.

A política de crédito assertiva da Luizacred e todos os esforços de cobrança realizados pelas lojas e centrais de cobrança tem sido fundamentais para minimizar os impactos nos indicadores da carteira, já representados na redução da inadimplência das safras mais recentes.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 3,2% da carteira total no 1T23. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 141% em mar/23, relativamente estável em relação a dez/22. Vale destacar que o montante de provisões se manteve em patamares bastante conservadores, significativamente maior que em mar/22.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar-23		dez-22		set-22		jun-22		mar-22	
000 a 014 dias	17.343	85,7%	17.786	86,5%	17.534	87,3%	17.770	89,3%	16.816	90,2%
015 a 030 dias	161	0,8%	146	0,7%	136	0,7%	115	0,6%	140	0,8%
031 a 060 dias	249	1,2%	215	1,0%	229	1,1%	192	1,0%	196	1,1%
061 a 090 dias	338	1,7%	325	1,6%	327	1,6%	291	1,5%	253	1,4%
091 a 120 dias	285	1,4%	324	1,6%	299	1,5%	242	1,2%	211	1,1%
121 a 150 dias	274	1,4%	287	1,4%	254	1,3%	257	1,3%	195	1,0%
151 a 180 dias	258	1,3%	274	1,3%	249	1,2%	212	1,1%	170	0,9%
180 a 360 dias	1.321	6,5%	1.209	5,9%	1.048	5,2%	820	4,1%	658	3,5%
<b>Carteira de Crédito (R\$ milhões)</b>	<b>20.230</b>	<b>100,0%</b>	<b>20.566</b>	<b>100,0%</b>	<b>20.076</b>	<b>100,0%</b>	<b>19.899</b>	<b>100,0%</b>	<b>18.639</b>	<b>100,0%</b>
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	262		230		215		203		195	
<b>Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)</b>	<b>20.492</b>		<b>20.797</b>		<b>20.291</b>		<b>20.102</b>		<b>18.834</b>	
Atraso de 15 a 90 Dias	749	3,7%	686	3,3%	691	3,4%	598	3,0%	589	3,2%
Atraso Maior 90 Dias	2.138	10,6%	2.095	10,2%	1.851	9,2%	1.532	7,7%	1.235	6,6%
<b>Atraso Total</b>	<b>2.887</b>	<b>14,3%</b>	<b>2.780</b>	<b>13,5%</b>	<b>2.542</b>	<b>12,7%</b>	<b>2.129</b>	<b>10,7%</b>	<b>1.824</b>	<b>9,8%</b>
PDD sobre Carteira de Crédito	2.678	13,2%	2.602	12,7%	2.406	12,0%	2.076	10,4%	1.766	9,5%
PDD sobre Limite Disponível	344	1,7%	320	1,6%	329	1,6%	373	1,9%	368	2,0%
<b>PDD Total em IFRS 9</b>	<b>3.022</b>	<b>14,9%</b>	<b>2.922</b>	<b>14,2%</b>	<b>2.735</b>	<b>13,6%</b>	<b>2.449</b>	<b>12,3%</b>	<b>2.135</b>	<b>11,5%</b>
Índice de Cobertura da Carteira	125%		124%		130%		136%		143%	
<b>Índice de Cobertura Total</b>	<b>141%</b>		<b>140%</b>		<b>148%</b>		<b>160%</b>		<b>173%</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.

## 1T23

### | Resultado Bruto da Intermediação Financeira

O resultado bruto da intermediação financeira foi negativo em R\$112,6 milhões no 1T23, influenciados por provisões conservadoras, associadas ao forte crescimento da carteira, e do aumento da taxa de juros.

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

As receitas de serviços cresceram 11,4% no 1T23, alcançando R\$379,4 milhões, em função principalmente do crescimento do faturamento. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram apenas 3,3%, representando R\$324,6 milhões.

### | Lucro Líquido

No 1T23, a Luizacred teve o resultado líquido negativo em R\$35,1 milhões em IFRS. No mesmo período, de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o resultado líquido foi negativo em R\$68,2 milhões.

### | Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido foi de R\$994,1 milhões em mar/23. 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 foi de R\$718,4 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 ao período que se encerrou em 31 de dezembro de 2021 e 31 de dezembro de 2022 e ao período que se encerrará 31 de dezembro de 2023:

O Magalu chegou ao final do 1T23 com 23 centros de distribuição e 246 cross-dockings, além das 1.302 lojas.

	Realizado 1T23	Guidance 2023
<b>Total de Unidades Logísticas</b>	269	450
Número de Centros de Distribuição	23	33
Número de Cross-dockings	246	417
<b>Número de Lojas</b>	1.302	1.680
<b>Área Total de Armazenagem</b>	1.282	2.000

## TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Teleconferência em Português com tradução simultânea para o inglês

16 de março de 2023 (terça-feira)

09h00 – Horário de Brasília

08h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Acesso TeleconferênciaTwitter:

@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**

Analista RI

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 três centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.302 lojas distribuídas em 20 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 2.000 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 73% 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.