



magalu

Teleconferência de Resultados 2T23

15 de Agosto de 2023

Esta teleconferência possui tradução simultânea. Para acessar, basta clicar no botão Interpretação através do ícone do globo na parte inferior da tela.

O Release de Resultados e a Apresentação, versões português e inglês, estão disponíveis para download no site de RI: ri.magazineluiza.com.br

A apresentação em inglês também está disponível no link enviado no chat.

This conference call has simultaneous translation.

To gain access, please click the Interpretation button on the globe icon at the bottom of the screen.

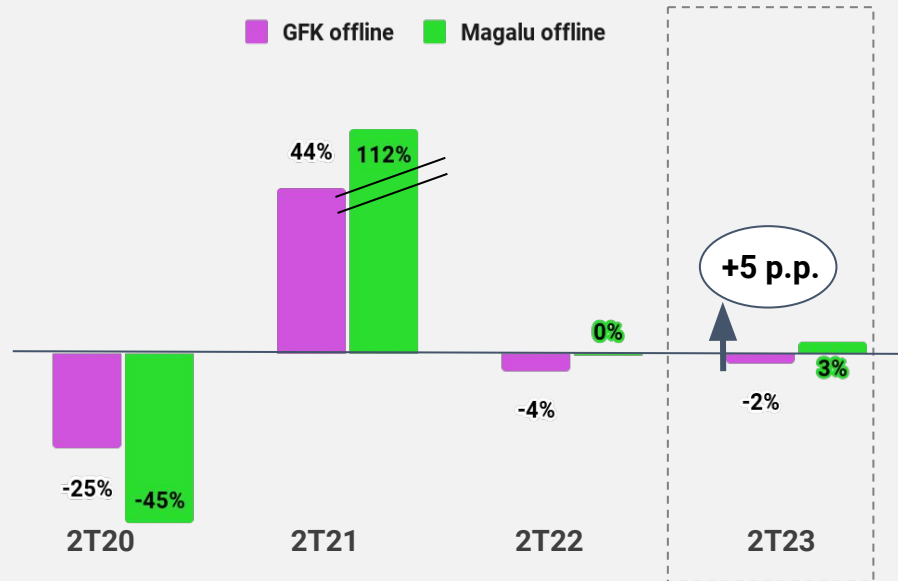
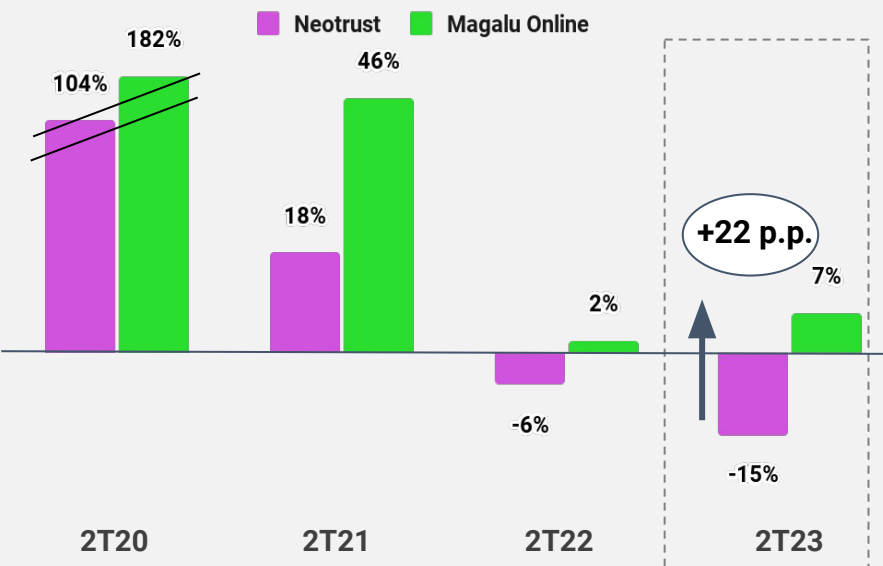
The Earnings Release and the Presentation, Portuguese and English versions, are available for download on the Investor Relations website: ri.magazineluiza.com.br

The presentation in English is also available on the link sent in the chat.

O Magalu cresceu acima do mercado em todos os canais: **22 p.p. a mais no online e 5 p.p. no offline**

Crescimento YoY Mercado online vs Magalu online [%]

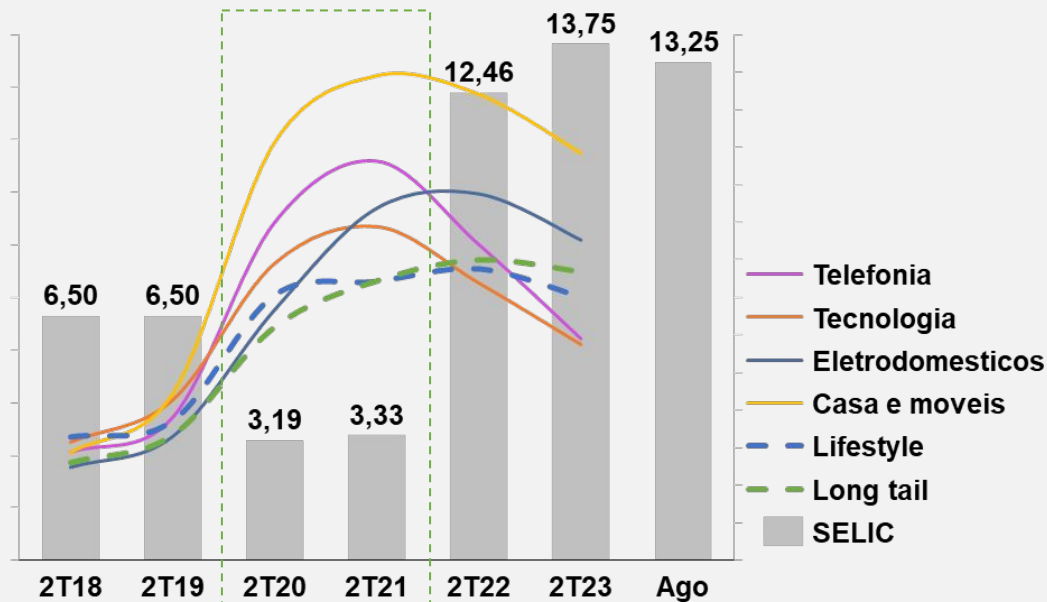
Crescimento YoY Mercado offline vs Magalu offline [%]



Fonte: Neotrust; GFK; Magalu

Com a queda de juros, os setores duráveis tendem a retomar patamares de crescimento

Evolução do GMV online por categoria vs Taxa de juros
[Base 100 = 1T18; Média meta SELIC]

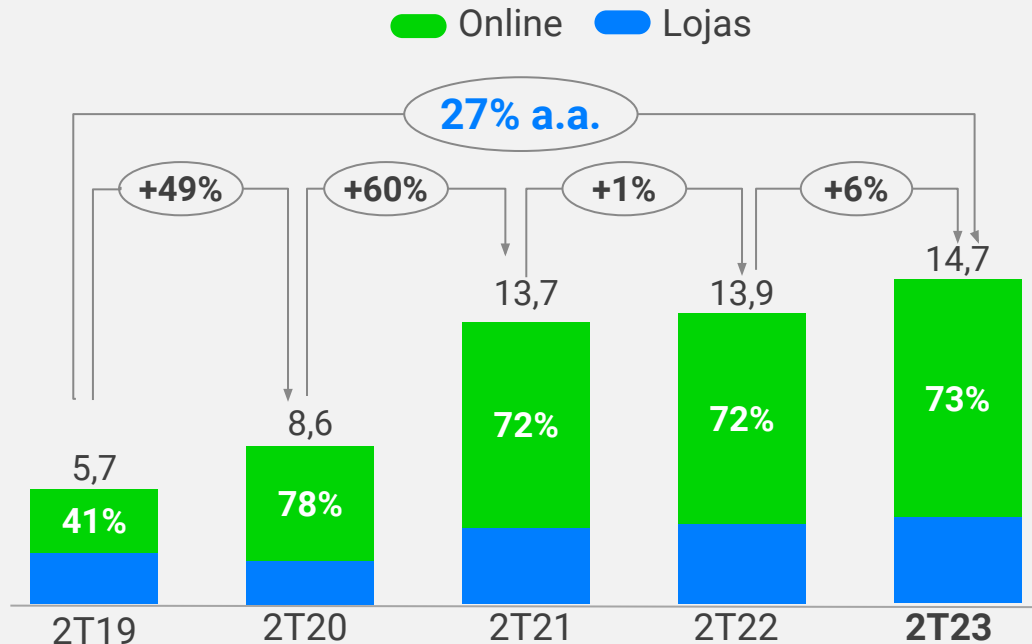


Vendas das **categorias Core** são mais voláteis ao ciclo da taxa de juros - telefonia e tecnologia mostram queda a partir do 2T22

Vendas das **categorias de cauda** permanecem mais resilientes às volatilidades de taxas de juros

As Vendas Totais foram de **R\$ 14,7 bilhões** no 2T23, com **crescimento médio de 27%** nos últimos 4 anos

Evolução das vendas totais
[Bilhões R\$; %]



Crescimento de vendas em todos os canais no 2T23

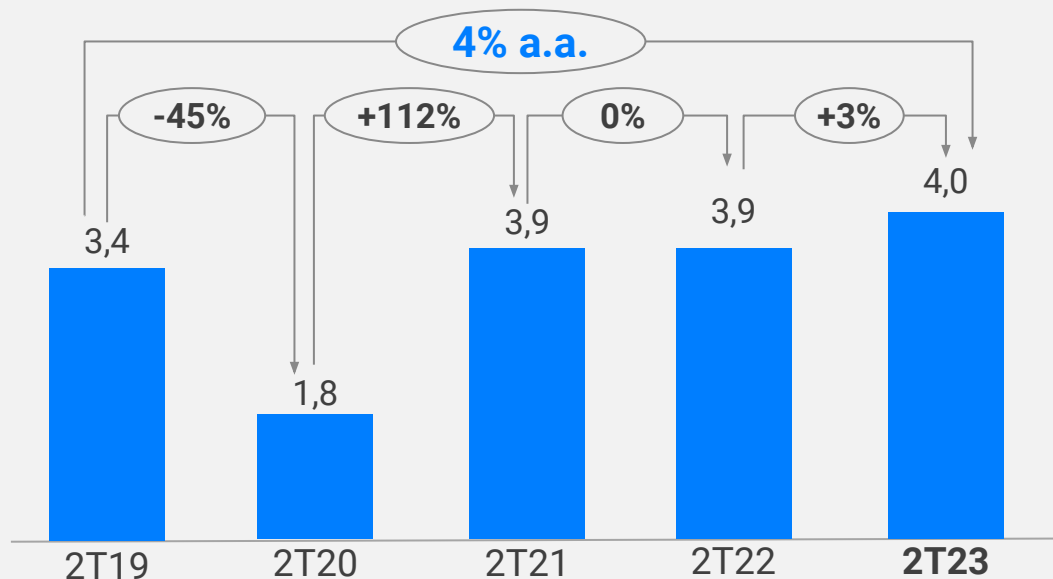
6%

Crescimento das Vendas Totais
[2T23 - 2T22]

Atingimos o maior nível de market share

O Magalu ganhou 1,0 p.p. de market share nas Lojas Físicas, atingindo R\$ 4,0 bilhões em vendas no 2T23

Evolução das vendas em lojas físicas [Bilhões R\$; %]



3%

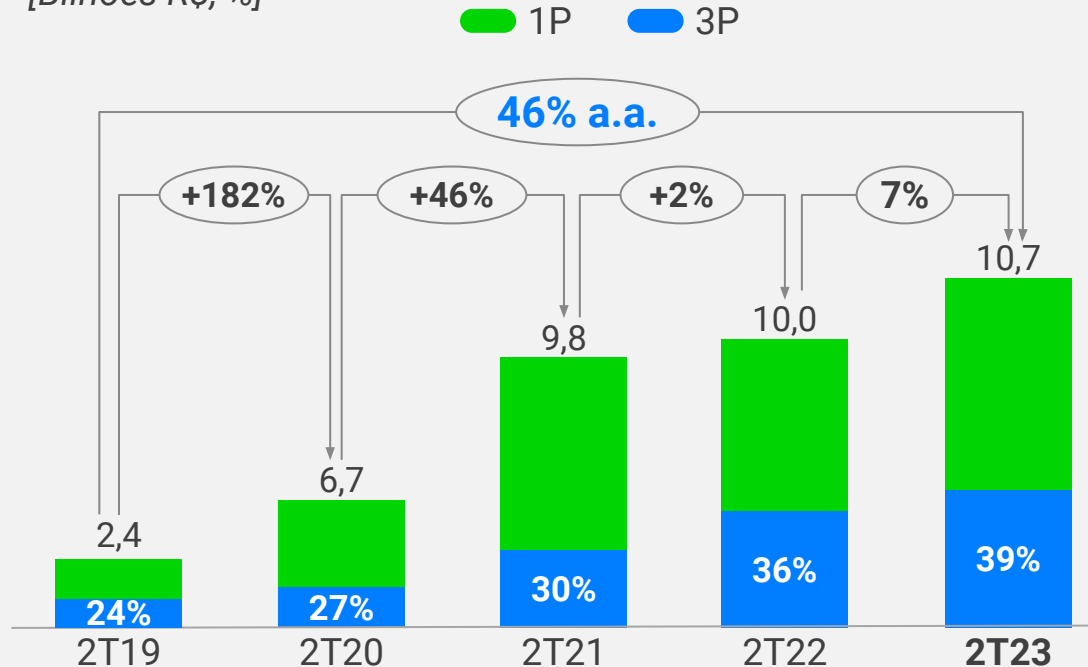
Crescimento das Lojas Físicas
[2T23 - 2T22]

1,0 pp

Ganho de Market Share
[2T23 vs 2T22; GFK]

Nos últimos quatro anos, nosso **e-commerce cresceu em média 46% ao ano**, atingindo **R\$10,7 bilhões** em vendas no 2T23

Evolução das vendas online
[Bilhões R\$; %]



7%

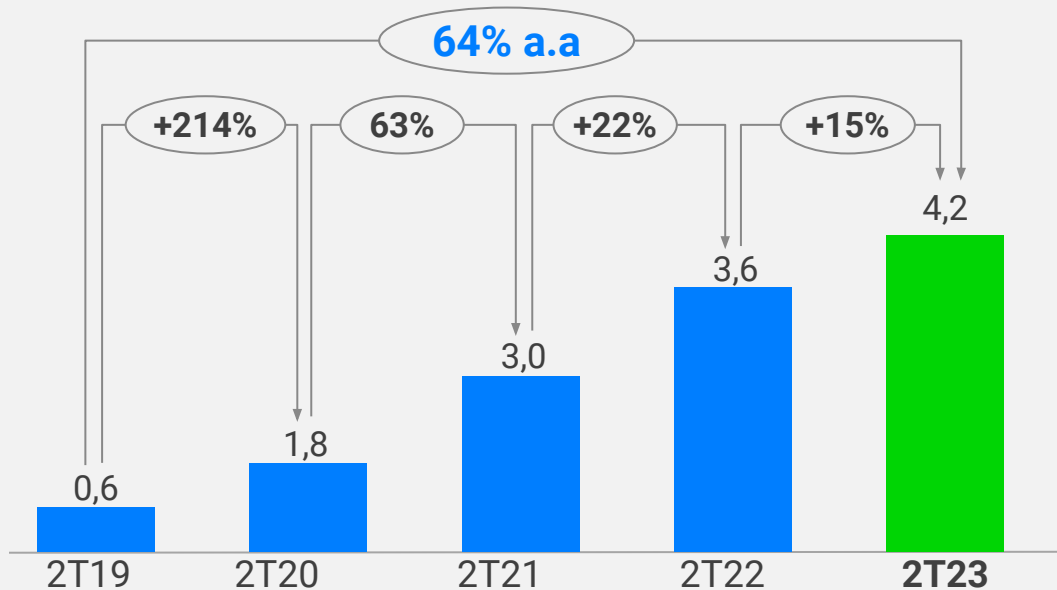
Crescimento nas Vendas Online
[2T23 - 2T22]

6 p.p. ganho de market share

Recuo de 15% no mercado online no Brasil
[2T23 vs 2T22; Neotrust]

Nos últimos quatro anos, nosso marketplace cresceu em média **64% ao ano**, atingindo **R\$4,2 bilhões** em vendas no 2T23

Evolução das vendas do Marketplace
[Bilhões R\$; %]



64%

Crescimento anual médio de 4 anos
do Marketplace
[2T23 - 2T19]

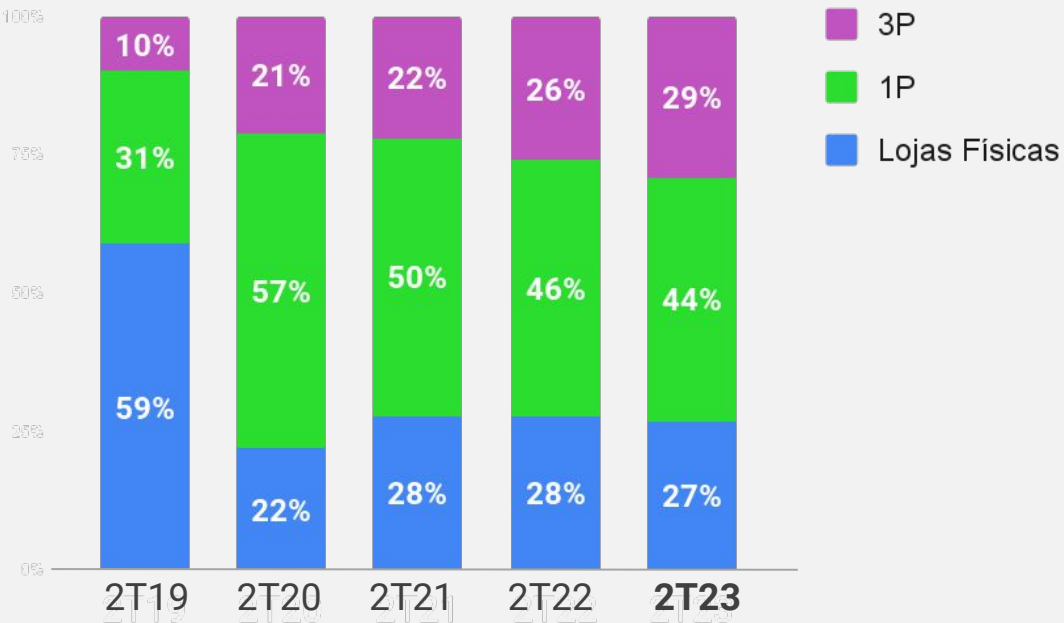
15%

Crescimento nas Vendas do
Marketplace
[2T23 - 2T22]

Aumento nas comissões do marketplace, impulsionando a rentabilidade e sem impactar as vendas

O marketplace novamente superou as vendas das lojas físicas, e tem o potencial para se tornar nosso maior canal de vendas

Participação das vendas por canal
[% GMV; 2T19-2T23]



29%

Participação do 3P nas vendas
totais [%; 2T23]

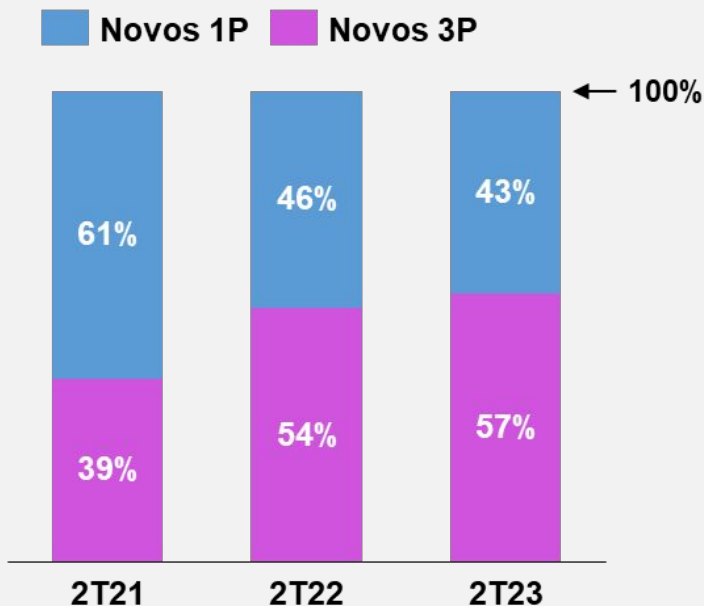
39%

Participação do 3P nas vendas
online [%; 2T23]

O marketplace é o principal canal de captação de **novos clientes e de frequência de compra**

Canal de atração de novos clientes

[% de novos clientes por canal; 2T21-2T23]



57%

dos novos clientes foram originados pelo 3P [%; 2T23]

+70%

da base total de clientes ativos compraram produtos no 3P nos últimos 12 meses [%; 2T23]



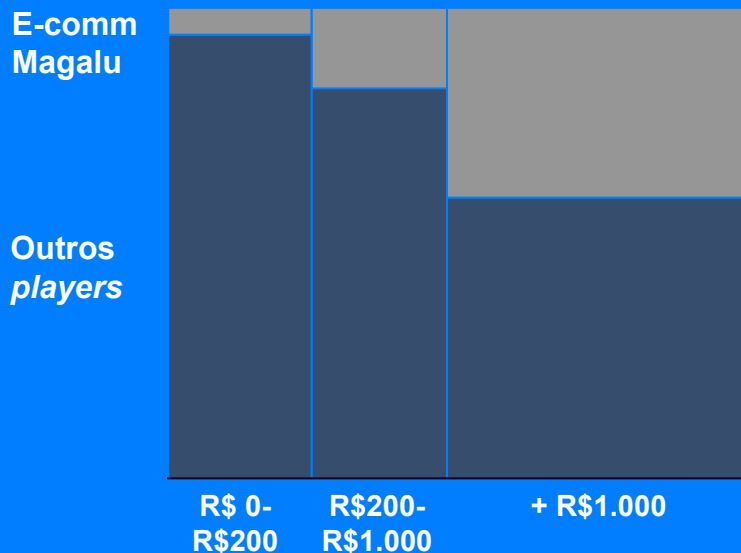
Número de sellers que já fazem parte do nosso marketplace



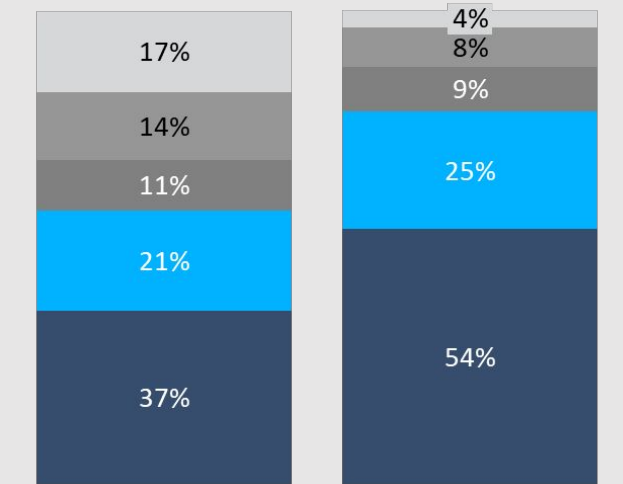
Contribuição do **Parceiro Magalu**
no hunting de novos sellers

A estratégia do Magalu é continuar crescendo, principalmente em famílias de melhor unit economics

Participação do Magalu no mercado online por faixa de ticket médio [% 2T23]



GMV e Profit pool estimado do mercado online por faixa de preço [R\$ Bilhões; 2022]



GMV mercado online 2022 Profit pool estimado

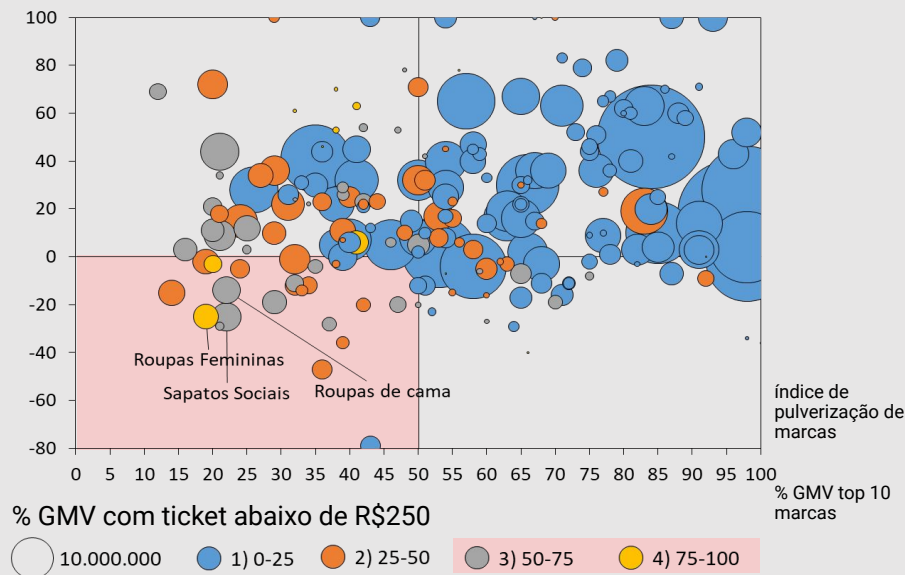


Fonte: Neotrust; Magalu; YipitData. NOTA: Cálculo do profit pool a partir de dados internos, utilizando a mediana da rentabilidade por ticket médio do seller

O Magalu possui o mix de produtos blindado contra as novas regras do cross-border. Apenas 3% do nosso GMV está em famílias suscetíveis a esse tipo de concorrência.

Famílias em risco: presença de tickets baixos, baixa penetração de grandes marcas e o peso cubado apto para transporte aéreo

2T23 vs 2T22 [%; Crescimento YoY]



17 famílias em risco - alta concentração em vestuário e artigos para casa



Acessórios de Cozinha



Produtos para a boca e olhos



Sapatos Sociais



Roupas Esportivas



Roupas de Cama



Bonecas infantis



Roupas Femininas



Calças



Sandálias



Roupas Infantis



Camisas, tops e blusas



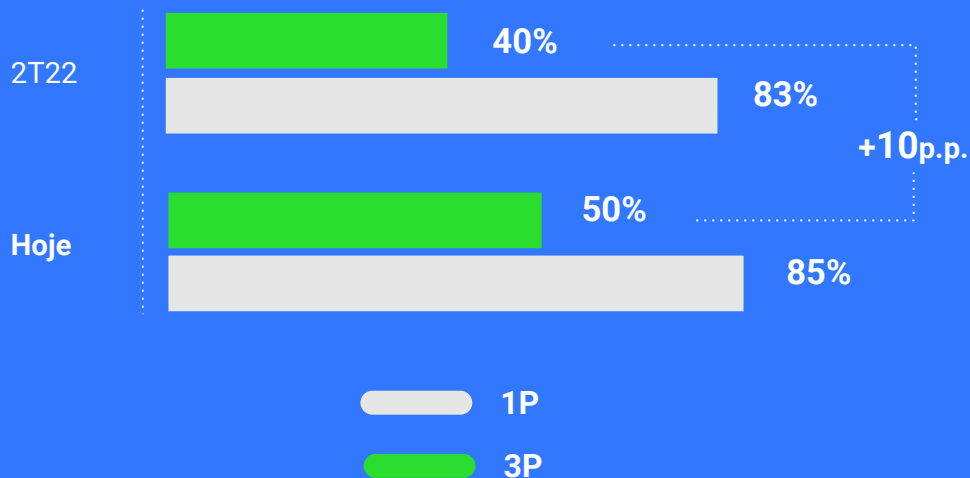
Anti queda de cabelos

Aumento da taxa de conversão do 3P ao expandir a oferta da logística própria, elevando o nível de serviço e diminuindo os prazos de entrega


80%

dos pedidos 3P passam pelo **Magalu Entregas**

Pedidos Magalu Entregas entregues em até 48h



Operação de Fulfillment do Magalu completou um ano, com crescimento sólido, ganhos de escala e possibilidade de expansão futura



7
centros de distribuição

+1.900
SELLERS

~10%
dos pedidos do
3P

30 DIAS
Giro de Estoques

25%
Redução de
Custos

25%
Aumento da
conversão
média

Fulfillment verdadeiramente multicanal

Entrega mais rápida

- O mesmo veículo que abastece as lojas também transporta os itens de retirada loja 1P e 3P, e realiza as entregas na residência dos clientes (1P, Lojas e 3P)

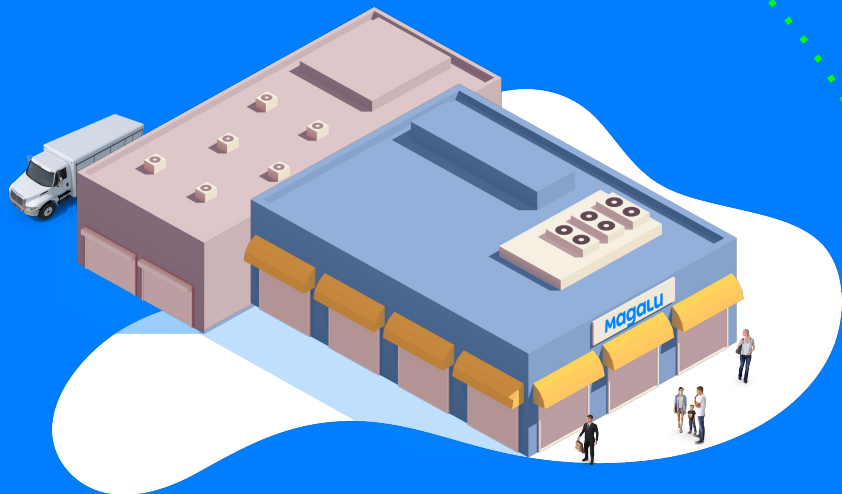
Menores custos

- Estrutura já preparada e compartilhada para operar leves e pesados
- Custos operacionais do fulfillment 3P são diluídos nos nossos atuais CDs, sem necessidade investimento para expansão

Exemplo: CD de Louveira

- armazena +30 mil produtos de sellers, ocupando apenas 7% da área total
- +70% dos produtos leves expedidos neste CD já são do marketplace
- +25% de redução de custos comparada aos demais modelos
- +25% aumento na taxa de conversão média dos produtos armazenados

As **lojas físicas** exercem papel fundamental em tornar o marketplace multicanal, entregando **o melhor serviço aos nossos parceiros**



Agência Magalu

+584

Agências Magalu
habilitadas para
drop-off

77k

Sellers utilizando as
lojas como agência

Retira Loja

+1,1k

Lojas habilitadas
para Retira Loja
do 3P

28%

Participação de Retira
Loja 3P em pedidos no
Marketplace

Nossos serviços financeiros para sellers



R\$10 Bi

TPV total no 2T23
+18% vs 2T22



7,4 Milhões

de transações no pix
vs 3,7 milhões no 2T22

fintech.magalupay

- A Hub Fintech concluiu incorporação reversa do Magalu Pagamentos
- Essa consolidação, permitiu a incorporação da Kabum e Estante Virtual no ecossistema financeiro

Destaque

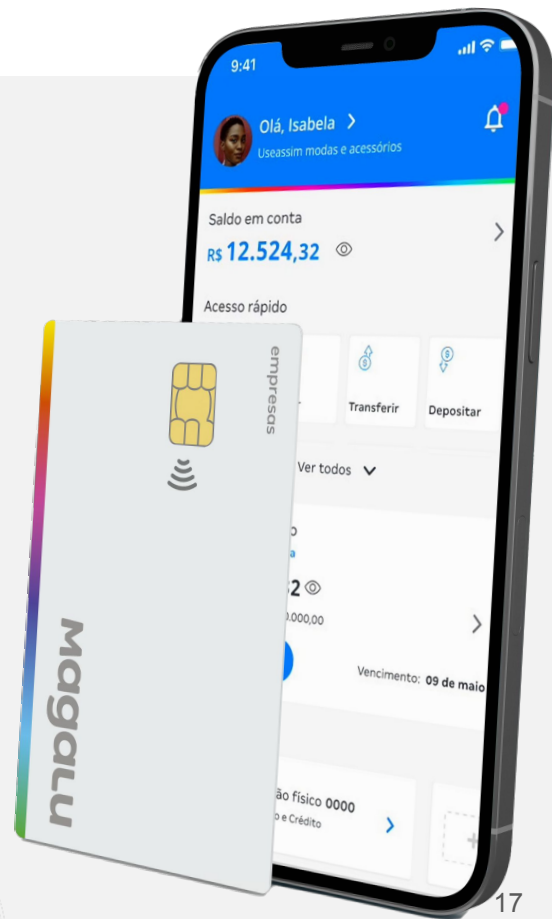
magalupay
empresas

+56k

empreendedores já aderiram
à Conta Digital

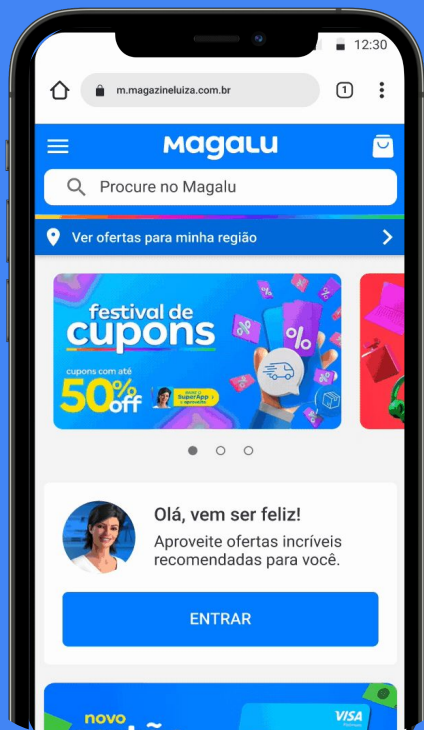
+R\$325 Mi

TPV na conta digital de sellers
no 2T23





PRODUTOS PATROCINADOS



5,2K

Sellers anunciantes ativos
[#; 2T23]

16K

Campanhas criadas no trimestre
[#; 2T23]

A receita do produto patrocinado

QUADRUPLICOU

vs 2T22

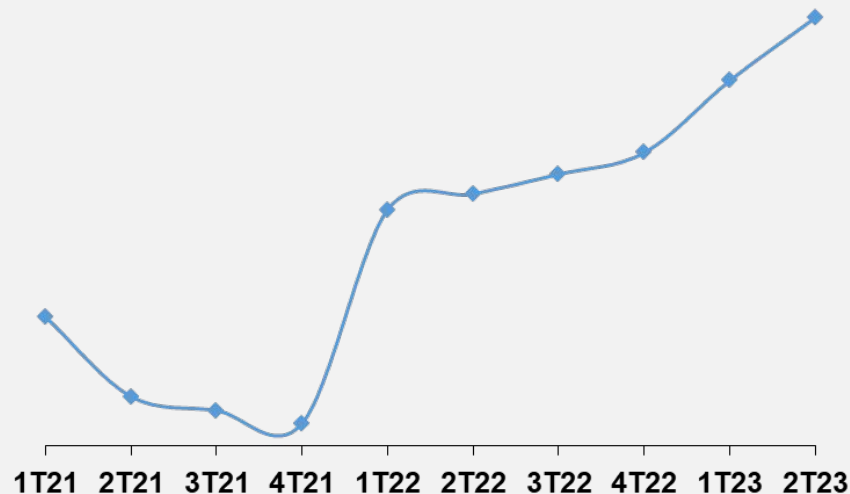
↑ 45% vs 1T23

Além da evolução nas vendas e clientes, continuamos ampliando de forma significativa a **rentabilidade do nosso marketplace**

Evolução da comissão 3P
[% GMV; 1T21-2T23]



Evolução da margem de contribuição no 3P
[% GMV; 1T21-2T23]



Destques Financeiros



Magalu

Magalu

Destques Financeiros - 2T23

7% Crescimento do E-commerce

R\$14,7 Bilhões em Vendas Totais
(6% de crescimento)

15% Crescimento do 3P

28,8% Margem Bruta
(vs 28,6% de margem no 2T22)

2% Crescimento do 1P

R\$440 Milhões EBITDA Ajustado*
(5,1% de margem)

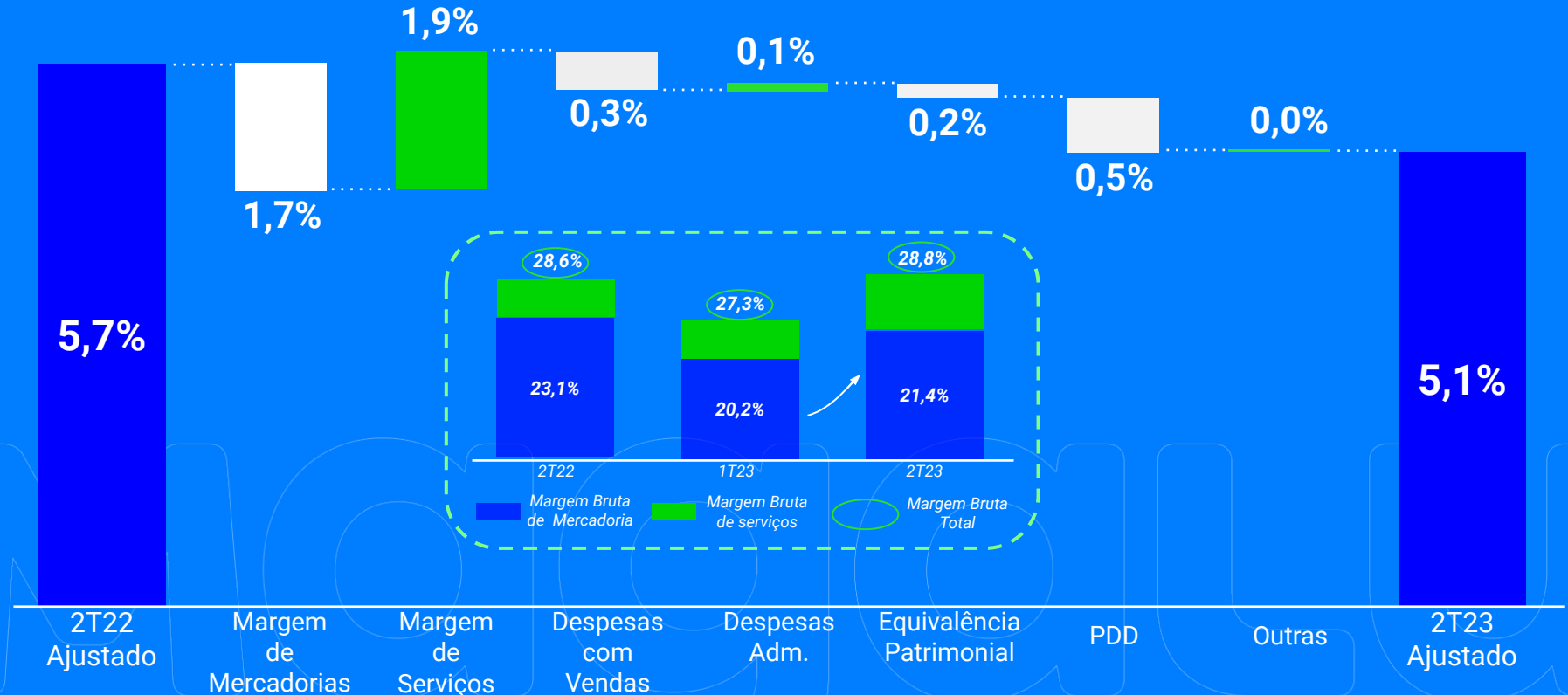
3% Crescimento nas Vendas Lojas Físicas

-R\$199 Milhões Resultado Líquido Ajustado*
(-2,3% de margem)

*Desconsiderando despesas não recorrentes no valor de R\$155,9 milhões (R\$102,9 milhões líquidas de imposto)

Evolução da Margem EBITDA Ajustada

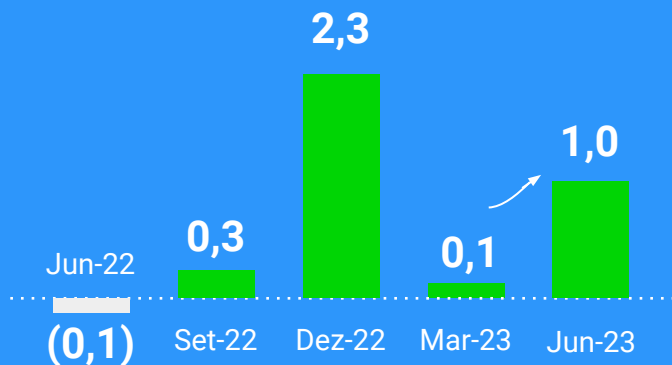
Margem de serviços aumentou a margem bruta total em 1,9 p.p. e compensou integralmente o aumento da carga tributária



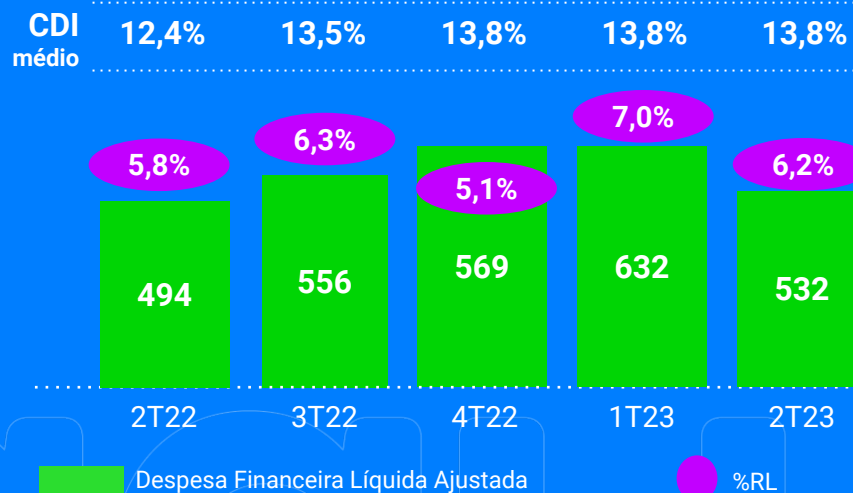
Evolução do Capital de Giro, com aumento do saldo de fornecedores

Despesa financeira R\$100 milhões menor em relação ao 1T23

Capital de Giro Ajustado (R\$ bilhões)



Despesa Financeira Líquida Ajustada (R\$ milhões)



Melhora no Capital de Giro

aumento do saldo de fornecedores

PIX e venda à vista no e-commerce

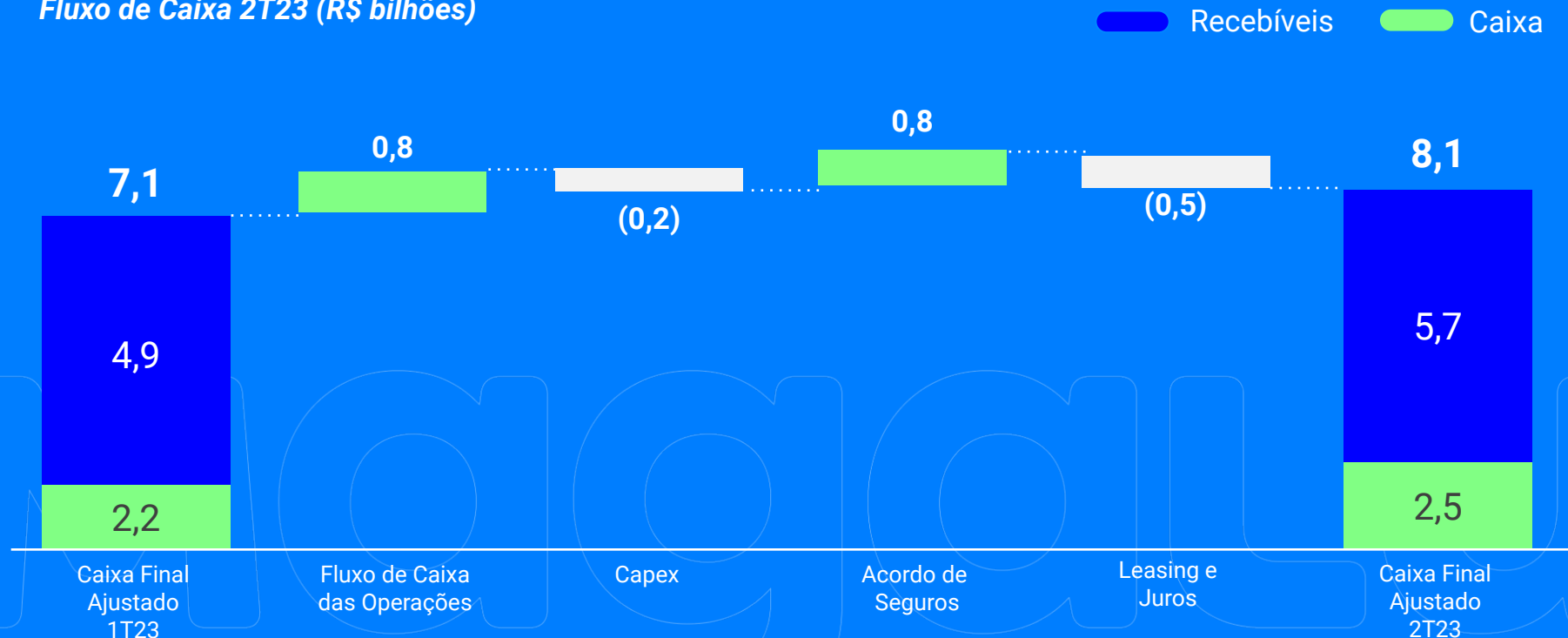
aumentaram **+15 p.p.**

Redução da taxa de juros irá impulsionar as vendas, a concessão de crédito e reduzirá as despesas financeiras

Aumento de R\$ 1,0 bilhão no caixa no 2T23, alcançando R\$ 8,1 bilhões

Geração de Caixa Operacional de R\$846 milhões no 2T23

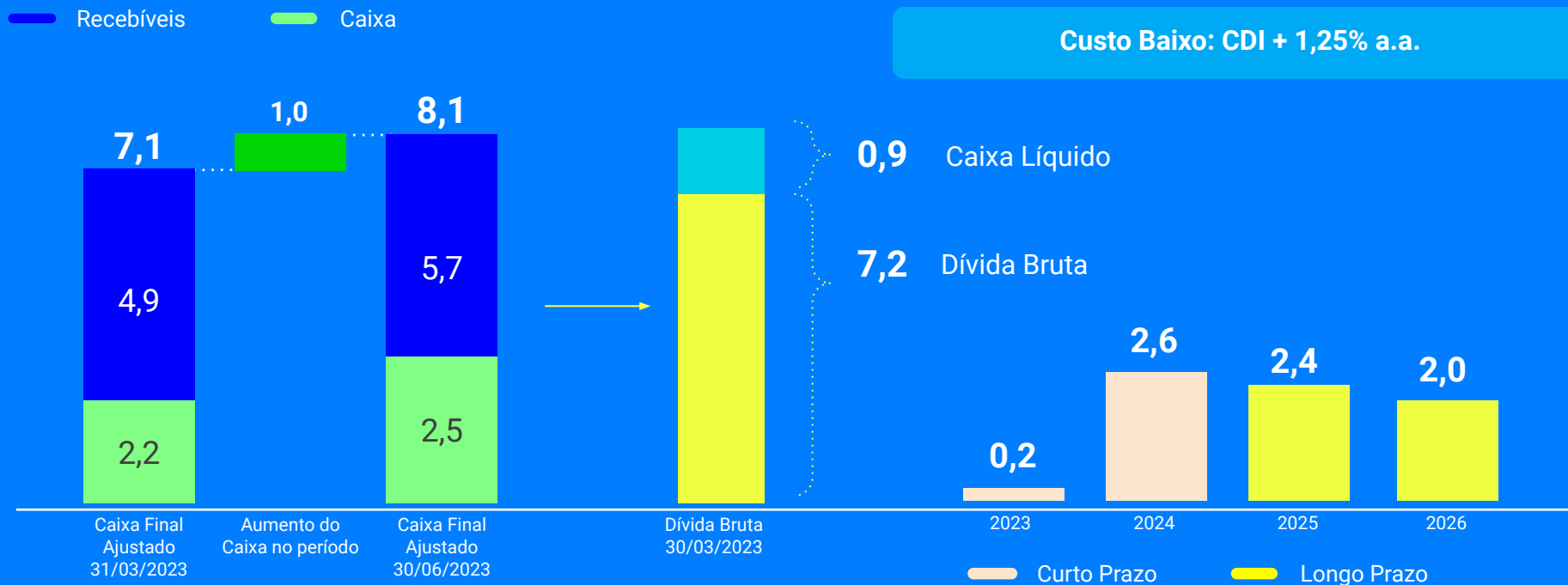
Fluxo de Caixa 2T23 (R\$ bilhões)



Encerramos o 2T23 com posição de Caixa Líquido de R\$0,9 bilhão

Posição de Caixa Total ~3 vezes a dívida de curto prazo

Caixa e Endividamento

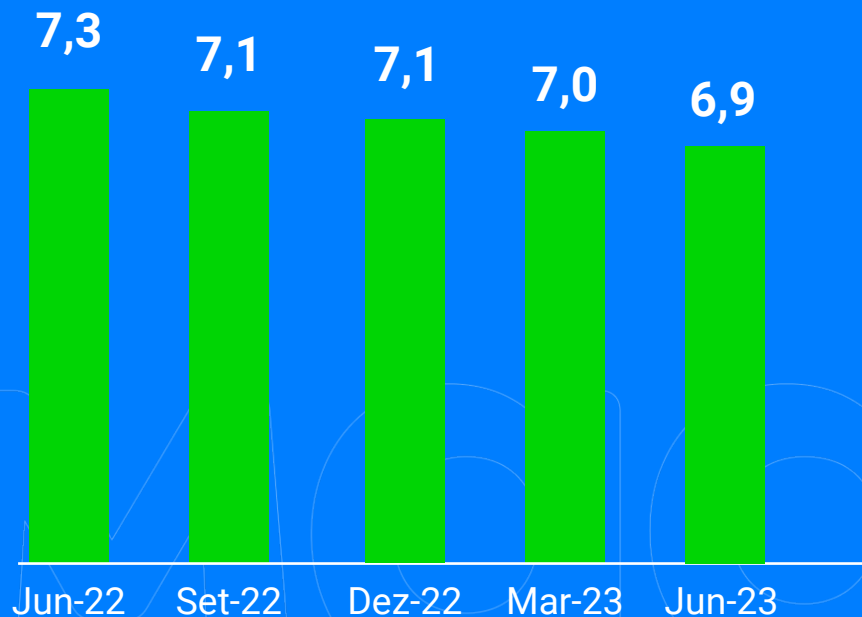


Luizacred

Crescimento de 3% no TPV de cartões, atingindo **R\$14,1 bilhões** e alcançando **R\$20,0 bilhões em carteira de crédito**

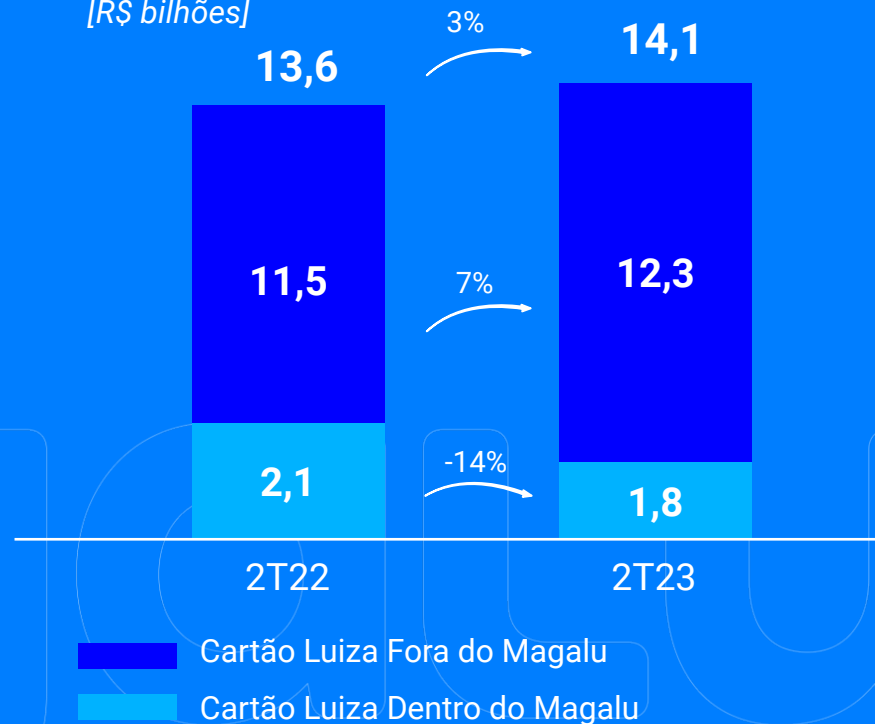


Evolução da Base do Cartão Luiza



Faturamento - TPV

[R\$ bilhões]

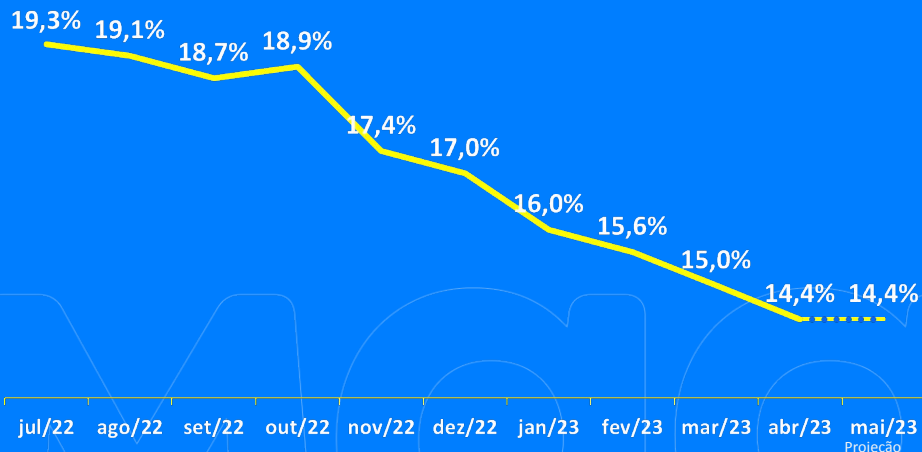


Inadimplência do CDC e da Luizacred

Normalização da carteira em atraso, com os menores indicadores de inadimplência de curto prazo dos últimos anos

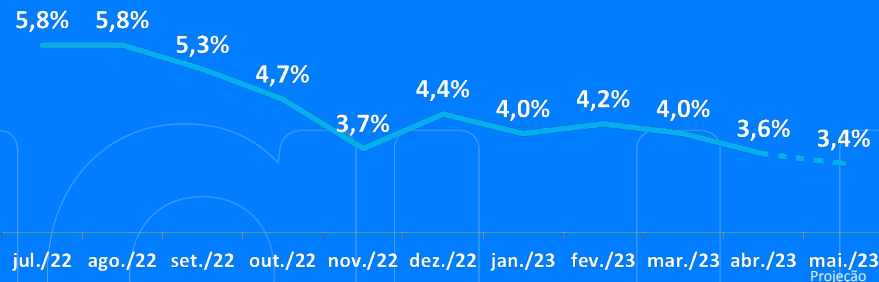
Inadimplência CDC

[% Over30 MOB3]



Inadimplência Luizacred

[% Over30 MOB3]

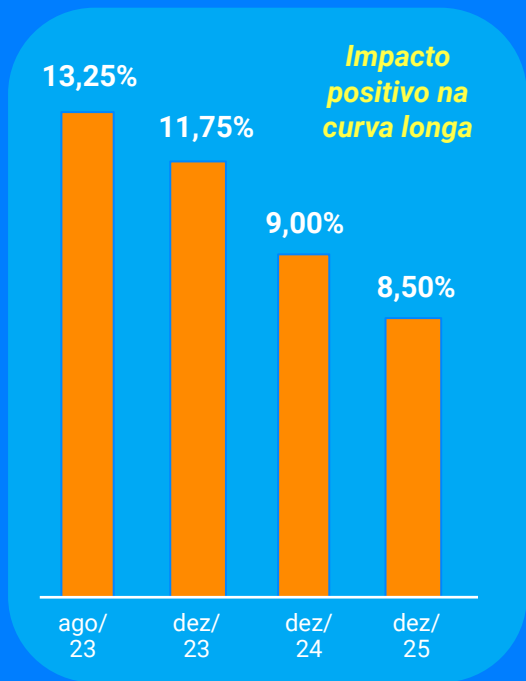


As safras do 2T23 estão com a menor inadimplência dos últimos anos

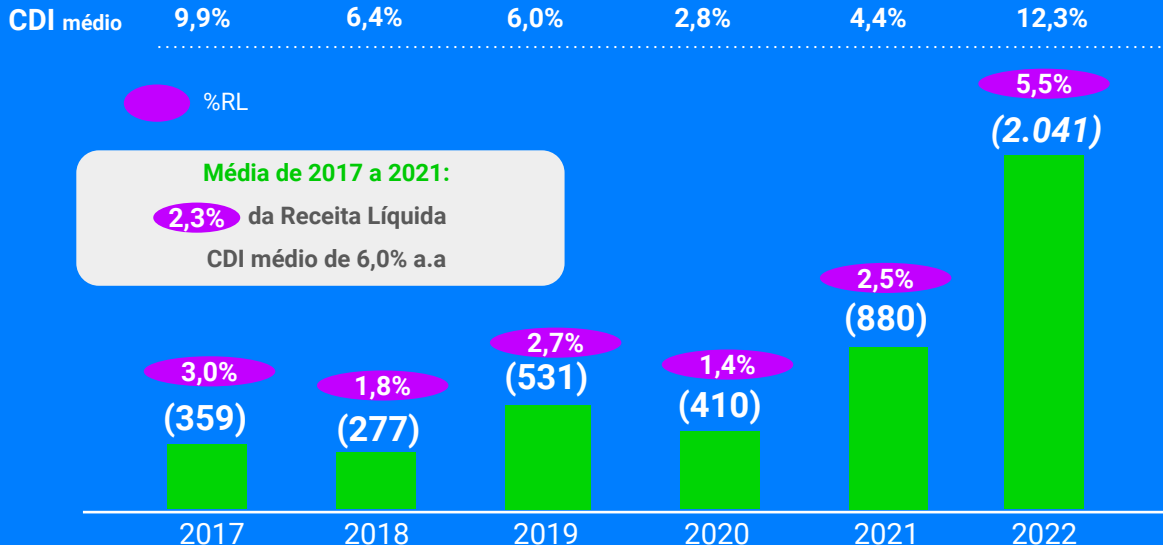
Redução da taxa de juros irá impulsionar as vendas, a concessão de crédito e reduzirá as despesas financeiras

Taxa Selic

Focus - Bacen



Despesa Financeira Líquida Ajustada (R\$ milhões)



Estimamos que cada ponto percentual de redução da Selic gera uma economia anual de mais de R\$150 milhões

Magalu

Ecosystema Magalu



fintech.
magalu

VIP
COMMERCE

Magaluads

magalupay

parceiro
MAGALU

CONSÓRCIO
MAGALU

stoa

com
school

luizaCRED

SmartHint

HUBSALES

luizaseg

grand
chef

bit55

magalu
Entregas

Canaltech

logbee

NETSHOES

KaBum! >>

STEAL
THE
LOOK

aiqfome

ZATTINI

tonolucro plus

shoestock

estante
virtual

LOVEN
TELO

GFL

Sinclog

ÉPOCA
COSMÉTICO - PERFUMARIA

SODE
SOLUÇÕES DE ENTREGA

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.