

Destaques do 4T19 e 2019

Vendas totais aumentaram 51%, alcançando R\$9,0 bilhões (R\$27,3 bilhões em 2019)
E-commerce cresceu 93%, atingindo R\$4,3 bilhões e 48% das vendas totais
Marketplace cresceu 216%, representando 27% do e-commerce total
Vendas nas lojas físicas evoluíram 26% no total (13% nas mesmas lojas)
EBITDA ajustado de R\$395 milhões, margem de 6,2% (R\$1,3 bilhão em 2019)
Lucro líquido ajustado atingiu R\$185 milhões, margem de 2,9% (R\$552 milhões em 2019)
Geração de caixa operacional de R\$1,8 bilhão no 4T19

- **Ganho consistente de participação de mercado.** No 4T19, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P) cresceram 51,3% para R\$9,0 bilhões, reflexo do aumento de 92,8% no e-commerce total (sobre um crescimento de 57,4% no 4T18) e 26,1% nas lojas físicas (crescimento mesmas lojas de 12,6% sobre alta de 16,1% no 4T18). Vale destacar a performance das 159 lojas inauguradas nos últimos 12 meses, com vendas acima das expectativas, elevando o crescimento total das lojas físicas em 13,5 pontos percentuais.
- **Crescimento acelerado no e-commerce.** As vendas do e-commerce cresceram 92,8% no 4T19, comparado ao crescimento do mercado de 16,3% (E-bit), e representaram 48,0% das vendas totais. No e-commerce tradicional, as vendas evoluíram 68,6% e o marketplace contribuiu com vendas adicionais de R\$1,2 bilhão, crescendo 216,4% e representando 26,8% do e-commerce total. O ganho de marketshare novamente foi impulsionado pela excelente performance do app, que alcançou a marca de 19 milhões de usuários ativos mensais (incluindo, além do Superapp do Magalu, os aplicativos Netshoes, Zattini e Época Cosméticos), aumento do número de Sellers e do sortimento do marketplace, entrega mais rápida e a melhor experiência do varejo.
- **Evolução do lucro bruto, investimentos em nível de serviço e aquisição de novos clientes.** No 4T19, o lucro bruto cresceu 40,8%, atingindo R\$1.825,4 milhões. A margem bruta aumentou 0,5 p.p. para 28,6%, em função da venda de novas categorias, especialmente pela Netshoes, e pela excelente performance do marketplace. As despesas operacionais ajustadas cresceram 50,6% no 4T19 devido à consolidação da Netshoes, bem como investimentos adicionais em melhoria no nível de serviço e aquisição de novos clientes. Vale destacar a rápida evolução dos resultados da Netshoes, que alcançou praticamente o equilíbrio na margem EBITDA novamente.
- **Crescimento expressivo na Luizacred.** A receita total da Luizacred cresceu 19,6% no 4T19. A base de Cartões Luiza cresceu 22,8% comparado ao 4T18, atingindo 5,2 milhões de cartões. No mesmo período, o faturamento total do Cartão Luiza foi de R\$8,1 bilhões, crescendo 31,5%. A carteira de crédito total cresceu expressivos 37,4% nos últimos 12 meses, alcançando R\$11,5 bilhões. No 4T19, mesmo considerando a grande quantidade de clientes novos e os efeitos da adoção do IFRS 9, o lucro da Luizacred voltou a crescer e atingiu R\$34,8 milhões.
- **EBITDA e lucro líquido.** No 4T19, o elevado crescimento das vendas e o resultado positivo do e-commerce contribuíram novamente para o EBITDA, que atingiu R\$394,5 milhões. Os investimentos adicionais em melhoria no nível de serviço e a consolidação da Netshoes influenciaram a margem EBITDA ajustada, que passou de 7,6% no 4T18 para 6,2% no 4T19. Adicionalmente, considerando a diluição das despesas financeiras e o benefício dos juros sobre capital próprio, o lucro líquido ajustado alcançou R\$185,3 milhões, com margem líquida de 2,9%.
- **Forte geração de caixa operacional e retorno sobre o capital investido.** O fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, atingiu R\$1,5 bilhão nos últimos 12 meses em função dos resultados positivos e da gestão do capital de giro. Vale destacar a geração de caixa de R\$1,8 bilhão no 4T19. Mais uma vez, a Companhia apresentou elevado crescimento, com alto retorno sobre o capital investido e forte geração de caixa. O ROIC atingiu 24% no 4T19 e 21% nos últimos 12 meses.
- **Posição de caixa líquido e estrutura de capital.** Nos últimos 12 meses, a posição de caixa líquido ajustado aumentou de R\$2,2 bilhões em dez/18 para R\$6,3 bilhões em dez/19, incluindo os recursos da Oferta de Ações no montante de R\$4,3 bilhões. A Companhia encerrou o 4T19 com uma posição total de caixa de R\$7,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$4,7 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$2,4 bilhões.

Magalu
Divulgação de Resultados do 4º Trimestre de 2019

| R\$ milhões (exceto quando indicado) | 4T19 | 4T18 | Var(%) | 12M19 | 12M18 | Var(%) |
|--|---------|---------|-----------|----------|----------|-----------|
| Vendas Totais ¹ (incluindo marketplace) | 8.988,1 | 5.942,3 | 51,3% | 27.270,7 | 19.667,8 | 38,7% |
| Receita Bruta | 7.868,3 | 5.598,5 | 40,5% | 24.377,1 | 18.896,5 | 29,0% |
| Receita Líquida | 6.385,0 | 4.610,5 | 38,5% | 19.886,3 | 15.590,4 | 27,6% |
| Lucro Bruto | 1.825,4 | 1.296,2 | 40,8% | 5.554,0 | 4.537,4 | 22,4% |
| Margem Bruta | 28,6% | 28,1% | 0,5 pp | 27,9% | 29,1% | -1,2 pp |
| EBITDA | 499,1 | 353,5 | 41,2% | 1.775,5 | 1.245,2 | 42,6% |
| Margem EBITDA | 7,8% | 7,7% | 0,1 pp | 8,9% | 8,0% | 0,9 pp |
| Lucro Líquido | 168,0 | 189,6 | -11,4% | 921,8 | 597,4 | 54,3% |
| Margem Líquida | 2,6% | 4,1% | -1,5 pp | 4,6% | 3,8% | 0,8 pp |
| Lucro Bruto - Ajustado | 1.825,4 | 1.296,2 | 40,8% | 5.790,0 | 4.537,4 | 27,6% |
| Margem Bruta - Ajustado | 28,6% | 28,1% | 0,5 pp | 29,1% | 29,1% | 0,0 pp |
| EBITDA - Ajustado | 394,5 | 348,2 | 13,3% | 1.303,9 | 1.233,3 | 5,7% |
| Margem EBITDA Ajustado | 6,2% | 7,6% | -1,4 pp | 6,6% | 7,9% | -1,3 pp |
| Lucro Líquido - Ajustado | 185,3 | 186,2 | -0,5% | 552,1 | 589,6 | -6,4% |
| Margem Líquida - Ajustado | 2,9% | 4,0% | -1,1 pp | 2,8% | 3,8% | -1,0 pp |
| Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas | 12,6% | 16,1% | - | 7,8% | 18,6% | - |
| Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas | 26,1% | 24,2% | - | 17,9% | 25,8% | - |
| Crescimento nas Vendas E-commerce (1P) | 68,6% | 43,8% | - | 51,4% | 48,4% | - |
| Crescimento nas Vendas E-commerce Total | 92,8% | 57,4% | - | 76,0% | 60,1% | - |
| Participação E-commerce Total nas Vendas Totais | 48,0% | 37,7% | 10,4 pp | 45,3% | 35,7% | 9,6 pp |
| Quantidade de Lojas - Final do Período | 1.113 | 954 | 159 lojas | 1.113 | 954 | 159 lojas |
| Área de Vendas - Final do Período (M²) | 648.227 | 572.394 | 13,2% | 648.227 | 572.394 | 13,2% |

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

⁽²⁾ Vendas do E-commerce incluem as vendas da Netshoes.

IFRS 16 e Eventos Não-recorrentes

Desde o início de 2019, o IFRS 16 introduziu um modelo único de contabilização de arrendamentos no balanço patrimonial de arrendatários. Como resultado, a Companhia, como arrendatária, reconheceu como ativo o direito de uso de ativos subjacentes e seus passivos de arrendamento correspondentes.

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 4T18, os resultados do 4T19 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando os efeitos do IFRS 16, além de outras provisões e despesas não recorrentes.

| CONCILIAÇÃO DRE PRO-FORMA | 4T19 Ajustado | AV | IFRS16 | Ajustes Não Recorrentes | 4T19 | AV |
|--|------------------|--------|--------|----------------------------|-----------|--------|
| Receita Bruta | 7.868,3 | 123,2% | - | - | 7.868,3 | 123,2% |
| Impostos e Cancelamentos | (1.483,3) | -23,2% | - | - | (1.483,3) | -23,2% |
| Receita Líquida | 6.385,0 | 100,0% | - | - | 6.385,0 | 100,0% |
| Custo Total | (4.559,6) | -71,4% | - | - | (4.559,6) | -71,4% |
| Lucro Bruto | 1.825,4 | 28,6% | - | - | 1.825,4 | 28,6% |
| Despesas com Vendas | (1.204,8) | -18,9% | 69,8 | - | (1.135,0) | -17,8% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (235,2) | -3,7% | 31,8 | - | (203,4) | -3,2% |
| Perda em Liquidação Duvidosa | (30,2) | -0,5% | - | - | (30,2) | -0,5% |
| Outras Receitas Operacionais, Líquidas | 20,9 | 0,3% | - | 2,9 | 23,8 | 0,4% |
| Equivalência Patrimonial | 18,4 | 0,3% | - | - | 18,4 | 0,3% |
| Total de Despesas Operacionais | (1.430,8) | -22,4% | 101,6 | 2,9 | (1.326,3) | -20,8% |
| EBITDA | 394,5 | 6,2% | 101,6 | 2,9 | 499,1 | 7,8% |
| Depreciação e Amortização | (71,0) | -1,1% | (51,3) | - | (122,3) | -1,9% |
| EBIT | 323,6 | 5,1% | 50,3 | 2,9 | 376,8 | 5,9% |
| Resultado Financeiro | (108,7) | -1,7% | (79,3) | - | (188,0) | -2,9% |
| Lucro Operacional | 214,9 | 3,4% | (29,0) | 2,9 | 188,8 | 3,0% |
| IR / CS | (29,7) | -0,5% | 9,9 | (1,0) | (20,8) | -0,3% |
| Lucro Líquido | 185,3 | 2,9% | (19,2) | 1,9 | 168,0 | 2,6% |

Ajustes Eventos Não-recorrentes

| Ajustes | 4T19 | 12M19 |
|---|-------------|--------------|
| Aumento de Provisão de Estoques | - | (236,0) |
| Créditos tributários | - | 812,0 |
| Provisão para riscos tributários | 6,0 | (240,7) |
| Honorários especialistas | (5,6) | (149,6) |
| Despesas pré-operacionais de lojas | (0,9) | (21,2) |
| Contratos de retenção e outros | 3,5 | (48,6) |
| Ajustes - EBITDA | 2,9 | 115,8 |
| Atualização - Créditos Tributários | - | 522,5 |
| PIS/Cofins - Créditos Tributários | - | (22,2) |
| Despesas da Aquisição / Não recorrentes | - | (39,7) |
| Ajustes - Resultado Financeiro | - | 460,7 |
| IR / CS | (1,0) | (158,8) |
| Ajustes - Lucro Líquido | 1,9 | 417,7 |

MENSAGEM DA DIRETORIA

A revolução digital tem gerado inúmeras consequências para os negócios dos mais variados setores. Ela mudou os parâmetros, os modelos de negócio e as regras que, durante décadas, estavam consolidadas na academia e no manual de melhores práticas difundidas por consultores e adotadas por incumbentes vencedores. Nesta carta aos acionistas, gostaríamos de detalhar as mudanças relacionadas ao posicionamento estratégico.

Hoje, quase todas as narrativas empresariais sobre opções estratégicas -- incluindo a nossa -- são recheadas de buzzwords emprestadas do dicionário digital: plataforma, superapp, ecossistema, big data, agile, lean, APIs. A pasteurização das narrativas faz com que seja cada vez mais difícil -- para o mercado -- enxergar autenticidade nas estratégias.

A maior parte das empresas parece estar em busca do mesmo pote de ouro ao final do arco-íris. Buscam ser os próximos Facebook, Google, Amazon ou Alibaba ou, pelo menos, dizem trabalhar para atingir os múltiplos de valorização dessas empresas. Não importa se estamos falando de companhias do setor financeiro, de saúde, de educação ou de utilities. Não adotar uma narrativa "atual" e digital significa, para muitos, a admissão de uma liderança anacrônica ou reacionária.

Ponto, linha e plano

Mas, se provocou mudanças abruptas, a revolução digital também abriu inúmeras possibilidades estratégicas. Não há um modelo único. Cabe a cada negócio entender suas características e seguir o caminho que seja mais viável e adequado à sua realidade.

Para descrever essas possibilidades e tentar dar mais clareza à questão do posicionamento estratégico em ambientes digitais, usaremos aqui conceitos criados pelo ex-estrategista-chefe do Alibaba, Ming Zeng: *ponto*, *linha* e *plano*.

Ao atualizar a literatura de Michael Porter, Zeng afirma que as empresas serão ecossistemas digitais -- os *planos* -- ou orbitarão em torno deles. Ser um *plano*, diz Zeng, não é algo factível para a maior parte das organizações, seja por vocação (ou a falta dela), escala ou capacidades. A boa notícia é que existe enorme valor em adotar os outros modelos de negócio. As *linhas* controlam uma cadeia específica. São exemplos disso os grandes sellers de um marketplace e category killers de uma determinado segmento de varejo. Os *pontos*, por sua vez, são empresas super especializadas, que provêm soluções para *linhas* e *planos*. É o caso das companhias de aquisição que surgiram com as fintechs e das empresas de courier, criadas para concorrer com os correios.

Durante 18 anos, nós, do Magalu, montamos um bem-sucedido modelo estratégico de *linha*. Nos tornamos uma empresa multicanal e lucrativa no ramo de bens duráveis. Mas, em 2018, decidimos que nosso formato nesse novo mundo seria o de *plano*. Passaríamos a ser um ecossistema, com foco em varejo.

Por trás dessa decisão sempre esteve o nosso propósito. O Brasil rapidamente está ficando para trás no cenário global do e-commerce. Crescimentos medíocres fizeram com que a participação do comércio digital no total do setor ficasse estagnada em 5%. Hoje -- de um universo de 6 milhões de varejistas -- apenas cerca de 50.000 vendem online. E as soluções disponíveis não são capazes de resolver de forma sustentável os problemas que o varejo brasileiro enfrenta.

O Magalu está numa posição absolutamente privilegiada para digitalizar o varejo brasileiro. Sabemos bem quais são as dores dessas empresas. Não nascemos digitais. Tivemos de enfrentar os mesmos problemas vividos hoje pela maioria dos varejistas analógicos. Faz muita diferença. Faz diferença também o fato de jamais termos tido licença para queimar caixa. Nossos acionistas sempre nos cobraram sustentabilidade de resultados. Desenvolvemos, assim, um modelo rentável e adaptado à realidade do país, alavancados principalmente por nossa plataforma física. Finalmente, temos em nosso DNA princípios corporativos fundamentais para quem escolheu ser um ecossistema. Acreditamos no ganha-ganha (ou na colaboração, para usar um termo do momento), no protagonismo do cliente e nas relações formais e éticas. São princípios, sob o nosso ponto de vista, fundamentais para dar escala ao e-commerce brasileiro.

Democratizar o acesso. Este é o nosso propósito. Neste momento de nossa história, queremos materializá-lo por meio da inclusão digital de empresas e consumidores brasileiros. Nosso foco está nos pequenos e médios negócios e sobretudo nas pessoas da base da pirâmide sócio-econômica.

Acreditamos que a inclusão digital pode ser uma das mais poderosas ferramentas que temos à mão para a redução de um dos nossos maiores problemas: a enorme desigualdade que ainda estigmatiza o Brasil. O acesso ao mundo digital pode empoderar microempreendedores e tornar seus negócios mais leves, eficientes e flexíveis. Fazer parte desse mundo permite que o mais humilde dos consumidores, das mais remotas áreas do país, possa contar com produtos e condições comerciais hoje restritos ao topo do mercado dos grandes centros urbanos.

Nosso mais importante passo nessa direção foi o lançamento do marketplace, em 2017. Assim como o crescimento que queremos manter, o sucesso do marketplace Magalu foi exponencial. Com um modelo baseado exclusivamente em lojas físicas, levamos 43 anos para atingir nosso primeiro bilhão de reais em faturamento. Foram necessários 10 anos para conseguir o mesmo resultado com o comércio eletrônico. Em apenas três anos, fomos muito além com o marketplace: em 2019, foram 3 bilhões de reais em GMV.

Um *plano*, ou um ecossistema digital, depende de vários elementos para se tornar viável: processos digitalizados e acessíveis disponíveis numa plataforma digital simples e escalável, algoritmos inteligentes que conectam vendedores e compradores, interfaces intuitivas, disponíveis para todos os participantes da cadeia. Mas nenhum desses elementos se compara, em importância, à escala. Quanto mais compradores, mais vendedores são atraídos para o ecossistema. Quanto mais vendedores e ofertas, mais compradores desejam fazer parte dele. É o efeito de rede. O benefício proporcionado por um produto ou serviço aumenta conforme cresce o número de usuários.

Por isso, em 2019, aumentar a escala foi nossa obsessão. Decidimos que o Magalu viveria 365 dias de crescimento chinês. A maior dos nossos KPIs foi vinculada à expansão -- Crescimento em progressão geométrica de GMV, da base ativa de clientes, do número de novas categorias e de itens à venda, quantidade de sellers, usuários ativos mensais no app e novas lojas foram algumas das metas que nos auto-impusemos.

O Magalu terminou o quarto trimestre de 2019 com um crescimento de 51% nas vendas. O maior da nossa história. Temos, hoje, quase 25 milhões de clientes ativos (mais de 20 milhões deles com o Super app instalado), 15.000 sellers que, juntos, oferecerem 13 milhões de produtos em nossa plataforma. A empresa cresceu de forma orgânica. No ano, 159 novas lojas físicas foram inauguradas, as vendas aumentaram dois dígitos no critério de mesmas lojas no quarto trimestre do ano. Mas o Magalu também cresceu por aquisições.

A mais espetacular delas -- pelo impacto provocado -- foi a da Netshoes, em junho do ano passado. Com a Netshoes não só entramos em duas categorias de enorme potencial -- artigos esportivos e moda -- como incorporamos uma das marcas mais queridas do e-commerce brasileiro. A Netshoes trouxe para o Magalu uma competente equipe de profissionais digitais e uma plataforma com 1.000 sellers, 4 milhões de clientes e 2,5 bilhões de reais em GMV. Com sua contribuição decisiva, o e-commerce do Magalu voou nos dois últimos trimestres do ano. Foram mais de 90% de crescimento acumulado no período.

Este ano, a Netshoes completará duas décadas de existência. Esse empreendimento visionário agora não está mais sozinho. Ao se juntar ao Magalu, a Netshoes deixou de ser uma *linha*, no conceito de Ming Zeng, para se tornar um *plano*. A empresa continua a ser líder absoluta no e-commerce de artigos esportivos e está entre as maiores varejistas digitais de moda do país. A diferença é que, agora, faz parte de um ecossistema muito maior e, assim, passa a ganhar com o efeito-rede. A Netshoes aporta know-how específico das suas categorias e recebe do ecossistema economia de escala na logística e na retaguarda. Até o final deste ano, por exemplo, seus produtos poderão coletados em todas as lojas do Magalu.

O mesmo fenômeno acontece com outras empresas compradas pelo Magazine Luiza. Primeiro, a Época Cosméticos. E, agora, a Estante Virtual. O valor isolado desses negócios é significativamente menor que suas contribuições individuais para fazer do Magalu um one-stop shop app. Com Netshoes, Época Cosméticos e Estante Virtual damos o passo fundamental para criar um Super App, nos moldes de aplicativos chineses como o WeChat.

Se 2019 foi o ano do crescimento chinês. 2020 será o ano do #TemNoMagalu. Uma edição antiga de Crime e Castigo, de Dostoiévski. #TemNoMagalu. Ou o último livro do youtuber mais famoso do Brasil. #TemNoMagalu. A TV de 50 polegadas. #TemNoMagalu. Uma caixa de ferramentas. #TemNoMagalu. A calça da moda. #TemNoMagalu. Tem, ainda, no Magalu a camisa da seleção. Ou do seu time -- seja ele qual for. Chocolates. O brinquedo preferido do seu filho. Fraldas para bebês. A cerveja para o churrasco do próximo final de semana. O sofá para a casa nova.

Nossa missão em 2020 é reproduzir o caminho quase infinito da cauda longa criada pela internet. Queremos que nossos 25 milhões de clientes ativos saibam que encontrarão, em um único lugar e de forma legal e ética, tudo o que precisam ou desejam.

Para que isso aconteça, vamos focar na integração das empresas adquiridas. Continuaremos a aumentar o número de parceiros do nosso marketplace, além de integrar todos os catálogos de produtos desses sellers e o back office. Tão importante quanto tudo isso -- sobretudo para uma empresa que nasceu e permaneceu especialista em algumas categorias por tanto tempo -- é comunicar aos nossos clientes que estamos rapidamente nos transformando num varejista de todas as coisas. Ao saber disso, eles vão nos acessar. Ao nos acessar, esperam facilidade para encontrar o que desejam. Tudo, por princípio, deve estar no Magalu e ser achado numa busca simples e intuitiva.

Do lado dos sellers, uma de nossas principais responsabilidades, como ecossistema, é prover tecnologia e gestão. Como partes de um mesmo organismo, é fundamental que nossos parceiros tenham os mesmos padrões de serviços, confiabilidade, formalidade e atendimento ao cliente que o Magalu mantém.

Foi isso que fez com que o MaaS (Magalu As a Service) se tornasse um pilar estratégico da companhia. No final de 2019, lançamos o MagaluPagamentos, hoje em fase de roll out. O foco desse serviço são os sellers. Com o MagaluPagamentos vamos, ao mesmo tempo, monetizar o crescimento acelerado do marketplace e monitorar a cadeia, com o controle do fluxo de pagamentos de nossos parceiros e a oferta de recursos para eles a taxas inferiores às do mercado. Também acabamos de lançar o MagaluPay, serviço voltado para consumidores finais e absolutamente integrado ao nosso Super App. Seu objetivo é criar valor para o ecossistema do varejo -- e não operar como um ecossistema apartado.

Nos dois casos, seguimos com a estratégia de *plano* e não a de *linha*. Queremos conectar nossos clientes às melhores soluções financeiras disponíveis. Não temos a pretensão de ser banco. Queremos, sim, criar uma plataforma digital de pagamentos que retroalimenta o varejo.

No âmbito do MaaS, também lançamos e estamos desenvolvendo o MagaluEntregas. Hoje temos o melhor nível de serviço logístico do e-commerce brasileiro. E, mais: com o menor custo, graças, sobretudo, à integração multicanal e à nossa malha própria de distribuição. Para o 1P (produtos de estoque próprio), 66% das entregas são realizadas em até dois dias -- um percentual que melhora continuamente. Com o MagaluEntregas, nossos sellers se beneficiarão dessa mesma cadeia logística, o que inclui a venda de produtos com retirada em nossas mais de 1.100 lojas. Enfim, temos hoje um marketplace multicanal de verdade.

Passamos pelo ano do crescimento chinês sem tirar o cliente da veia (nosso lema em 2018). Crescemos ao mesmo tempo em que melhoramos o NPS e reduzimos o número de reclamações formais. Somos o único, entre os grandes varejistas brasileiros, a ter o RA1000 do Reclame Aqui -- mesmo com a decisão de não separar as reclamações do marketplace (3P) das do e-commerce 1P.

Entramos e vamos trilhar o ano do #TemNoMagalu sem abrir mão do crescimento chinês e do cliente pulsando em nossa operação. Vamos continuar a investir para que a interação desses três lemas seja possível. A companhia continuará a fazer trade offs de margem de curto prazo sempre que isso estiver de acordo com a estratégia e para assegurar os melhores resultados de longo prazo.

Nos últimos 2 anos, a Companhia investiu cerca de 2 pontos percentuais de margem EBITDA -- passando do patamar de 8% para o patamar de 6% -- na aquisição de novos clientes, na melhor experiência de compra, redução de prazo de entrega e na consolidação dos números da Netshoes, gerando muito valor para todos os nossos clientes e acionistas. E não vamos parar por aqui. Temos muitas oportunidades pela frente. Esse ano, seguindo a mesma tendência, vamos continuar a investir na entrega mais rápida, em nosso Super App, no Magalu Pay e vamos acelerar o processo de integração das empresas adquiridas, com destaque para a Netshoes.

Novamente, acreditamos que estas iniciativas aumentarão nossas despesas no curto prazo, mas irão gerar muito valor no futuro. Após uma bem-sucedida oferta de ações, o Magalu garantiu uma estrutura de capital sólida o bastante para levar adiante nossa missão.

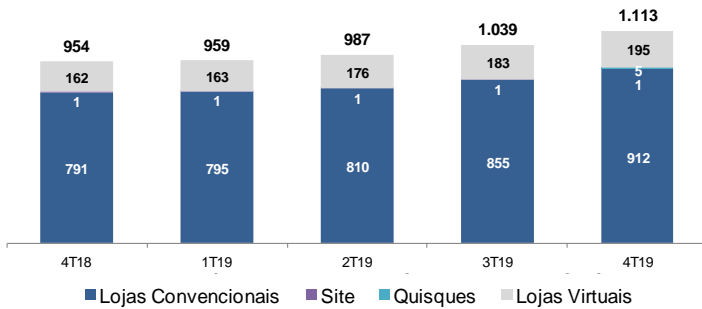
Por fim, agradecemos a nossos mais de 30.000 colaboradores, cuja energia e engajamento têm sido do tamanho dos nossos sonhos, aos sellers, aos fornecedores, parceiros de negócios, investidores e acionistas. O nosso diário muito obrigado a cada um dos nossos clientes. Gratidão também #TemNoMagalu.

A DIRETORIA

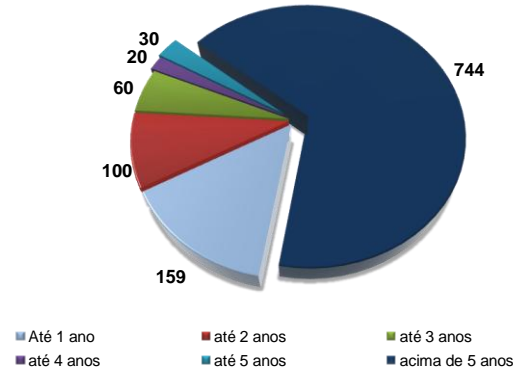
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 4T19 com 1.113 lojas, sendo 912 convencionais, 195 virtuais, 5 quiosques (parceria com as Lojas Marisa) e o e-commerce. No 4T19, a Companhia inaugurou 74 novas lojas. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 159 novas lojas (34 na Região Sul, 29 no Sudeste, 28 no Centro Oeste, 19 no Nordeste e 49 no Norte). Da base total, 33% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

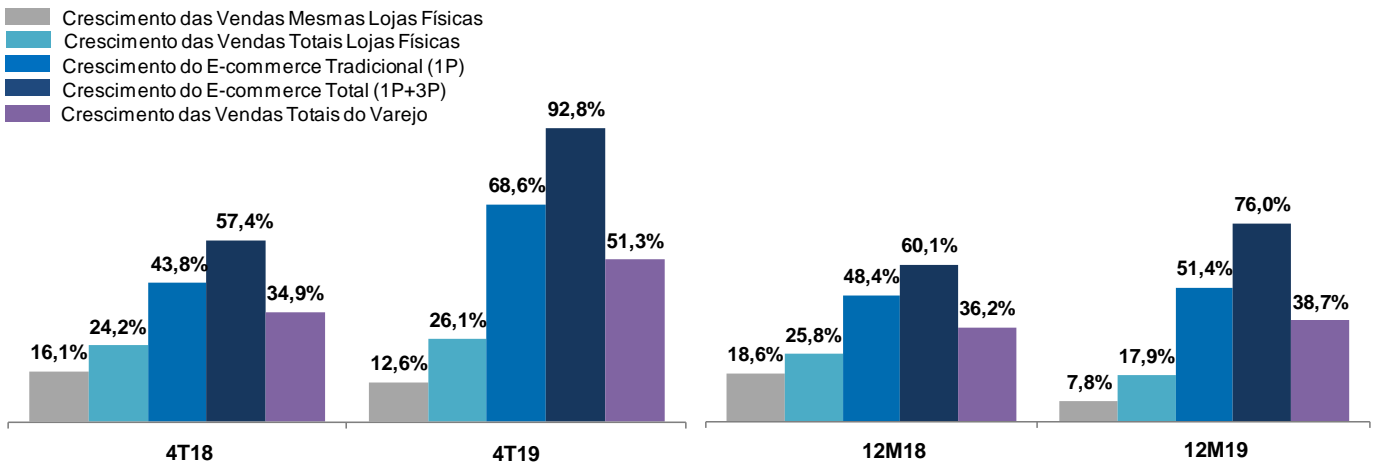


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



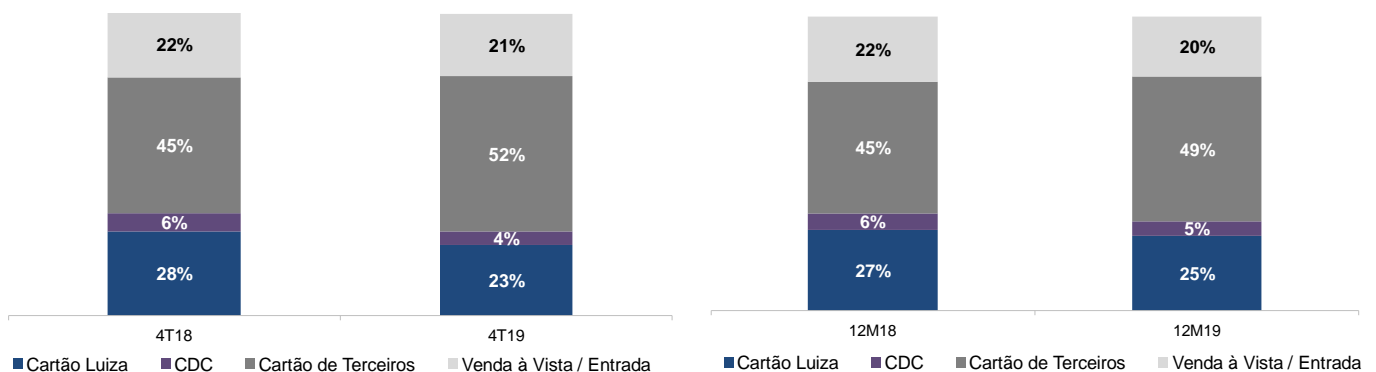
As vendas totais do varejo aumentaram 51,3% no 4T19, reflexo do crescimento de 26,1% das lojas físicas e 92,8% no e-commerce.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



A participação do Cartão Luiza nas vendas foi de 23% no 4T19, contribuindo para a estratégia da Companhia de aumentar a fidelização dos clientes. A participação do CDC nas vendas foi de 4% no 4T19 (- 2 p.p versus 4T18). Nos 12M19, a participação do Cartão Luiza nas vendas foi de 25%.

Mix de Vendas Financiadas (em %)



Receita Bruta

| R\$ milhões | 4T19 | 4T18 | Var(%) | 12M19 | 12M18 | Var(%) |
|---|----------------|----------------|--------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias | 7.488,8 | 5.339,7 | 40,2% | 23.141,0 | 18.016,2 | 28,4% |
| Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços | 362,5 | 239,9 | 51,1% | 1.132,1 | 814,6 | 39,0% |
| Receita Bruta - Varejo | 7.851,3 | 5.579,6 | 40,7% | 24.273,1 | 18.830,7 | 28,9% |
| Receita Bruta - Outros Serviços | 51,8 | 23,4 | 121,1% | 159,1 | 80,1 | 98,5% |
| Eliminações Inter-companhias | (34,7) | (4,5) | 678,4% | (55,1) | (14,3) | 284,0% |
| Receita Bruta - Total | 7.868,3 | 5.598,5 | 40,5% | 24.377,1 | 18.896,5 | 29,0% |

No 4T19, a receita bruta total cresceu 40,5% para R\$7,9 bilhões, devido ao acelerado crescimento do e-commerce, incluindo a Netshoes, expressivo aumento nas vendas das mesmas lojas físicas e contribuição das lojas novas. Vale destacar o crescimento de 51,1% na receita de prestação de serviços, especialmente devido ao crescimento de 216,4% nas vendas do Marketplace. Nos 12M19, a receita bruta cresceu 29,0% para R\$24,4 bilhões.

Receita Líquida

| R\$ milhões | 4T19 | 4T18 | Var(%) | 12M19 | 12M18 | Var(%) |
|---|----------------|----------------|--------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias | 6.049,5 | 4.380,6 | 38,1% | 18.786,2 | 14.811,8 | 26,8% |
| Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços | 324,3 | 212,5 | 52,6% | 1.012,5 | 718,9 | 40,8% |
| Receita Líquida - Varejo | 6.373,8 | 4.593,1 | 38,8% | 19.798,7 | 15.530,8 | 27,5% |
| Receita Líquida - Outros Serviços | 46,0 | 21,9 | 109,7% | 142,7 | 74,0 | 92,8% |
| Eliminações Inter-companhias | (34,7) | (4,5) | 678,4% | (55,1) | (14,3) | 284,0% |
| Receita Líquida - Total | 6.385,0 | 4.610,5 | 38,5% | 19.886,3 | 15.590,4 | 27,6% |

No 4T19, a receita líquida total evoluiu 38,5% para R\$6,4 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total. Nos 12M19, a receita líquida cresceu 27,6% para R\$19,9 bilhões.

Lucro Bruto

| R\$ milhões | 4T19 | 4T18 | Var(%) | 12M19 Ajustado | 12M18 | Var(%) |
|---|----------------|----------------|---------------|-------------------|----------------|---------------|
| Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias | 1.515,0 | 1.073,6 | 41,1% | 4.762,4 | 3.780,8 | 26,0% |
| Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços | 324,3 | 212,5 | 52,6% | 1.012,5 | 718,9 | 40,8% |
| Lucro Bruto - Varejo | 1.839,3 | 1.286,1 | 43,0% | 5.774,9 | 4.499,7 | 28,3% |
| Lucro Bruto - Outros Serviços | 17,2 | 11,0 | 56,4% | 55,3 | 39,7 | 39,6% |
| Eliminações Inter-companhias | (31,1) | (0,9) | 3421,5% | (40,3) | (1,9) | 1991,9% |
| Lucro Bruto - Total | 1.825,4 | 1.296,2 | 40,8% | 5.790,0 | 4.537,4 | 27,6% |
| Margem Bruta - Total | 28,6% | 28,1% | 0,5 pp | 29,1% | 29,1% | 0,0 pp |

No 4T19, o lucro bruto ajustado cresceu 40,8% para R\$1,8 bilhão, equivalente a uma margem bruta de 28,6%. A variação da margem bruta foi reflexo da venda de novas categorias, especialmente pela Netshoes que alcançou margem bruta de 38,4%, e pela excelente performance do marketplace, que cresceu 216,4%. Nos 12M19, o lucro bruto ajustado cresceu 27,6% para R\$5,8 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 29,1%.

Despesas Operacionais

| R\$ milhões | 4T19 | | 4T18 | | Var(%) | 12M19 | | 12M18 | | Var(%) |
|---------------------------------------|------------------|---------------|----------------|---------------|--------------|------------------|---------------|------------------|---------------|--------------|
| | Ajustado | % RL | Ajustado | % RL | | Ajustado | % RL | Ajustado | % RL | |
| Despesas com Vendas | (1.204,8) | -18,9% | (775,0) | -16,8% | 55,5% | (3.698,7) | -18,6% | (2.747,4) | -17,6% | 34,6% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (235,2) | -3,7% | (181,4) | -3,9% | 29,6% | (802,9) | -4,0% | (596,1) | -3,8% | 34,7% |
| Subtotal | (1.440,0) | -22,6% | (956,4) | -20,7% | 50,6% | (4.501,6) | -22,6% | (3.343,6) | -21,4% | 34,6% |
| Perdas em Liquidação Duvidosa | (30,2) | -0,5% | (16,6) | -0,4% | 81,1% | (76,0) | -0,4% | (59,7) | -0,4% | 27,2% |
| Outras Receitas Operacionais, Líq. | 20,9 | 0,3% | 10,4 | 0,2% | 100,3% | 64,8 | 0,3% | 41,5 | 0,3% | 56,3% |
| Total de Despesas Operacionais | (1.449,3) | -22,7% | (962,6) | -20,9% | 50,6% | (4.512,7) | -22,7% | (3.361,8) | -21,6% | 34,2% |
| % Despesas / Vendas Totais | -16,1% | | -16,2% | | | -16,5% | | -17,1% | | |

Despesas com Vendas – Ajustado

No 4T19, as despesas com vendas totalizaram R\$1.204,8 milhões, equivalentes a 18,9% da receita líquida, 2,1 p.p. maior que 4T18. Esse aumento reflete a consolidação da Netshoes, bem como investimentos adicionais em melhoria no nível de serviço, incluindo logística e atendimento, e aquisição de novos clientes, especialmente do App e do Cartão Luiza. Nos 12M19, as despesas com vendas totalizaram R\$3.698,7 milhões equivalentes a 18,6% da receita líquida (+1,0 p.p. versus os 12M18).

Despesas Gerais e Administrativas – Ajustado

No 4T19, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$235,2 milhões, equivalentes a 3,7% da receita líquida, 0,2 p.p. menor que o 4T18 devido ao forte crescimento das vendas. Nos 12M19, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$802,9 milhões equivalentes a 4,0% da receita líquida.

Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$30,2 milhões no 4T19 e R\$76,0 milhões nos 12M19.

Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

| R\$ milhões | 4T19 | % RL | 4T18 | % RL | Var(%) | 12M19 | % RL | 12M18 | % RL | Var(%) |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado | 2,8 | 0,0% | 0,3 | 0,0% | - | 7,2 | 0,0% | (0,1) | 0,0% | - |
| Apropriação de Receita Diferida | 13,6 | 0,2% | 10,1 | 0,2% | 34,7% | 53,1 | 0,3% | 41,6 | 0,3% | 27,8% |
| Outros | 4,5 | 0,1% | - | 0,0% | - | 4,5 | 0,0% | - | 0,0% | - |
| Subtotal - Ajustado | 20,9 | 0,3% | 10,4 | 0,2% | 100,3% | 64,8 | 0,3% | 41,5 | 0,3% | 56,3% |
| Créditos tributários | - | 0,0% | - | 0,0% | - | 812,0 | 4,1% | - | 0,0% | - |
| Provisão para riscos tributários | 6,0 | 0,1% | (24,0) | -0,5% | - | (240,7) | -1,2% | (10,3) | -0,1% | - |
| Honorários especialistas | (5,6) | -0,1% | - | 0,0% | - | (149,6) | -0,8% | - | 0,0% | - |
| Despesas pré-operacionais de lojas | (0,9) | 0,0% | (6,1) | -0,1% | -84,6% | (21,2) | -0,1% | (13,2) | -0,1% | 60,8% |
| Contratos de retenção e outros | 3,5 | 0,1% | (0,0) | 0,0% | - | (48,6) | -0,2% | 0,1 | 0,0% | - |
| Apropriação de Receita Diferida | - | 0,0% | 35,4 | 0,8% | - | - | 0,0% | 35,4 | 0,2% | - |
| Subtotal - Não Recorrente | 2,9 | 0,0% | 5,3 | 0,1% | -45% | 351,8 | 1,8% | 11,9 | 0,1% | 2854% |
| Total | 23,8 | 0,4% | 15,7 | 0,3% | 52% | 416,7 | 2,1% | 53,4 | 0,3% | 680,4% |

No 4T19, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$20,9 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$13,6 milhões. Nos 12M19, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$64,8 milhões.

Equivalência Patrimonial

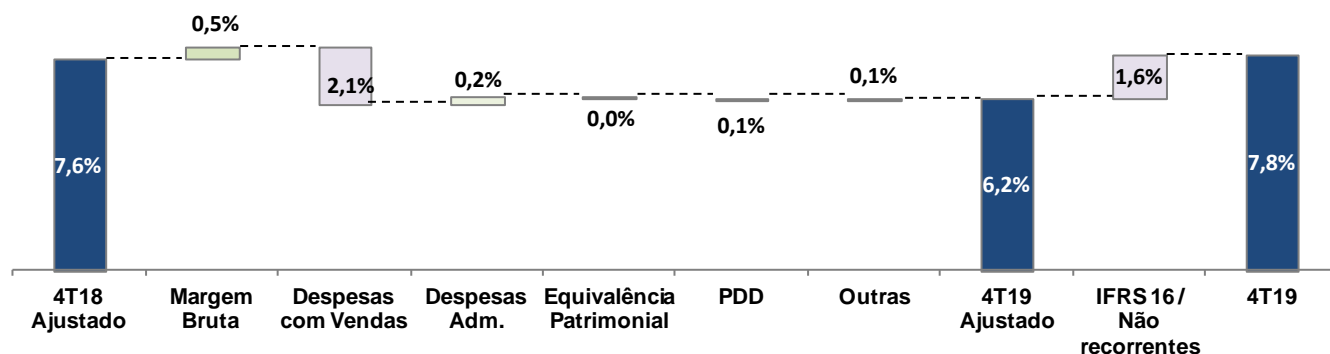
No 4T19, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$18,4 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$17,4 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$1,0 milhão. Nos 12M19, o resultado da equivalência patrimonial foi de R\$26,6 milhões.

Vale destacar que o resultado da Luizacred continua sendo influenciado pelo forte crescimento da base de cartões e do limite de crédito disponível para os melhores clientes. Entretanto, com o forte crescimento das receitas e melhoria dos indicadores de inadimplência, o lucro da Luizacred voltou a crescer, atingindo R\$34,8 milhões.

EBITDA

No 4T19, o EBITDA ajustado atingiu R\$394,5 milhões, aumentando 13,3% comparado ao 4T18. O elevado crescimento das vendas e o resultado positivo do e-commerce, incluindo o marketplace, contribuíram novamente para o crescimento do EBITDA. Os investimentos adicionais em melhoria no nível de serviço e a consolidação da Netshoes influenciaram a margem EBITDA ajustada, que passou de 7,6% no 4T18 para 6,2% no 4T19. Nos 12M19, o EBITDA Ajustado foi de R\$1.303,9 milhões (6,6% de margem).

Evolução do EBITDA (% da receita líquida)



Resultado Financeiro

| RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões) | 4T19 | % RL | 4T18 | % RL | Var(%) | 12M19 | % RL | 12M18 | % RL | Var(%) |
|--|---------|-------|---------|-------|--------|---------|-------|---------|-------|--------|
| Despesas Financeiras | (210,9) | -3,3% | (126,5) | -2,7% | 66,8% | (711,3) | -3,6% | (428,6) | -2,7% | 66,0% |
| Juros de Empréstimos e Financiamentos | (15,5) | -0,2% | (8,4) | -0,2% | 83,7% | (56,4) | -0,3% | (50,2) | -0,3% | 12,4% |
| Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros | (26,3) | -0,4% | (17,0) | -0,4% | 54,8% | (139,5) | -0,7% | (72,9) | -0,5% | 91,4% |
| Juros de Antecipações de Cartão Luiza | (66,7) | -1,0% | (74,5) | -1,6% | -10,5% | (262,8) | -1,3% | (232,6) | -1,5% | 13,0% |
| Outras Despesas e Impostos | (23,0) | -0,4% | (26,5) | -0,6% | -13,0% | (100,3) | -0,5% | (73,0) | -0,5% | 37,3% |
| Juros Arrendamento Mercantil | (79,3) | -1,2% | - | 0,0% | 0,0% | (152,4) | -0,8% | - | 0,0% | 0,0% |
| Receitas Financeiras | 22,9 | 0,4% | 35,8 | 0,8% | -36,0% | 640,9 | 3,2% | 133,9 | 0,9% | 378,5% |
| Rendimento de Aplicações Financeiras | 3,7 | 0,1% | 1,6 | 0,0% | 128,5% | 8,5 | 0,0% | 8,8 | 0,1% | -2,6% |
| Outras Receitas Financeiras | 19,2 | 0,3% | 34,2 | 0,7% | -43,7% | 632,4 | 3,2% | 125,2 | 0,8% | 405,3% |
| Resultado Financeiro Líquido | (188,0) | -2,9% | (90,7) | -2,0% | 107,3% | (70,4) | -0,4% | (294,7) | -1,9% | -76,1% |
| (-) IFRS 16 | (79,3) | -1,2% | - | - | - | (152,4) | -0,8% | - | - | - |
| (-) Atualização Monetária Créditos Tributários | - | 0,0% | - | - | - | 522,5 | 2,6% | - | - | - |
| (-) Despesas e Impostos / Não-recorrentes | - | 0,0% | - | - | - | (61,9) | -0,3% | - | - | - |
| Resultado Financeiro Líquido Ajustado | (108,7) | -1,7% | (90,7) | -2,0% | 19,8% | (378,7) | -1,9% | (294,7) | -1,9% | 28,5% |

No 4T19, a despesa financeira líquida ajustada totalizou R\$108,7 milhões, equivalente a 1,7% da receita líquida. Em relação à receita líquida, a despesa financeira melhorou 0,3 p.p. devido, principalmente, à forte geração de caixa da Companhia, à redução da taxa de juros no período e ao aumento de capital concluído em nov/19. Nos 12M19, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$378,7 milhões, equivalentes a 1,9% da receita líquida.

Lucro líquido

Considerando o crescimento do EBITDA, a diluição das despesas financeiras e o benefício dos juros sobre capital próprio, o lucro líquido ajustado alcançou R\$185,3 milhões no 4T19, com margem de 2,9%. Nos 12M19, o lucro líquido ajustado totalizou R\$552,1 milhões com margem líquida de 2,8%.

Capital de Giro – Ajustado

| R\$ milhões | Dif 12UM | dez-19 | set-19 | jun-19 | mar-19 | dez-18 |
|--|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| (+) Contas a Receber | 863,5 | 2.915,0 | 1.875,0 | 1.460,8 | 1.761,3 | 2.051,6 |
| (+) Estoques | 991,5 | 3.801,8 | 2.885,7 | 2.556,3 | 2.484,6 | 2.810,2 |
| (+) Partes Relacionadas | 179,8 | 370,0 | 239,2 | 126,2 | 260,0 | 190,2 |
| (+) Impostos a Recuperar | 560,5 | 864,1 | 745,7 | 712,7 | 221,9 | 303,7 |
| (+) Outros Ativos | 87,8 | 136,3 | 145,1 | 112,7 | 94,8 | 48,5 |
| (+) Ativos Circulantes Operacionais | 2.683,1 | 8.087,3 | 5.890,7 | 4.968,8 | 4.822,6 | 5.404,2 |
| (-) Fornecedores | 1.829,6 | 5.934,9 | 3.802,8 | 3.395,9 | 2.973,6 | 4.105,2 |
| (-) Salários, Férias e Encargos Sociais | 95,7 | 354,7 | 349,8 | 302,3 | 270,0 | 259,0 |
| (-) Impostos a Recolher | 211,0 | 352,0 | 208,8 | 174,2 | 203,3 | 141,0 |
| (-) Partes Relacionadas | 26,7 | 152,1 | 125,6 | 113,1 | 106,0 | 125,4 |
| (-) Receita Diferida | 3,9 | 43,0 | 43,0 | 43,0 | 39,2 | 39,2 |
| (-) Outras Contas a Pagar | 295,6 | 701,7 | 688,2 | 688,4 | 446,6 | 406,1 |
| (-) Passivos Circulantes Operacionais | 2.462,6 | 7.538,5 | 5.218,3 | 4.716,7 | 4.038,6 | 5.075,9 |
| (=) Capital de Giro | 220,4 | 548,8 | 672,5 | 252,1 | 784,1 | 328,3 |
| (-) Cartões de Crédito - Terceiros | 628,7 | 2.121,0 | 1.142,0 | 817,2 | 1.146,8 | 1.492,3 |
| (-) Cartão de Crédito - Luizacred | 162,8 | 269,5 | 157,4 | 68,2 | 175,9 | 106,7 |
| (-) Contas a Receber - Cartões de Crédito | 791,5 | 2.390,5 | 1.299,4 | 885,4 | 1.322,7 | 1.599,0 |
| (=) Capital de Giro Ajustado | (571,1) | (1.841,7) | (627,0) | (633,3) | (538,6) | (1.270,7) |
| % da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses | -0,8% | -7,6% | -2,8% | -3,1% | -2,7% | -6,7% |
| (=) Capital de Giro | 220,4 | 548,8 | 672,5 | 252,1 | 784,1 | 328,3 |
| (+) Saldo de Recebíveis Descontados | 294,0 | 1.679,8 | 1.992,9 | 2.322,9 | 1.777,7 | 1.385,8 |
| (=) Capital de Giro Ampliado | 514,4 | 2.228,6 | 2.665,4 | 2.574,9 | 2.561,7 | 1.714,1 |
| % da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses | 0,1% | 9,1% | 12,1% | 12,5% | 12,9% | 9,1% |

Em dez/19, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$1.841,7 milhões, mostrando uma evolução em relação ao ano anterior, contribuindo para a geração de caixa da Companhia, com destaque para a disciplina na gestão dos estoques (giro médio de 75 dias) e no prazo médio de compras (98 dias). Nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$571,1 milhões para a geração de caixa operacional.

Investimentos

| R\$ milhões | 4T19 | % | 4T18 | % | Var(%) | 12M19 | % | 12M18 | % | Var(%) |
|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-------------|------------|
| Lojas Novas | 57,2 | 44% | 31,6 | 24% | 81% | 179,2 | 34% | 86,7 | 24% | 107% |
| Reformas | 9,1 | 7% | 29,5 | 23% | -69% | 47,3 | 9% | 54,2 | 15% | -13% |
| Tecnologia | 34,4 | 26% | 20,4 | 16% | 68% | 118,8 | 23% | 84,9 | 23% | 40% |
| Logística | 23,9 | 18% | 41,0 | 31% | -42% | 131,3 | 25% | 88,8 | 24% | 48% |
| Outros | 6,2 | 5% | 7,7 | 6% | -20% | 45,0 | 9% | 49,8 | 14% | -10% |
| Total | 130,8 | 100% | 130,2 | 100% | 0% | 521,5 | 100% | 364,4 | 100% | 43% |

No 4T19, os investimentos somaram R\$130,8 milhões, incluindo a abertura de lojas, reformas, investimentos em tecnologia e logística, incluindo o processo de automação do centro de distribuição em Louveira-SP. No período, a Companhia inaugurou 74 lojas.

Estrutura de Capital

| R\$ milhões | Dif 12UM | dez-19 | set-19 | jun-19 | mar-19 | dez-18 |
|---|----------------|----------------|------------------|------------------|----------------|----------------|
| (-) Empréstimos e Financiamentos Circulante | 120,8 | (10,0) | (313,4) | (43,3) | (128,9) | (130,7) |
| (-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante | (513,6) | (838,9) | (832,7) | (1.120,4) | (321,6) | (325,2) |
| (=) Endividamento Bruto - Pró-forma | (392,9) | (848,8) | (1.146,1) | (1.163,7) | (450,5) | (456,0) |
| (+) Caixa e Equivalentes de Caixa | (293,3) | 305,7 | 221,8 | 625,7 | 293,2 | 599,1 |
| (+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante | 4.039,0 | 4.448,2 | 238,7 | 441,1 | 217,3 | 409,1 |
| (+) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante | - | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,2 | 0,2 |
| (+) Caixa e Aplicações Financeiras | 3.745,7 | 4.754,1 | 460,8 | 1.067,1 | 510,7 | 1.008,4 |
| (=) Caixa Líquido - Pró Forma | 3.352,8 | 3.905,3 | (685,3) | (96,6) | 60,2 | 552,4 |
| (+) Cartões de Crédito - Terceiros | 628,7 | 2.121,0 | 1.142,0 | 817,2 | 1.146,8 | 1.492,3 |
| (+) Cartão de Crédito - Luizacred | 162,8 | 269,5 | 157,4 | 68,2 | 175,9 | 106,7 |
| (+) Contas a Receber - Cartões de Crédito | 791,5 | 2.390,5 | 1.299,4 | 885,4 | 1.322,7 | 1.599,0 |
| (=) Caixa Líquido Ajustado - Pró-forma | 4.144,3 | 6.295,8 | 614,1 | 788,8 | 1.382,9 | 2.151,4 |
| Endividamento de Curto Prazo / Total | -27% | 1% | 27% | 4% | 29% | 29% |
| Endividamento de Longo Prazo / Total | 27% | 99% | 73% | 96% | 71% | 71% |
| EBITDA Ajustado Pró-forma (Últimos 12 Meses) | 70,5 | 1.303,9 | 1.257,5 | 1.237,9 | 1.252,0 | 1.233,3 |
| Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado Pró-forma | 3,1 x | 4,8 x | 0,5 x | 0,6 x | 1,1 x | 1,7 x |
| Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito | 4.537,2 | 7.144,6 | 1.760,2 | 1.952,5 | 1.833,4 | 2.607,4 |

Nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou sua posição de caixa líquido ajustado em R\$4.144,3 milhões, passando de uma posição de caixa líquido Ajustado de R\$2.151,4 milhões em dez/18 para R\$6.295,8 milhões em dez/19 (considerando a Oferta Secundária de Ações realizada em nov/19 no montante de R\$4,3 bilhões).

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição total de caixa de R\$7,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$4,7 bilhões mais R\$2,4 bilhões em recebíveis de cartão de crédito.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

| DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões) | 4T19 | AV | 4T18 | AV | Var(%) | 12M19 | AV | 12M18 | AV | Var(%) |
|---|-----------|--------|-----------|--------|--------|------------|--------|------------|--------|--------|
| Receita Bruta | 7.868,3 | 123,2% | 5.598,5 | 121,4% | 40,5% | 24.377,1 | 122,6% | 18.896,5 | 121,2% | 29,0% |
| Impostos e Cancelamentos | (1.483,3) | -23,2% | (988,0) | -21,4% | 50,1% | (4.490,8) | -22,6% | (3.306,1) | -21,2% | 35,8% |
| Receita Líquida | 6.385,0 | 100,0% | 4.610,5 | 100,0% | 38,5% | 19.886,3 | 100,0% | 15.590,4 | 100,0% | 27,6% |
| Custo Total | (4.559,6) | -71,4% | (3.314,4) | -71,9% | 37,6% | (14.332,3) | -72,1% | (11.053,0) | -70,9% | 29,7% |
| Lucro Bruto | 1.825,4 | 28,6% | 1.296,2 | 28,1% | 40,8% | 5.554,0 | 27,9% | 4.537,4 | 29,1% | 22,4% |
| Despesas com Vendas | (1.135,0) | -17,8% | (775,0) | -16,8% | 46,5% | (3.444,1) | -17,3% | (2.747,4) | -17,6% | 25,4% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (203,4) | -3,2% | (181,4) | -3,9% | 12,1% | (701,6) | -3,5% | (596,1) | -3,8% | 17,7% |
| Perda em Liquidação Duvidosa | (30,2) | -0,5% | (16,6) | -0,4% | 81,1% | (76,0) | -0,4% | (59,7) | -0,4% | 27,2% |
| Outras Receitas Operacionais, Líquidas | 23,8 | 0,4% | 15,7 | 0,3% | 51,5% | 416,7 | 2,1% | 53,4 | 0,3% | 680,4% |
| Equivalência Patrimonial | 18,4 | 0,3% | 14,7 | 0,3% | 25,6% | 26,6 | 0,1% | 57,8 | 0,4% | -53,9% |
| Total de Despesas Operacionais | (1.326,3) | -20,8% | (942,7) | -20,4% | 40,7% | (3.778,4) | -19,0% | (3.292,2) | -21,1% | 14,8% |
| EBITDA | 499,1 | 7,8% | 353,5 | 7,7% | 41,2% | 1.775,5 | 8,9% | 1.245,2 | 8,0% | 42,6% |
| Depreciação e Amortização | (122,3) | -1,9% | (41,0) | -0,9% | 198,2% | (487,0) | -2,4% | (163,7) | -1,0% | 197,5% |
| EBIT | 376,8 | 5,9% | 312,5 | 6,8% | 20,6% | 1.288,6 | 6,5% | 1.081,6 | 6,9% | 19,1% |
| Resultado Financeiro | (188,0) | -2,9% | (90,7) | -2,0% | 107,3% | (70,4) | -0,4% | (294,7) | -1,9% | -76,1% |
| Lucro Operacional | 188,8 | 3,0% | 221,8 | 4,8% | -14,9% | 1.218,2 | 6,1% | 786,9 | 5,0% | 54,8% |
| IR / CS | (20,8) | -0,3% | (32,1) | -0,7% | -35,3% | (296,3) | -1,5% | (189,4) | -1,2% | 56,4% |
| Lucro Líquido | 168,0 | 2,6% | 189,6 | 4,1% | -11,4% | 921,8 | 4,6% | 597,4 | 3,8% | 54,3% |
| Cálculo do EBITDA | | | | | | | | | | |
| Lucro Líquido | 168,0 | 2,6% | 189,6 | 4,1% | -11,4% | 921,8 | 4,6% | 597,4 | 3,8% | 54,3% |
| (+/-) IR / CS | 20,8 | 0,3% | 32,1 | 0,7% | -35,3% | 296,3 | 1,5% | 189,4 | 1,2% | 56,4% |
| (+/-) Resultado Financeiro | 188,0 | 2,9% | 90,7 | 2,0% | 107,3% | 70,4 | 0,4% | 294,7 | 1,9% | -76,1% |
| (+) Depreciação e amortização | 122,3 | 1,9% | 41,0 | 0,9% | 198,2% | 487,0 | 2,4% | 163,7 | 1,0% | 197,5% |
| EBITDA | 499,1 | 7,8% | 353,5 | 7,7% | 41,2% | 1.775,5 | 8,9% | 1.245,2 | 8,0% | 42,6% |
| Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes | | | | | | | | | | |
| EBITDA | 499,1 | 7,8% | 353,5 | 7,7% | 41,2% | 1.775,5 | 8,9% | 1.245,2 | 8,0% | 42,6% |
| IFRS 16 | (101,6) | -1,6% | - | 0,0% | | (355,9) | -1,8% | - | 0,0% | - |
| Resultado Não Recorrente | (2,9) | 0,0% | (5,3) | -0,1% | | (115,8) | -0,6% | (11,9) | -0,1% | - |
| EBITDA Ajustado | 394,5 | 6,2% | 348,2 | 7,6% | 13,3% | 1.303,9 | 6,6% | 1.233,3 | 7,9% | 5,7% |
| Lucro Líquido | 168,0 | 2,6% | 189,6 | 4,1% | -11,4% | 921,8 | 4,6% | 597,4 | 3,8% | 54,3% |
| IFRS 16 | 19,2 | 0,0% | - | 0,0% | | 47,9 | 0,2% | - | 0,0% | - |
| Resultado Não Recorrente | (1,9) | 0,0% | (3,5) | -0,1% | | (417,7) | -2,1% | (7,9) | -0,1% | - |
| Lucro Líquido Ajustado | 185,3 | 2,9% | 186,2 | 4,0% | -0,5% | 552,1 | 2,8% | 589,6 | 3,8% | -6,4% |

* 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 e efeito dos lançamentos do IFRS 16. No caso do ajuste acima identificado este refere-se a créditos tributários, aquisição da Netshoes, 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) | 4T19 | AV | 4T18 | AV | Var(%) | 12M19 | AV | 12M18 | AV | Var(%) |
|------------------------------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|------------|--------|------------|--------|--------|
| | Ajustado | | Ajustado | | | Ajustado | | Ajustado | | |
| Receita Bruta | 7.868,3 | 123,2% | 5.598,5 | 121,4% | 40,5% | 24.377,1 | 122,6% | 18.896,5 | 121,2% | 29,0% |
| Impostos e Cancelamentos | (1.483,3) | -23,2% | (988,0) | -21,4% | 50,1% | (4.490,8) | -22,6% | (3.306,1) | -21,2% | 35,8% |
| Receita Líquida | 6.385,0 | 100,0% | 4.610,5 | 100,0% | 38,5% | 19.886,3 | 100,0% | 15.590,4 | 100,0% | 27,6% |
| Custo Total | (4.559,6) | -71,4% | (3.314,4) | -71,9% | 37,6% | (14.096,3) | -70,9% | (11.053,0) | -70,9% | 27,5% |
| Lucro Bruto | 1.825,4 | 28,6% | 1.296,2 | 28,1% | 40,8% | 5.790,0 | 29,1% | 4.537,4 | 29,1% | 27,6% |
| Despesas com Vendas | (1.204,8) | -18,9% | (775,0) | -16,8% | 55,5% | (3.698,7) | -18,6% | (2.747,4) | -17,6% | 34,6% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (235,2) | -3,7% | (181,4) | -3,9% | 29,6% | (802,9) | -4,0% | (596,1) | -3,8% | 34,7% |
| Perda em Liquidação Duvidosa | (30,2) | -0,5% | (16,6) | -0,4% | 81,1% | (76,0) | -0,4% | (59,7) | -0,4% | 27,2% |
| Outras Receitas Operacionais, Líq. | 20,9 | 0,3% | 10,4 | 0,2% | 100,3% | 64,8 | 0,3% | 41,5 | 0,3% | 56,3% |
| Equivalência Patrimonial | 18,4 | 0,3% | 14,7 | 0,3% | 25,6% | 26,6 | 0,1% | 57,8 | 0,4% | -53,9% |
| Total de Despesas Operacionais | (1.430,8) | -22,4% | (948,0) | -20,6% | 50,9% | (4.486,1) | -22,6% | (3.304,1) | -21,2% | 35,8% |
| EBITDA | 394,5 | 6,2% | 348,2 | 7,6% | 13,3% | 1.303,9 | 6,6% | 1.233,3 | 7,9% | 5,7% |
| Depreciação e Amortização | (71,0) | -1,1% | (41,0) | -0,9% | 73,0% | (210,9) | -1,1% | (163,7) | -1,0% | 28,8% |
| EBIT | 323,6 | 5,1% | 307,2 | 6,7% | 5,3% | 1.093,0 | 5,5% | 1.069,6 | 6,9% | 2,2% |
| Resultado Financeiro | (108,7) | -1,7% | (90,7) | -2,0% | 19,8% | (378,7) | -1,9% | (294,7) | -1,9% | 28,5% |
| Lucro Operacional | 214,9 | 3,4% | 216,5 | 4,7% | -0,7% | 714,3 | 3,6% | 775,0 | 5,0% | -7,8% |
| IR / CS | (29,7) | -0,5% | (30,3) | -0,7% | -2,2% | (162,1) | -0,8% | (185,4) | -1,2% | -12,5% |
| Lucro Líquido | 185,3 | 2,9% | 186,2 | 4,0% | -0,5% | 552,1 | 2,8% | 589,6 | 3,8% | -6,4% |

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

| ATIVO | dez/19 | set/19 | jun/19 | mar/19 | dez/18 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|
| ATIVO CIRCULANTE | | | | | |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 305,7 | 221,8 | 625,7 | 293,2 | 599,1 |
| Títulos e Valores Mobiliários | 4.448,2 | 238,7 | 441,1 | 217,3 | 409,1 |
| Contas a Receber - Cartão de Crédito | 2.121,0 | 1.142,0 | 817,2 | 1.146,8 | 1.492,3 |
| Contas a Receber - Outros | 794,0 | 733,0 | 643,6 | 614,6 | 559,2 |
| Estoques | 3.801,8 | 2.885,7 | 2.556,3 | 2.484,6 | 2.810,2 |
| Partes Relacionadas - Cartão Luiza | 269,5 | 157,4 | 68,2 | 175,9 | 106,7 |
| Partes Relacionadas - Outros | 100,6 | 81,8 | 58,1 | 84,1 | 83,5 |
| Tributos a Recuperar | 864,1 | 745,7 | 712,7 | 221,9 | 303,7 |
| Outros Ativos | 136,3 | 145,1 | 112,7 | 94,8 | 48,5 |
| Total do Ativo Circulante | 12.841,2 | 6.351,2 | 6.035,6 | 5.333,1 | 6.412,4 |
| ATIVO NÃO CIRCULANTE | | | | | |
| Títulos e Valores Mobiliários | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,2 | 0,2 |
| Contas a Receber | 16,8 | 11,7 | 11,3 | 4,4 | 7,6 |
| Tributos a Recuperar | 1.137,8 | 1.275,5 | 944,6 | 246,8 | 150,6 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | 12,7 | 14,2 | 27,0 | 168,9 | 181,0 |
| Depósitos Judiciais | 570,1 | 518,2 | 480,1 | 383,9 | 349,2 |
| Outros Ativos | 11,0 | 36,4 | 34,7 | 32,7 | 34,2 |
| Investimentos em Controladas | 305,1 | 305,0 | 293,6 | 294,6 | 308,5 |
| Direito de Uso | 2.273,8 | 2.168,2 | 1.804,9 | 1.882,0 | |
| Imobilizado | 1.076,7 | 1.016,1 | 941,2 | 789,4 | 754,3 |
| Intangível | 1.545,6 | 1.556,0 | 1.509,5 | 605,1 | 598,8 |
| Total do Ativo não Circulante | 6.949,9 | 6.901,6 | 6.047,0 | 4.408,1 | 2.384,4 |
| TOTAL DO ATIVO | 19.791,1 | 13.252,8 | 12.082,7 | 9.741,2 | 8.796,7 |
| PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | | | | |
| PASSIVO CIRCULANTE | | | | | |
| Fornecedores | 5.934,9 | 3.802,8 | 3.395,9 | 2.973,6 | 4.105,2 |
| Empréstimos e Financiamentos | 10,0 | 313,4 | 43,3 | 128,9 | 130,7 |
| Salários, Férias e Encargos Sociais | 354,7 | 349,8 | 302,3 | 270,0 | 259,0 |
| Tributos a Recolher | 352,0 | 208,8 | 174,2 | 203,3 | 141,0 |
| Partes Relacionadas | 152,1 | 125,6 | 113,1 | 106,0 | 125,4 |
| Arrendamento Mercantil | 330,6 | 213,1 | 212,6 | 224,6 | - |
| Receita Diferida | 43,0 | 43,0 | 43,0 | 39,2 | 39,2 |
| Dividendos a Pagar | 123,6 | 112,0 | - | 166,4 | 182,0 |
| Outras Contas a Pagar | 701,7 | 688,2 | 688,4 | 446,6 | 406,1 |
| Total do Passivo Circulante | 8.002,6 | 5.856,8 | 4.972,6 | 4.558,6 | 5.388,6 |
| PASSIVO NÃO CIRCULANTE | | | | | |
| Empréstimos e Financiamentos | 838,9 | 832,7 | 1.120,4 | 321,6 | 325,2 |
| Arrendamento Mercantil | 1.949,8 | 1.991,2 | 1.621,3 | 1.667,2 | - |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | 39,0 | 65,3 | 58,1 | - | - |
| Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas | 1.037,1 | 941,0 | 813,0 | 380,9 | 387,4 |
| Receita Diferida | 356,8 | 370,5 | 384,3 | 378,1 | 391,0 |
| Outras Contas a Pagar | 2,0 | 1,8 | 1,9 | 1,8 | 1,7 |
| Total do Passivo não Circulante | 4.223,5 | 4.202,4 | 3.999,1 | 2.749,6 | 1.105,3 |
| TOTAL DO PASSIVO | 12.226,1 | 10.059,2 | 8.971,7 | 7.308,2 | 6.493,9 |
| PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | | | | |
| Capital Social | 5.952,3 | 1.719,9 | 1.719,9 | 1.719,9 | 1.719,9 |
| Reserva de Capital | 323,3 | 296,3 | 268,1 | 54,9 | 52,2 |
| Ações em Tesouraria | (124,5) | (80,4) | (9,5) | (84,2) | (87,0) |
| Reserva Legal | 109,0 | 65,6 | 65,6 | 65,6 | 65,6 |
| Reserva de Retenção de Lucros | 1.301,8 | 434,9 | 546,9 | 546,9 | 546,9 |
| Ajuste de Avaliação Patrimonial | 3,2 | 3,4 | 1,2 | (2,1) | 5,3 |
| Lucros Acumulados | - | 753,8 | 518,7 | 132,1 | - |
| Total do Patrimônio Líquido | 7.564,9 | 3.193,6 | 3.110,9 | 2.433,0 | 2.302,9 |
| TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | 19.791,1 | 13.252,8 | 12.082,7 | 9.741,2 | 8.796,7 |

ANEXO IV
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL

| FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões) | 4T19 | 4T18 | 12M19 | 12M18 |
|--|------------------|----------------|------------------|------------------|
| Lucro Líquido | 168,0 | 189,6 | 921,8 | 597,4 |
| Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento | 20,8 | 11,7 | 244,2 | 88,8 |
| Depreciação e Amortização | 122,3 | 41,0 | 487,0 | 163,7 |
| Juros sobre Empréstimos Provisionados | 87,2 | 9,6 | 203,7 | 49,7 |
| Equivalência Patrimonial | (18,4) | (14,7) | (26,6) | (57,8) |
| Dividendos Recebidos | - | 15,6 | 21,2 | 31,4 |
| Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber | 35,4 | 15,9 | 331,9 | 130,6 |
| Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas | 57,2 | 34,6 | 452,1 | 95,1 |
| Resultado na Venda de Ativos | (0,8) | (0,3) | (5,0) | 0,1 |
| Apropriação da Receita Diferida | (13,3) | (45,5) | (53,3) | (76,9) |
| Despesas com Plano de Ações e Opções | 28,6 | 5,6 | 84,4 | 17,7 |
| Outros | - | - | - | - |
| Lucro Líquido Ajustado | 487,0 | 263,3 | 2.661,5 | 1.039,7 |
| Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros) | (101,6) | (46,8) | (256,8) | (253,5) |
| Estoques | (916,0) | (693,3) | (1.026,6) | (883,0) |
| Tributos a Recuperar | 19,3 | (60,4) | (1.467,1) | (85,9) |
| Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza) | (28,3) | 9,3 | (132,7) | (25,4) |
| Variação nos Ativos Operacionais | (1.026,6) | (791,2) | (2.883,3) | (1.247,8) |
| Fornecedores | 2.132,1 | 1.451,6 | 1.409,9 | 1.185,1 |
| Outras Contas a Pagar | 152,1 | 102,0 | 312,8 | 146,7 |
| Variação nos Passivos Operacionais | 2.284,2 | 1.553,6 | 1.722,7 | 1.331,8 |
| Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais | 1.744,5 | 1.025,8 | 1.501,0 | 1.123,7 |
| Aquisição de Imobilizado e Intangível | (130,8) | (130,2) | (521,5) | (364,4) |
| Investimento em Controlada | (6,1) | 3,5 | (407,1) | 0,3 |
| Aumento de Capital em Controlada | - | (30,0) | - | (30,0) |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos | (136,9) | (156,7) | (928,6) | (394,1) |
| Captação de Empréstimos e Financiamentos | (3,8) | - | 798,9 | - |
| Pagamento de Empréstimos e Financiamentos | (297,3) | (127,7) | (607,0) | (412,6) |
| Variação de Outros Ativos Financeiros (Hedge) | - | - | - | (1,4) |
| Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos | (4,6) | (5,7) | (52,3) | (53,2) |
| Pagamento de arrendamento mercantil | (26,5) | - | (214,3) | - |
| Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil | (79,2) | - | (152,4) | - |
| Pagamento de Dividendos | - | - | (182,0) | (114,3) |
| Ações em Tesouraria | (44,2) | (20,0) | 141,4 | (75,7) |
| Recursos provenientes da emissão de ações | 4.300,0 | - | 4.300,0 | - |
| Pagamento de gastos com emissão de ações | (67,6) | - | (67,6) | - |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos | 3.776,8 | (153,4) | 3.964,8 | (657,1) |
| Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros | 1.760,2 | 1.891,7 | 2.607,4 | 2.534,9 |
| Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros | 7.144,6 | 2.607,4 | 7.144,6 | 2.607,4 |
| Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários | 5.384,4 | 715,7 | 4.537,2 | 72,5 |

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

(i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.

(ii) tratamento do Recebíveis de Cartão de Crédito como Caixa.

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

| CAPITAL INVESTIDO (R\$MM) | dez-19 | set-19 | jun-19 | mar-19 | dez-18 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| (=) Capital de Giro | 218,2 | 459,3 | 39,4 | 559,4 | 328,3 |
| (+) Contas a receber | 16,8 | 11,7 | 11,3 | 4,4 | 7,6 |
| (+) IR e CS diferidos | 12,7 | 14,2 | 27,0 | 168,9 | 181,0 |
| (+) Impostos a recuperar | 1.137,8 | 1.275,5 | 944,6 | 246,8 | 150,6 |
| (+) Depósitos judiciais | 570,1 | 518,2 | 480,1 | 383,9 | 349,2 |
| (+) Outros ativos | 11,0 | 36,4 | 34,7 | 32,7 | 34,2 |
| (+) Invest. contr. em conjunto | 305,1 | 305,0 | 293,6 | 294,6 | 308,5 |
| (+) Direito de Uso | 2.273,8 | 2.168,2 | 1.804,9 | 1.882,0 | - |
| (+) Imobilizado | 1.076,7 | 1.016,1 | 941,2 | 789,4 | 754,3 |
| (+) Intangível | 1.545,6 | 1.556,0 | 1.509,5 | 605,1 | 598,8 |
| (+) Ativos não circulantes operacionais | 6.949,7 | 6.901,3 | 6.046,8 | 4.407,9 | 2.384,1 |
| (-) Provisão para contingências | 1.037,1 | 941,0 | 813,0 | 380,9 | 387,4 |
| (-) Arrendamento Mercantil | 1.949,8 | 1.991,2 | 1.621,3 | 1.667,2 | - |
| (-) Receita diferida | 356,8 | 370,5 | 384,3 | 378,1 | 391,0 |
| (+) IR e CS diferidos | 39,0 | 65,3 | 58,1 | - | - |
| (-) Outras contas a pagar | 2,0 | 1,8 | 1,9 | 1,8 | 1,7 |
| (-) Passivos não circulantes operacionais | 3.384,7 | 3.369,7 | 2.878,7 | 2.428,0 | 780,0 |
| (=) Capital Fixo | 3.565,0 | 3.531,6 | 3.168,1 | 1.979,9 | 1.604,1 |
| (=) Capital Investido Total | 3.783,2 | 3.990,9 | 3.207,5 | 2.539,3 | 1.932,4 |
| (+) Dívida Líquida | (3.905,3) | 685,3 | 96,6 | (60,2) | (552,4) |
| (+) Dividendos a Pagar | 123,6 | 112,0 | - | 166,4 | 182,0 |
| (+) Patrimônio Líquido | 7.564,9 | 3.193,6 | 3.110,9 | 2.433,0 | 2.302,9 |
| (=) Financiamento Total | 3.783,2 | 3.990,9 | 3.207,5 | 2.539,3 | 1.932,4 |
| | - | - | - | - | - |
| RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM) | 4T19 | 3T19 | 2T19 | 1T19 | 4T18 |
| Receitas Financeiras | 22,9 | 96,2 | 479,7 | 42,2 | 35,8 |
| Despesas Financeiras | (210,9) | (135,7) | (223,7) | (141,1) | (126,5) |
| Despesas Financeiras Líquidas | (188,0) | (39,5) | 256,0 | (98,9) | (90,7) |
| Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros | 93,0 | 93,6 | 122,1 | 93,6 | 91,5 |
| Despesas Financeiras Ajustadas | (95,0) | 54,1 | 378,1 | (5,3) | 0,8 |
| Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas | 32,3 | (18,4) | (128,5) | 1,8 | (0,3) |
| Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos | (62,7) | 35,7 | 249,5 | (3,5) | 0,6 |
| | | | | | |
| RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM) | 4T19 | 3T19 | 2T19 | 1T19 | 4T18 |
| EBITDA | 499,1 | 501,2 | 379,9 | 395,4 | 353,5 |
| Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros | (93,0) | (93,6) | (122,1) | (93,6) | (91,5) |
| Depreciação | (122,3) | (163,9) | (96,8) | (103,9) | (41,0) |
| IR/CS correntes e diferidos | (20,8) | (62,7) | (152,4) | (60,4) | (32,1) |
| Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas | (32,3) | 18,4 | 128,5 | (1,8) | 0,3 |
| Lucro Líquido Operacional (NOPLAT) | 230,7 | 199,4 | 137,1 | 135,6 | 189,1 |
| Capital Investido | 3.783,2 | 3.990,9 | 3.207,5 | 2.539,3 | 1.932,4 |
| ROIC Anualizado | 24% | 20% | 17% | 21% | 39% |
| Lucro Líquido | 168,0 | 235,1 | 386,6 | 132,1 | 189,6 |
| Patrimônio Líquido | 7.564,9 | 3.193,6 | 3.110,9 | 2.433,0 | 2.302,9 |
| ROE Anualizado | 9% | 29% | 50% | 22% | 33% |

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

| Abertura Vendas Totais | 4T19 | A.V.(%) | 4T18 | A.V.(%) | Crescimento |
|----------------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|
| | | | | | Total |
| Lojas Virtuais | 350,1 | 3,9% | 277,1 | 4,7% | 26,4% |
| Lojas Convencionais | 4.319,6 | 48,1% | 3.425,3 | 57,6% | 26,1% |
| Subtotal - Lojas Físicas | 4.669,7 | 52,0% | 3.702,4 | 62,3% | 26,1% |
| E-commerce Tradicional (1P) | 3.160,3 | 35,2% | 1.873,9 | 31,5% | 68,6% |
| Marketplace (3P) | 1.158,1 | 12,9% | 366,0 | 6,2% | 216,4% |
| Subtotal - E-commerce | 4.318,4 | 48,0% | 2.239,9 | 37,7% | 92,8% |
| Vendas Totais¹ | 8.988,1 | 100,0% | 5.942,3 | 100,0% | 51,3% |

| Abertura Vendas Totais | 12M19 | A.V.(%) | 12M18 | A.V.(%) | Crescimento |
|----------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|--------------|
| | | | | | Total |
| Lojas Virtuais | 1.119,2 | 4,1% | 908,8 | 4,6% | 23,1% |
| Lojas Convencionais | 13.785,8 | 50,6% | 11.733,7 | 59,7% | 17,5% |
| Subtotal - Lojas Físicas | 14.905,0 | 54,7% | 12.642,6 | 64,3% | 17,9% |
| E-commerce Tradicional (1P) | 9.338,7 | 34,2% | 6.170,2 | 31,4% | 51,4% |
| Marketplace (3P) | 3.027,0 | 11,1% | 855,1 | 4,3% | 254,0% |
| Subtotal - E-commerce | 12.365,7 | 45,3% | 7.025,3 | 35,7% | 76,0% |
| Vendas Totais¹ | 27.270,7 | 100,0% | 19.667,8 | 100,0% | 38,7% |

⁽¹⁾ 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 | dez-19 | Part(%) | dez-18 | Part(%) | Crescimento |
|--|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|
| | | | | | Total |
| Lojas Virtuais | 195 | 17,5% | 162 | 17,0% | 33 |
| Lojas Convencionais | 912 | 81,9% | 791 | 82,9% | 121 |
| Quisques | 5 | 0,4% | - | 0,0% | 5 |
| Subtotal - Lojas Físicas | 1.112 | 99,9% | 953 | 99,9% | 159 |
| Ecommerce | 1 | 0,1% | 1 | 0,1% | - |
| Total | 1.113 | 100,0% | 954 | 100,0% | 159 |
| Área total de vendas (m²) | 648.227 | 100% | 572.394 | 100% | 13,2% |

ANEXO VII LUIZACRED

Indicadores Operacionais

A Luizacred é uma *joint-venture* entre o Magazine Luiza e o Itaú Unibanco, responsável pelo financiamento de parte representativa das vendas da Companhia. Na Financeira, os principais papéis do Magalu são vendas, gestão dos colaboradores e o atendimento aos clientes, ao passo que o Itaú Unibanco é responsável pelo *funding* da Luizacred, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

No 4T19, a base total de cartões da Luizacred cresceu 332 mil unidades e atingiu 5,2 milhões de cartões emitidos (+22,8% *versus* dez/18). As vendas dentro das lojas para clientes do Cartão Luiza, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, cresceram 29,4% no 4T19.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$11,5 bilhões ao final do 4T19, um aumento de 37,4% em relação ao 4T18. A carteira do Cartão Luiza cresceu 40,1% para R\$11,4 bilhões, enquanto a carteira de CDC foi de R\$118 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de foco no Cartão Luiza.

| R\$ milhões | 4T19 | 4T18 | Var(%) | 12M19 | 12M18 | Var(%) |
|---|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Base Total de Cartões (mil) | 5.220 | 4.253 | 22,8% | 5.220 | 4.253 | 22,8% |
| Faturamento Cartão no Magazine Luiza | 2.082 | 1.609 | 29,4% | 6.708 | 5.194 | 29,1% |
| Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza | 6.028 | 4.558 | 32,3% | 20.390 | 15.059 | 35,4% |
| Subtotal - Cartão Luiza | 8.109 | 6.167 | 31,5% | 27.098 | 20.253 | 33,8% |
| Faturamento CDC | 7 | 57 | -86,8% | 115 | 258 | -55,3% |
| Faturamento Empréstimo Pessoal | 6 | 12 | -47,2% | 37 | 55 | -32,6% |
| Faturamento Total Luizacred | 8.123 | 6.235 | 30,3% | 27.250 | 20.566 | 32,5% |
| Carteira Cartão | 11.414 | 8.149 | 40,1% | 11.414 | 8.149 | 40,1% |
| Carteira CDC | 118 | 227 | -47,9% | 118 | 227 | -47,9% |
| Carteira Empréstimo Pessoal | 17 | 31 | -43,5% | 17 | 31 | -43,5% |
| Carteira de Crédito | 11.549 | 8.406 | 37,4% | 11.549 | 8.406 | 37,4% |

A concessão de crédito da Luizacred é feita seguindo políticas e critérios estabelecidos pela área de Modelagem e Políticas de Crédito do Itaú Unibanco. As políticas são definidas com base em modelos estatísticos, proprietários, usando como critério de decisão o modelo de Risk Adjusted Return on Capital (RAROC).

Magalu
Divulgação de Resultados do 4º Trimestre de 2019

Demonstração de Resultados em IFRS

| R\$ milhões | 4T19 | AV | 4T18 | AV | Var(%) | 12M19 | AV | 12M18 | AV | Var(%) |
|--|---------|--------|---------|--------|--------|-----------|--------|---------|--------|--------|
| Receitas da Intermediação Financeira | 416,4 | 100,0% | 348,2 | 100,0% | 19,6% | 1.600,7 | 100,0% | 1.242,3 | 100,0% | 28,8% |
| Cartão | 394,6 | 94,8% | 305,9 | 87,8% | 29,0% | 1.477,4 | 92,3% | 1.084,6 | 87,3% | 36,2% |
| CDC | 16,1 | 3,9% | 33,4 | 9,6% | -51,7% | 94,1 | 5,9% | 118,8 | 9,6% | -20,8% |
| EP | 5,6 | 1,3% | 9,0 | 2,6% | -37,5% | 29,2 | 1,8% | 38,9 | 3,1% | -25,0% |
| Despesas da Intermediação Financeira | (331,4) | -79,6% | (285,8) | -82,1% | 16,0% | (1.411,9) | -88,2% | (906,2) | -72,9% | 55,8% |
| Operações de Captação no Mercado | (59,4) | -14,3% | (52,0) | -14,9% | 14,4% | (254,3) | -15,9% | (183,2) | -14,7% | 38,9% |
| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa | (272,0) | -65,3% | (233,8) | -67,1% | 16,3% | (1.157,6) | -72,3% | (723,0) | -58,2% | 60,1% |
| Resultado Bruto da Intermediação Financeira | 84,9 | 20,4% | 62,5 | 17,9% | 36,0% | 188,8 | 11,8% | 336,1 | 27,1% | -43,8% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (25,7) | -6,2% | (30,1) | -8,6% | -14,6% | (119,4) | -7,5% | (158,6) | -12,8% | -24,7% |
| Receitas de Prestação de Serviços | 239,6 | 57,5% | 190,4 | 54,7% | 25,9% | 851,5 | 53,2% | 645,1 | 51,9% | 32,0% |
| Despesas de Pessoal | (8,7) | -2,1% | (7,8) | -2,2% | 10,7% | (33,8) | -2,1% | (25,2) | -2,0% | 34,5% |
| Outras Despesas Administrativas | (195,3) | -46,9% | (171,7) | -49,3% | 13,8% | (723,8) | -45,2% | (629,2) | -50,6% | 15,0% |
| Depreciação e Amortização | (3,0) | -0,7% | (3,0) | -0,8% | 1,5% | (11,9) | -0,7% | (11,9) | -1,0% | 0,6% |
| Despesas Tributárias | (37,2) | -8,9% | (29,5) | -8,5% | 26,0% | (135,7) | -8,5% | (103,7) | -8,3% | 31,0% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (21,1) | -5,1% | (8,5) | -2,4% | 149% | (65,6) | -4,1% | (33,8) | -2,7% | 93,9% |
| Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro | 59,2 | 14,2% | 32,4 | 9,3% | 83,0% | 69,4 | 4,3% | 177,5 | 14,3% | -60,9% |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | (24,4) | -5,9% | (16,7) | -4,8% | 46,8% | (29,1) | -1,8% | (89,8) | -7,2% | -67,7% |
| Lucro Líquido | 34,8 | 8,4% | 15,7 | 4,5% | 121,5% | 40,3 | 2,5% | 87,6 | 7,1% | -54,0% |

Demonstração de Resultados pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central

| R\$ milhões | 4T19 | AV | 4T18 | AV | Var(%) | 12M19 | AV | 12M18 | AV | Var(%) |
|--|---------|--------|---------|--------|--------|-----------|--------|---------|--------|--------|
| Receitas da Intermediação Financeira | 416,4 | 100,0% | 348,2 | 100,0% | 19,6% | 1.600,7 | 100,0% | 1.242,3 | 100,0% | 28,8% |
| Cartão | 394,6 | 94,8% | 305,9 | 87,8% | 29,0% | 1.476,5 | 92,2% | 1.084,6 | 87,3% | 36,1% |
| CDC | 16,1 | 3,9% | 33,4 | 9,6% | -51,7% | 94,1 | 5,9% | 118,8 | 9,6% | -20,8% |
| EP | 5,6 | 1,3% | 9,0 | 2,6% | -37,5% | 30,1 | 1,9% | 38,9 | 3,1% | -22,6% |
| Despesas da Intermediação Financeira | (339,2) | -81,5% | (247,6) | -71,1% | 37,0% | (1.297,3) | -81,0% | (790,0) | -63,6% | 64,2% |
| Operações de Captação no Mercado | (59,4) | -14,3% | (52,0) | -14,9% | 14,4% | (254,3) | -15,9% | (183,2) | -14,7% | 38,9% |
| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa | (279,8) | -67,2% | (195,6) | -56,2% | 43,0% | (1.043,0) | -65,2% | (606,9) | -48,8% | 71,9% |
| Resultado Bruto da Intermediação Financeira | 77,2 | 18,5% | 100,6 | 28,9% | -23,3% | 303,4 | 19,0% | 452,3 | 36,4% | -32,9% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (25,7) | -6,2% | (30,1) | -8,6% | -14,6% | (119,4) | -7,5% | (158,6) | -12,8% | -24,7% |
| Receitas de Prestação de Serviços | 239,6 | 57,5% | 190,4 | 54,7% | 25,9% | 851,5 | 53,2% | 645,1 | 51,9% | 32,0% |
| Despesas de Pessoal | (8,7) | -2,1% | (7,8) | -2,2% | 10,7% | (33,8) | -2,1% | (25,2) | -2,0% | 34,5% |
| Outras Despesas Administrativas | (195,3) | -46,9% | (171,7) | -49,3% | 13,8% | (723,8) | -45,2% | (629,2) | -50,6% | 15,0% |
| Depreciação e Amortização | (3,0) | -0,7% | (3,0) | -0,8% | 1,5% | (11,9) | -0,7% | (11,9) | -1,0% | 0,6% |
| Despesas Tributárias | (37,2) | -8,9% | (29,5) | -8,5% | 26,0% | (135,7) | -8,5% | (103,7) | -8,3% | 31,0% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (21,1) | -5,1% | (8,5) | -2,4% | 149% | (65,6) | -4,1% | (33,8) | -2,7% | 93,9% |
| Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro | 51,5 | 12,4% | 70,5 | 20,3% | -27,0% | 184,0 | 11,5% | 293,7 | 23,6% | -37,4% |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | (21,3) | -5,1% | (23,9) | -6,9% | -10,8% | (74,9) | -4,7% | (132,2) | -10,6% | -43,4% |
| Lucro Líquido | 30,1 | 7,2% | 46,6 | 13,4% | -35,3% | 109,1 | 6,8% | 161,4 | 13,0% | -32,4% |

Comparativo: Resultado em IFRS x Banco Central

| R\$ milhões | 4T19 | AV | 4T18 | AV | Var(%) | 12M19 | AV | 12M18 | AV | Var(%) |
|---|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|
| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa | (7,7) | -1,9% | 38,2 | 11,0% | - | 114,6 | 7,2% | 116,2 | 9,4% | - |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | 3,1 | 0,7% | (7,3) | -2,1% | - | (45,8) | -2,9% | (42,4) | -3,4% | - |
| Lucro Líquido | (4,6) | -1,1% | 30,9 | 8,9% | - | 68,7 | 4,3% | 73,8 | 5,9% | - |

Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira aumentaram 19,6% no 4T19 e atingiram R\$416,4 milhões, influenciadas principalmente pelo crescimento do faturamento do Cartão Luiza dentro e fora do Magazine Luiza.

Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

Os indicadores de inadimplência continuam em níveis historicamente baixos. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 2,4% da carteira total em dez/19, melhorando 0,3 p.p. em relação a set/19, mantendo uma política de crédito mais conservadora.

A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) atingiu 8,2% da carteira total em dez/19, 0,6 p.p. melhor em relação à set/19. A variação na carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) está relacionada a estratégia de crescimento e aumento da base de clientes novos do Cartão Luiza.

A despesa de PDD líquida de recuperação representou 2,3% da carteira total no 4T19, uma redução em relação ao patamar de 2,8% no 4T18. Vale destacar que o índice de cobertura em IFRS da carteira foi de 170% em dez/19.

| CARTEIRA - VISÃO ATRASO | dez/19 | | set/19 | | jun/19 | | mar/19 | | dez/18 | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|
| 000 a 014 dias | 10.322 | 89,4% | 9.151 | 88,5% | 8.428 | 88,3% | 7.836 | 88,8% | 7.568 | 90,0% |
| 015 a 030 dias | 67 | 0,6% | 65 | 0,6% | 70 | 0,7% | 81 | 0,9% | 63 | 0,8% |
| 031 a 060 dias | 81 | 0,7% | 88 | 0,9% | 91 | 1,0% | 102 | 1,2% | 69 | 0,8% |
| 061 a 090 dias | 128 | 1,1% | 122 | 1,2% | 141 | 1,5% | 123 | 1,4% | 98 | 1,2% |
| 091 a 120 dias | 123 | 1,1% | 133 | 1,3% | 124 | 1,3% | 95 | 1,1% | 96 | 1,1% |
| 121 a 150 dias | 116 | 1,0% | 118 | 1,1% | 140 | 1,5% | 96 | 1,1% | 82 | 1,0% |
| 151 a 180 dias | 110 | 1,0% | 122 | 1,2% | 107 | 1,1% | 88 | 1,0% | 74 | 0,9% |
| 180 a 360 dias | 602 | 5,2% | 536 | 5,2% | 440 | 4,6% | 399 | 4,5% | 356 | 4,2% |
| Carteira de Crédito (R\$ milhões) | 11.549 | 100,0% | 10.336 | 100,0% | 9.542 | 100,0% | 8.820 | 100,0% | 8.406 | 100,0% |
| Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias | 133 | | 126 | | 120 | | 114 | | 111 | |
| Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões) | 11.682 | | 10.462 | | 9.661 | | 8.935 | | 8.517 | |
| Atraso de 15 a 90 Dias | 275 | 2,4% | 275 | 2,7% | 302 | 3,2% | 306 | 3,5% | 231 | 2,7% |
| Atraso Maior 90 Dias | 951 | 8,2% | 910 | 8,8% | 811 | 8,5% | 678 | 7,7% | 608 | 7,2% |
| Atraso Total | 1.227 | 10,6% | 1.185 | 11,5% | 1.113 | 11,7% | 984 | 11,2% | 839 | 10,0% |
| PDD sobre Carteira de Crédito | 1.335 | | 1.260 | | 1.097 | | 985 | | 924 | |
| PDD sobre Limite Disponível | 280 | | 279 | | 265 | | 225 | | 211 | |
| PDD Total em IFRS 9 | 1.614 | | 1.539 | | 1.363 | | 1.210 | | 1.135 | |
| Índice de Cobertura da Carteira | 140% | | 138% | | 135% | | 145% | | 152% | |
| Índice de Cobertura Total | 170% | | 169% | | 168% | | 179% | | 187% | |

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.

Resultado Bruto da Intermediação Financeira

A margem bruta da intermediação financeira no 4T19 foi de 20,4%, representando um aumento de 2,5 p.p. em relação ao 4T18, influenciada pelo forte crescimento da base de cartões e do limite de crédito disponível para os melhores clientes. Entretanto, o forte crescimento das receitas e a melhoria dos indicadores de inadimplência contribuíram para a margem bruta no 4T19.

Nos 12M19, a margem bruta de intermediação financeira foi de 11,8%, 15,3 p.p. menor que nos 12M18.

Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$25,7 milhões no 4T19, uma melhoria de 14,6% em relação ao 4T18, devido ao crescimento da receita de prestação de serviços em 25,9%. Nos 12M19, as outras despesas operacionais totalizaram R\$119,4 milhões, uma redução de 24,7% em relação aos 12M18.

O índice de eficiência operacional da Luizacred passou de 44% no 4T18 para 41% no 4T19 (-3 p.p.), um dos melhores patamares dos últimos anos.

Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 4T19, o resultado operacional totalizou R\$59,2 milhões, representando 14,2% da receita da intermediação financeira, um aumento de 5,0 p.p. em relação ao 4T18. No 4T19, a Luizacred apresentou um lucro de R\$34,8 milhões, com ROE de 23,7%.

De acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, considerando as provisões mínimas pela Lei nº 2682, o lucro líquido da Luizacred totalizou R\$30,1 milhões no 4T19 e R\$109,1 milhões nos 12M19, com ROE de 13,4% e 12,6% respectivamente.

Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$917,9 milhões em dez/19. 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 Magazine Luiza era de R\$616,8 milhões.

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS
Teleconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)

17 de fevereiro de 2020 (segunda-feira)

11h00 – Horário de Brasília

09h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Para participantes no Brasil:

Telefone para conexão: +55 (11) 3181-8565

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

[Webcast Português](#)

HD Web Phone:

[Acesso HD Magalu](#)

Replay (disponível por 7 dias):

Telefone para conexão no Brasil: +55 (11) 3193-1012

Senha: **2416929#**

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo

Diretor Financeiro e RI

Simon Olson

Diretor Adjunto RI
e Novos Negócios

Vanessa Rossini

Gerente RI

Kenny Damazio

Coordenadora RI

Lucas Ozório

Analista RI

Tel.: +55 11 3504-2727

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 dezessete centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.100 lojas distribuídas em 18 estados. No centro do sucesso do Magalu está uma plataforma de varejo multicanal, capaz de alcançar clientes através de aplicativos, site e lojas físicas. Uma grande parte do sucesso da empresa também se deve à sua equipe interna de desenvolvimento, o Luizalabs, que é composto por mais de 1.200 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 mais de 48% 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.