

MAGALU



Videoconferência de Resultados 1T20

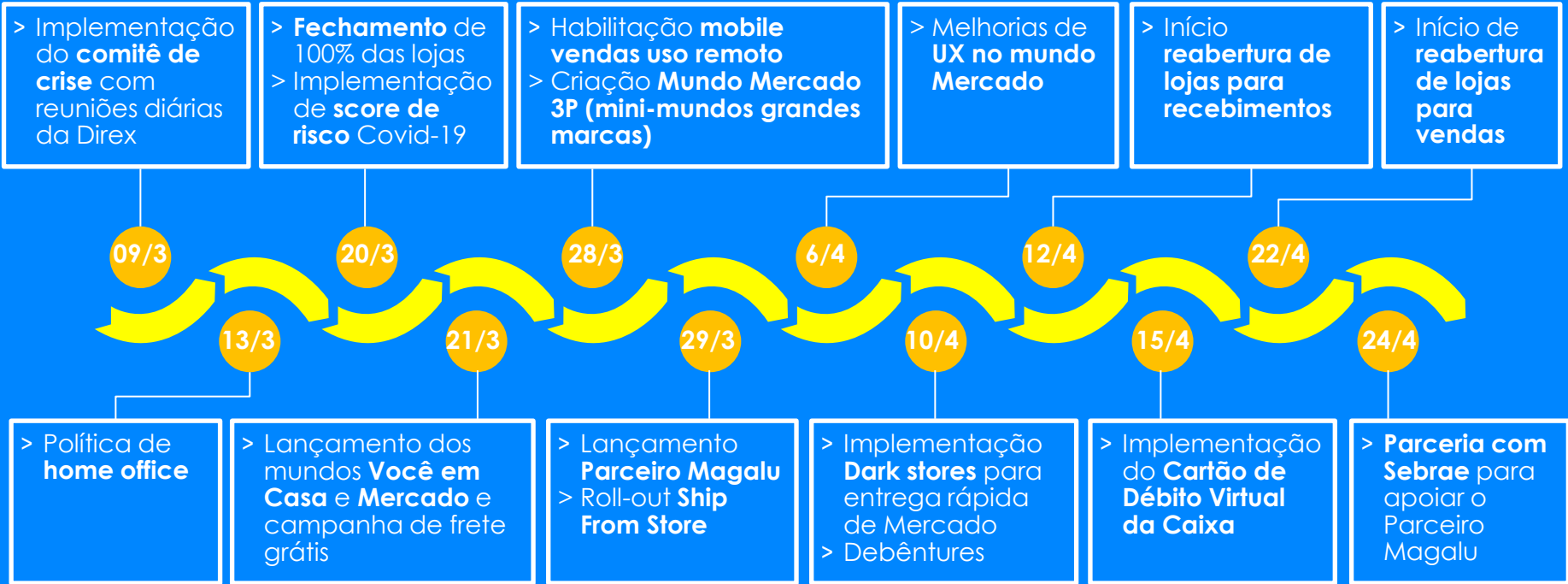
26 de Maio de 2020

Covid-19: a Companhia se organizou rapidamente

Modelo de Gestão de Crise:

- a. **12 Comitês** para as Frentes Estratégicas
- b. Objetivos e **metas transformacionais** para cada um
- c. Rotina de **gestão e acompanhamento** com **líderes** por assunto e **checkpoints semanais** (no mínimo)
- d. **Caixa** com um dos pilares da tomada de decisão

50 semanas em 5



46

Covid-19: 3 Missões para o cenário atual



1 Saúde e Segurança

Cuidar da **saúde** dos nossos **colaboradores e clientes**.
Não na retórica, **mas na prática**

2 Preservação de caixa e dos empregos

Preservar o caixa, reduzir despesas e manter o **maior número de empregos possível**

3 Continuidade operacional / Aceleração da Estratégia

Garantir a **continuidade operacional** do nosso negócio e **digitalizar o Brasil**

1 Saúde e Segurança

Protocolos de segurança nos CDs

Higienização de equipamentos e locais de trabalho, uso de máscaras e álcool gel, medição de temperatura dos colaboradores dos CDs

Protocolos rígidos para reabertura de lojas

Crítérios rígidos para reabertura de lojas, atendendo a todos os decretos e medidas de seguranças estabelecidos

Apoio aos colaboradores

Home office nos escritórios, antecipação do vale alimentação, redução da meta de vendas das lojas em março e canal de telemedicina aos colaboradores

Score de risco para suporte à tomada de decisão

Score de risco detalhado por município para suporte de tomadas de decisões relacionadas à saúde e segurança e à reabertura das lojas



Hedge natural



2 Preservação do caixa e dos empregos

Austeridade é a palavra de ordem



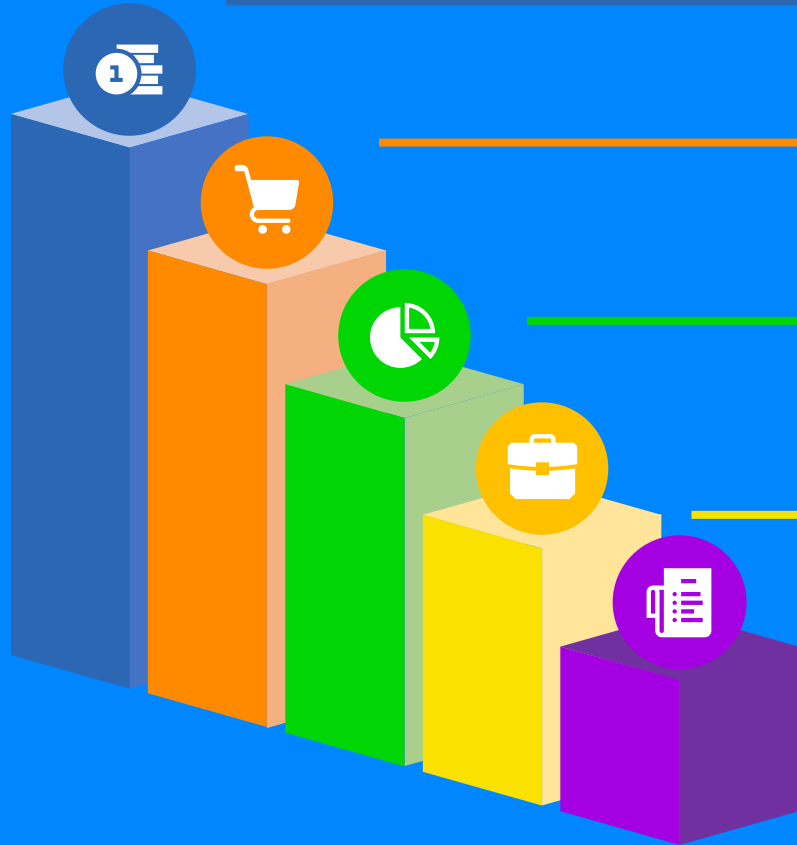
Com o Follow-on e
nossos resultados
recentes, **somos uma
Empresa com Caixa...**



... que pensa e age
com **mindset austero**
de uma **Empresa sem
Caixa**

2

Medidas de curto prazo e preservação de caixa



Reforço do caixa

Emitimos debêntures (R\$800M) e descontamos recebíveis para reforçar nosso caixa

Renegociações e postergações

Despesas foram renegociadas ou postergadas para preservar o caixa, com o Jeito Luiza de Ser, apoiando os pequenos

Contribuição de todo o time

Com a MP 936, praticamente todos os colaboradores contribuíram com redução de jornada e salário.

Executivos dando exemplo

CEO (80%), VP (80%), Diretores e Conselheiros (50%) reduziram suas remunerações sem redução de jornada, antes mesmo da MP 936

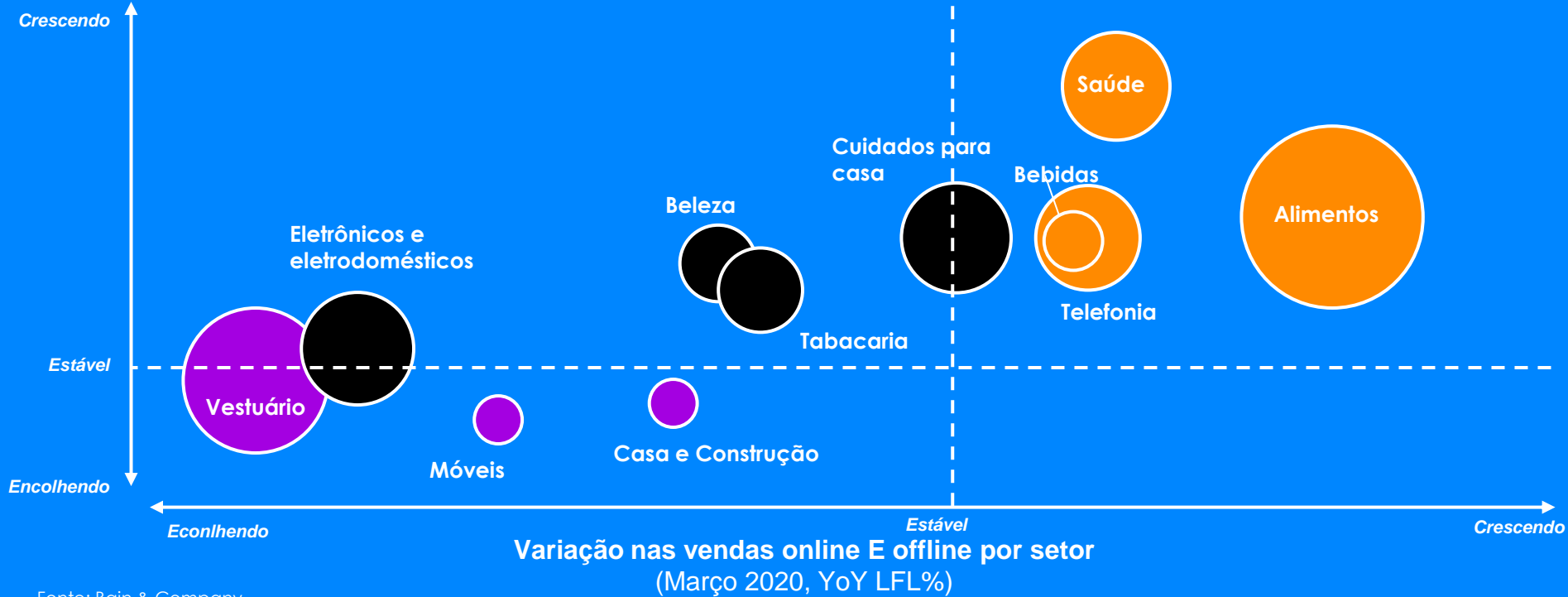
Sócios engajados no objetivo

A Holding reduziu os valores de aluguel dos imóveis ocupados pelo Magalu



Digitalização do varejo

Variação nas vendas online por setor
(Março 2020, YoY LFL%)

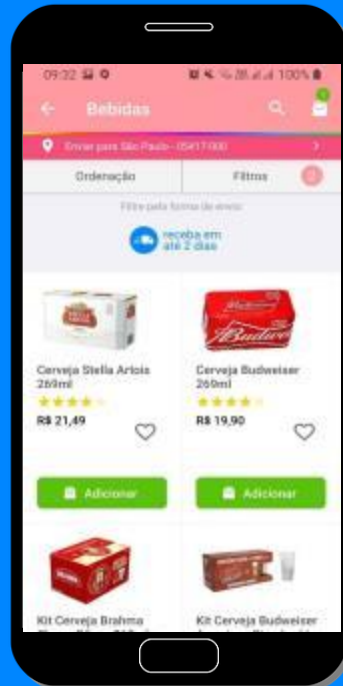
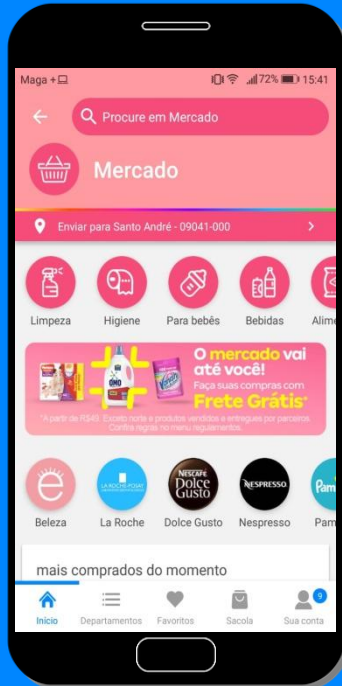
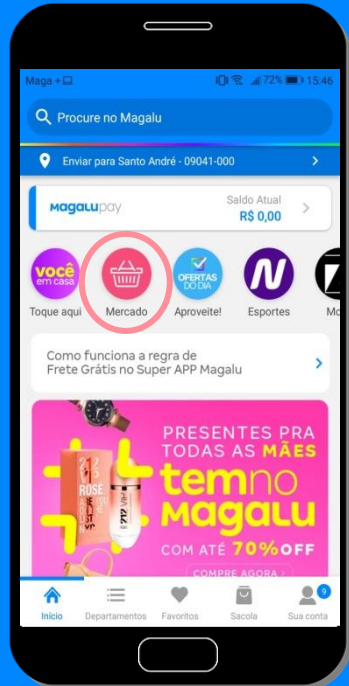


Drivers estratégicos



Melhor experiência do varejo • Cultura Data driven
 • Sustentabilidade e reputação

Novas categorias e Super App Mercado e Bens de Consumo? #temnomagalu



+ Frequência
+ Clientes novos

Mundos e Mini-mundos

Maior categoria em número de pedidos

Maior vendedor online de Fraldas e Sabão

- + parceiros na categoria de mercado
- + sortimento

CERVEJARIA
ambev



 **Reckitt
Benckiser**

P&G


Unilever


Nestlé

★ **Heineken**[®]


COLGATE-PALMOLIVE

NIVEA

 **Kimberly-Clark**
Essencial para uma vida melhor

DIAGEO



Elite
PROFESSIONAL
MELHORAMENTOS

L'ORÉAL

J&J

Parcerias e sortimento

temnoMagalu

Lançamentos de **grandes marcas e novas parcerias** nas plataformas

NETSHOES



ZATTINI

RICHARDS



ANACAPRI

VR COIÇÃO

Le Postiche

L'OCCITANE
EN PROVENCE



RAFARILLO
Açúcar wood for



havaianas

PERNAMBUCANAS

FEVER

marisa

azaleia

ALME

ARAMIS

tng

GUESS

PAQUETA

DUMOND

ÉPOCA

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Bioré

ReVie

colcci

DERSANI

BITUFO



DAXX

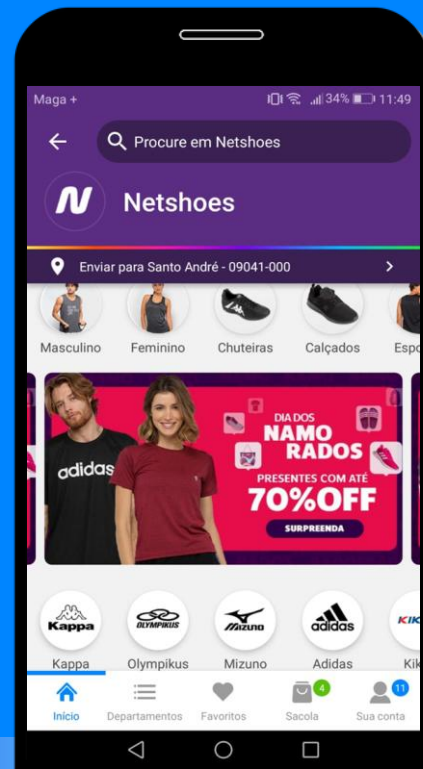


CORSTON
Coloração Creme



WELLA
SOFT
COLOR

Mustela



Super App

~70 %

Venda mobile
(% GMV Magalu no canal mobile)

21 M

MAU
(Usuários ativos mensais, Abril/20)
112% de crescimento em relação a Abril/19

26 M

Base instalada
(Mar/20)



Entrega mais rápida

Expansão da Logbee e Ship from Store



2018



2019



2020

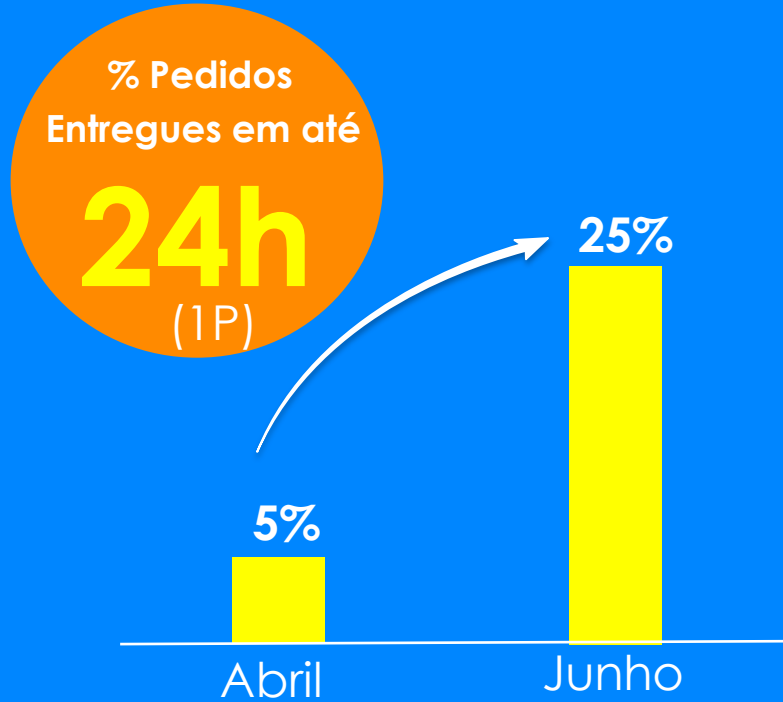
 **+600**

Lojas com
Ship from Store

+90%

Cobertura das
cidades em que
temos lojas

Entrega mais rápida



Logbee



60% das entregas courier até Junho

Malha Luiza

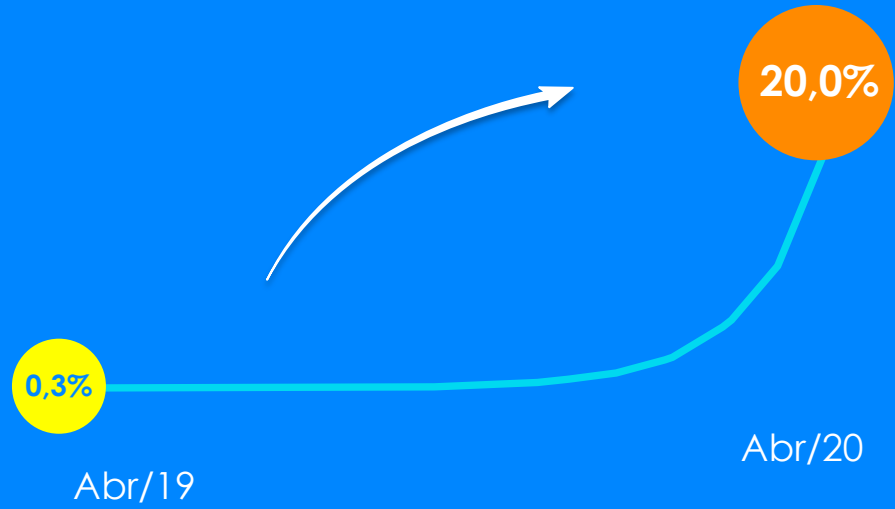


87% das entregas totais até Junho

Magalu ao seu serviço

Magalu Entregas - Cross Docking

[% Vendas no marketplace]

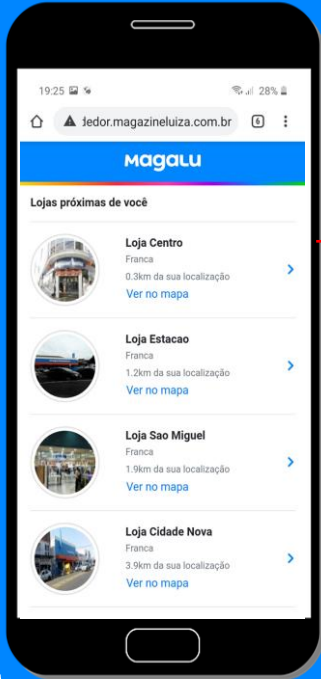


80% Sellers atendidos pelo Magalu Entregas

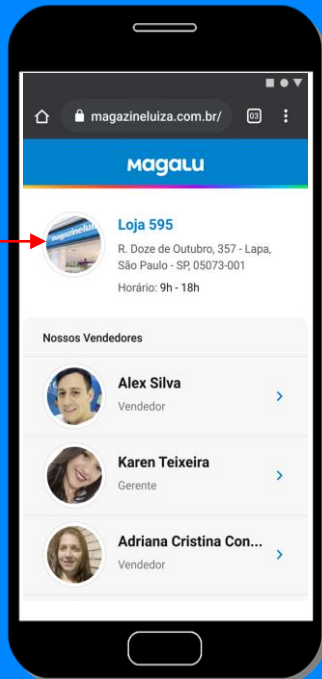
450 Sellers atendidos pela Malha Luiza por meio do Cross-Docking

Mobile Vendas Remoto

- Venda de produtos e serviços
- Venda para Loja Física
- Uso das redes sociais



Cliente



Vendedor

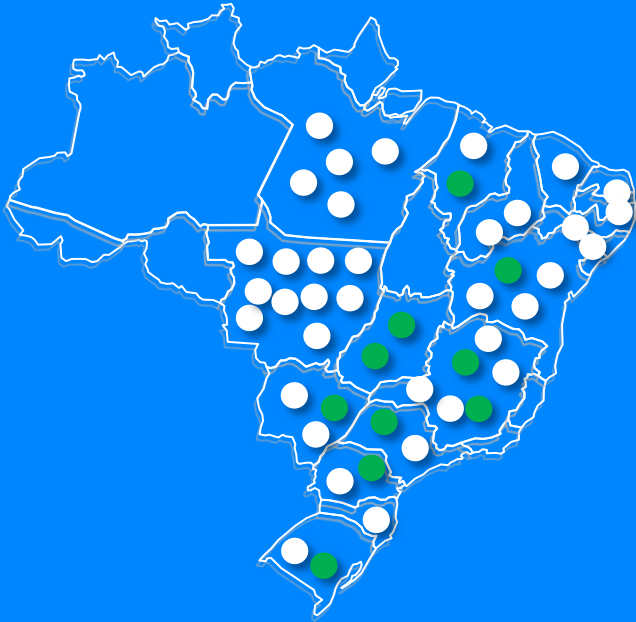


Cliente



Lojas físicas

Reabertura de lojas



Exemplo ilustrativo



Crescimento positivo de vendas em mesmas lojas (same store sales)



40% do total de **lojas físicas reabertas** até 25-maio

Magalu ao seu serviço



Varejistas

Venda para os clientes próprios e clientes do Magalu **mesmo com as portas fechadas**

+20 mil

Pequenos varejistas
cadastros



Parceiro
Magalu

Autônomos



Renda extra sem sair de casa
vendendo produtos de todo o
sortimento Magalu

+300 mil

Pessoas físicas

Digitalização do varejo brasileiro

Magalu ao seu serviço

Finalização do rollout

MAGALU
Pagamentos



Antecipação dos recebíveis à **taxas inferiores à do mercado**



Atingimos a marca **de mais de \$500 M** de volume total transacionado (TPV)



Protocolamos o pedido no Bacen para tornar-se **Instituição de pagamento regulada**



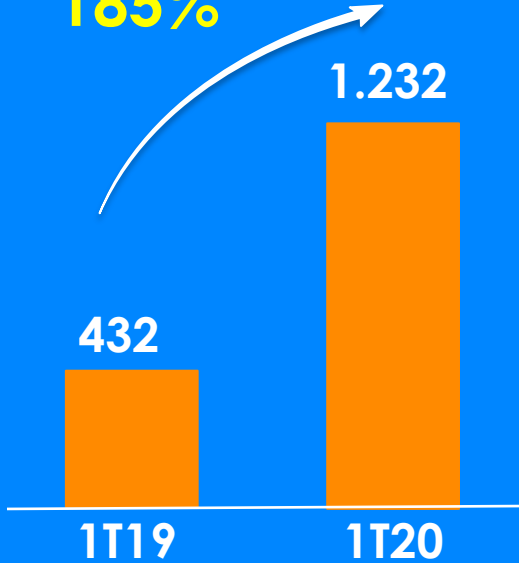
Estruturação de um **FIDC** para oferecer **crédito** para o seller

Crescimento exponencial (3P)

Vendas no Marketplace

[MM R\$]

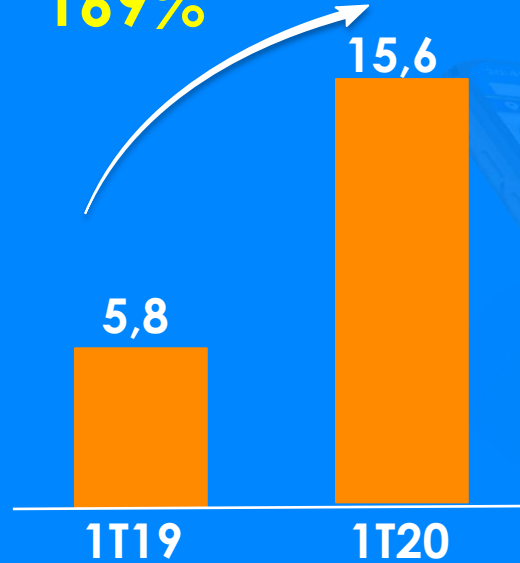
185%



SKUs no Marketplace

[MM SKUs]

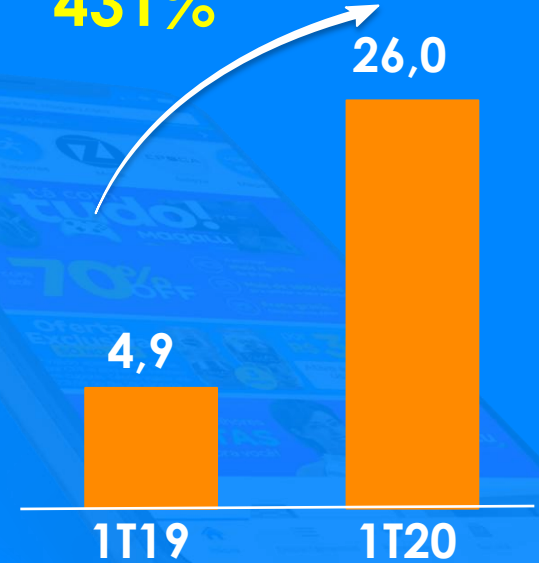
169%



Sellers no Marketplace

['000]

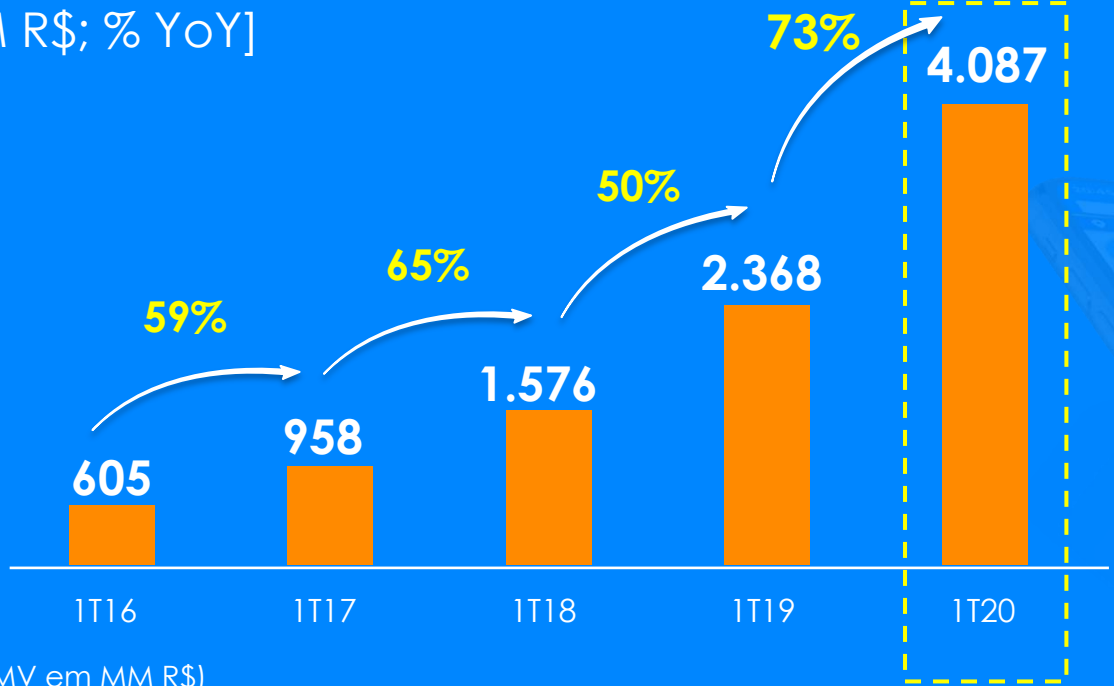
431%



Crescimento E-commerce

Evolução do GMV online

[MM R\$; % YoY]



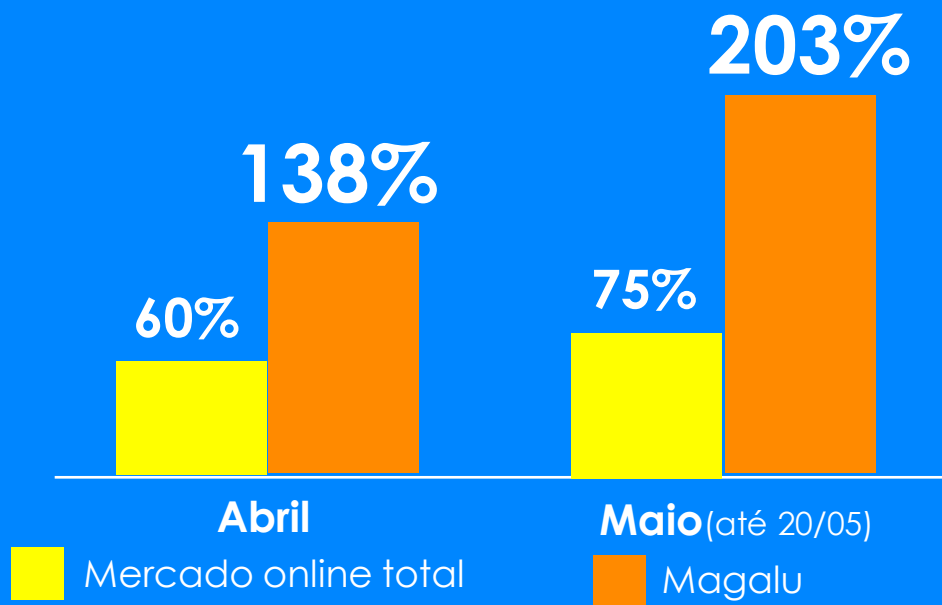
53%
Participação do e-commerce nas vendas totais no 1T20

(GMV em MM R\$)

Abril e Maio

Crescimento GMV online

[% YoY]



Crescimento das **vendas totais** com **lojas parcialmente fechadas**

Abril
+6%

Maio
+46%

Crescimento das vendas totais
[19 vs 20; Maio - até dia 20]

As famílias controladoras fizeram sua parte

- Compra de respiradores artificiais, colchões e travesseiros para hospitais públicos
- Monitores cardíacos para o Hospital Emílio Ribas (São Paulo) e Santa Casa (Franca);
- Doação para a ONG Amigos do Bem (foco em melhoria das condições de vida no sertão NE)
- Venda de Mil tablets e notebooks a preço de custo para professores e alunos da rede pública

**38 instituições
e 10 estados
do Brasil auxiliadas**

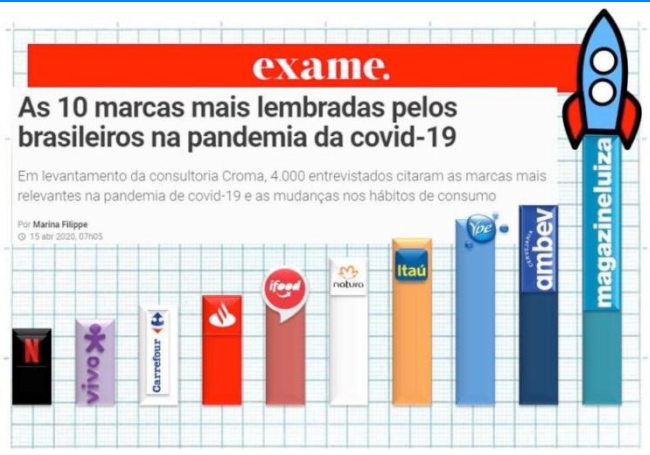
**Doação de
R\$ 10 milhões
pelas famílias
controladoras**

Fortalecemos ainda mais a nossa marca

Revista Exame

Meio e Mensagem Pesquisa HSR

Jornal O Estado de São Paulo



HSR lista 20 marcas mais transformadoras na pandemia

Magalu, Netflix, Natura, O Boticário e Ambev lideram a relação das empresas que têm melhor percepção dos consumidores durante a crise



Destques 1T20

Vendas

- Vendas totais aumentaram 34%, atingindo R\$7,7 bilhões
- Perda de vendas com lojas fechadas estimadas em R\$500 milhões
- Crescimento mesmas lojas de -4,5% (8% mesmas lojas ajustada)

E-commerce

- Crescimento de 73% no total (53% das vendas totais)
- Vendas do Marketplace cresceram 185% (30% do e-commerce)

EBITDA

- Investimentos em nível de serviço, aquisição de novos clientes e Netshoes
- Impacto do fechamento temporário das lojas físicas
- EBITDA Ajustado de R\$274 milhões (margem de 8,9% para 5,2%)

Lucro Líquido

- Diluição das despesas financeiras de 2,3% para 1,8%
- Lucro líquido de R\$31 milhões (margem de 0,6%)
- Prejuízo líquido ajustado de R\$ 8 milhões

Estrutura de Capital

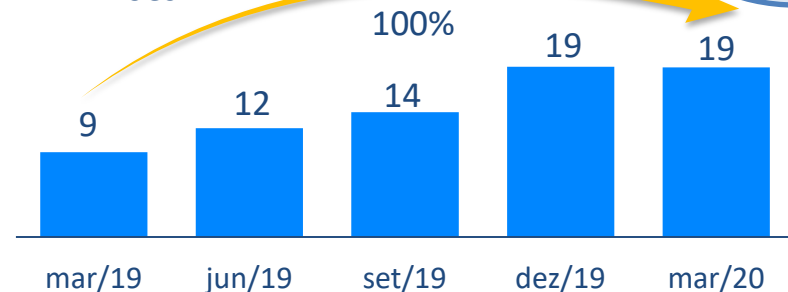
- Posição de caixa líquido ajustado de R\$3,8 bilhões
- Posição total de caixa de R\$4,6 bilhões e de R\$5,4 bilhões com nova emissão

Evolução da Base de usuários

MAU

milhões

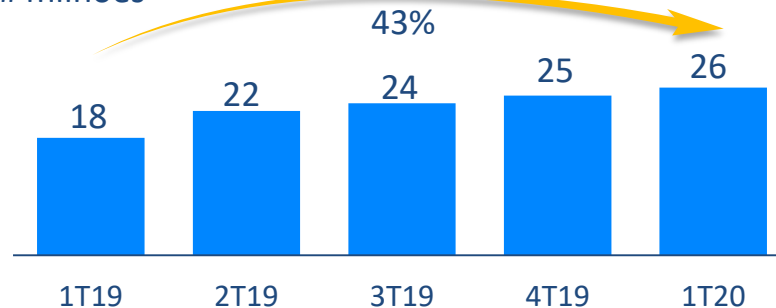
+21 milhões
abr/20



Fonte: Appanie

Base ativa de clientes

milhões



Destaques

- MAU de 19 milhões (incluindo o Superapp Magalu, Netshoes, Zattini e Época Cosméticos)

Destaques

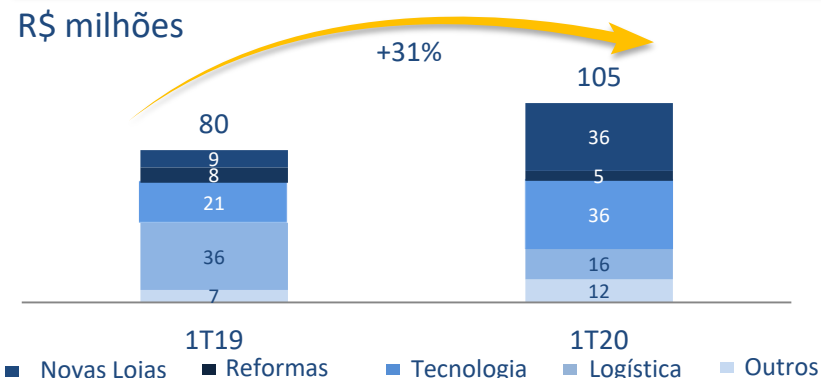
- Crescimento de 43% na base ativa de clientes
- Inclusão de novas categorias e melhora na experiência do cliente contribuíram para esse crescimento
- No e-commerce, a base ativa de clientes cresceu 94%, considerando os clientes únicos da Netshoes

Desempenho Operacional

Evolução do Número de Lojas



Investimentos



Idade Média das Lojas



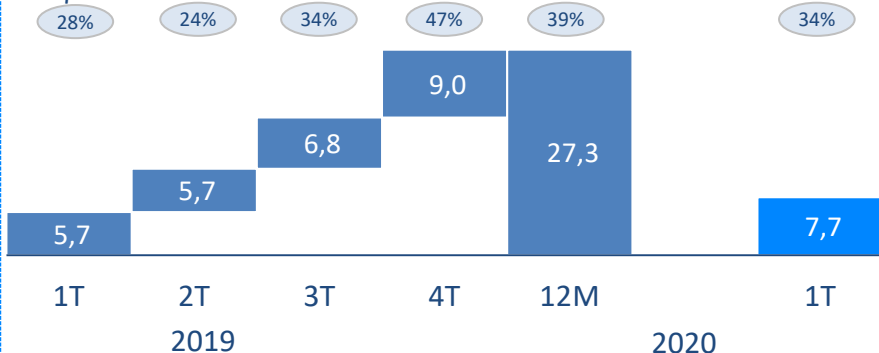
Destaques

- Abertura de 46 quiosques Marisa no 1T20
- Abertura de 198 novas lojas nos últimos 12 meses
- Aproximadamente 35% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação
- Investimentos de R\$105 milhões em projetos relacionados ao crescimento no 1T20

Evolução das Vendas

Vendas Totais

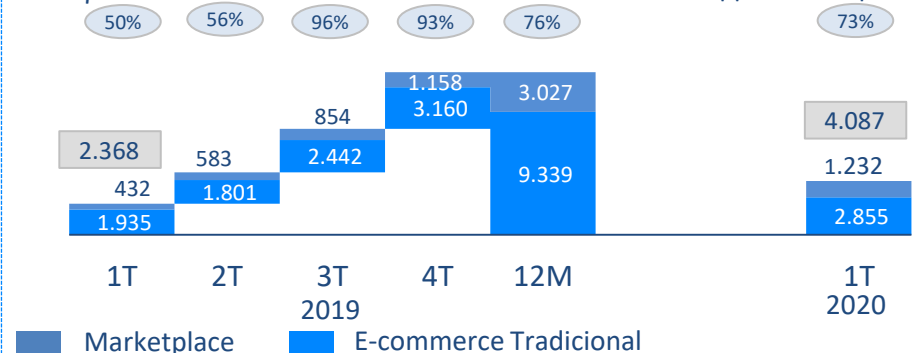
R\$ bilhões



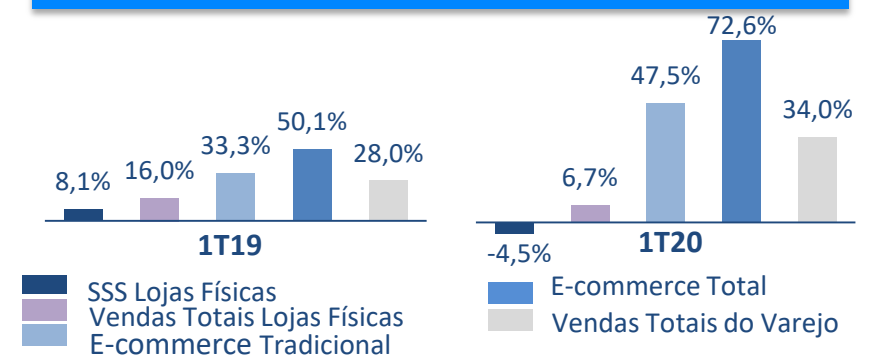
Vendas – E-commerce Total

R\$ milhões

* Site, App e Marketplace



Crescimento das Vendas



Destaques

- Crescimento de +34% em Vendas Totais
- Aumento da participação do e-commerce de 41% no 1T19 para 53% das vendas totais no 1T20
- Mercado de móveis e eletro cresceu 1,5% e o comércio varejista 5,6% (PCM/IBGE) no 1T20
- Mercado de e-commerce cresceu 23,8% (Ebit) no 1T20

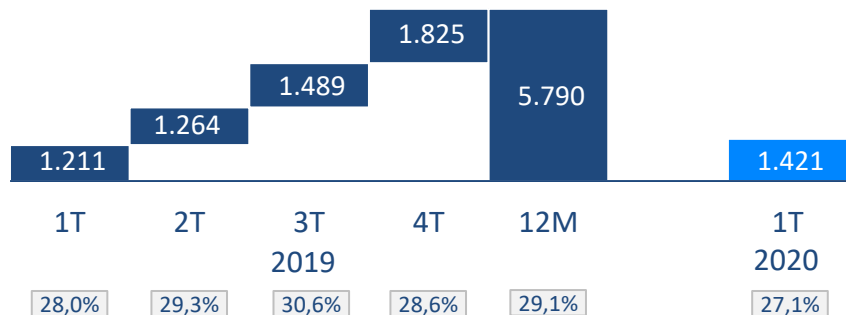
○ Crescimento vs o mesmo período do ano anterior

Lucro Bruto, Despesas Operacionais e Equivalência Patrimonial

Lucro Bruto

R\$ milhões

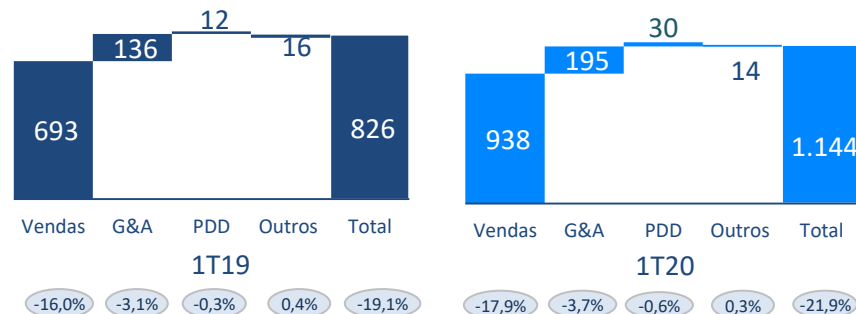
Margem Bruta (%)



Despesas Operacionais Ajustadas

R\$ milhões

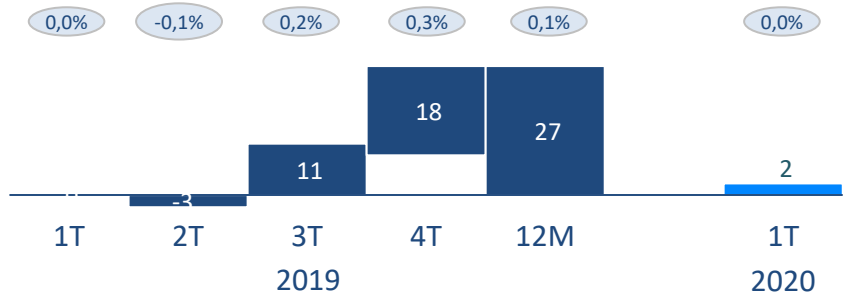
% Rec. Líquida



Equivalência Patrimonial

R\$ milhões

% Rec. Líquida



Destaques

Despesas Operacionais Ajustadas

Investimentos em aquisição de novos clientes, aumento do nível de serviço, consolidação da Netshoes, fechamento temporário das lojas físicas.

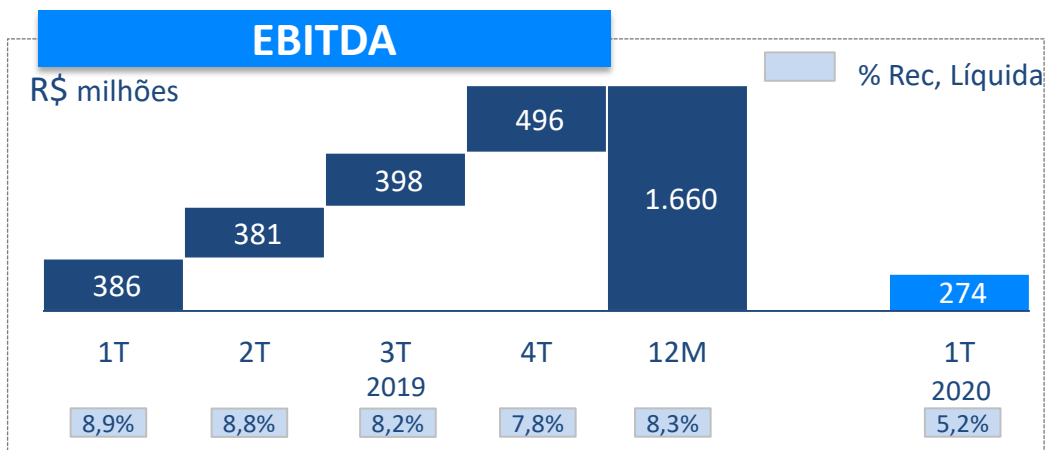
Estável como percentual das vendas totais (15,0% no 1T20)

Equivalência Patrimonial

Luizacred: R\$4,8 milhões

Luizaseg: (- R\$2,3 milhões)

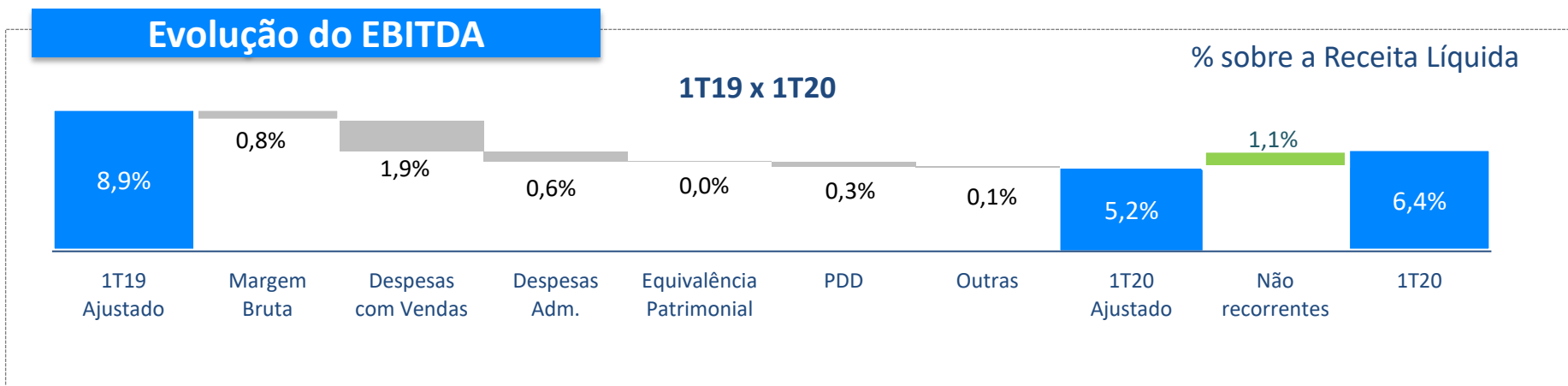
EBITDA – Ajustado



Destaques

EBITDA

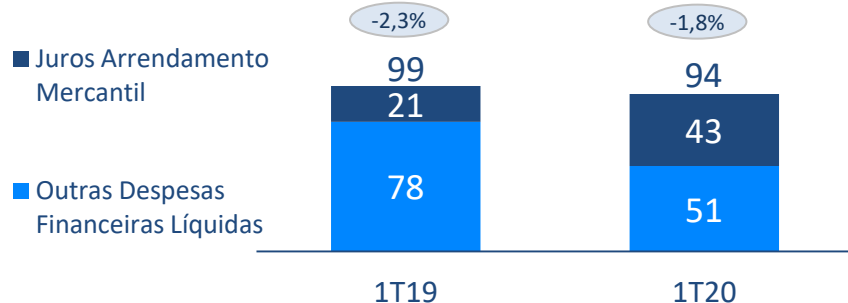
- EBITDA ajustado de R\$274 milhões, margem de 5,2%
 - i) Crescimento das vendas do e-commerce
 - ii) Fechamento temporário das lojas físicas
 - iii) Investimentos em clientes
 - iv) Netshoes



Resultado Financeiro e Capital de Giro

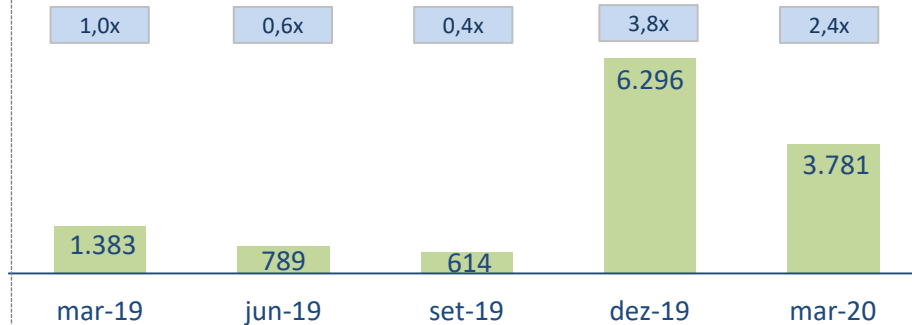
Resultado Financeiro

% Rec, Líquida

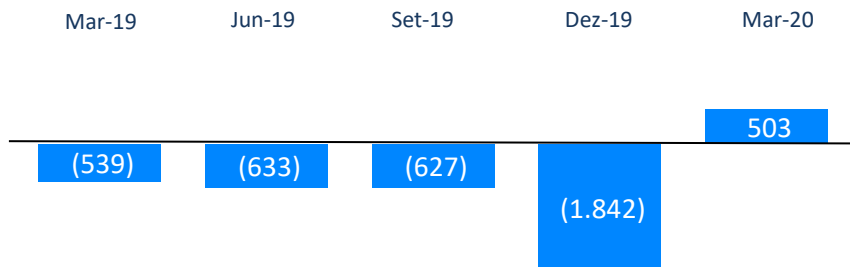


Caixa Líquido Ajustado *

Caixa Líquido Ajustado/EBITDA Ajustado



Capital de Giro Ajustado



Destques

- **Resultado Financeiro**
Diluição de 0,5 p.p.
- **Capital de Giro**
Sazonalidade trimestral, acentuada pelos efeitos covid-19
- **Estrutura de Capital**
Variação do capital de giro, investimentos, aquisições e a Oferta de Ações (nov/19)

* Ajustado pelos recebíveis de cartão de crédito

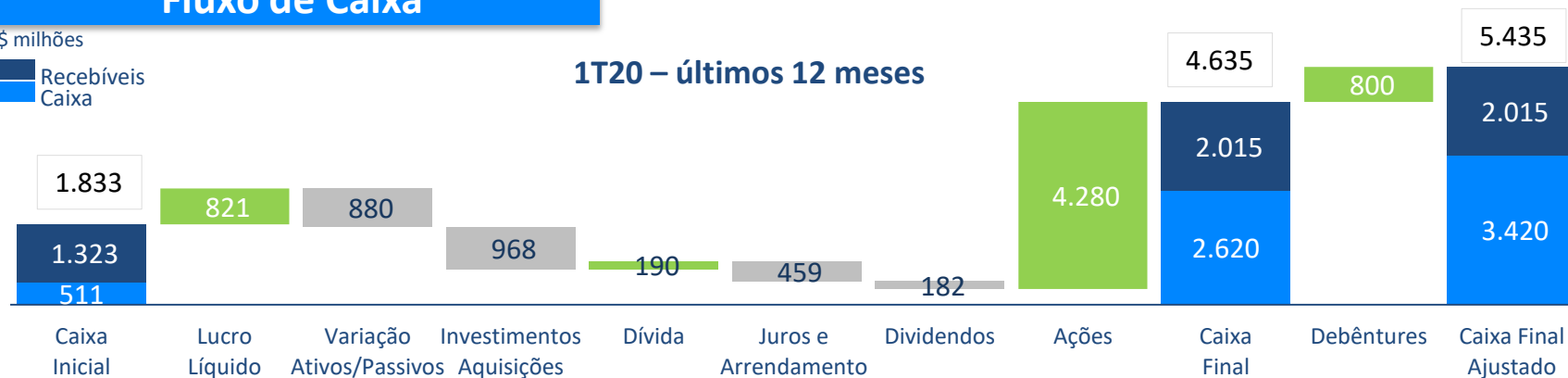
Fluxo de Caixa e Lucro Líquido

Fluxo de Caixa

R\$ milhões

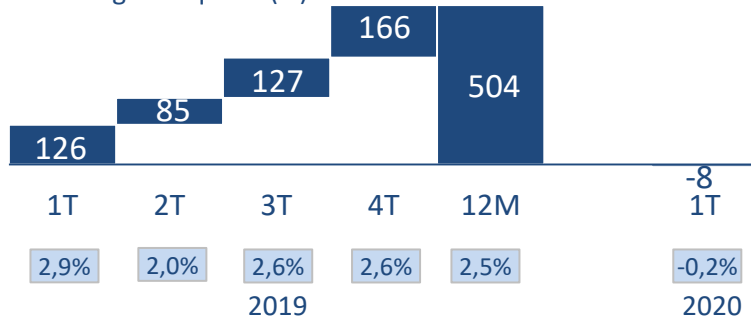
Recebíveis Caixa

1T20 – últimos 12 meses



Lucro Líquido Ajustado

Margem Líquida (%)



Destaques

Caixa Total

Posição total de caixa de R\$4,6 bilhões, sendo R\$2,6 bilhões em caixa e R\$ 2,0 bilhões em recebíveis de cartão de crédito

Lucro Líquido

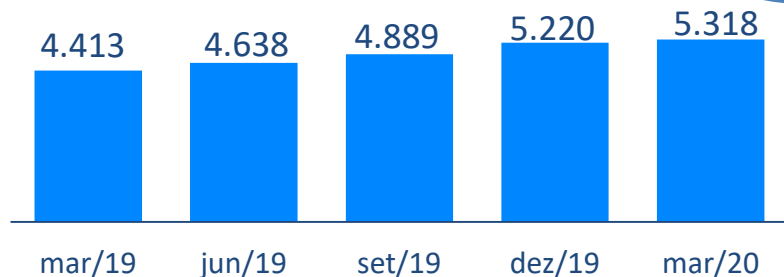
Prejuízo Líquido Ajustado de R\$8 milhões no 1T20

Com receitas não recorrentes, lucro líquido de R\$30,8 milhões e margem de 0,6%

Luizacred

Base do Cartão Luiza

Milhares de cartões



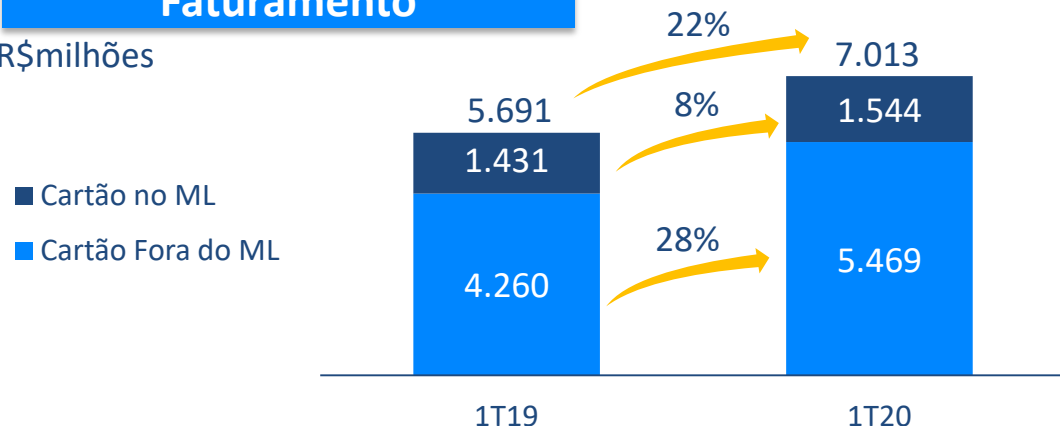
App Cartão Luiza
+1,1 milhão
clientes

Destaques

- Cartão Luiza: clientes mais fiéis, maior recompra, ticket médio e frequência
- Crescimento da base do Cartão Luiza de 21% nos últimos 12 meses
- Crescimento líquido de 97 mil cartões no 1T20

Faturamento

R\$milhões



Destaques

- Aumento de 22% no faturamento total
- Aumento do Cartão Luiza dentro do ML em 8% e fora do ML em 28%
- Carteira de crédito alcançou R\$11,6 bilhões crescendo 31% nos últimos 12 meses

Luizacred – Lucro Líquido

Visão Atraso

% carteira

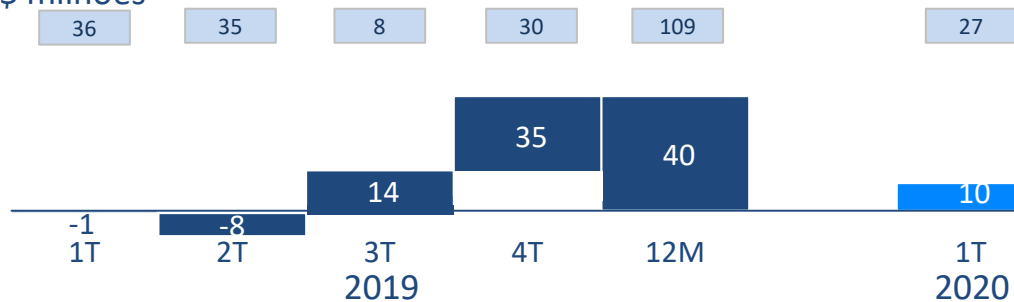


Destaques

- NPL até 90 dias foi de 3,3%
- Indicadores de atraso ainda pouco impactados pelo fechamento temporário das lojas
- Índice de cobertura da carteira foi de 175%
- Política de crédito conservadora do Itaú Unibanco

Lucro Líquido

R\$ milhões



Destaques

- Dificuldade dos clientes em realizar o pagamento das prestações em função da evolução do covid-19
- Incentivos para pagamento digital das faturas, ofertas especiais para os clientes, reforço do atendimento e cobrança pelas equipes das lojas e reabertura parcial para recebimento

Lucro líquido de acordo com as normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central

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.