

## Destaques do 1T20

**Vendas totais aumentaram 34%, alcançando R\$7,7 bilhões**  
**E-commerce cresceu 73%, atingindo R\$4,1 bilhões e 53% das vendas totais**  
**Marketplace cresceu 185%, representando 30% do e-commerce total**  
**Vendas nas lojas físicas evoluíram 7% no total**  
**EBITDA ajustado de R\$274 milhões, margem de 5,2%**  
**Lucro líquido de R\$30,8 milhões, margem de 0,6%**  
**Posição de caixa total de R\$4,6 bilhões em mar/20**

- Ganho consistente de participação de mercado.** No 1T20, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P) cresceram 34,0% para R\$7,7 bilhões, reflexo do aumento de 72,6% no e-commerce total (sobre um crescimento de 50,1% no 1T19) e 6,7% nas lojas físicas (-4,5% no conceito mesmas lojas). Vale destacar a performance das 198 lojas inauguradas nos últimos 12 meses, com vendas acima das expectativas. O forte crescimento nas vendas totais do 1T20 foi alcançado mesmo com o fechamento temporário das lojas físicas no final de março, em função da evolução da pandemia do covid-19 no Brasil. Estimamos que as lojas físicas deixaram de vender cerca de R\$500 milhões nos últimos dias de março, o que elevaria o crescimento mesmas lojas de -4,5% para aproximadamente +8% no 1T20.
- Crescimento acelerado no e-commerce.** As vendas do e-commerce cresceram 72,6% no 1T20, comparado ao crescimento do mercado de 23,8% (E-bit), e representaram 53,3% das vendas totais. No e-commerce tradicional, as vendas evoluíram 47,5% e o marketplace contribuiu com vendas adicionais de R\$1,2 bilhão, crescendo 184,8% e representando 30,1% do e-commerce total. O ganho de marketshare novamente foi impulsionado pela excelente performance do app, que já alcançou a marca de 21 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, além da entrega mais rápida e a melhor experiência do varejo.
- Margem bruta, investimentos em nível de serviço e aquisição de novos clientes.** No 1T20, a margem bruta passou de 28,0% no 1T19 para 27,1% no 1T20, uma redução de 0,8 p.p. em função, principalmente, da maior participação do e-commerce tradicional (1P) nas vendas totais. No mesmo período, o percentual das despesas operacionais ajustadas em relação a receita líquida aumentou de 19,1% para 22,0%, reflexo da consolidação da Netshoes, investimentos em melhoria no nível de serviço e aquisição de novos clientes, e do fechamento temporário das lojas físicas.
- Luizacred.** A base de Cartões Luiza cresceu 20,5% comparado ao 1T19, atingindo 5,3 milhões de cartões. No mesmo período, o faturamento total do Cartão Luiza foi de R\$7,0 bilhões, crescendo 22,1%. A carteira de crédito total cresceu 31,0% nos últimos 12 meses, alcançando R\$11,6 bilhões. No 1T20, mesmo considerando um aumento nas provisões em IFRS, o lucro da Luizacred atingiu R\$9,6 milhões.
- EBITDA e lucro líquido.** O crescimento das vendas e o resultado positivo do e-commerce contribuíram novamente para o EBITDA. Entretanto, a perda de vendas decorrente do fechamento temporário das lojas físicas e o aumento das despesas em relação à receita líquida influenciaram a margem EBITDA ajustada, que passou de 8,9% no 1T19 para 5,2% no 1T20. No mesmo período, o resultado líquido ajustado passou de um lucro de R\$125,6 milhões para um prejuízo de R\$8,0 milhões. Considerando os resultados não recorrentes, o lucro líquido foi de R\$30,8 milhões.
- Capital de giro e fluxo de caixa.** A variação do capital de giro foi negativa em função da sazonalidade do varejo, acentuada pelos efeitos do covid-19. Com o risco de ruptura na cadeia de abastecimento e a tendência de alta do dólar, a Companhia estrategicamente aumentou o nível de estoques no início do ano. Além disso, o fechamento temporário das lojas no final de março contribuiu para o aumento do giro dos estoques. Entretanto, desde o início do 2T20, a excelente performance de vendas do e-commerce e da reabertura gradual das lojas físicas têm contribuído para a rápida melhoria do capital de giro e para o fluxo de caixa das operações.
- Posição de caixa líquido e estrutura de capital.** Nos últimos 12 meses, a posição de caixa líquido ajustado aumentou de R\$1,4 bilhão em mar/19 para R\$3,8 bilhões em mar/20, em função da geração de caixa da Companhia, dos investimentos e aquisições realizados, bem como da oferta subsequente de ações concluída em nov/19. A Companhia encerrou o 1T20 com uma posição total de caixa de R\$4,6 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,6 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$2,0 bilhões. Além disso, a Companhia concluiu no início de abr/20 uma emissão de debêntures de R\$800,0 milhões, elevando a sua posição de caixa total para R\$5,4 bilhões.

Magalu  
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2020

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T20	1T19	Var(%)
Vendas Totais <sup>1</sup> (incluindo marketplace)	7.662,5	5.718,0	34,0%
Receita Bruta	6.486,3	5.313,2	22,1%
Receita Líquida	5.234,7	4.329,0	20,9%
Lucro Bruto	1.420,5	1.211,4	17,3%
Margem Bruta	27,1%	28,0%	-0,8 pp
EBITDA	332,6	395,4	-15,9%
Margem EBITDA	6,4%	9,1%	-2,7 pp
Lucro Líquido	30,8	132,1	-76,7%
Margem Líquida	0,6%	3,1%	-2,5 pp
EBITDA - Ajustado	273,9	385,5	-29,0%
Margem EBITDA Ajustado	5,2%	8,9%	-3,7 pp
Lucro Líquido - Ajustado	(8,0)	125,6	-106,4%
Margem Líquida - Ajustado	-0,2%	2,9%	-3,1 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-4,5%	8,1%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	6,7%	16,0%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	47,5%	33,3%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	72,6%	50,1%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	53,3%	41,4%	11,9 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.157	959	198 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	647.171	574.797	12,6%

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

<sup>(2)</sup> Vendas do e-commerce incluem as vendas da Netshoes.

## Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 1T19, os resultados do 1T20 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando provisões e outras despesas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE PRO-FORMA	1T20 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	1T20	AV
<b>Receita Bruta</b>	6.486,3	123,9%	-	6.486,3	123,9%
Impostos e Cancelamentos	(1.251,5)	-23,9%	-	(1.251,5)	-23,9%
<b>Receita Líquida</b>	5.234,7	100,0%	-	5.234,7	100,0%
Custo Total	(3.814,3)	-72,9%	-	(3.814,3)	-72,9%
<b>Lucro Bruto</b>	1.420,5	27,1%	-	1.420,5	27,1%
Despesas com Vendas	(938,3)	-17,9%	-	(938,3)	-17,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(194,6)	-3,7%	-	(194,6)	-3,7%
Perda em Liquidação Duvidosa	(30,0)	-0,6%	-	(30,0)	-0,6%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,8	0,3%	58,8	72,6	1,4%
Equivalência Patrimonial	2,4	0,0%	-	2,4	0,0%
Total de Despesas Operacionais	(1.146,6)	-21,9%	58,8	(1.087,9)	-20,8%
<b>EBITDA</b>	273,9	5,2%	58,8	332,6	6,4%
Depreciação e Amortização	(174,8)	-3,3%	-	(174,8)	-3,3%
<b>EBIT</b>	99,0	1,9%	58,8	157,8	3,0%
Resultado Financeiro	(94,4)	-1,8%	-	(94,4)	-1,8%
<b>Lucro Operacional</b>	4,6	0,1%	58,8	63,4	1,2%
IR / CS	(12,6)	-0,2%	(20,0)	(32,6)	-0,6%
<b>Lucro Líquido</b>	(8,0)	-0,2%	38,8	30,8	0,6%

## Ajustes eventos não recorrentes

<b>Ajustes</b>	<b>1T20</b>
Créditos tributários	44,3
Provisão para riscos tributários	30,9
Honorários especialistas	(7,8)
Despesas pré-operacionais de lojas	(1,9)
Outras despesas não recorrentes	(6,7)
<b>Ajustes - EBITDA</b>	<b>58,8</b>
IR / CS	(20,0)
<b>Ajustes - Lucro Líquido</b>	<b>38,8</b>

## MENSAGEM DA DIRETORIA

59%, 65%, 50% e 73%. Estas foram -- nessa sequência -- as taxas de crescimento do nosso e-commerce nos primeiros três meses dos últimos quatro anos. Por 13 trimestres consecutivos crescemos acima de 50% na operação online. Nenhum outro player de mercado cresceu de maneira tão consistente nesses últimos anos. De 2016 até aqui, multiplicamos por mais de seis o e-commerce, que agora representa 53% das vendas totais do Magalu. A plataforma de marketplace teve um papel fundamental nessa exponencialidade. No primeiro trimestre deste ano, chegou a 30% das vendas online -- crescimento de 185% na comparação anual, superando as vendas do quarto trimestre de 2019, quando ocorrem a Black Friday e o Natal. Com isso, as vendas totais do Magalu -- considerados todos os canais -- avançaram 34% nesses primeiros três meses de 2020.

Chegamos até aqui fazendo o que muitas empresas só agora começaram a fazer: digitalizando, de forma radical, nossas operações. É o que este momento -- marcado pelo fechamento das portas da maioria das lojas físicas -- exige. No Magalu, o movimento de transformação digital foi concluído. Somos, de fato, uma plataforma digital com pontos físicos e calor humano.

Hoje, estamos alguns passos adiante. O Magalu está pronto para digitalizar o varejo brasileiro por meio do desenvolvimento de um ecossistema. No universo das vendas digitais, seremos o que há de mais completo -- um *plano*. O processo está em marcha acelerada. Fazem parte de nossa plataforma de marketplace 26.000 sellers ativos, que oferecem cerca de 16 milhões de itens aos nossos mais de 26 milhões de clientes.

No âmbito do Magalu ao seu Serviço (MaaS), mais de 20.000 pequenos varejistas já se cadastraram na plataforma Parceiro Magalu lançada recentemente, no final de março. Esses novos parceiros -- até então empresas 100% analógicas -- estão começando a experimentar o poder da tecnologia de uma forma simples, intuitiva e totalmente adaptada à sua realidade. Já passamos por isso. Conhecemos as dificuldades do caminho e as inúmeras oportunidades que a transição digital pode proporcionar.

O Magalu Entregas continua crescendo e levando a entrega mais rápida também para pedidos do marketplace. Quase 80% dos nossos sellers já aderiram a essa modalidade de serviço e cerca de 450 deles são atendidos pela Malha Luiza por meio do modelo de *cross-docking*, com menores prazos e custos de entrega. Hoje, 20% das vendas do marketplace são entregues pela Malha Luiza e pela Logbee -- um número que cresce dia após dia.

Adicionalmente, no primeiro trimestre, finalizamos o *rollout* do Magalu Pagamentos. Agora, nossos mais de 26.000 parceiros podem antecipar seus recebíveis com taxas inferiores às do mercado. Em poucas semanas, atingimos a marca de R\$500 milhões em TPV (*Total Payment Volume* ou volume total de pagamentos) e protocolamos o pedido no Banco Central para nos tornarmos uma instituição de pagamento regulada. Com isso, será possível acessar diretamente o sistema de pagamentos brasileiro e ampliar ainda mais as possibilidades de novos produtos e serviços financeiros em nossa plataforma. Além disso, estamos trabalhando na estruturação de um FIDC (Fundo de Investimento em Direitos Creditórios) para oferecer empréstimos aos nossos sellers, para que eles possam investir e crescer ainda mais.

Em 2020, vivemos o ano do #TemNoMagalu. Em 12 meses, triplicamos a quantidade de produtos oferecidos em nossa plataforma, tanto com estoque próprio como por meio de milhares de novos sellers. Os resultados apareceram na mesma velocidade da nossa operação.

A categoria de mercado -- produtos de higiene e limpeza, entre outros itens -- teve um desempenho excepcional nas últimas semanas. Estabelecemos novas parcerias com grandes marcas e fornecedores, oferecemos frete grátis e garantimos a entrega mais rápida do varejo. Tudo isso para que, em meio à crise da covid-19, nossos clientes pudessem receber, em casa e em segurança, os itens necessários ao dia-a-dia. Hoje, mercado é a nossa maior categoria em número de pedidos. E o Magalu é o maior vendedor online do Brasil de produtos como fraldas e sabão para lavar roupas.

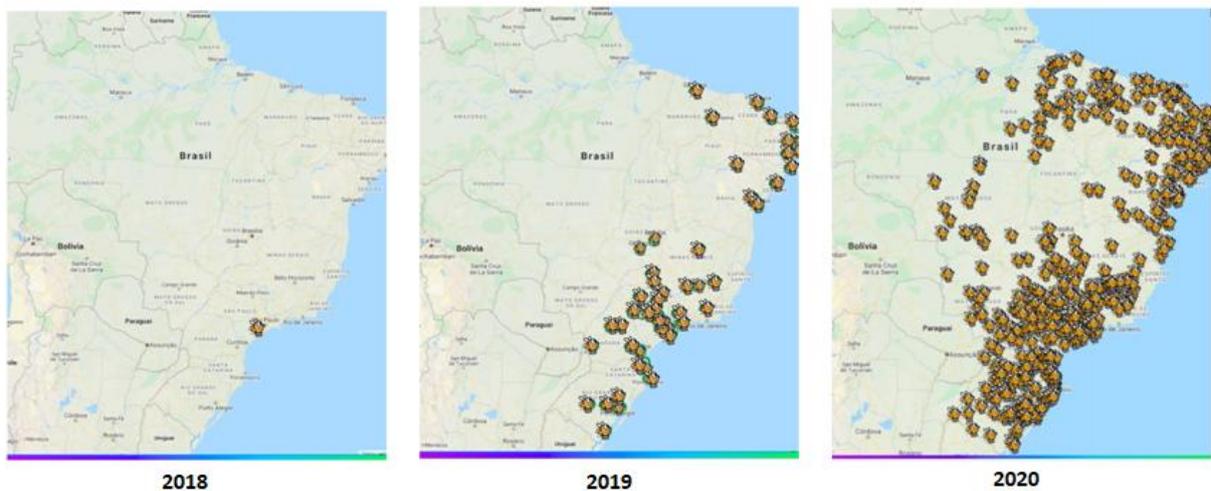
Para Netshoes e Zattini, os primeiros meses de 2020 foram marcados por parcerias decisivas. Marcas como Adidas, Asics e Mizuno passaram a oferecer seus produtos *premium* na plataforma da Netshoes. Ao mesmo tempo, grandes sellers se juntaram ao marketplace. São nomes como Polishop, Pernambucanas, Lojas Marisa, Hering, Anacapri, e TNG, que contribuíram para que o sortimento nas categorias de artigos esportivos e vestuário fosse substancialmente ampliado.

A Época Cosméticos tem hoje o maior portfólio de cosméticos e beleza do mercado, com mais de 500 marcas nacionais e importadas, e, juntamente com a Zattini, é a maior empresa online dessa categoria, com ganho de participação de mercado ao longo dos últimos anos. No decorrer do primeiro trimestre, a Época reforçou as categorias de dermocosméticos, perfumes e cuidados pessoais que, durante o período de quarentena, apresentaram um expressivo aumento de demanda. Em abril, o crescimento de vendas da Época Cosméticos foi de 150% comparado ao mesmo período de 2019.

Por meio dos mundos e minimundos, melhoramos de forma significativa a experiência de compra no nosso Superapp, com a introdução de filtros e funcionalidades que variam de acordo com a categoria e possibilitam maior visibilidade ao sortimento e facilitam a busca do cliente por tudo aquilo que ele ou ela precisa. Com mais de 21 milhões de usuários ativos em abril (+112% comparado ao mesmo período do ano anterior), o Superapp Magalu atrai novos clientes, tem maior frequência de compra, concentra o maior tráfego da companhia e, juntamente com o site mobile, representa praticamente 70% das vendas realizadas em nossa plataforma.

Somos obcecados em ter a entrega mais rápida do varejo brasileiro. O *ship-from-store*, que até o final do ano passado funcionava em 200 lojas, opera hoje em mais de 600 unidades e está em 90% das cidades em que o Magalu tem operação física. Graças ao *ship-from-store*, a Logbee cresceu. E cresceu rápido. Na época de sua aquisição, em maio de 2018, operava apenas na cidade de São Paulo. Hoje já está em mais de 500 municípios do país.

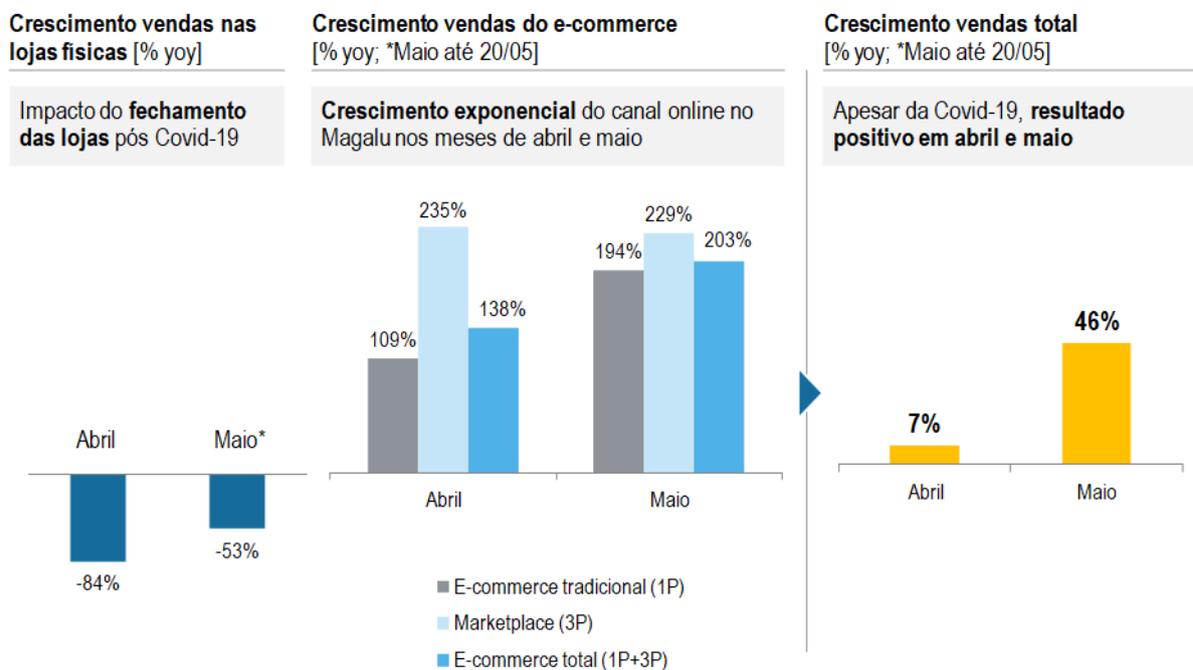
#### Evolução do número de cidades atendidas pela Logbee



Atualmente, cerca de 64% de nossas entregas são feitas em até 48 horas. Nosso foco, agora, é expandir as entregas em até 24 horas. Em junho, cerca de 25% das vendas do 1P chegarão às casas dos clientes em até um dia útil, graças à evolução da nossa Malha Logística, ao projeto *ship-from-store* e ao uso das lojas como mini-CDs. Com a integração de tudo isso, os clientes Magalu terão acesso a melhor experiência do varejo, com um número cada vez maior de produtos e categorias, acessíveis até nas mais remotas regiões do país.

Encerramos o primeiro trimestre com 1.157 lojas físicas, sendo 51 quiosques em parceria com as Lojas Marisa. Até o início da segunda quinzena de março, quando a pandemia de covid-19 começou a evoluir no Brasil, as vendas nas lojas físicas apresentavam crescimento expressivo. Com o início do processo de isolamento social, que culminou no fechamento temporário de todas as unidades a partir de 20 de março, estimamos que as lojas físicas tenham deixado de vender o equivalente a 500 milhões de reais -- o que teve impacto tanto no crescimento de vendas do trimestre (que seria de aproximadamente 8% no conceito mesmas lojas), como no resultado final.

O segundo trimestre começou surpreendentemente acelerado no *top line*<sup>1</sup>. Nossa plataforma vem crescendo exponencialmente, mesmo com uma forte base de comparação. Em abril, o e-commerce total do Magalu mais que dobrou: cresceu 138% (109% no e-commerce tradicional (1P) e 235% no marketplace). Com isso, mesmo com uma queda de 84% no faturamento das lojas físicas (parcialmente reabertas a partir de 22 de abril), as vendas totais cresceram 7% no período. Em maio, os números aceleraram ainda mais. O e-commerce mais que triplicou: o crescimento atingiu expressivos 203% até 20 de maio, sendo 194% na operação tradicional e 229% no marketplace. Incluindo a contribuição das lojas físicas que reabriram, mesmo que parcialmente, as vendas totais do Magalu avançaram 46% no período.



Nosso modelo totalmente multicanal nos permitiu combinar forte crescimento de vendas com rentabilidade. Esse sempre foi nosso diferencial em relação aos *pure players*. Porém, com as lojas temporariamente fechadas, a dinâmica do nosso modelo será diferente neste segundo trimestre. Mesmo com o forte crescimento de vendas no online, que mais do que compensou o fechamento das lojas, temos um significativo desafio de rentabilização deste modelo mais monocanal. Isso porque as lojas físicas, que costumam gerar elevada contribuição positiva, estão fechadas e boa parte das despesas fixas das mesmas continuam existindo. Fizemos esforços relevantes de renegociação de contratos e redução de custos (vide fato relevante publicado em abril) mas não a ponto de compensar a queda de vendas dessas unidades reportado no *chart* acima. Além disso, o custo de entrega do e-commerce aumentou pelo fato de não conseguirmos oferecer a eficiente opção logística de Retira Loja aos nossos clientes (que representava 40% das vendas). Lojas fechadas também dificultaram pagamentos de prestações para milhões de nossos consumidores e geraram atrasos que impactam a taxa de inadimplência da Luizacred. Os efeitos dessa nova realidade já se mostraram no resultado final do primeiro tri. E devem ter impacto ainda maior no segundo.

<sup>1</sup> O valor de vendas do marketplace (GMV) de 01 de janeiro a 20 de maio de 2020 no montante de R\$2.238,7 milhões, que estão somados as vendas totais apresentadas nesse relatório, foi objeto de Asseguração Limitada Independente por nossos auditores externos e está disponível em nosso site. Os demais componentes das vendas totais do trimestre estão no escopo da revisão das informações trimestrais por nossos auditores independentes.

A boa notícia é que esses efeitos são temporários. Primeiramente porque, mesmo com as lojas fechadas, estamos ampliando significativamente a modalidade de custo menor que é o *ship-from-store* e estamos conseguindo autorização para fazer recebimentos na maior parte delas. Também temos expectativa que em breve boa parte de nossas lojas estarão reabertas. Vale ressaltar que temos um hedge natural geográfico: mais de 70% das nossas lojas estão em cidades pequenas -- com menos de 400 mil habitantes -- que devem ter as liberações de isolamento social antes das grandes cidades.

A evolução da pandemia de covid-19 gerou uma situação sem precedentes. Ainda temos pouca clareza sobre os impactos que estão por vir. Mas, desde o início da crise, estabelecemos três missões: 1- Cuidar da saúde e da segurança de todos; 2- Preservar a caixa e os empregos e 3- Garantir a continuidade operacional. Com uma posição de caixa sólida e um e-commerce forte, nos dedicamos a algumas iniciativas de curto prazo, voltadas principalmente à preservação de caixa, e desenvolvemos projetos que deram velocidade a nossos drivers estratégicos de longo prazo. Investimos em novas categorias, lançamos o Parceiro Magalu, expandimos o *ship-from-store*, levamos a Logbee para mais de 500 cidades, lançamos funcionalidades no Superapp. Tudo isso em tempo recorde. Em cinco semanas, fizemos o que havíamos planejado fazer num tempo dez vezes maior. 50 em 5. Temos convicção de que, juntamente com os nossos parceiros, sairemos desta crise maiores e mais fortes do que quando entramos nela.

Gostar de gente é um dos nossos valores e, diante da emergência sanitária, a prioridade do Magalu tem sido a saúde e segurança de todos, especialmente dos colaboradores. Adotamos medidas hospitalares de higienização, implantamos o home office, disseminamos o uso de máscaras e o controle de temperatura nas nossas operações. Cuidamos também da saúde financeira das nossas equipes, com a antecipação de vale-alimentação, pagamento em dobro do “cheque-mãe”, pagamento da premiação extra para os times dos centros de distribuição e redução da meta de vendas de março para pagamento da premiação das lojas.

Em um período tão crítico como o que estamos vivendo, o Magalu oferece sua contribuição à sociedade -- sobretudo, aos mais vulneráveis -- ao dar suporte aos colaboradores, lutar pela manutenção dos empregos e ao investir em itens essenciais do nosso sortimento, com o oferecimento de frete grátis para esses produtos. Paralelamente, as famílias controladoras da companhia doaram 10 milhões de reais em respiradores, colchões, travesseiros e alimentos para as populações de regiões mais necessitadas.

Por fim, e não menos importante, a marca Magalu esta sendo uma das mais positivamente lembradas pelos brasileiros durante a crise da covid-19. Esse nunca foi nosso objetivo final. Mas o reconhecimento nos enche de orgulho por demonstrar a proximidade que temos com nossos clientes e colaboradores e por tangibilizar o calor humano, um dos pilares da cultura Magalu. Esse é o jeito Luiza de ser, do qual jamais abriremos mão.

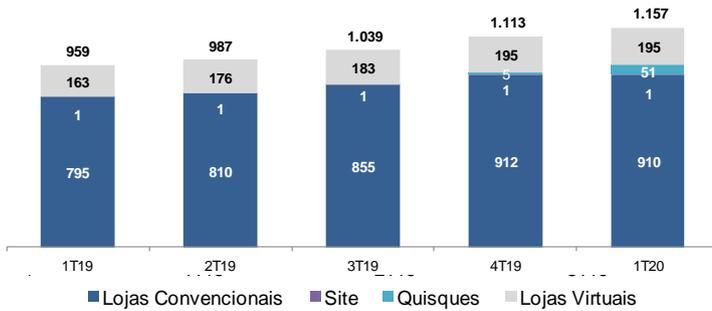
Mais uma vez, agradecemos a companhia de nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas, e fornecedores nesta desafiante jornada.

## A DIRETORIA

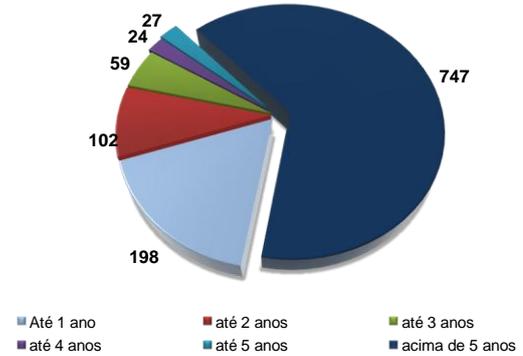
## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 1T20 com 1.157 lojas, sendo 910 convencionais, 195 virtuais, 51 quiosques (parceria com as Lojas Marisa) e o e-commerce. No 1T20, a Companhia inaugurou 46 quiosques e fechou as 2 lojas do projeto piloto com o Carrefour. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 198 novas lojas (32 na Região Sul, 71 no Sudeste, 29 no Centro Oeste, 17 no Nordeste e 49 no Norte). Da base total, 35% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

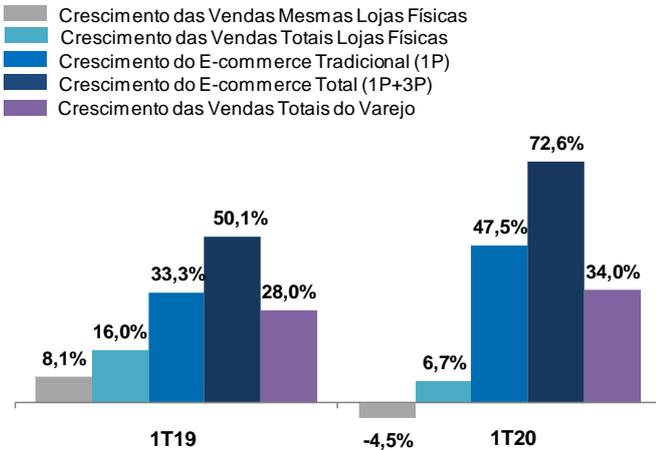


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)

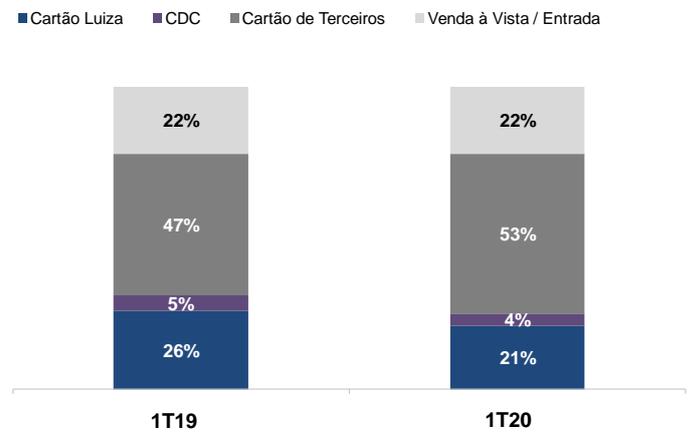


As vendas totais do varejo aumentaram 34,0% no 1T20, reflexo do crescimento de 72,6% no e-commerce e 6,7% das lojas físicas.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



O faturamento do Cartão Luiza dentro do Magalu cresceu 7,9%, contribuindo para a estratégia da Companhia de aumentar a fidelização dos clientes. Por outro lado, sua participação nas vendas diminuiu de 26% para 21% em função do fechamento temporário das lojas e do aumento da participação no e-commerce nas vendas totais.

## Receita Bruta

R\$ milhões	1T20	1T19	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	6.134,0	5.060,0	21,2%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	315,3	228,9	37,8%
<b>Receita Bruta - Varejo</b>	<b>6.449,3</b>	<b>5.288,9</b>	<b>21,9%</b>
Receita Bruta - Outros Serviços	65,7	30,0	118,9%
Eliminações Inter-companhias	(28,7)	(5,6)	409,6%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>6.486,3</b>	<b>5.313,2</b>	<b>22,1%</b>

No 1T20, a receita bruta total cresceu 22,1% para R\$6,5 bilhões. O acelerado crescimento do e-commerce, incluindo a Netshoes, e a excelente performance das lojas novas contribuíram para o crescimento da receita bruta no trimestre. O crescimento receita bruta foi alcançado mesmo com o fechamento temporário das lojas físicas no final de março, em função da evolução da pandemia do covid-19 no Brasil. Estimamos que as lojas físicas deixaram de vender cerca de R\$500 milhões no período de fechamento, o que impactou o crescimento da receita bruta. Vale destacar o aumento de 37,8% na receita de prestação de serviços no 1T20, especialmente devido ao crescimento de 184,8% nas vendas do Marketplace.

## Receita Líquida

R\$ milhões	1T20	1T19	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	4.916,8	4.103,0	19,8%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	288,1	204,2	41,1%
<b>Receita Líquida - Varejo</b>	<b>5.204,9</b>	<b>4.307,2</b>	<b>20,8%</b>
Receita Líquida - Outros Serviços	58,5	27,4	113,3%
Eliminações Inter-companhias	(28,7)	(5,6)	409,6%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>5.234,7</b>	<b>4.329,0</b>	<b>20,9%</b>

No 1T20, a receita líquida total evoluiu 20,9% para R\$5,2 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total.

## Lucro Bruto

R\$ milhões	1T20	1T19	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.143,5	999,0	14,5%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	288,1	204,2	41,1%
<b>Lucro Bruto - Varejo</b>	<b>1.431,6</b>	<b>1.203,2</b>	<b>19,0%</b>
Lucro Bruto - Outros Serviços	14,5	10,2	41,3%
Eliminações Inter-companhias	(25,6)	(2,0)	1179,8%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>1.420,5</b>	<b>1.211,4</b>	<b>17,3%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>27,1%</b>	<b>28,0%</b>	<b>-0,8 pp</b>

No 1T20, o lucro bruto ajustado cresceu 17,3% para R\$1,4 bilhão, equivalente a uma margem bruta de 27,1%. A variação da margem bruta foi reflexo, principalmente, da maior participação do e-commerce tradicional (1P) nas vendas.

## Despesas Operacionais

R\$ milhões	1T20 Ajustado	% RL	1T19 Ajustado	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(938,3)	-17,9%	(693,0)	-16,0%	35,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(194,6)	-3,7%	(136,3)	-3,1%	42,8%
<b>Subtotal</b>	<b>(1.132,9)</b>	<b>-21,6%</b>	<b>(829,3)</b>	<b>-19,2%</b>	<b>36,6%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(30,0)	-0,6%	(12,4)	-0,3%	141,6%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,8	0,3%	15,7	0,4%	-12,0%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(1.149,1)</b>	<b>-22,0%</b>	<b>(826,0)</b>	<b>-19,1%</b>	<b>39,1%</b>

## Despesas com Vendas

No 1T20, as despesas com vendas totalizaram R\$938,3 milhões, equivalentes a 17,9% da receita líquida. O percentual das despesas com vendas em relação a receita líquida aumentou 0,9 p.p. em relação ao 1T19, reflexo da consolidação da Netshoes, investimentos em melhoria no nível de serviço e aquisição de novos clientes, e do fechamento temporário das lojas físicas.

## Despesas Gerais e Administrativas

No 1T20, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$194,6 milhões, equivalentes a 3,7% da receita líquida, 0,6 p.p. maior que o 1T19 devido, principalmente, a consolidação da Netshoes e ao fechamento temporário das lojas no final de março.

## Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$30,0 milhões no 1T20.

## Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	1T20	% RL	1T19	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,1)	0,0%	2,8	0,1%	-
Apropriação de Receita Diferida	13,9	0,3%	12,9	0,3%	8,0%
<b>Subtotal - Ajustado</b>	<b>13,8</b>	<b>0,3%</b>	<b>15,7</b>	<b>0,4%</b>	<b>-12,0%</b>
Créditos tributários	44,3	0,8%	-	0,0%	-
Provisão para riscos tributários	30,9	0,6%	16,0	0,4%	92,9%
Honorários especialistas	(7,8)	-0,1%	(4,6)	-0,1%	68,2%
Despesas pré-operacionais de lojas	(1,9)	0,0%	(1,6)	0,0%	19,3%
Outras despesas não recorrentes	(6,7)	-0,1%	0,0	0,0%	-
<b>Subtotal - Não Recorrente</b>	<b>58,8</b>	<b>1,1%</b>	<b>9,8</b>	<b>0,2%</b>	<b>498%</b>
<b>Total</b>	<b>72,6</b>	<b>1,4%</b>	<b>25,5</b>	<b>0,6%</b>	<b>184%</b>

No 1T20, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$13,8 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$13,9 milhões.

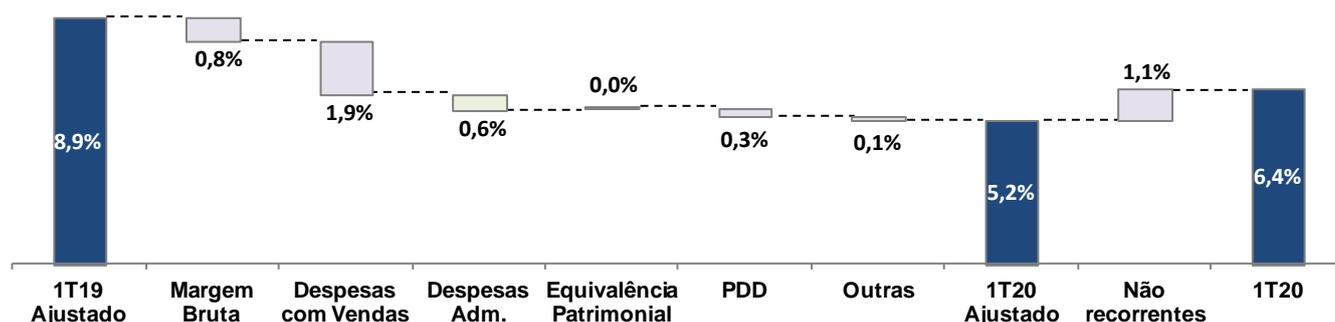
## Equivalência Patrimonial

No 1T20, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$2,4 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$4,8 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência negativa de R\$2,3 milhões.

## EBITDA

No 1T20, o EBITDA ajustado atingiu R\$273,9 milhões. O elevado crescimento das vendas do e-commerce, incluindo o marketplace, contribuiu novamente para o EBITDA. Entretanto, a perda de vendas decorrente do fechamento temporário das lojas físicas e o aumento das despesas em relação à receita líquida influenciaram a margem EBITDA ajustada, que passou de 8,9% no 1T19 para 5,2% no 1T20.

### Evolução do EBITDA (% da receita líquida)



## Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	1T20	% RL	1T19	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(94,1)	-1,8%	(115,7)	-2,7%	-18,7%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(10,7)	-0,2%	(7,0)	-0,2%	54,4%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(22,4)	-0,4%	(37,2)	-0,9%	-39,9%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(38,0)	-0,7%	(56,4)	-1,3%	-32,7%
Outras Despesas e Impostos	(23,0)	-0,4%	(15,1)	-0,3%	52,3%
<b>Receitas Financeiras</b>	42,9	0,8%	38,0	0,9%	12,8%
Rendimento de Aplicações Financeiras	1,9	0,0%	1,4	0,0%	30,4%
Outras Receitas Financeiras	41,0	0,8%	36,6	0,8%	12,1%
<b>Subtotal: Resultado Financeiro Líquido</b>	(51,2)	-1,0%	(77,7)	-1,8%	-34,1%
Juros Arrendamento Mercantil	(43,2)	-0,8%	(21,3)	-0,5%	103,2%
<b>Resultado Financeiro Líquido Total</b>	(94,4)	-1,8%	(98,9)	-2,3%	-4,6%

No 1T20, a despesa financeira líquida totalizou R\$94,4 milhões, equivalente a 1,8% da receita líquida. Em relação à receita líquida, a despesa financeira melhorou 0,5 p.p. devido, principalmente, à redução da taxa de juros e à melhor estrutura de capital. Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, o resultado financeiro líquido foi de R\$51,2 milhões, equivalente a 1,0% da receita líquida (-0,8 p.p. versus 1T19).

## Lucro líquido

Com o fechamento temporário das lojas físicas, a consolidação da Netshoes e os investimentos adicionais em melhoria no nível de serviço, o resultado líquido ajustado foi negativo R\$8,0 milhões no 1T20. Considerando as receitas não recorrentes, o lucro líquido do 1T20 foi de R\$30,8 milhões.

## Capital de Giro – Ajustado

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-20	dez-19	set-19	jun-19	mar-19
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	166,7	781,3	794,0	733,0	643,6	614,6
(+) Estoques	1.590,9	4.075,5	3.801,8	2.885,7	2.556,3	2.484,6
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(7,0)	77,1	100,6	81,8	58,1	84,1
(+) Impostos a Recuperar	655,5	877,4	864,1	745,7	712,7	221,9
(+) Outros Ativos	48,7	143,5	136,3	145,1	112,7	94,8
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>2.454,8</b>	<b>5.954,8</b>	<b>5.696,8</b>	<b>4.591,3</b>	<b>4.083,4</b>	<b>3.500,0</b>
(-) Fornecedores	1.159,0	4.132,7	5.934,9	3.802,8	3.395,9	2.973,6
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	(6,7)	263,3	354,7	349,8	302,3	270,0
(-) Impostos a Recolher	(26,3)	176,9	352,0	208,8	174,2	203,3
(-) Partes Relacionadas	(53,2)	52,8	152,1	125,6	113,1	106,0
(-) Receita Diferida	3,8	43,0	43,0	43,0	43,0	39,2
(-) Outras Contas a Pagar	336,3	782,9	701,7	688,2	688,4	446,6
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>1.413,1</b>	<b>5.451,6</b>	<b>7.538,5</b>	<b>5.218,3</b>	<b>4.716,7</b>	<b>4.038,6</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>1.041,8</b>	<b>503,2</b>	<b>(1.841,7)</b>	<b>(627,0)</b>	<b>(633,3)</b>	<b>(538,6)</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>4,1%</b>	<b>2,0%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>-2,8%</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-2,7%</b>
(+) Saldo de Recebíveis Descontados	838,7	2.616,4	1.679,8	1.992,9	2.322,9	1.777,7
<b>(=) Capital de Giro Ampliado</b>	<b>1.880,5</b>	<b>3.119,5</b>	<b>(161,9)</b>	<b>1.365,9</b>	<b>1.689,5</b>	<b>1.239,1</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>7,4%</b>	<b>12,2%</b>	<b>-0,7%</b>	<b>6,2%</b>	<b>8,2%</b>	<b>6,2%</b>

Em mar/20, a necessidade de capital de giro ajustada ficou em R\$503,2 milhões, influenciada pelo aumento dos estoques e redução do saldo de fornecedores. A variação do capital de giro foi negativa em função da sazonalidade do varejo, acentuada pelos efeitos do covid-19. Com o risco de ruptura na cadeia de abastecimento e tendência de alta do dólar, a Companhia estrategicamente aumentou o nível de estoques em aproximadamente R\$500 milhões no início do ano.

Além disso, com o fechamento temporário das lojas no final de março, a Companhia deixou de vender cerca de R\$500 milhões, o que também contribuiu para o aumento do giro dos estoques, que passou de 72 dias no 1T19 para 96 dias no 1T20. Desde o início do 2T20, a Companhia tem melhorado rapidamente o giro dos estoques em função da excelente performance de vendas do e-commerce e da reabertura gradual das lojas físicas, o que tem contribuído para a melhoria do capital de giro e para o fluxo de caixa das operações.

## Investimentos

R\$ milhões	1T20	%	1T19	%	Var(%)
Lojas Novas	35,9	34%	9,1	11%	293%
Reformas	5,3	5%	8,2	10%	-35%
Tecnologia	35,8	34%	21,0	26%	71%
Logística	16,1	15%	35,5	44%	-55%
Outros	12,2	12%	6,6	8%	87%
<b>Total</b>	<b>105,4</b>	<b>100%</b>	<b>80,4</b>	<b>100%</b>	<b>31%</b>

No 1T20, os investimentos somaram R\$105,4 milhões, incluindo a abertura de lojas, reformas, investimentos em tecnologia e logística. No período, a Companhia inaugurou 46 quiosques da parceria com as Lojas Marisa.

## Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-20	dez-19	set-19	jun-19	mar-19
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	122,4	(6,5)	(10,0)	(313,4)	(43,3)	(128,9)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	(525,8)	(847,4)	(838,9)	(832,7)	(1.120,4)	(321,6)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>(403,3)</b>	<b>(853,8)</b>	<b>(848,8)</b>	<b>(1.146,1)</b>	<b>(1.163,7)</b>	<b>(450,5)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	95,7	388,9	305,7	221,8	625,7	293,2
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	2.014,0	2.231,3	4.448,2	238,7	441,1	217,3
(+) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	(0,2)	-	0,2	0,3	0,3	0,2
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>2.109,5</b>	<b>2.620,2</b>	<b>4.754,1</b>	<b>460,8</b>	<b>1.067,1</b>	<b>510,7</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>1.706,2</b>	<b>1.766,3</b>	<b>3.905,3</b>	<b>(685,3)</b>	<b>(96,6)</b>	<b>60,2</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	219,0	1.365,7	2.121,0	1.142,0	817,2	1.146,8
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	473,3	649,2	269,5	157,4	68,2	175,9
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>692,2</b>	<b>2.014,9</b>	<b>2.390,5</b>	<b>1.299,4</b>	<b>885,4</b>	<b>1.322,7</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>2.398,4</b>	<b>3.781,2</b>	<b>6.295,8</b>	<b>614,1</b>	<b>788,8</b>	<b>1.382,9</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	-28%	1%	1%	27%	4%	29%
Endividamento de Longo Prazo / Total	28%	99%	99%	73%	96%	71%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	219,1	1.548,0	1.659,7	1.511,8	1.395,2	1.328,9
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado</b>	<b>1,4 x</b>	<b>2,4 x</b>	<b>3,8 x</b>	<b>0,4 x</b>	<b>0,6 x</b>	<b>1,0 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>2.801,7</b>	<b>4.635,1</b>	<b>7.144,6</b>	<b>1.760,2</b>	<b>1.952,5</b>	<b>1.833,4</b>

Nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou sua posição de caixa líquido ajustado em R\$2.398,4 milhões, passando de uma posição de caixa líquido ajustado de R\$1.382,9 milhões em mar/19 para R\$3.781,2 milhões em mar/20, em função da geração de caixa da Companhia, dos investimentos e aquisições realizados, bem como da oferta subsequente de ações concluída em nov/19.

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição total de caixa de R\$4,6 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,6 bilhões mais R\$2,0 bilhões em recebíveis de cartão de crédito. A Companhia concluiu no início de abr/20 uma emissão de debêntures de R\$800,0 milhões, elevando sua posição de caixa total para R\$5,4 bilhões.

**ANEXO I**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO**

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T20	AV	1T19	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	6.486,3	123,9%	5.313,2	122,7%	22,1%
Impostos e Cancelamentos	(1.251,5)	-23,9%	(984,2)	-22,7%	27,2%
<b>Receita Líquida</b>	5.234,7	100,0%	4.329,0	100,0%	20,9%
Custo Total	(3.814,3)	-72,9%	(3.117,6)	-72,0%	22,3%
<b>Lucro Bruto</b>	1.420,5	27,1%	1.211,4	28,0%	17,3%
Despesas com Vendas	(938,3)	-17,9%	(693,0)	-16,0%	35,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(194,6)	-3,7%	(136,3)	-3,1%	42,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(30,0)	-0,6%	(12,4)	-0,3%	141,6%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	72,6	1,4%	25,5	0,6%	184,3%
Equivalência Patrimonial	2,4	0,0%	0,1	0,0%	2616,7%
Total de Despesas Operacionais	(1.087,9)	-20,8%	(816,0)	-18,9%	33,3%
<b>EBITDA</b>	332,6	6,4%	395,4	9,1%	-15,9%
Depreciação e Amortização	(174,8)	-3,3%	(103,9)	-2,4%	68,2%
<b>EBIT</b>	157,8	3,0%	291,4	6,7%	-45,9%
Resultado Financeiro	(94,4)	-1,8%	(98,9)	-2,3%	-4,6%
<b>Lucro Operacional</b>	63,4	1,2%	192,5	4,4%	-67,1%
IR / CS	(32,6)	-0,6%	(60,4)	-1,4%	-46,1%
<b>Lucro Líquido</b>	30,8	0,6%	132,1	3,1%	-76,7%
<b>Cálculo do EBITDA</b>					
<b>Lucro Líquido</b>	30,8	0,6%	132,1	3,1%	-76,7%
(+/-) IR / CS	32,6	0,6%	60,4	1,4%	-46,1%
(+/-) Resultado Financeiro	94,4	1,8%	98,9	2,3%	-4,6%
(+) Depreciação e amortização	174,8	3,3%	103,9	2,4%	68,2%
<b>EBITDA</b>	332,6	6,4%	395,4	9,1%	-15,9%
<b>Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes</b>					
<b>EBITDA</b>	332,6	6,4%	395,4	9,1%	-15,9%
Resultado Não Recorrente	(58,8)	-1,1%	(9,8)	-0,2%	
<b>EBITDA Ajustado</b>	273,9	5,2%	385,5	8,9%	-29,0%
<b>Lucro Líquido</b>	30,8	0,6%	132,1	3,1%	-76,7%
Resultado Não Recorrente	(38,8)	0,0%	(6,5)	-0,1%	
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	(8,0)	-0,2%	125,6	2,9%	-

\* 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 n° 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)	1T20 Ajustado	AV	1T19 Ajustado	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	6.486,3	123,9%	5.313,2	122,7%	22,1%
Impostos e Cancelamentos	(1.251,5)	-23,9%	(984,2)	-22,7%	27,2%
<b>Receita Líquida</b>	5.234,7	100,0%	4.329,0	100,0%	20,9%
Custo Total	(3.814,3)	-72,9%	(3.117,6)	-72,0%	22,3%
<b>Lucro Bruto</b>	1.420,5	27,1%	1.211,4	28,0%	17,3%
Despesas com Vendas	(938,3)	-17,9%	(693,0)	-16,0%	35,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(194,6)	-3,7%	(136,3)	-3,1%	42,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(30,0)	-0,6%	(12,4)	-0,3%	141,6%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	13,8	0,3%	15,7	0,4%	-12,0%
Equivalência Patrimonial	2,4	0,0%	0,1	0,0%	2616,7%
Total de Despesas Operacionais	(1.146,6)	-21,9%	(825,9)	-19,1%	38,8%
<b>EBITDA</b>	273,9	5,2%	385,5	8,9%	-29,0%
Depreciação e Amortização	(174,8)	-3,3%	(103,9)	-2,4%	68,2%
<b>EBIT</b>	99,0	1,9%	281,6	6,5%	-64,8%
Resultado Financeiro	(94,4)	-1,8%	(98,9)	-2,3%	-4,6%
<b>Lucro Operacional</b>	4,6	0,1%	182,7	4,2%	-97,5%
IR / CS	(12,6)	-0,2%	(57,1)	-1,3%	-77,9%
<b>Lucro Líquido</b>	(8,0)	-0,2%	125,6	2,9%	-

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

<b>ATIVO</b>	<b>mar/20</b>	<b>dez/19</b>	<b>set/19</b>	<b>jun/19</b>	<b>mar/19</b>
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	388,9	305,7	221,8	625,7	293,2
Títulos e Valores Mobiliários	2.231,3	4.448,2	238,7	441,1	217,3
Contas a Receber - Cartão de Crédito	1.365,7	2.121,0	1.142,0	817,2	1.146,8
Contas a Receber - Outros	781,3	794,0	733,0	643,6	614,6
Estoques	4.075,5	3.801,8	2.885,7	2.556,3	2.484,6
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	649,2	269,5	157,4	68,2	175,9
Partes Relacionadas - Outros	77,1	100,6	81,8	58,1	84,1
Tributos a Recuperar	877,4	864,1	745,7	712,7	221,9
Outros Ativos	143,5	136,3	145,1	112,7	94,8
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>10.589,9</b>	<b>12.841,2</b>	<b>6.351,2</b>	<b>6.035,6</b>	<b>5.333,1</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Títulos e Valores Mobiliários	-	0,2	0,3	0,3	0,2
Contas a Receber	14,2	16,8	11,7	11,3	4,4
Tributos a Recuperar	1.217,5	1.137,8	1.275,5	944,6	246,8
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	18,9	12,7	14,2	27,0	168,9
Depósitos Judiciais	599,4	570,1	518,2	480,1	383,9
Outros Ativos	11,3	11,0	36,4	34,7	32,7
Investimentos em Controladas	288,0	305,1	305,0	293,6	294,6
Direito de Uso	2.292,4	2.273,8	2.168,2	1.804,9	1.882,0
Imobilizado	1.103,2	1.076,7	1.016,1	941,2	789,4
Intangível	1.575,5	1.545,6	1.556,0	1.509,5	605,1
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>7.120,2</b>	<b>6.949,9</b>	<b>6.901,6</b>	<b>6.047,0</b>	<b>4.408,1</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>17.710,1</b>	<b>19.791,1</b>	<b>13.252,8</b>	<b>12.082,7</b>	<b>9.741,2</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	4.132,7	5.934,9	3.802,8	3.395,9	2.973,6
Empréstimos e Financiamentos	6,5	10,0	313,4	43,3	128,9
Salários, Férias e Encargos Sociais	263,3	354,7	349,8	302,3	270,0
Tributos a Recolher	176,9	352,0	208,8	174,2	203,3
Partes Relacionadas	52,8	152,1	125,6	113,1	106,0
Arrendamento Mercantil	330,6	330,6	213,1	212,6	224,6
Receita Diferida	43,0	43,0	43,0	43,0	39,2
Dividendos a Pagar	123,6	123,6	112,0	-	166,4
Outras Contas a Pagar	782,9	701,7	688,2	688,4	446,6
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>5.912,2</b>	<b>8.002,6</b>	<b>5.856,8</b>	<b>4.972,6</b>	<b>4.558,6</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	847,4	838,9	832,7	1.120,4	321,6
Arrendamento Mercantil	1.981,2	1.949,8	1.991,2	1.621,3	1.667,2
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	32,6	39,0	65,3	58,1	-
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.065,7	1.037,1	941,0	813,0	380,9
Receita Diferida	342,9	356,8	370,5	384,3	378,1
Outras Contas a Pagar	-	2,0	1,8	1,9	1,8
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>4.269,8</b>	<b>4.223,5</b>	<b>4.202,4</b>	<b>3.999,1</b>	<b>2.749,6</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>10.182,0</b>	<b>12.226,1</b>	<b>10.059,2</b>	<b>8.971,7</b>	<b>7.308,2</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	5.952,3	5.952,3	1.719,9	1.719,9	1.719,9
Reserva de Capital	304,5	323,3	296,3	268,1	54,9
Ações em Tesouraria	(175,9)	(124,5)	(80,4)	(9,5)	(84,2)
Reserva Legal	109,0	109,0	65,6	65,6	65,6
Reserva de Retenção de Lucros	1.301,8	1.301,8	434,9	546,9	546,9
Ajuste de Avaliação Patrimonial	5,6	3,2	3,4	1,2	(2,1)
Lucros Acumulados	30,8	-	753,8	518,7	132,1
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>7.528,1</b>	<b>7.564,9</b>	<b>3.193,6</b>	<b>3.110,9</b>	<b>2.433,0</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>17.710,1</b>	<b>19.791,1</b>	<b>13.252,8</b>	<b>12.082,7</b>	<b>9.741,2</b>

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

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	1T20	1T19	mar/20 12UM	mar/19 12UM
<b>Lucro Líquido</b>	<b>30,8</b>	<b>132,1</b>	<b>820,5</b>	<b>582,1</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	30,8	31,3	243,7	68,0
Depreciação e Amortização	174,8	103,9	557,9	230,4
Juros sobre Empréstimos Provisionados	53,4	29,2	227,9	62,8
Equivalência Patrimonial	(2,4)	(0,1)	(29,0)	(34,5)
Dividendos Recebidos	24,8	19,1	26,8	34,8
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	(79,1)	41,2	211,6	146,2
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	33,6	(4,7)	490,4	45,5
Resultado na Venda de Ativos	0,1	(2,8)	(2,1)	(2,9)
Apropriação da Receita Diferida	(13,9)	(12,9)	(54,3)	(79,1)
Despesas com Plano de Ações e Opções	22,3	4,5	102,1	20,1
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>275,1</b>	<b>341,0</b>	<b>2.595,6</b>	<b>1.073,5</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(20,5)	(81,3)	(196,1)	(292,5)
Estoques	(158,4)	305,8	(1.490,9)	(601,2)
Tributos a Recuperar	(92,7)	(14,5)	(1.545,4)	(85,4)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(18,2)	(81,7)	(69,1)	(97,2)
<b>Varição nos Ativos Operacionais</b>	<b>(289,9)</b>	<b>128,3</b>	<b>(3.301,4)</b>	<b>(1.076,4)</b>
Fornecedores	(1.802,6)	(1.131,6)	738,9	516,2
Outras Contas a Pagar	(331,8)	73,2	(92,2)	296,3
<b>Varição nos Passivos Operacionais</b>	<b>(2.134,5)</b>	<b>(1.058,5)</b>	<b>646,7</b>	<b>812,4</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>(2.149,2)</b>	<b>(589,2)</b>	<b>(59,1)</b>	<b>809,5</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(105,4)	(80,4)	(546,5)	(408,4)
Investimento em Controlada	(29,9)	(15,2)	(421,8)	(14,9)
Aumento de Capital em Controlada	-	-	-	(30,0)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(135,3)</b>	<b>(95,6)</b>	<b>(968,3)</b>	<b>(453,3)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	-	-	798,9	-
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(4,1)	(2,2)	(608,9)	(360,5)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(0,3)	(11,2)	(41,4)	(51,2)
Pagamento de arrendamento mercantil	(80,8)	(55,6)	(239,4)	(55,6)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(47,5)	(21,3)	(178,6)	(21,3)
Pagamento de Dividendos	-	-	(182,0)	(114,3)
Ações em Tesouraria	(92,4)	1,0	48,0	(23,0)
Recursos provenientes da emissão de ações	-	-	4.300,0	-
Pagamento de gastos com emissão de ações	-	-	(67,6)	-
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>(225,0)</b>	<b>(89,3)</b>	<b>3.829,1</b>	<b>(625,9)</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	7.144,6	2.607,4	1.833,4	2.103,0
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	4.635,1	1.833,4	4.635,1	1.833,4
<b>Varição no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>(2.509,5)</b>	<b>(774,0)</b>	<b>2.801,7</b>	<b>(269,6)</b>

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

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

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

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

<b>CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)</b>	<b>mar-20</b>	<b>dez-19</b>	<b>set-19</b>	<b>jun-19</b>	<b>mar-19</b>
<b>(=) Capital de Giro</b>	2.187,5	218,2	459,3	39,4	559,4
(+) Contas a receber	14,2	16,8	11,7	11,3	4,4
(+) IR e CS diferidos	18,9	12,7	14,2	27,0	168,9
(+) Impostos a recuperar	1.217,5	1.137,8	1.275,5	944,6	246,8
(+) Depósitos judiciais	599,4	570,1	518,2	480,1	383,9
(+) Outros ativos	11,3	11,0	36,4	34,7	32,7
(+) Invest. contr. em conjunto	288,0	305,1	305,0	293,6	294,6
(+) Direito de Uso	2.292,4	2.273,8	2.168,2	1.804,9	1.882,0
(+) Imobilizado	1.103,2	1.076,7	1.016,1	941,2	789,4
(+) Intangível	1.575,5	1.545,6	1.556,0	1.509,5	605,1
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	7.120,2	6.949,7	6.901,3	6.046,8	4.407,9
(-) Provisão para contingências	1.065,7	1.037,1	941,0	813,0	380,9
(-) Arrendamento Mercantil	1.981,2	1.949,8	1.991,2	1.621,3	1.667,2
(-) Receita diferida	342,9	356,8	370,5	384,3	378,1
(+) IR e CS diferidos	32,6	39,0	65,3	58,1	-
(-) Outras contas a pagar	-	2,0	1,8	1,9	1,8
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	3.422,4	3.384,7	3.369,7	2.878,7	2.428,0
<b>(=) Capital Fixo</b>	3.697,8	3.565,0	3.531,6	3.168,1	1.979,9
<b>(=) Capital Investido Total</b>	5.885,3	3.783,2	3.990,9	3.207,5	2.539,3
(+) Dívida Líquida	(1.766,3)	(3.905,3)	685,3	96,6	(60,2)
(+) Dividendos a Pagar	123,6	123,6	112,0	-	166,4
(+) Patrimônio Líquido	7.528,1	7.564,9	3.193,6	3.110,9	2.433,0
<b>(=) Financiamento Total</b>	5.885,3	3.783,2	3.990,9	3.207,5	2.539,3

<b>RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)</b>	<b>1T20</b>	<b>4T19</b>	<b>3T19</b>	<b>2T19</b>	<b>1T19</b>
Receitas Financeiras	42,9	22,9	96,2	479,7	38,0
Despesas Financeiras	(137,3)	(210,9)	(135,7)	(223,7)	(137,0)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	(94,4)	(188,0)	(39,5)	256,0	(98,9)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	60,4	93,0	93,6	122,1	93,6
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	(34,1)	(95,0)	54,1	378,1	(5,3)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	11,6	32,3	(18,4)	(128,5)	1,8
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	(22,5)	(62,7)	35,7	249,5	(3,5)

<b>RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)</b>	<b>1T20</b>	<b>4T19</b>	<b>3T19</b>	<b>2T19</b>	<b>1T19</b>
EBITDA	332,6	499,1	501,2	379,9	395,4
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(60,4)	(93,0)	(93,6)	(122,1)	(93,6)
Depreciação	(174,8)	(122,3)	(163,9)	(96,8)	(103,9)
IR/CS correntes e diferidos	(32,6)	(20,8)	(62,7)	(152,4)	(60,4)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(11,6)	(32,3)	18,4	128,5	(1,8)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	53,3	230,7	199,4	137,1	135,6
<b>Capital Investido</b>	5.885,3	3.783,2	3.990,9	3.207,5	2.539,3
<b>ROIC Anualizado</b>	4%	24%	20%	17%	21%
Lucro Líquido	30,8	168,0	235,1	386,6	132,1
Patrimônio Líquido	7.528,1	7.564,9	3.193,6	3.110,9	2.433,0
<b>ROE Anualizado</b>	2%	9%	29%	50%	22%

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

Abertura Vendas Totais	1T20	A.V.(%)	1T19	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	269,9	3,5%	242,3	4,2%	11,4%
Lojas Convencionais	3.306,1	43,1%	3.108,2	54,4%	6,4%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>3.576,0</b>	<b>46,7%</b>	<b>3.350,5</b>	<b>58,6%</b>	<b>6,7%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	2.855,0	37,3%	1.935,1	33,8%	47,5%
Marketplace (3P)	1.231,5	16,1%	432,4	7,6%	184,8%
<b>Subtotal - E-commerce</b>	<b>4.086,5</b>	<b>53,3%</b>	<b>2.367,6</b>	<b>41,4%</b>	<b>72,6%</b>
<b>Vendas Totais<sup>1</sup></b>	<b>7.662,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.718,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>34,0%</b>

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

Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar-20	Part(%)	mar-19	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	195	16,9%	163	17,0%	32
Lojas Convencionais	910	78,7%	795	82,9%	115
Quisques	51	4,4%	-	0,0%	51
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>1.156</b>	<b>99,9%</b>	<b>958</b>	<b>99,9%</b>	<b>198</b>
Ecommerce	1	0,1%	1	0,1%	-
<b>Total</b>	<b>1.157</b>	<b>100,0%</b>	<b>959</b>	<b>100,0%</b>	<b>198</b>
<b>Área total de vendas (m<sup>2</sup>)</b>	<b>647.171</b>	<b>100%</b>	<b>574.797</b>	<b>100%</b>	<b>12,6%</b>

## 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 1T20, a base total de cartões da Luizacred atingiu 5,3 milhões de cartões emitidos (+20,5% *versus* mar/19). As vendas dentro das lojas para clientes do Cartão Luiza, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, cresceram 7,9% no 1T20 mesmo com o fechamento temporário das lojas físicas no final de março em função da evolução da pandemia do novo coronavírus no Brasil.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$11,6 bilhões ao final do 1T20, um aumento de 31,0% em relação ao 1T19. A carteira do Cartão Luiza cresceu 33,6% para R\$11,5 bilhões, enquanto a carteira de CDC foi de R\$79 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de foco no Cartão Luiza.

R\$ milhões	1T20	1T19	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	5.318	4.413	20,5%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	1.544	1.431	7,9%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	5.469	4.260	28,4%
<b>Subtotal - Cartão Luiza</b>	<b>7.013</b>	<b>5.691</b>	<b>23,2%</b>
Faturamento CDC	3	45	-94,2%
Faturamento Empréstimo Pessoal	6	13	-53,7%
<b>Faturamento Total Luizacred</b>	<b>7.021</b>	<b>5.749</b>	<b>22,1%</b>
Carteira Cartão	11.456	8.573	33,6%
Carteira CDC	79	217	-63,6%
Carteira Empréstimo Pessoal	15	30	-49,7%
<b>Carteira de Crédito</b>	<b>11.551</b>	<b>8.820</b>	<b>31,0%</b>

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 1º Trimestre de 2020

**Demonstração de Resultados em IFRS**

R\$ milhões	1T20	AV	1T19	AV	Var(%)
<b>Receitas da Intermediação Financeira</b>	397,6	100,0%	365,7	100,0%	8,7%
Cartão	383,6	96,5%	325,7	89,1%	17,8%
CDC	9,5	2,4%	31,6	8,6%	-70,0%
EP	4,5	1,1%	8,4	2,3%	-45,9%
<b>Despesas da Intermediação Financeira</b>	(356,0)	-89,5%	(332,7)	-91,0%	7,0%
Operações de Captação no Mercado	(52,0)	-13,1%	(59,8)	-16,4%	-13,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(304,0)	-76,5%	(272,9)	-74,6%	11,4%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	41,6	10,5%	33,0	9,0%	26,4%
<b>Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(25,2)	-6,3%	(34,1)	-9,3%	-26,3%
Receitas de Prestação de Serviços	230,2	57,9%	190,7	52,2%	20,7%
Despesas de Pessoal	(5,4)	-1,4%	(6,9)	-1,9%	-21,3%
Outras Despesas Administrativas	(198,9)	-50,0%	(168,5)	-46,1%	18,1%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,8%	(3,0)	-0,8%	1,5%
Despesas Tributárias	(35,3)	-8,9%	(30,3)	-8,3%	16,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(12,6)	-3,2%	(16,2)	-4,4%	-22%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	16,5	4,1%	(1,2)	-0,3%	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(6,9)	-1,7%	0,3	0,1%	-
<b>Lucro Líquido</b>	9,6	2,4%	(0,9)	-0,2%	-

**Demonstração de Resultados pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central**

R\$ milhões	1T20	AV	1T19	AV	Var(%)
<b>Receitas da Intermediação Financeira</b>	397,6	100,0%	365,7	100,0%	8,7%
Cartão	383,6	96,5%	325,7	89,1%	17,8%
CDC	9,5	2,4%	31,6	8,6%	-70,0%
EP	4,5	1,1%	8,4	2,3%	-45,9%
<b>Despesas da Intermediação Financeira</b>	(326,9)	-82,2%	(271,8)	-74,3%	20,2%
Operações de Captação no Mercado	(52,0)	-13,1%	(59,8)	-16,4%	-13,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(274,9)	-69,1%	(212,0)	-58,0%	29,7%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	70,7	17,8%	93,8	25,7%	-24,6%
<b>Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(25,2)	-6,3%	(34,1)	-9,3%	-26,3%
Receitas de Prestação de Serviços	230,2	57,9%	190,7	52,2%	20,7%
Despesas de Pessoal	(5,4)	-1,4%	(6,9)	-1,9%	-21,3%
Outras Despesas Administrativas	(198,9)	-50,0%	(168,5)	-46,1%	18,1%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,8%	(3,0)	-0,8%	1,5%
Despesas Tributárias	(35,3)	-8,9%	(30,3)	-8,3%	16,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(12,6)	-3,2%	(16,2)	-4,4%	-22%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	45,6	11,5%	59,7	16,3%	-23,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(18,5)	-4,7%	(24,1)	-6,6%	-22,9%
<b>Lucro Líquido</b>	27,0	6,8%	35,6	9,7%	-24,2%

**Comparativo: Resultado em IFRS x Banco Central**

R\$ milhões	1T20	AV	1T19	AV	Var(%)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	29,1	7,8%	60,9	16,6%	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(11,6)	-3,1%	(24,3)	-6,7%	-
<b>Lucro Líquido</b>	17,4	4,7%	36,5	10,0%	-

## Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira aumentaram 8,7% no 1T20 e atingiram R\$397,6 milhões, influenciadas principalmente pelo crescimento do faturamento do Cartão Luiza dentro e fora do Magalu.

## Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

Considerando que o fechamento temporário das lojas físicas aconteceu nos últimos dias de março, os indicadores de atraso ainda foram pouco impactados no final do 1T20. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou 3,3% da carteira total em mar/20, melhorando 0,2 p.p. em relação a mar/19, mantendo uma política de crédito conservadora.

A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 8,2% em mar/20, um aumento de 0,5 p.p. em relação a mar/19 devido, principalmente, ao aumento da participação de clientes novos na base total.

A despesa de PDD líquida de recuperação representou 2,6% da carteira total no 1T20, uma redução em relação ao patamar de 3,1% no 1T19. Vale destacar novamente um aumento nas provisões em IFRS, maiores que as provisões de acordo com normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central no montante de R\$29,1 milhões, contribuindo para o índice de cobertura da carteira de 170% em dez/19 para 175% em mar/20.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar/20		dez/19		set/19		jun/19		mar/19	
000 a 014 dias	10.229	88,6%	10.322	89,4%	9.151	88,5%	8.428	88,3%	7.836	88,8%
015 a 030 dias	112	1,0%	67	0,6%	65	0,6%	70	0,7%	81	0,9%
031 a 060 dias	115	1,0%	81	0,7%	88	0,9%	91	1,0%	102	1,2%
061 a 090 dias	151	1,3%	128	1,1%	122	1,2%	141	1,5%	123	1,4%
091 a 120 dias	122	1,1%	123	1,1%	133	1,3%	124	1,3%	95	1,1%
121 a 150 dias	117	1,0%	116	1,0%	118	1,1%	140	1,5%	96	1,1%
151 a 180 dias	113	1,0%	110	1,0%	122	1,2%	107	1,1%	88	1,0%
180 a 360 dias	592	5,1%	602	5,2%	536	5,2%	440	4,6%	399	4,5%
Carteira de Crédito (R\$ milhões)	11.551	100,0%	11.549	100,0%	10.336	100,0%	9.542	100,0%	8.820	100,0%
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	147		133		126		120		114	
Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)	11.697		11.682		10.462		9.661		8.935	
Atraso de 15 a 90 Dias	378	3,3%	275	2,4%	275	2,7%	302	3,2%	306	3,5%
Atraso Maior 90 Dias	944	8,2%	951	8,2%	910	8,8%	811	8,5%	678	7,7%
Atraso Total	1.322	11,4%	1.227	10,6%	1.185	11,5%	1.113	11,7%	984	11,2%
PDD sobre Carteira de Crédito	1.362		1.335		1.260		1.097		985	
PDD sobre Limite Disponível	293		280		279		265		225	
PDD Total em IFRS 9	1.655		1.614		1.539		1.363		1.210	
Índice de Cobertura da Carteira	144%		140%		138%		135%		145%	
Índice de Cobertura Total	175%		170%		169%		168%		179%	

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 1T20 foi de 10,5%, representando um aumento de 1,5 p.p. em relação ao 1T19, influenciada pelo aumento da receita do Cartão Luiza.

### **Outras Despesas/Receitas Operacionais**

As outras despesas operacionais totalizaram R\$25,2 milhão no 1T20, uma melhoria de 9,3% em relação ao 1T19, devido principalmente ao crescimento da receita de prestação de serviços em 20,7%.

O índice de eficiência operacional da Luizacred passou de 43% no 1T19 para 41% no 1T20 (-2 p.p.), um dos melhores patamares dos últimos anos.

### **Resultado Operacional e Lucro Líquido**

No 1T20, o resultado operacional totalizou R\$16,5 milhões, representando 4,1% da receita da intermediação financeira, um aumento de 4,4 p.p. em relação ao 1T19. No 1T20, a Luizacred apresentou um lucro de R\$9,6 milhões.

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\$27,0 milhões no 1T20, com ROE de 11,8%.

### **Patrimônio Líquido**

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$919,1 milhões em mar/20. 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\$600,5 milhões.

**VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS**  
**Videoconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)**

**26 de maio de 2020 (terça-feira)**

**11h00 – Horário de Brasília**

**10h00 – Horário Estados Unidos (EST)**

**[Acesso Videoconferência](#)**

**HD Web Phone:**

**[Acesso HD Magalu](#)**

**Para participantes no Brasil:**

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

Código de conexão: Magazine Luiza

**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](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

---

## Sobre o Magazine Luiza

Magazine Luiza, ou Magalu, é uma empresa de tecnologia e logística voltada para o varejo. A partir de um varejista tradicional do interior de São Paulo com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia transformou-se em uma empresa de tecnologia, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes. O Magalu possui uma forte presença geográfica, com dezessete centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.150 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 53% 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.