

## 2021: um ano de avanço na estratégia do Magalu

O **Magalu dobrou** em dois anos. **Foram R\$56 bilhões em vendas em 2021**. Comparado a 2020, o crescimento foi de 30%.

O **E-commerce triplicou** no mesmo período, com **R\$40 bilhões em vendas online** e 200 milhões de itens vendidos. Versus 2020, o crescimento foi de 40%.

As vendas online já representam 71% das vendas totais do **Magalu**.

As vendas do Marketplace **quadruplicaram em dois anos** e chegaram a R\$13 bilhões em 2021. Comparado a 2020, o crescimento foi de 69%. **Em fevereiro de 2022, pela primeira vez, as vendas do marketplace<sup>1</sup> do Magalu superaram o faturamento das lojas físicas.**

O **Magalu chegou a 160 mil sellers** que oferecem mais de **60 milhões de ofertas**

Parceiro Magalu: 96 mil varejistas digitalizados com a tecnologia do Magalu – mais de 50 mil deles captados pelas equipes de lojas. Resultado: uma base de sellers com maior distribuição geográfica e forte expansão de sortimento local.

No ano do Piscou Chegou, o Magalu investiu na ampliação das nossas bases logísticas, chegando a **272 centros de distribuição e cross-dockings** no final do ano.

**80% dos pedidos do marketplace estão no Magalu Entregas** e 30% deles são entregues em até 48 horas. Implementamos a **Agência Magalu em +400 lojas em 2021**, oferecendo aos nossos sellers um serviço melhor, mais rápido e barato.

A multicanalidade do Magalu chegou ao Rio de Janeiro. Foram 51 lojas inauguradas no estado em 2021. No total, **o Magalu abriu 182 novas lojas no ano.**

Após um ciclo de aquisições e investimentos orgânicos assertivos, estamos desenvolvendo novas fontes de receita: **45% das vendas online do Magalu já são de novas categorias**, como moda e esporte, casa e decoração, beleza e cuidados pessoais.

O Magalu está no smartphone de grande parte dos brasileiros. **Nossos aplicativos superaram a marca de 45 milhões de usuários ativos mensais.**

**A Fintech do Magalu dobrou de tamanho em 2021:** foram mais de **R\$65 bilhões em TPV.**

O Magalu encerrou o ano com a maior **posição de caixa total da sua história, R\$12,3 bilhões.**

<sup>1</sup> Informações preliminares e não auditadas

## 2021 em números

### Principais números consolidados do Ecosistema Magalu

**R\$56 bilhões**  
vendas totais

+28% comparado a 2020  
+104% comparado a 2019

**+37 milhões**

clientes ativos

+4,0 p.p. de NPS em 2021

**+45 milhões MAU**

(Usuários Ativos Mensais)

**R\$40 bilhões vendas**  
no e-commerce

+39% comparado a 2020  
+221% comparado a 2019

**+450 milhões**

Audiência Online Total

(Acessos site e app em dez/21)

**1481 Lojas Físicas**

em 21 estados brasileiros

**+200 milhões**  
de itens vendidos online

Ecosistema Magalu

**R\$65 bilhões**

em TPV

+83% comparado a 2020

**272 Centros de Distribuição**  
e Cross-dockings

## Marketplace: em 2 anos, GMV 4x maior

**R\$13 bilhões**  
vendas 3P

+69% comparado a 2020  
+332% comparado a 2019

**+160 mil sellers**

+113 mil desde dez/20  
+145 mil desde dez/19

**80% pedidos 3P**  
Magalu Entregas

30% entregues  
em até 48 horas

**Aumento de 50% na**  
conversão de vendas

Mais Sellers, mais itens a venda,  
Entrega mais Rápida



Parceira com Nordestesse e a Lu  
foi capa da Vogue sobre o tema



**MGLU3:** R\$ 5,33 por ação  
**Total de Ações:** 6.748.926.848  
**Valor de Mercado:** R\$ 36,0 bilhões



#### Teleconferência

15 de março de 2021 (Terça-feira)  
09:00 (Brasília) /08:00 (EUA - EST)  
[Link para a teleconferência](#)



#### Relações com Investidores

Tel. +55 11 3504-2727  
[www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri)  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

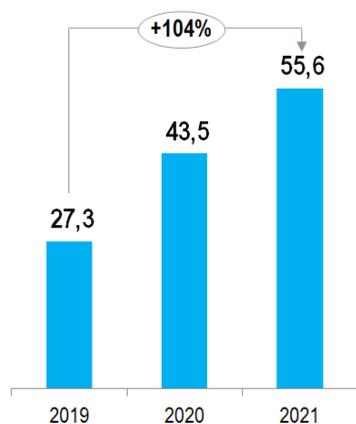
## | MENSAGEM DA DIRETORIA

Em 2019, depois de concluir o mais bem-sucedido processo de transformação digital de uma empresa brasileira, o **Magalu** iniciou um novo ciclo estratégico, baseado no desenvolvimento de um marketplace multicanal, que se tornaria a principal porta de entrada de milhões de varejistas analógicos no mundo digital. A estratégia envolvia, ainda, a ampliação radical das categorias de produtos oferecidas a nossos mais de 37 milhões de clientes ativos e a construção de um ecossistema de empresas que acelerasse a diversificação de receitas. Passado esse tempo – marcado por uma pandemia e suas consequências – temos convicção de que estamos entregando o que foi prometido e de que faremos mais daqui em diante. Eis alguns fatos que baseiam nossa crença na estratégia que escolhemos seguir:

- **Dobramos o GMV total** em apenas dois anos. A soma de todas as vendas feitas pela companhia (online e offline) atingiu 56 bilhões de reais, com um crescimento de 30% no ano passado e de 104% de 2019 para cá.
- **Triplicamos as vendas do e-commerce.** Foram 40 bilhões de reais no ano passado, 40% acima do registrado em 2020, um ano excepcional para o **Magalu**. Considerando-se os últimos dois anos, as vendas online cresceram 221% no acumulado. O comércio eletrônico da companhia atingiu a marca inédita de 200 milhões de itens vendidos no ano.
- **Quadruplicamos o marketplace.** Em 2021, as vendas 3P do **Magalu** atingiram 13 bilhões de reais. Trata-se de uma expansão de cerca de 70% no período. E de um crescimento acumulado de 332% nos últimos dois anos. Em relação a 2019, nosso marketplace ficou quatro vezes maior. Aqui, vemos a evolução do coração de nossa estratégia: crescer, digitalizando o varejo brasileiro. Em fevereiro deste ano, chegamos a um marco histórico. ***Pela primeira vez, as vendas<sup>1</sup> do marketplace do Magalu superaram o faturamento das lojas físicas.***

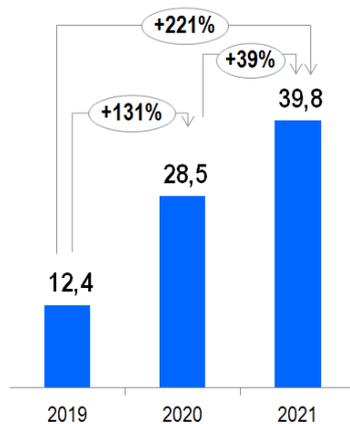
**Vendas totais**  
[em R\$ bilhões]

Dobramos o GMV total em apenas dois anos



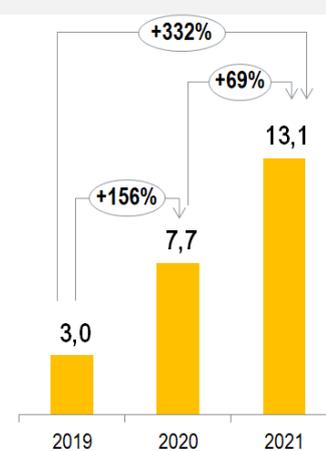
**Vendas do e-commerce total**  
[em R\$ bilhões]

Triplicamos as vendas do e-commerce



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

Quadruplicamos o marketplace



Os números são expressivos. É fundamental entender como o **Magalu** chegou até aqui e como está posicionado para continuar a crescer, de forma sustentável.

### Marketplace Magalu: a escalada do 3P

Os mesmos diferenciais competitivos do modelo de negócio multicanal que fizeram o **Magalu** atingir de maneira sustentável a liderança no 1P brasileiro estão sendo utilizados para alavancar nossa operação de 3P. Nos últimos dois anos, o marketplace tem sido o grande motor da aceleração do e-commerce do **Magalu**. Atualmente, mais de 160 000 sellers, a maior parte deles pequenos varejistas locais, estão integrados à nossa plataforma. Eles vendem absolutamente tudo, de maneira formal e legal.

<sup>1</sup> Informações preliminares e não auditadas

## 2021 e 4T21

Dos 160 000 sellers do marketplace, 96 000 são o que chamamos de **Parceiros Magalu**. O projeto, criado no início da pandemia, tinha como objetivo ajudar pequenos lojistas, até então totalmente analógicos, a sobreviverem ao cenário imposto pelo isolamento social. Sabíamos que, para esses pequenos empreendedores, havia apenas duas opções naquele momento: passar a vender digitalmente seus produtos ou desaparecer. Também sabíamos que esses lojistas só conseguiriam entrar na rede se alguém fizesse o papel de criar um sistema operacional. Ao oferecer uma solução completa – adesão ao nosso marketplace, sistemas de faturamento, back office, crédito, logística, treinamento, promoção e marketing – ajudamos a levar empresas que só conheciam o mundo físico para o universo digital.

Ao todo, nossos sellers disponibilizam 60 milhões de ofertas, das mais diversas categorias – mais que o dobro do que era oferecido no final de 2020. Essas mercadorias chegam em todos os pontos do país – e cada vez mais rápido, graças aos avanços do **Magalu Entregas**, plataforma logística dedicada ao 3P e que compartilha a infraestrutura e a escala do nosso 1P.

Com o aumento expressivo dos investimentos na ampliação das nossas bases logísticas – chegamos a 272 unidades em 2021–, e a incorporação das frotas da GFL, SODE e da Logbee ao **Magalu Entregas**, conseguimos aumentar significativamente a participação da nossa malha própria nessa modalidade, reduzindo muito a participação dos Correios. Atualmente, cerca de 80% dos pedidos do 3P são feitos pelo **Magalu Entregas**, fazendo com que os prazos de entrega caíam radicalmente. Hoje, mais de 30% dos pedidos 3P chegam às casas dos clientes em até dois dias. Entregas mais rápidas e uma operação mais eficiente levaram a um aumento de 50% na taxa de conversão das vendas do 3P em 2021 e uma evolução significativa no NPS (*Net Promoter Score*) do marketplace.

O marketplace também vem sendo impulsionado por algo que só o **Magalu** pode oferecer: as lojas físicas. Não as lojas do passado, nas quais só é possível comprar produtos. As lojas do **Magalu** vêm, ano após ano, ganhando novas funcionalidades e um novo significado. Fomos os primeiros a acreditar que a multicanalidade fazia todo o sentido. Também fomos pioneiros em transformar as unidades físicas em hubs de distribuição hiperlocais. As lojas físicas desempenharam um papel fundamental no crescimento do 1P. Agora, estamos fazendo isso – e mais – para o 3P, integrando esses ativos ao marketplace.

### Sellers que utilizam a Agência Magalu

A Multicanalidade a serviço do nosso 3P

**+293%**

Aumento médio no número de pedidos

**+141%**

Crescimento médio de GMV

**51%**

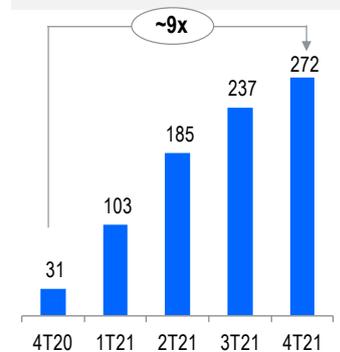
Redução nas despesas de frete

Mais de 400 dos nossos pontos físicos já foram transformados em **Agências Magalu**, nas quais os sellers podem fazer a expedição de suas encomendas. Os 9 500 sellers que trocaram a entrega feita por terceiros pelos serviços das **Agências Magalu** tiveram um crescimento médio de 293% no número de pedidos, um aumento médio de 143% no GMV e uma queda de 51% no custo do frete. Em mais de 1 100 lojas do **Magalu**, os clientes também podem retirar seus pedidos entregues por sellers. Hoje, 13% das compras realizadas no marketplace do **Magalu** são retiradas pelos clientes nas lojas da rede. Não só na logística os pontos físicos são fundamentais: no ano passado, graças ao trabalho de *hunting* realizado pelas equipes das lojas do Brasil inteiro, cerca de 50 000 novos sellers foram captados e se juntaram à plataforma digital da empresa, o que representa quase metade de todos os varejistas incorporados no período.

Mais conveniência. Mais serviços. Entregas mais rápidas. Conexão com os varejistas locais. Custos menores. É por isso que seguimos acreditando no enorme potencial das lojas físicas e da multicanalidade. É isso o que explica a inauguração de 182 unidades ao longo do ano passado e nossa entrada no Rio de Janeiro, segundo maior mercado varejista do país. As 51 lojas físicas já em operação no Rio contribuíram para que a participação de mercado do **Magalu** no estado aumentasse em cinco pontos percentuais em apenas cinco meses. Além disso, as lojas do Rio foram recordistas em atração de novos sellers para a plataforma do marketplace.

### Número de bases logísticas [Centros de Distribuição e Cross Dockings]

Fortes investimentos em logística em 2021, com foco no crescimento do marketplace.



## Ecossistema Magalu: novas fontes de receitas

Trabalhamos mais de seis décadas vendendo bens duráveis. Há pouco mais de um ano, nos tornamos líderes desse mercado, graças às mudanças de perfil de consumo provocadas pela pandemia. Quando o consumidor quis trocar de smartphone, comprar um aparelho de TV mais moderno ou uma geladeira com mais recursos, o **Magalu** estava lá, como primeira opção. A empresa é, hoje, a maior vendedora de produtos de fabricantes como Samsung, Apple e Whirlpool. E escala faz toda a diferença em um negócio como esse – independentemente de ciclos que, são, por definição, passageiros.

Desde 2018, com aquisições que consideramos certas e com investimentos orgânicos, o **Magalu** vem diversificando e ampliando suas fontes de receitas. **Em 2021, as vendas de produtos de novas categorias representaram 45% das vendas do e-commerce (em termos anualizados), impulsionadas principalmente pelo marketplace, um dos que mais crescem no país.**

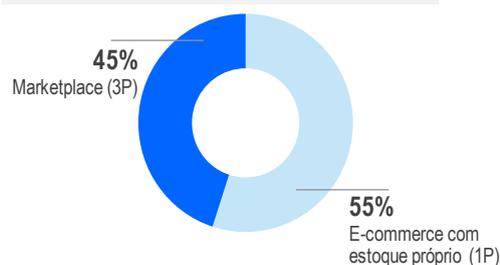
O espaço para a expansão desses negócios – todos fora das categorias tradicionais do **Magalu** – ainda é gigantesco. A formação desse ecossistema de empresas foi acelerada nos últimos dois anos. Em 2020, o **Magalu** adquiriu dez negócios. No ano passado, foram 12 – entre eles o **Jovem Nerd**, a **Steal the Look**, o **KaBuM!** e a **Vip Commerce**. Esses movimentos seguiram um padrão de racionalidade estratégica – e de disciplina financeira. A maior parte dos recursos usados nas compras foi pago em forma de ações da companhia, alinhando os fundadores das empresas adquiridas aos objetivos estratégicos de longo prazo do **Magalu**.

Todos os novos negócios vêm gerando resultados positivos, acima das expectativas iniciais, e se mostrando extremamente resilientes às oscilações da economia. Aqui, alguns dos destaques:

- **KaBuM!: A Disneylândia dos gamers.** O **KaBuM!**, plataforma de produtos para *gamers* comprada em julho, gerou 4 bilhões de reais em GMV e um lucro de mais de 300 milhões de reais em 2021 – um resultado que ainda não aparece no balanço do **Magalu**, já que os números da **KaBuM!** só passaram a ser consolidados em dezembro. O crescimento das vendas foi de 32% na comparação com 2020 e de mais de 200% nos dois últimos anos. São mais de 20 000 itens à venda na plataforma, que incluem computadores, hardware, periféricos, produtos para o universo *gamer* e para a casa inteligente – um sortimento completo para os amantes de tecnologia, totalmente complementar aos produtos vendidos pelo **Magalu** (e que agora estão disponíveis também no Superapp). O **KaBuM!** possui hoje uma base de 2 milhões de clientes ativos, um público jovem e muito fiel. 63% deles ainda não eram clientes do **Magalu**.
- **Lucro recorde na Netshoes e 30 000 sellers de moda.** Juntas, as categorias de esporte e moda atingiram 5 bilhões de reais em vendas totais em 2021. Já plenamente conectada ao ecossistema do **Magalu**, a **Netshoes** registrou o maior lucro anual da sua história – 135 milhões de reais em 2021. O GMV foi de 4 bilhões de reais, um quarto desse total vindo dos cerca de 8 000 sellers do marketplace. No ano, entre outros produtos de seu catálogo de mais de 250 000 itens, a **Netshoes** vendeu 10 milhões de pares de calçados esportivos e 1 milhão de camisas de times de futebol para seus mais de 7 milhões de clientes.

### Em moda, o marketplace já é responsável por quase metade das vendas da categoria

Venda por canal do GMV de moda no Ecossistema Magalu.



- As vendas de produtos de moda no **Magalu** cresceram 170% ao longo do ano passado. Sendo uma das principais categorias geradoras de tráfego para os nossos canais. A participação do 3P na categoria passou de 33% em 2020 para 45% em 2021. Hoje, a vertical de moda, com seus 3,5 milhões de itens e 300 marcas, reúne 30 000 sellers. Eram 6 000 há um ano. Com a participação da **Hubsales**, o número de fabricantes que vendem diretamente ao consumidor seus artigos de moda passou de 136 para 300, distribuídos em oito polos. Juntos, esses fabricantes vendem mais de 350 000 itens.

Em outubro, o **Magalu** lançou sua marca própria de moda, a **Vista**, com mais de 700 modelos. E, em fevereiro deste ano, fechou uma parceria com o hub de conteúdo Nordeste, que promove pequenas marcas da região Nordeste do Brasil.

## 2021 e 4T21

- **1 bi em beleza...** A categoria de beleza, encabeçada pela **Época Cosméticos**, chegou a 1 bilhão de reais em GMV em 2021, com expansão de 60% das vendas diretas e ganho de três pontos percentuais em participação no mercado. A conexão com as grandes marcas de luxo foi fortalecida. Na Black Friday de 2021, a **Época** fez a primeira *live commerce* com a marca francesa Dior na América Latina.
- **...e mais um 1bi em mercado.** A **Vip Commerce**, empresa adquirida pelo Magalu há cerca de um ano, vem trabalhando para digitalizar mercados e supermercados de todo o país. Os sistemas da Vip estão por trás de mais de 2,4 milhões de compras, com 190 milhões de itens vendidos a consumidores de 280 cidades. Em 2021, o GMV gerado pela **Vip Commerce** cresceu mais de 200%, atingindo 330 milhões de reais. A empresa já está integrada ao SuperApp e, a partir de agora, tem a missão de levar essa experiência a mercados de todo o país. Somando a operação com estoque próprio (1P), a categoria de mercado – produtos de higiene, limpeza, bebidas e alimentos não perecíveis – o **Magalu** gerou um GMV total de mais de 1,1 bilhão de reais. Assim, mercado passa a ser a maior categoria em número de itens vendidos na companhia.
- **Vice-líder em food delivery, no azul.** O **AiQFome** se transformou na segunda maior empresa de *food delivery* do Brasil, em número de pedidos – e com lucro. Juntamente com a **ToNoLucro**, de Tocantins, e a **Plus Delivery**, com atuação no Espírito Santo, gerou um GMV de 1,3 bilhão de reais no ano passado, ao atender 5,3 milhões de clientes, localizados em mais de 700 cidades do interior do país. Neste ano, deve começar a chegar a municípios maiores. Em 2021, o **AiQFome** foi integrado ao SuperApp **Magalu**.
- **Uma das maiores audiências do Brasil – em processo de monetização.** Em 2021, o **Magalu** e suas coligadas geraram uma receita de 100 milhões de reais em publicidade – parte desse total vindo de anúncios de sellers feitos por meio de um plataforma proprietária desenvolvida pelo **Magalu**, veiculados nos nossos portais de conteúdo: **Steal the Look** (moda, casa, beleza), **Canaltech** (tecnologia, análises de produtos, podcasts, temas corporativos e cobertura do noticiário diário), **Jovem Nerd** (cultura nerd, cinema, séries, games, história e ciência), além dos canais de e-commerce do ecossistema **Magalu**. A audiência total superou os 450 milhões de acessos em dezembro, incluindo portal e plataformas mobile, o que nos coloca como uma das maiores audiências online no Brasil. E estamos apenas no começo!
- **A Fintech dobrou de tamanho.** Na fintech do **Magalu**, o ano de 2021 foi marcado pela aquisição da **Hub Fintech** e pelo crescimento exponencial no volume de transações, que superou 65 bilhões de reais, com crescimento de 82,5% em relação ao ano anterior. O **MagaluPay**, nossa conta digital integrada ao SuperApp, alcançou 4,8 milhões de clientes. Considerando-se a sub-adquirência e o Banking as a Service (BaaS), foram movimentados mais de 24 bilhões de reais no **Magalu Pagamentos**, com um lucro líquido de 156 milhões de reais. Ultrapassamos os 7,2 milhões de cartões de créditos ativos. E, em apenas oito meses, vendemos mais de 1 milhão do recém-lançado **Cartão Magalu** através de nossos canais digitais. No ano, o TPV de cartão de crédito foi de mais de 41 bilhões de reais, alcançando uma carteira de 17,5 bilhões de reais e gerando um lucro para a **Luizacred** de 153 milhões de reais.

### Sustentabilidade na prática. Há muito tempo

A execução de nossa estratégia caminha no mesmo ritmo de nossas iniciativas de sustentabilidade. Sempre tivemos uma relação umbilical com as comunidades nas quais atuamos e com o Brasil, de uma forma geral. Mas sabemos que o caminho da sustentabilidade não tem linha de chegada. Só podemos melhorar, melhorar e melhorar as nossas práticas cotidianas e a forma como nossos negócios impactam quem está ao redor.

Avançamos consideravelmente no ano passado. Uma importante demonstração disso foi a inclusão do **Magalu** no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 em 2022. O indicador reúne 46 empresas de 27 setores diferentes que são reconhecidas pelo comprometimento com a sustentabilidade corporativa.

## 2021 e 4T21

Na área ambiental, o **Magalu** concluiu o processo de destinação correta de resíduos em seus 26 centros de distribuição e instalou coletores de produtos eletroeletrônicos usados em 250 lojas. Mais de 1,3 tonelada de lixo eletrônico foi captada e enviada para reciclagem ou descarte ambientalmente correto. Um terço de toda a energia consumida pela empresa já provém de fontes limpas. Cinquenta caminhões elétricos foram incorporados à frota logística, evitando, assim, a emissão de 1,7 tonelada de carbono.

O Mundo Social, no SuperApp **Magalu**, passou a oferecer produtos de mais de 60 ONGs e negócios de impacto. E, em um momento de crescente violência contra mulher, o botão de denúncia, também presente no SuperApp, foi aperfeiçoado e conectado ao projeto Justiceiras, que dá apoio multidisciplinar às vítimas.

Na promoção da diversidade, uma das ações mais importantes foi a realização do primeiro censo interno geral, que contou com a participação de 77% dos cerca de 40 000 funcionários. Realizado em setembro, ele mostrou que 51,8% dos funcionários se consideram pretos ou pardos, e, desses, 41,5% ocupam cargos de liderança. Esse dado motivou a companhia a realizar pelo segundo ano consecutivo um programa de trainees exclusivo para pessoas negras, com a seleção de mais um grupo de profissionais talentosos que serão preparados para assumir posições de liderança no futuro.

Promovemos a terceira edição do LuizaCode, programa de aceleração só para mulheres na área de desenvolvimento de software, que distribuiu mais 210 bolsas de estudos e formou, até agora, 330 mulheres. Ainda na área de tecnologia, criamos o Desenvolve 40+ Magalu, um programa de formação para maiores de 40 anos que distribuiu 100 bolsas de estudo, metade delas para negros auto-declarados. Outro programa abre vagas na área de atendimento ao cliente para pessoas acima dos 50 anos de idade.

Todas essas iniciativas têm valido muito a pena. No ano passado, o **Magalu** foi apontado pelo Great Place to Work Institute como a melhor empresa para trabalhar no Brasil.

Nos últimos anos, fizemos uma série de investimentos em ativos que, conectados entre si e potencializados dentro do nosso ecossistema, serão os fundamentos para mais um grande ciclo de crescimento sustentável. Ao fazer isso, estaremos também cumprindo nossa estratégia de digitalizar os varejistas brasileiros, por meio de um marketplace inclusivo – que ajuda a formalizar o que hoje, por falta de instrumentos, está à margem da lei. Um marketplace que contemple sellers de todos os tamanhos (mas, em especial, os pequenos empreendedores analógicos), de todas as regiões do país, de todas as categorias e que atenda a enorme diversidade de consumidores do país.

Encerramos o ano com a maior posição de caixa da nossa história: 12,3 bilhões de reais. Em 2021, o **Magalu** levantou 8 bilhões de reais no mercado – 50% disso em equity, com o follow on realizado em julho, e 50% com a emissão de debêntures, com vencimentos em 2024 e 2025. São recursos que irão suportar os nossos investimentos na digitalização do varejo brasileiro.

Permanecemos nesse caminho, que consideramos o mais promissor e adequado às características da companhia. Acreditamos que aí está o futuro – um futuro que, mais uma vez, o **Magalu** está construindo.

Aos nossos parceiros – clientes, colaboradores, fornecedores, sellers, investidores – agradecemos a companhia na jornada e a confiança. Seguimos juntos e otimistas em 2022.

**A DIRETORIA**

## Destaques Financeiros de 2021 e 4T21



### Crescimento de vendas sobre a maior base de comparação da história.

Em 2021, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 27,8% para R\$55,6 bilhões, reflexo do aumento de 39,4% no e-commerce total (sobre um crescimento de 130,7% em 2020) e um crescimento de 5,8% nas lojas físicas. No 4T21, as vendas cresceram 4,1% e atingiram R\$15,5 bilhões, mesmo com a deterioração dos indicadores macroeconômicos – aumento da inflação e da taxa de juros – que impactam diretamente as categorias de bens duráveis.



### E-commerce continua em ritmo acelerado, com destaque para o marketplace.

Em 2021, o e-commerce brasileiro cresceu 27,0% segundo a Neotrust, com o Magalu novamente crescendo mais que o mercado. No ano, as vendas do e-commerce do Magalu avançaram 39,4% e atingiram R\$39,8 bilhões. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 28,4%, enquanto o marketplace cresceu 68,8% e atingiu R\$13,1 bilhões em vendas no ano. O ganho de *marketshare* foi impulsionado pela excelente performance do app, com 45,2 milhões de usuários ativos mensais, além da entrega mais rápida para 1P e 3P, a evolução do marketplace e das novas categorias.



### Margem bruta reflete maior participação do e-commerce.

Em 2021, a margem bruta ajustada foi de 25,2%, uma redução de 0,6 p.p. quando comparada a 25,8% em 2020. Essa variação é reflexo da maior participação do e-commerce nas vendas totais, que passou de 65,6% em 2020 para 71,5% em 2021, e parcialmente do aumento da inflação no custo das mercadorias vendidas ao longo do segundo semestre. No 4T21, a margem bruta foi de 25,3%, um aumento de 0,6 p.p. em relação ao 4T20, devido ao crescimento da receita de serviços.



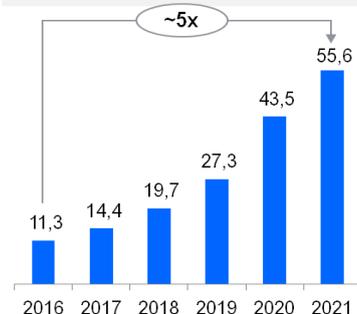
### Despesas influenciadas pela retração das lojas físicas.

O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 21,0% em 2021, com um aumento de 0,4 p.p. comparado a 2020. Essa variação ocorreu, principalmente, pela menor diluição das despesas nas lojas físicas, e parcialmente pelo aumento das despesas de marketing no e-commerce ao longo do segundo semestre. No 4T21, as despesas operacionais ajustadas representaram 22,7%, com um aumento de 3,2 p.p. em relação ao 4T20, devido a uma desaceleração mais acentuada nas vendas das lojas físicas no período.

### Vendas Totais

[em R\$ bilhões]

**Crescimento exponencial:**  
em 5 anos, multiplicamos **por 5x** as vendas totais



### EBITDA e lucro líquido.

O crescimento das vendas e o resultado positivo do e-commerce contribuíram para o EBITDA ajustado, que atingiu R\$1,5 bilhão em 2021. Entretanto, a diminuição da margem bruta e o aumento das despesas em relação à receita líquida influenciaram a margem EBITDA ajustada, que passou de 5,2% em 2020 para 4,2% em 2021. No mesmo período, o lucro líquido ajustado foi de R\$114,2 milhões. Considerando os ganhos líquidos não recorrentes, o lucro líquido total foi de R\$590,7 milhões em 2021. No 4T21, o lucro líquido contábil foi de R\$93,0 milhões e o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$79,0 milhões.



### Geração de caixa e estrutura de capital.

No final de 2021, o Magalu alcançou uma posição de caixa líquido ajustado de R\$5,5 bilhões e a maior posição de caixa total da sua história, no valor de R\$12,3 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$4,1 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$8,2 bilhões. Vale destacar também que a Companhia captou R\$3,9 bilhões na oferta subsequente de ações em jul/21, e ainda reforçou a sua posição de caixa no 4T21 com captações de debêntures no valor de R\$4,0 bilhões, com prazo total de pagamento de 5 anos.



### Fintech.

O volume total de transações processadas (TPV) superou R\$65,0 bilhões em 2021, crescendo 82,5%. Em dez/21, a base de cartões de crédito atingiu a marca de 7,2 milhões de cartões, crescendo 35,5% comparado a dez/20. O faturamento de cartão de crédito cresceu expressivos 41,1% em 2021, atingindo R\$41,1 bilhões no período, sendo R\$12,7 bilhões no 4T21. A carteira de cartão de crédito alcançou R\$17,5 bilhões ao final do ano. Em dez/21, o MagaluPay chegou a marca de 4,8 milhões de contas



**MGLU3:** R\$ 5,33 por ação  
**Total de Ações:** 6.748.926.848  
**Valor de Mercado:** R\$ 36,0 bilhões



### Teleconferência

15 de março de 2021 (Terça-feira)  
09:00 (Brasília) / 08:00 (EUA - EST)  
[Link para a teleconferência](#)



### Relações com Investidores

Tel. +55 11 3504-2727  
[www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri)  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

R\$ milhões (exceto quando indicado)	4T21	4T20	Var(%)	12M21	12M20	Var(%)
Vendas Totais <sup>1</sup> (incluindo marketplace)	15.544,8	14.932,2	4,1%	55.607,7	43.516,7	27,8%
Receita Bruta	11.476,5	12.463,7	-7,9%	42.982,7	36.116,0	19,0%
Receita Líquida	9.400,0	10.065,8	-6,6%	35.278,2	29.177,1	20,9%
Lucro Bruto	2.374,3	2.485,6	-4,5%	8.486,8	7.520,0	12,9%
Margem Bruta	25,3%	24,7%	0,6 pp	24,1%	25,8%	-1,7 pp
EBITDA	(7,9)	504,7	-	1.287,6	1.527,1	-15,7%
Margem EBITDA	-0,1%	5,0%	-5,1 pp	3,6%	5,2%	-1,6 pp
Lucro Líquido	93,0	219,5	-57,6%	590,7	391,7	50,8%
Margem Líquida	1,0%	2,2%	-1,2 pp	1,7%	1,3%	0,4 pp
Lucro Bruto - Ajustado	2.374,3	2.485,6	-4,5%	8.881,9	7.520,0	18,1%
Margem Bruta - Ajustado	25,3%	24,7%	0,6 pp	25,2%	25,8%	-0,6 pp
EBITDA - Ajustado	243,5	523,8	-53,5%	1.477,1	1.506,0	-1,9%
Margem EBITDA Ajustado	2,6%	5,2%	-2,6 pp	4,2%	5,2%	-1,0 pp
Lucro Líquido - Ajustado	(79,0)	232,1	-	114,2	377,8	-69,8%
Margem Líquida - Ajustado	-0,8%	2,3%	-3,1 pp	0,3%	1,3%	-1,0 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-22,8%	10,9%	-	0,2%	-7,4%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	-18,4%	15,7%	-	5,8%	0,6%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	0,9%	119,8%	-	28,4%	122,6%	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	60,0%	122,9%	-	68,8%	155,7%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	16,9%	120,7%	-	39,4%	130,7%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	71,6%	63,8%	7,8 pp	71,5%	65,6%	5,9 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.481	1.301	180 lojas	1.481	1.301	180 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M <sup>2</sup> )	723.085	666.089	8,6%	723.085	666.089	8,6%

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

## | Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 4T20, os resultados do 4T21 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	4T21 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	4T21	AV
<b>Receita Bruta</b>	11.476,5	122,1%	-	11.476,5	122,1%
Impostos e Cancelamentos	(2.076,5)	-22,1%	-	(2.076,5)	-22,1%
<b>Receita Líquida</b>	9.400,0	100,0%	-	9.400,0	100,0%
Custo Total	(7.025,7)	-74,7%	-	(7.025,7)	-74,7%
<b>Lucro Bruto</b>	2.374,3	25,3%	-	2.374,3	25,3%
Despesas com Vendas	(1.759,7)	-18,7%	-	(1.759,7)	-18,7%
Despesas Gerais e Administrativas	(328,3)	-3,5%	-	(328,3)	-3,5%
Perda em Liquidação Duvidosa	(55,9)	-0,6%	-	(55,9)	-0,6%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,7	0,1%	(251,4)	(237,7)	-2,5%
Equivalência Patrimonial	(0,6)	0,0%	-	(0,6)	0,0%
Total de Despesas Operacionais	(2.130,8)	-22,7%	(251,4)	(2.382,2)	-25,3%
<b>EBITDA</b>	243,5	2,6%	(251,4)	(7,9)	-0,1%
Depreciação e Amortização	(226,1)	-2,4%	-	(226,1)	-2,4%
<b>EBIT</b>	17,4	0,2%	(251,4)	(234,0)	-2,5%
Resultado Financeiro	(304,7)	-3,2%	56,7	(248,0)	-2,6%
<b>Lucro Operacional</b>	(287,3)	-3,1%	(194,7)	(482,1)	-5,1%
IR / CS	208,4	2,2%	366,7	575,0	6,1%
<b>Lucro Líquido</b>	(79,0)	-0,8%	171,9	93,0	1,0%

## | Ajustes eventos não recorrentes

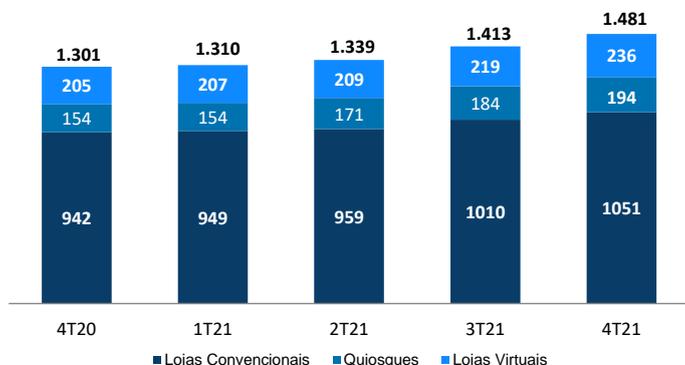
Ajustes	4T21
Créditos tributários	92,6
Provisão para riscos tributários	17,9
Honorários especialistas	(45,8)
Despesas pré-operacionais de lojas e CDs	(19,3)
Despesas não recorrentes	(248,7)
Outras despesas	(48,1)
<b>Ajustes - EBITDA</b>	<b>(251,4)</b>
Atualização - Créditos Tributários	56,7
<b>Ajustes - Resultado Financeiro</b>	<b>56,7</b>
IR / CS sobre ajustes não recorrentes operacionais	85,5
Exclusão do IR / CS sobre atualização monetária e subvenção fiscal	281,2
<b>Ajustes - Lucro Líquido</b>	<b>171,9</b>

# 4T21

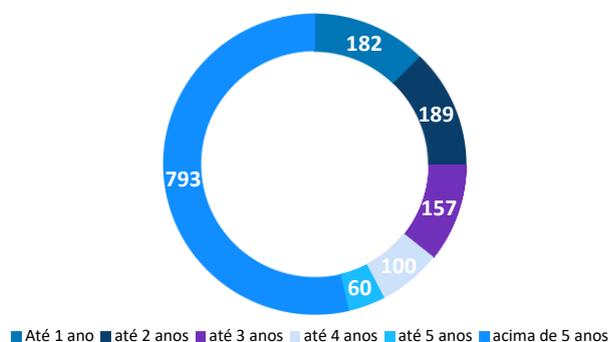
## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 4T21 com 1.481 lojas, sendo 1.051 convencionais, 236 virtuais e 194 quiosques (parceria com as Lojas Marisa e com a rede de supermercados Semar). No 4T21, a Companhia inaugurou 68 novas unidades. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 182 novas lojas (25 na Região Sul, 114 no Sudeste, 11 no Centro Oeste, 27 no Nordeste e 5 no Norte). Da base total, 46% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

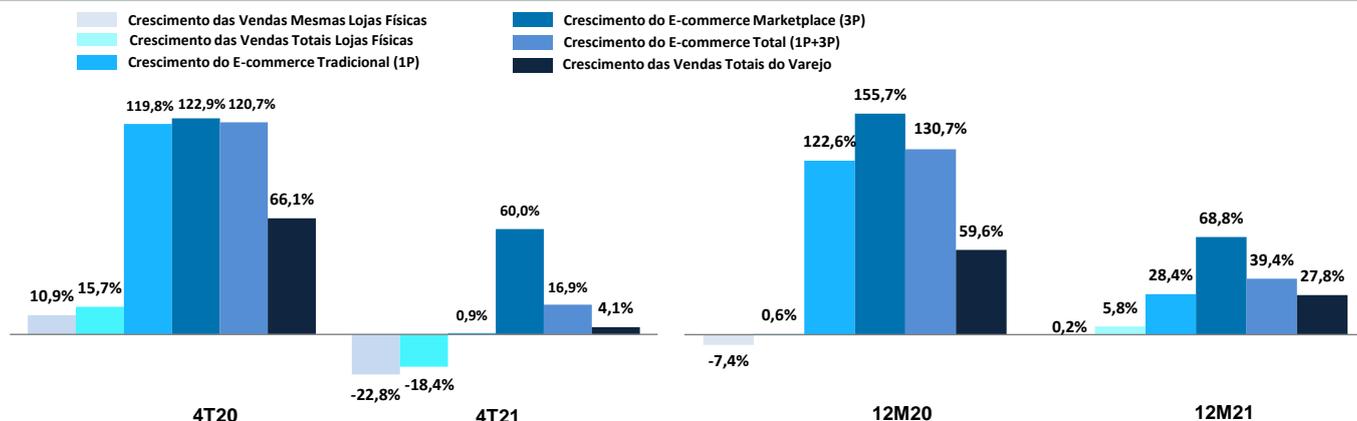


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



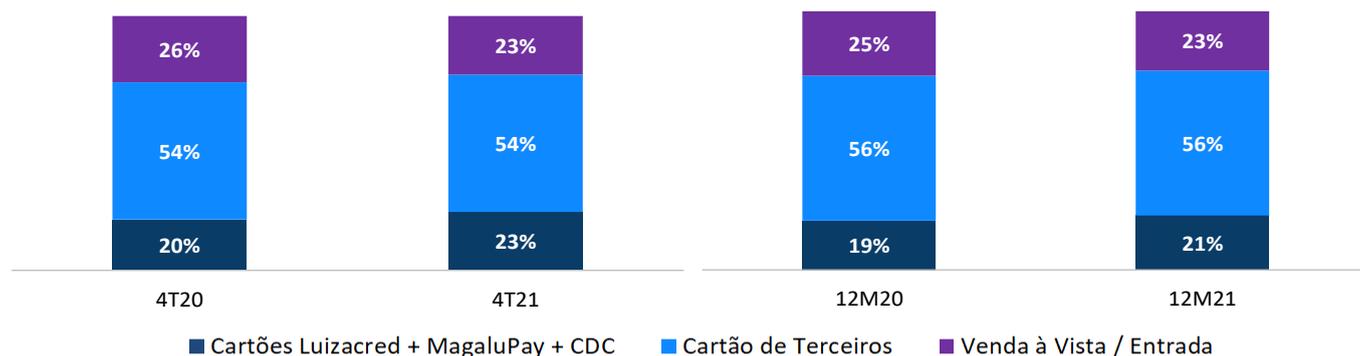
Nos 12M21, as vendas totais do Magalu aumentaram 27,8%, reflexo do crescimento de 39,4% no e-commerce total e de 5,8% nas lojas físicas, mesmo com a piora dos indicadores macroeconômicos no segundo semestre. Vale destacar a performance do marketplace, que cresceu expressivos 68,8% em 2021, sobre um crescimento de 155,7% no ano anterior. No 4T21, as vendas totais evoluíram 4,1% (72,9% nos últimos dois anos), sendo um crescimento de 16,9% no e-commerce (157,9% nos últimos dois anos) e uma redução de 18,4% nas lojas físicas.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



Nos 12M21, a participação do Cartão Magalu, Cartão Luiza, MagaluPay e CDC aumentou de 19% para 21% em função do crescimento da base de cartões Luiza e do sucesso do Cartão Magalu. No 4T21, a participação do Cartão Magalu, Cartão Luiza, MagaluPay e CDC foi de 23%.

Mix de Vendas Financiadas (em %)



## | Receita Bruta

R\$ milhões	4T21	4T20	Var(%)	12M21	12M20	Var(%)
Varejo - Revenda de Mercadorias	10.725,3	11.796,8	-9,1%	40.283,4	34.176,9	17,9%
Varejo - Prestação de Serviços	654,0	550,4	18,8%	2.240,9	1.638,5	36,8%
Outros Serviços	97,2	116,4	-16,5%	458,3	300,6	52,5%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>11.476,5</b>	<b>12.463,7</b>	<b>-7,9%</b>	<b>42.982,7</b>	<b>36.116,0</b>	<b>19,0%</b>

Nos 12M21, a receita bruta total cresceu 19,0% e atingiu R\$43,0 bilhões. O crescimento das vendas, principalmente no e-commerce, contribuiu para a evolução da receita bruta no ano. A receita de serviços cresceu 36,8% no período, especialmente devido ao crescimento do Marketplace e do Magalu Pagamentos. No 4T21, a receita bruta total reduziu 7,9% para R\$11,5 bilhões, impactada pelo menor volume de vendas nas categorias de bens duráveis em função da piora da conjuntura macroeconômica.

## | Receita Líquida

R\$ milhões	4T21	4T20	Var(%)	12M21	12M20	Var(%)
Varejo - Revenda de Mercadorias	8.800,6	9.476,8	-7,1%	32.995,5	27.453,4	20,2%
Varejo - Prestação de Serviços	595,2	502,0	18,6%	2.092,2	1.491,4	40,3%
Outros Serviços	4,2	87,0	-95,2%	190,4	232,3	-18,0%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>9.400,0</b>	<b>10.065,8</b>	<b>-6,6%</b>	<b>35.278,2</b>	<b>29.177,1</b>	<b>20,9%</b>

Nos 12M21, a receita líquida cresceu 20,9% para R\$35,3 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total. No 4T21, a receita líquida total reduziu 6,6% para R\$9,4 bilhões.

## | Lucro Bruto Ajustado

R\$ milhões	4T21 Ajustado	4T20	Var(%)	12M21 Ajustado	12M20	Var(%)
Revenda de Mercadorias	1.796,2	2.043,6	-12,1%	6.952,2	6.141,0	13,2%
Prestação de Serviços	578,1	441,9	30,8%	1.929,7	1.378,9	39,9%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>2.374,3</b>	<b>2.485,6</b>	<b>-4,5%</b>	<b>8.881,9</b>	<b>7.520,0</b>	<b>18,1%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>25,3%</b>	<b>24,7%</b>	<b>0,6 pp</b>	<b>25,2%</b>	<b>25,8%</b>	<b>-0,6 pp</b>

Nos 12M21, o lucro bruto ajustado cresceu 18,1% para R\$8,9 bilhões. No ano, a margem bruta foi de 25,2%, uma redução de 0,6 p.p. comparado a 2020, em função da maior participação do e-commerce nas vendas totais e, parcialmente, do aumento da inflação de custos principalmente no segundo semestre. No 4T21, o lucro bruto ajustado foi de R\$2,4 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 25,3%, um aumento de 0,6 p.p., devido principalmente ao crescimento da receita de serviços.

## 4T21

## | Despesas Operacionais

R\$ milhões	4T21		4T20		Var(%)	12M21		12M20		Var(%)
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL		Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	
Despesas com Vendas	(1.759,7)	-18,7%	(1.675,4)	-16,6%	5,0%	(6.374,4)	-18,1%	(5.162,6)	-17,7%	23,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(328,3)	-3,5%	(289,5)	-2,9%	13,4%	(1.031,7)	-2,9%	(906,8)	-3,1%	13,8%
<b>Subtotal</b>	<b>(2.088,0)</b>	<b>-22,2%</b>	<b>(1.964,9)</b>	<b>-19,5%</b>	<b>6,3%</b>	<b>(7.406,1)</b>	<b>-21,0%</b>	<b>(6.069,4)</b>	<b>-20,8%</b>	<b>22,0%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(55,9)	-0,6%	(33,7)	-0,3%	66,2%	(154,2)	-0,4%	(118,1)	-0,4%	30,6%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,7	0,1%	12,7	0,1%	7,9%	56,3	0,2%	53,7	0,2%	4,8%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(2.130,2)</b>	<b>-22,7%</b>	<b>(1.985,9)</b>	<b>-19,7%</b>	<b>7,3%</b>	<b>(7.504,1)</b>	<b>-21,3%</b>	<b>(6.133,8)</b>	<b>-21,0%</b>	<b>22,3%</b>
<b>Despesas Operacionais / Vendas Totais</b>	<b>-13,7%</b>		<b>-13,3%</b>		<b>-0,4 pp</b>	<b>-13,5%</b>		<b>-14,1%</b>		<b>0,6 pp</b>

## | Despesas com Vendas

Nos 12M21, as despesas com vendas totalizaram R\$6.374,4 milhões, equivalentes a 18,1% da receita líquida, com um aumento de 0,4 p.p. comparado a 2020. Essa variação ocorreu, principalmente, pela menor diluição das despesas nas lojas físicas, e parcialmente pelo aumento das despesas de marketing no e-commerce ao longo do segundo semestre. No 4T21, as despesas com vendas totalizaram R\$1.759,7 milhões, equivalentes a 18,7% da receita líquida, uma variação de 2,1 p.p. em relação ao 4T20, devido a uma desaceleração mais acentuada nas vendas das lojas físicas no período.

## | Despesas Gerais e Administrativas

Nos 12M21, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$1.031,7 milhões, equivalentes a 2,9% da receita líquida. No 4T21, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$328,3 milhões, equivalentes a 3,5% da receita líquida.

## | Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$154,2 milhões nos 12M21 e R\$55,9 milhões no 4T21.

## | Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	4T21	% RL	4T20	% RL	Var(%)	12M21	% RL	12M20	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	0,5	0,0%	(1,4)	0,0%	-	1,0	0,0%	(3,3)	0,0%	-
Apropriação de Receita Diferida	13,2	0,1%	14,1	0,1%	-6,2%	55,3	0,2%	57,0	0,2%	-3,0%
<b>Subtotal - Ajustado</b>	<b>13,7</b>	<b>0,1%</b>	<b>12,7</b>	<b>0,1%</b>	<b>7,9%</b>	<b>56,3</b>	<b>0,2%</b>	<b>53,7</b>	<b>0,2%</b>	<b>4,8%</b>
Créditos tributários	92,6	1,0%	(0,2)	0,0%	-	353,8	1,0%	56,4	0,2%	-
Provisão para riscos tributários	17,9	0,2%	1,7	0,0%	-	420,8	1,2%	35,4	0,1%	-
Honorários especialistas	(45,8)	-0,5%	(8,0)	-0,1%	-	(170,7)	-0,5%	(27,8)	-0,1%	-
Despesas pré-operacionais de lojas e CDs	(19,3)	-0,2%	(2,4)	0,0%	-	(71,4)	-0,2%	(9,5)	0,0%	-
Despesas não recorrentes	(248,7)	-2,6%	0,0	0,0%	-	(248,7)	-0,7%	0,0	0,0%	-
Outras despesas	(48,1)	-0,5%	(10,2)	-0,1%	-	(78,4)	-0,2%	(33,4)	-0,1%	-
<b>Subtotal - Não Recorrente</b>	<b>(251,4)</b>	<b>-2,7%</b>	<b>(19,1)</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-</b>	<b>205,5</b>	<b>0,6%</b>	<b>21,1</b>	<b>0,1%</b>	<b>-</b>
<b>Total</b>	<b>(237,7)</b>	<b>-2,5%</b>	<b>(6,4)</b>	<b>-0,1%</b>	<b>3591,0%</b>	<b>261,8</b>	<b>0,7%</b>	<b>74,7</b>	<b>0,3%</b>	<b>250,2%</b>

Nos 12M21, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$56,3 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$55,3 milhões. No 4T21, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$13,7 milhões.

## | Equivalência Patrimonial

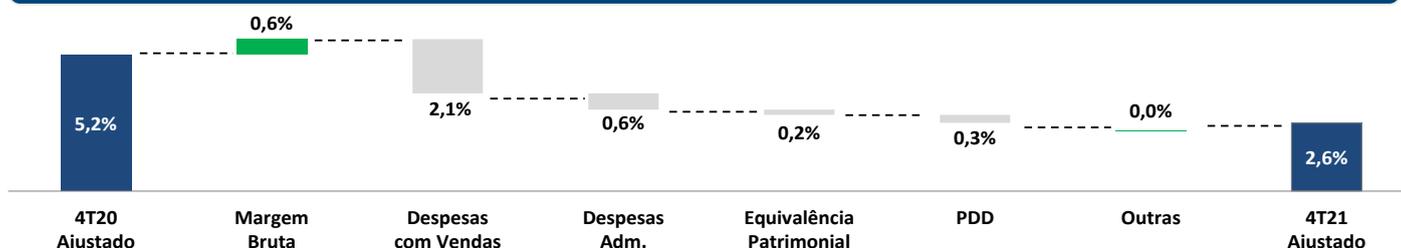
Nos 12M21, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$99,3 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$76,5 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$22,8 milhões. No 4T21, o resultado da equivalência patrimonial foi negativo em R\$0,6 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de -R\$7,2 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$6,6 milhões.

## 4T21

## | EBITDA

Nos 12M21, o EBITDA ajustado atingiu R\$1.477,1 milhões, em função do crescimento das vendas e do resultado positivo do e-commerce. Entretanto, a menor diluição das despesas ao longo do segundo semestre impactou a margem EBITDA que foi de 4,2% nos 12M21, uma redução de 1,0 p.p. comparado aos 12M20. No 4T21, o EBITDA ajustado atingiu R\$243,5 milhões e a margem EBITDA ajustada foi de 2,6%.

## Evolução do EBITDA (% da receita líquida)



## | Resultado Financeiro Ajustado

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	4T21	% RL	4T20	% RL	Var(%)	12M21	% RL	12M20	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(372,6)	-4,0%	(96,2)	-1,0%	287,3%	(955,5)	-2,7%	(414,4)	-1,4%	130,6%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(93,1)	-1,0%	(9,6)	-0,1%	865,8%	(172,6)	-0,5%	(46,6)	-0,2%	270,5%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(150,5)	-1,6%	(50,2)	-0,5%	199,6%	(369,2)	-1,0%	(124,5)	-0,4%	196,6%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(52,7)	-0,6%	(28,2)	-0,3%	86,9%	(198,7)	-0,6%	(115,4)	-0,4%	72,2%
Outras Despesas e Impostos	(76,2)	-0,8%	(8,1)	-0,1%	840,4%	(215,1)	-0,6%	(128,0)	-0,4%	68,0%
<b>Receitas Financeiras</b>	130,0	1,4%	23,0	0,2%	464,5%	300,2	0,9%	183,4	0,6%	63,7%
Rendimento de Aplicações Financeiras	25,0	0,3%	5,6	0,1%	349,6%	42,7	0,1%	19,0	0,1%	125,3%
Outras Receitas Financeiras	104,9	1,1%	17,5	0,2%	501,2%	257,5	0,7%	164,4	0,6%	56,6%
<b>Subtotal: Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	(242,6)	-2,6%	(73,2)	-0,7%	231,5%	(655,3)	-1,9%	(231,1)	-0,8%	183,6%
Juros Arrendamento Mercantil	(62,1)	-0,7%	(45,6)	-0,5%	36,0%	(225,1)	-0,6%	(179,4)	-0,6%	25,4%
<b>Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	(304,7)	-3,2%	(118,8)	-1,2%	156,4%	(880,4)	-2,5%	(410,5)	-1,4%	114,5%

Nos 12M21, as despesas financeiras líquidas ajustadas totalizaram R\$880,4 milhões, equivalentes a 2,5% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 1,1 p.p. devido ao aumento da taxa de juros na economia brasileira ao longo do ano – a taxa SELIC passou de 2,00% a.a. ao final de 2020 para 9,25% a.a. ao final de 2021.

Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, a despesa financeira líquida ajustada foi de R\$655,3 milhões nos 12M21, equivalente a 1,9% da receita líquida. No 4T21, a despesa financeira líquida ajustada foi de R\$242,6 milhões, equivalente a 2,6% da receita líquida (-1,9 p.p. versus 4T20).

## | Lucro líquido

Nos 12M21, o lucro líquido contábil foi de R\$590,7 milhões. Na visão ajustada, ou seja, desconsiderando créditos tributários e outros efeitos não recorrentes, o lucro líquido ajustado foi de R\$114,2 milhões. No 4T21, o lucro líquido contábil foi de R\$93,0 milhões.

## 4T21

## | Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	dez-21	set-21	jun-21	mar-21	dez-20
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	118,2	1.032,7	1.240,6	1.169,0	823,3	914,6
(+) Estoques	3.185,0	9.112,2	8.126,3	7.496,9	6.808,4	5.927,2
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	34,2	114,8	4,8	18,2	19,0	80,6
(+) Tributos a Recuperar	575,0	1.279,3	1.100,1	944,9	872,7	704,3
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	223,0	234,9	48,1	31,5	22,7	11,8
(+) Outros Ativos	242,1	402,8	241,7	236,7	183,6	160,8
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>4.377,4</b>	<b>12.176,8</b>	<b>10.761,5</b>	<b>9.897,2</b>	<b>8.729,8</b>	<b>7.799,3</b>
(-) Fornecedores	1.597,5	10.098,9	9.177,5	8.241,8	7.070,5	8.501,4
(-) Repasses e Outros Depósitos	700,4	1.418,9	1.577,7	878,7	756,7	718,5
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	10,5	370,2	437,7	372,4	380,2	359,7
(-) Impostos a Recolher	(161,7)	239,6	144,3	169,2	211,2	401,3
(-) Partes Relacionadas	(5,0)	125,3	56,8	62,8	36,2	130,3
(-) Receita Diferida	7,3	50,3	50,3	43,1	43,1	43,0
(-) Outras Contas a Pagar	353,6	1.557,3	1.476,3	1.234,5	1.133,7	1.203,7
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>2.502,7</b>	<b>13.860,5</b>	<b>12.920,7</b>	<b>11.002,5</b>	<b>9.631,5</b>	<b>11.357,9</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>1.874,8</b>	<b>(1.683,8)</b>	<b>(2.159,1)</b>	<b>(1.105,3)</b>	<b>(901,8)</b>	<b>(3.558,5)</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>5,9%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-2,3%</b>	<b>-9,9%</b>

Em dez/21, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$1.683,8 milhões, contribuindo para a estrutura de capital da Companhia. Vale mencionar que o estoque final consolidado inclui o saldo de estoques da Kabum, cuja aquisição foi concluída no final do ano. Ajustando-se pela aquisição da Kabum e pelas provisões realizadas no 3T21, a Companhia tem melhorado rapidamente o giro dos estoques desde o final do ano, uma tendência que deve se refletir em uma redução de mais de R\$1,0 bilhão no saldo de estoques nos primeiros meses de 2022.

## | Investimentos

R\$ milhões	4T21	%	4T20	%	Var(%)	12M21	%	12M20	%	Var(%)
Lojas Novas	63,3	21%	24,1	11%	163%	222,2	19%	93,1	17%	139%
Reformas	8,7	3%	18,7	9%	-53%	50,2	4%	33,3	6%	51%
Tecnologia	83,8	27%	49,7	23%	69%	330,6	28%	197,4	36%	67%
Logística	123,8	40%	76,1	35%	63%	459,6	39%	138,1	25%	233%
Outros	27,5	9%	46,2	22%	-40%	101,5	9%	81,9	15%	24%
<b>Total</b>	<b>307,1</b>	<b>100%</b>	<b>214,8</b>	<b>100%</b>	<b>43%</b>	<b>1.164,1</b>	<b>100%</b>	<b>543,9</b>	<b>100%</b>	<b>114%</b>

No 4T21, os investimentos somaram R\$307,1 milhões, incluindo a abertura de lojas, investimentos em tecnologia e logística, incluindo a abertura de 35 cross-dockings. No 4T21, foram inauguradas também 68 novas lojas – incluindo os quiosques dentro das Lojas Marisa e 17 lojas no estado do Rio de Janeiro.

## | Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	dez-21	set-21	jun-21	mar-21	dez-20
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	1.259,2	(408,0)	(12,4)	(12,0)	(847,5)	(1.667,2)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	(6.365,3)	(6.384,9)	(2.339,6)	(2.319,9)	(822,3)	(19,6)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>(5.106,1)</b>	<b>(6.792,9)</b>	<b>(2.352,0)</b>	<b>(2.331,9)</b>	<b>(1.669,8)</b>	<b>(1.686,8)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	884,8	2.566,2	751,2	1.288,3	639,9	1.681,4
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	334,6	1.556,4	1.354,2	468,5	745,4	1.221,8
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>1.219,4</b>	<b>4.122,6</b>	<b>2.105,4</b>	<b>1.756,8</b>	<b>1.385,3</b>	<b>2.903,2</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>(3.886,7)</b>	<b>(2.670,3)</b>	<b>(246,6)</b>	<b>(575,1)</b>	<b>(284,5)</b>	<b>1.216,4</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	770,7	4.618,0	4.187,3	2.610,1	2.891,0	3.847,3
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	1.343,4	3.592,4	2.819,8	1.729,0	1.614,9	2.249,0
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>2.114,1</b>	<b>8.210,5</b>	<b>7.007,1</b>	<b>4.339,1</b>	<b>4.505,9</b>	<b>6.096,3</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>(1.772,6)</b>	<b>5.540,2</b>	<b>6.760,5</b>	<b>3.764,0</b>	<b>4.221,4</b>	<b>7.312,7</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	-93%	6%	1%	1%	51%	99%
Endividamento de Longo Prazo / Total	93%	94%	99%	99%	49%	1%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	(28,9)	1.477,1	1.757,4	1.967,5	1.659,3	1.506,0
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado</b>	<b>-1,1 x</b>	<b>3,8 x</b>	<b>3,8 x</b>	<b>1,9 x</b>	<b>2,5 x</b>	<b>4,9 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>3.333,6</b>	<b>12.333,0</b>	<b>9.112,5</b>	<b>6.095,9</b>	<b>5.891,2</b>	<b>8.999,5</b>

A Companhia encerrou o ano com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$5,5 bilhões e com a maior posição de caixa total da sua história, no valor de R\$12,3 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$4,1 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$8,2 bilhões. Vale destacar também que a Companhia captou R\$3,9 bilhões na oferta subsequente de ações em jul/21, e ainda reforçou a sua posição de caixa no 4T21 com captações de debêntures no valor de R\$4,0 bilhões, com prazo total de pagamento de 5 anos.

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

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	4T21	AV	4T20	AV	Var(%)	12M21	AV	12M20	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	11.476,5	122,1%	12.463,7	123,8%	-7,9%	42.982,7	121,8%	36.116,0	123,8%	19,0%
Impostos e Cancelamentos	(2.076,5)	-22,1%	(2.397,9)	-23,8%	-13,4%	(7.704,5)	-21,8%	(6.938,9)	-23,8%	11,0%
<b>Receita Líquida</b>	9.400,0	100,0%	10.065,8	100,0%	-6,6%	35.278,2	100,0%	29.177,1	100,0%	20,9%
Custo Total	(7.025,7)	-74,7%	(7.580,2)	-75,3%	-7,3%	(26.791,3)	-75,9%	(21.657,2)	-74,2%	23,7%
<b>Lucro Bruto</b>	2.374,3	25,3%	2.485,6	24,7%	-4,5%	8.486,8	24,1%	7.520,0	25,8%	12,9%
Despesas com Vendas	(1.759,7)	-18,7%	(1.675,4)	-16,6%	5,0%	(6.374,4)	-18,1%	(5.162,6)	-17,7%	23,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(328,3)	-3,5%	(289,5)	-2,9%	13,4%	(1.031,7)	-2,9%	(906,8)	-3,1%	13,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(55,9)	-0,6%	(33,7)	-0,3%	66,2%	(154,2)	-0,4%	(118,1)	-0,4%	30,6%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	(237,7)	-2,5%	(6,4)	-0,1%	-	261,8	0,7%	74,7	0,3%	250,2%
Equivalência Patrimonial	(0,6)	0,0%	24,1	0,2%	-	99,3	0,3%	119,9	0,4%	-17,2%
Total de Despesas Operacionais	(2.382,2)	-25,3%	(1.980,9)	-19,7%	20,3%	(7.199,2)	-20,4%	(5.992,9)	-20,5%	20,1%
<b>EBITDA</b>	(7,9)	-0,1%	504,7	5,0%	-	1.287,6	3,6%	1.527,1	5,2%	-15,7%
Depreciação e Amortização	(226,1)	-2,4%	(186,2)	-1,9%	21,4%	(817,0)	-2,3%	(702,5)	-2,4%	16,3%
<b>EBIT</b>	(234,0)	-2,5%	318,4	3,2%	-	470,6	1,3%	824,6	2,8%	-42,9%
Resultado Financeiro	(248,0)	-2,6%	(118,8)	-1,2%	108,7%	(689,0)	-2,0%	(410,5)	-1,4%	67,8%
<b>Lucro Operacional</b>	(482,1)	-5,1%	199,6	2,0%	-	(218,4)	-0,6%	414,1	1,4%	-152,7%
IR / CS	575,0	6,1%	19,9	0,2%	2792,0%	809,1	2,3%	(22,4)	-0,1%	-
<b>Lucro Líquido</b>	93,0	1,0%	219,5	2,2%	-57,6%	590,7	1,7%	391,7	1,3%	50,8%

**Cálculo do EBITDA**

<b>Lucro Líquido</b>	93,0	1,0%	219,5	2,2%	-57,6%	590,7	1,7%	391,7	1,3%	50,8%
(+/-) IR / CS	(575,0)	-6,1%	(19,9)	-0,2%	-	(809,1)	-2,3%	22,4	0,1%	-
(+/-) Resultado Financeiro	248,0	2,6%	118,8	1,2%	108,7%	689,0	2,0%	410,5	1,4%	67,8%
(+) Depreciação e amortização	226,1	2,4%	186,2	1,9%	21,4%	817,0	2,3%	702,5	2,4%	16,3%
<b>EBITDA</b>	(7,9)	-0,1%	504,7	5,0%	-	1.287,6	3,6%	1.527,1	5,2%	-15,7%

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	(7,9)	-0,1%	504,7	5,0%	-	1.287,6	3,6%	1.527,1	5,2%	-15,7%
Resultado Não Recorrente	251,4	2,7%	19,1	0,2%	-	189,6	0,5%	(21,1)	-0,1%	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	243,5	2,6%	523,8	5,2%	-53,5%	1.477,1	4,2%	1.506,0	5,2%	-1,9%

<b>Lucro Líquido</b>	93,0	1,0%	219,5	2,2%	-57,6%	590,7	1,7%	391,7	1,3%	50,8%
Resultado Não Recorrente	(171,9)	0,0%	12,6	0,1%	-	(476,4)	-1,4%	(13,9)	0,0%	-
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	(79,0)	-0,8%	232,1	2,3%	-	114,2	0,3%	377,8	1,3%	-69,8%

\* O EBITDA (sigla em inglês para LAJIDA – Lucro Antes dos Juros, Impostos sobre Renda incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização) é uma medição não contábil elaborada pela Companhia, em consonância com a Instrução CVM nº 527, de 04 de outubro de 2012. O EBITDA consiste no lucro líquido da Companhia, acrescido do resultado financeiro líquido, do imposto de renda e da contribuição social, e dos custos e despesas com depreciação e amortização.

O EBITDA Ajustado consiste no valor de EBITDA ajustado pelo resultado não recorrente. No caso do ajuste acima identificado este refere-se a créditos tributários, além de outras provisões e despesas não recorrentes. A Companhia entende que a divulgação do EBITDA Ajustado é necessária para que se entenda o real impacto na geração de caixa, excluindo-se eventos extraordinários. O EBITDA ajustado não é uma métrica de performance adotada pelo IFRS. A definição de EBITDA ajustado da Companhia pode não ser comparável a medidas semelhantes fornecidas por outras companhias.

**ANEXO II – AJUSTADO**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO**

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	4T21 Ajustado	AV	4T20 Ajustado	AV	Var(%)	12M21 Ajustado	AV	12M20 Ajustado	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	11.476,5	122,1%	12.463,7	123,8%	-7,9%	42.982,7	121,8%	36.116,0	123,8%	19,0%
Impostos e Cancelamentos	(2.076,5)	-22,1%	(2.397,9)	-23,8%	-13,4%	(7.704,5)	-21,8%	(6.938,9)	-23,8%	11,0%
<b>Receita Líquida</b>	9.400,0	100,0%	10.065,8	100,0%	-6,6%	35.278,2	100,0%	29.177,1	100,0%	20,9%
Custo Total	(7.025,7)	-74,7%	(7.580,2)	-75,3%	-7,3%	(26.396,3)	-74,8%	(21.657,2)	-74,2%	21,9%
<b>Lucro Bruto</b>	2.374,3	25,3%	2.485,6	24,7%	-4,5%	8.881,9	25,2%	7.520,0	25,8%	18,1%
Despesas com Vendas	(1.759,7)	-18,7%	(1.675,4)	-16,6%	5,0%	(6.374,4)	-18,1%	(5.162,6)	-17,7%	23,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(328,3)	-3,5%	(289,5)	-2,9%	13,4%	(1.031,7)	-2,9%	(906,8)	-3,1%	13,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(55,9)	-0,6%	(33,7)	-0,3%	66,2%	(154,2)	-0,4%	(118,1)	-0,4%	30,6%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	13,7	0,1%	12,7	0,1%	8,0%	56,3	0,2%	53,7	0,2%	4,8%
Equivalência Patrimonial	(0,6)	0,0%	24,1	0,2%	-	99,3	0,3%	119,9	0,4%	-17,2%
Total de Despesas Operacionais	(2.130,8)	-22,7%	(1.961,8)	-19,5%	8,6%	(7.404,7)	-21,0%	(6.013,9)	-20,6%	23,1%
<b>EBITDA</b>	243,5	2,6%	523,8	5,2%	-53,5%	1.477,1	4,2%	1.506,0	5,2%	-1,9%
Depreciação e Amortização	(226,1)	-2,4%	(186,2)	-1,9%	21,4%	(817,0)	-2,3%	(702,5)	-2,4%	16,3%
<b>EBIT</b>	17,4	0,2%	337,5	3,4%	-94,9%	660,2	1,9%	803,5	2,8%	-17,8%
Resultado Financeiro	(304,7)	-3,2%	(118,8)	-1,2%	156,4%	(880,4)	-2,5%	(410,5)	-1,4%	114,5%
<b>Lucro Operacional</b>	(287,3)	-3,1%	218,7	2,2%	-	(220,3)	-0,6%	393,0	1,3%	-
IR / CS	208,4	2,2%	13,4	0,1%	-	334,5	0,9%	(15,2)	-0,1%	-
<b>Lucro Líquido</b>	(79,0)	-0,8%	232,1	2,3%	-	114,2	0,3%	377,8	1,3%	-69,8%

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

ATIVO	dez/21	set/21	jun/21	mar/21	dez/20
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.566,2	751,2	1.288,3	639,9	1.681,4
Títulos e Valores Mobiliários	1.556,4	1.354,2	468,5	745,4	1.221,8
Contas a Receber - Cartão de Crédito	4.618,0	4.187,3	2.610,1	2.891,0	3.847,3
Contas a Receber - Outros	1.032,7	1.240,6	1.169,0	823,3	914,6
Estoques	9.112,2	8.126,3	7.496,9	6.808,4	5.927,2
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	3.592,4	2.819,8	1.729,0	1.614,9	2.249,0
Partes Relacionadas - Outros	114,8	4,8	18,2	19,0	80,6
Tributos a Recuperar	1.279,3	1.100,1	944,9	872,7	704,3
Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	234,9	48,1	31,5	22,7	11,8
Outros Ativos	402,8	241,7	236,7	183,6	160,8
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>24.509,8</b>	<b>19.874,0</b>	<b>15.993,1</b>	<b>14.621,0</b>	<b>16.798,8</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Contas a Receber	17,4	-	15,2	17,0	16,1
Tributos a Recuperar	1.551,6	1.077,3	680,2	690,3	787,9
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	915,1	470,7	270,8	128,3	196,7
Depósitos Judiciais	1.189,9	1.173,5	1.139,1	980,6	843,9
Outros Ativos	184,8	6,7	7,7	4,9	6,3
Investimentos em Controladas	407,8	454,5	411,7	381,8	386,7
Direito de Uso	3.363,0	3.048,4	2.945,6	2.472,6	2.465,5
Imobilizado	1.938,7	1.746,8	1.460,8	1.308,0	1.258,2
Intangível	4.306,6	2.697,7	2.141,9	2.006,1	1.887,0
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>13.874,8</b>	<b>10.675,5</b>	<b>9.073,1</b>	<b>7.989,6</b>	<b>7.848,4</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>38.384,6</b>	<b>30.549,5</b>	<b>25.066,2</b>	<b>22.610,6</b>	<b>24.647,2</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	10.098,9	9.177,5	8.241,8	7.070,5	8.501,4
Repasse e outros depósitos	1.418,9	1.577,7	878,7	756,7	718,5
Empréstimos e Financiamentos	408,0	12,4	12,0	847,5	1.667,2
Salários, Férias e Encargos Sociais	370,2	437,7	372,4	380,2	359,7
Tributos a Recolher	239,6	144,3	169,2	211,2	401,3
Partes Relacionadas	125,3	56,8	62,8	36,2	130,3
Arrendamento Mercantil	433,8	411,7	398,5	353,7	351,2
Receita Diferida	50,3	50,3	43,1	43,1	43,0
Dividendos a Pagar	41,4	-	0,2	40,0	40,0
Outras Contas a Pagar	2.070,7	1.476,3	1.234,5	1.133,7	1.203,7
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>15.257,2</b>	<b>13.344,8</b>	<b>11.413,2</b>	<b>10.872,7</b>	<b>13.416,1</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	6.384,9	2.339,6	2.319,9	822,3	19,6
Tributos a Recolher	24,3	-	-	-	-
Arrendamento Mercantil	3.020,8	2.713,1	2.625,1	2.191,9	2.175,2
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	113,9	23,7	15,6	21,1	24,8
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.154,1	992,2	1.147,6	1.131,2	1.379,9
Receita Diferida	245,3	259,3	273,5	287,4	301,3
Outras Contas a Pagar	922,9	4,2	5,7	13,4	5,0
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>11.866,2</b>	<b>6.332,2</b>	<b>6.387,4</b>	<b>4.467,2</b>	<b>3.905,8</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>27.123,4</b>	<b>19.677,0</b>	<b>17.800,6</b>	<b>15.339,9</b>	<b>17.321,9</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	12.352,5	9.852,5	5.952,3	5.952,3	5.952,3
Reserva de Capital	(1.637,1)	350,8	346,4	421,7	390,6
Ações em Tesouraria	(1.449,2)	(1.275,1)	(836,2)	(943,5)	(603,7)
Reserva Legal	137,4	123,0	123,0	123,0	123,0
Reserva de Retenção de Lucros	1.856,7	1.321,7	1.321,7	1.451,9	1.451,9
Ajuste de Avaliação Patrimonial	0,8	2,0	4,3	6,6	11,2
Lucros Acumulados	-	497,7	354,2	258,6	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>11.261,2</b>	<b>10.872,5</b>	<b>7.265,6</b>	<b>7.270,7</b>	<b>7.325,3</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>38.384,6</b>	<b>30.549,5</b>	<b>25.066,2</b>	<b>22.610,6</b>	<b>24.647,2</b>

## ANEXO IV

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

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	4T21	4T20	12M21	12M20
<b>Lucro Líquido</b>	<b>93,0</b>	<b>219,5</b>	<b>590,7</b>	<b>391,7</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(604,4)	(71,5)	(906,1)	(96,0)
Depreciação e Amortização	226,1	186,2	817,0	702,5
Juros sobre Empréstimos Provisionados	155,2	57,8	399,4	228,5
Equivalência Patrimonial	0,6	(24,1)	(99,3)	(119,9)
Dividendos Recebidos	-	-	29,5	27,4
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	156,8	58,5	691,1	67,0
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	(5,7)	100,8	(417,5)	282,5
Resultado na Venda de Ativos	(0,4)	-	(0,6)	1,9
Apropriação da Receita Diferida	(13,5)	(13,9)	(55,9)	(56,6)
Despesas com Plano de Ações e Opções	55,0	39,6	118,1	110,6
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>62,6</b>	<b>552,8</b>	<b>1.166,1</b>	<b>1.539,6</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	492,5	(215,2)	122,9	(210,5)
Estoques	(299,7)	(950,4)	(2.923,1)	(2.065,5)
Tributos a Recuperar	(691,1)	193,5	(1.468,5)	475,2
Depósito judiciais	(15,3)	(273,7)	(344,9)	(273,7)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(130,5)	156,8	(125,7)	35,2
<b>Variação nos Ativos Operacionais</b>	<b>(644,0)</b>	<b>(1.089,0)</b>	<b>(4.739,4)</b>	<b>(2.039,4)</b>
Fornecedores	508,9	2.399,7	1.184,4	2.563,6
Outras Contas a Pagar	67,8	267,0	473,1	1.019,2
<b>Variação nos Passivos Operacionais</b>	<b>576,7</b>	<b>2.666,7</b>	<b>1.657,5</b>	<b>3.582,8</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>(4,8)</b>	<b>2.130,5</b>	<b>(1.915,8)</b>	<b>3.083,1</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(307,1)	(214,8)	(1.164,1)	(543,8)
Investimento em Controlada	14,9	(36,2)	(153,3)	(107,6)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(292,2)</b>	<b>(251,0)</b>	<b>(1.317,4)</b>	<b>(651,4)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	4.000,3	1,1	6.300,3	801,1
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(8,3)	(2,0)	(1.687,7)	(22,6)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(24,5)	(0,1)	(131,3)	(0,8)
Pagamento de arrendamento mercantil	(103,7)	(75,6)	(373,8)	(290,2)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(66,8)	(50,6)	(244,7)	(197,6)
Pagamento de Dividendos	-	-	(146,1)	(299,4)
Ações em Tesouraria	(279,4)	(304,8)	(1.050,2)	(567,4)
Recursos provenientes da emissão de ações	-	-	3.981,3	-
Pagamento de gastos com emissão de ações	-	-	(81,0)	-
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>3.517,5</b>	<b>(431,9)</b>	<b>6.566,7</b>	<b>(576,8)</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	9.112,5	7.551,9	8.999,5	7.144,6
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	12.333,0	8.999,5	12.333,0	8.999,5
<b>Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>3.220,6</b>	<b>1.447,6</b>	<b>3.333,6</b>	<b>1.854,9</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)

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	dez-21	set-21	jun-21	mar-21	dez-20
<b>(=) Capital de Giro</b>	5.344,5	4.388,1	2.803,9	3.227,8	2.174,8
(+) Contas a receber	17,4	-	15,2	17,0	16,1
(+) IR e CS diferidos	915,1	470,7	270,8	128,3	196,7
(+) Impostos a recuperar	1.551,6	1.077,3	680,2	690,3	787,9
(+) Depósitos judiciais	1.189,9	1.173,5	1.139,1	980,6	843,9
(+) Outros ativos	184,8	6,7	7,7	4,9	6,3
(+) Invest. contr. em conjunto	407,8	454,5	411,7	381,8	386,7
(+) Direito de Uso	3.363,0	3.048,4	2.945,6	2.472,6	2.465,5
(+) Imobilizado	1.938,7	1.746,8	1.460,8	1.308,0	1.258,2
(+) Intangível	4.306,6	2.697,7	2.141,9	2.006,1	1.887,0
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	234,9	48,1	31,5	22,7	11,8
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	14.109,7	10.723,6	9.104,5	8.012,3	7.860,2
(-) Provisão para contingências	1.154,1	992,2	1.147,6	1.131,2	1.379,9
(-) Arrendamento Mercantil	3.020,8	2.713,1	2.625,1	2.191,9	2.175,2
(-) Receita diferida	245,3	259,3	273,5	287,4	301,3
(-) Tributos a Recolher	24,3	-	-	-	-
(-) IR e CS diferidos	113,9	23,7	15,6	21,1	24,8
(-) Outras contas a pagar	922,9	4,2	5,7	13,4	5,0
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	5.481,3	3.992,5	4.067,5	3.644,9	3.886,2
<b>(=) Capital Fixo</b>	8.628,4	6.731,0	5.037,0	4.367,4	3.974,0
<b>(=) Capital Investido Total</b>	13.972,9	11.119,2	7.840,9	7.595,2	6.148,8
(+) Dívida Líquida	2.670,3	246,6	575,1	284,5	(1.216,4)
(+) Dividendos a Pagar	41,4	-	0,2	40,0	40,0
(+) Patrimônio Líquido	11.261,2	10.872,5	7.265,6	7.270,7	7.325,3
<b>(=) Financiamento Total</b>	13.972,9	11.119,2	7.840,9	7.595,2	6.148,8

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	4T21	3T21	2T21	1T21	4T20
Receitas Financeiras	186,6	219,3	52,1	33,6	23,0
Despesas Financeiras	(434,6)	(260,3)	(281,7)	(203,9)	(141,8)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	(248,0)	(41,0)	(229,7)	(170,3)	(118,8)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	203,3	101,7	149,5	113,3	78,5
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	(44,8)	60,7	(80,2)	(57,0)	(40,4)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	15,2	(20,7)	27,3	19,4	13,7
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	(29,5)	40,1	(52,9)	(37,6)	(26,6)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	4T21	3T21	2T21	1T21	4T20
EBITDA	(7,9)	134,8	465,1	695,6	504,7
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(203,3)	(101,7)	(149,5)	(113,3)	(78,5)
Depreciação	(226,1)	(207,8)	(204,7)	(178,3)	(186,2)
IR/CS correntes e diferidos	575,0	257,5	64,8	(88,3)	19,9
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(15,2)	20,7	(27,3)	(19,4)	(13,7)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	122,5	103,4	148,4	296,3	246,1
<b>Capital Investido</b>	13.972,9	11.119,2	7.840,9	7.595,2	6.148,8
<b>ROIC Anualizado</b>	4%	4%	8%	16%	16%
Lucro Líquido	93,0	143,5	95,5	258,6	219,5
Patrimônio Líquido	11.261,2	10.872,5	7.265,6	7.270,7	7.325,3
<b>ROE Anualizado</b>	3%	5%	5%	14%	12%

**ANEXO VI**  
**ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS<sup>2</sup> E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL**

Abertura Vendas Totais	4T21	A.V.(%)	4T20	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	331,5	2,1%	389,3	2,6%	-14,8%
Lojas Convencionais	4.076,4	26,2%	5.014,3	33,6%	-18,7%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>4.407,9</b>	<b>28,4%</b>	<b>5.403,6</b>	<b>36,2%</b>	<b>-18,4%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	7.006,5	45,1%	6.946,8	46,5%	0,9%
Marketplace (3P)	4.130,4	26,6%	2.581,9	17,3%	60,0%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>11.136,9</b>	<b>71,6%</b>	<b>9.528,6</b>	<b>63,8%</b>	<b>16,9%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>15.544,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>14.932,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>4,1%</b>

Abertura Vendas Totais	12M21	A.V.(%)	12M20	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	1.187,5	2,1%	1.131,2	2,6%	5,0%
Lojas Convencionais	14.668,7	26,4%	13.859,9	31,8%	5,8%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>15.856,2</b>	<b>28,5%</b>	<b>14.991,1</b>	<b>34,4%</b>	<b>5,8%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	26.688,7	48,0%	20.786,2	47,8%	28,4%
Marketplace (3P)	13.062,8	23,5%	7.739,4	17,8%	68,8%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>39.751,5</b>	<b>71,5%</b>	<b>28.525,6</b>	<b>65,6%</b>	<b>39,4%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>55.607,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>43.516,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>27,8%</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	dez/21	Part(%)	dez/20	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	236	15,9%	205	15,8%	31
Lojas Convencionais	1.051	71,0%	942	72,4%	109
Quiosques	194	13,1%	154	11,8%	40
<b>Total</b>	<b>1.481</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.301</b>	<b>100,0%</b>	<b>180</b>
<b>Área total de vendas (m<sup>2</sup>)</b>	<b>723.085</b>	<b>100,0%</b>	<b>666.089</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,6%</b>

<sup>2</sup> O valor de vendas processadas do marketplace e nas plataformas da AiQFome (vendas administradas pela Companhia ou por licenciados) de 01 de outubro a 31 de dezembro de 2021 no montante de R\$4,1 bilhões, 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.

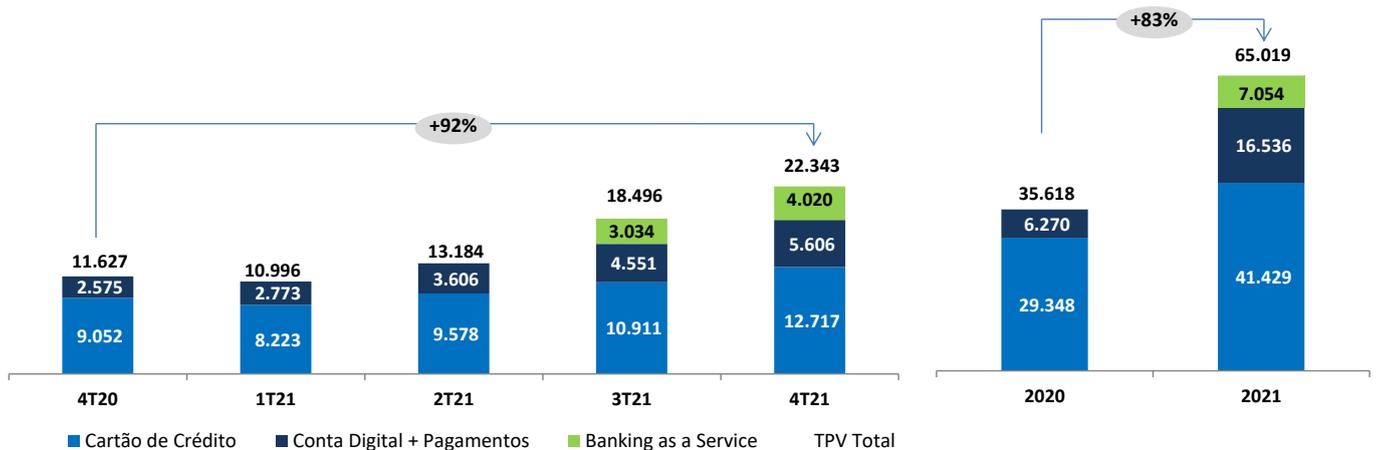
## ANEXO VII FINTECH MAGALU

As iniciativas em fintech no Magalu integram soluções financeiras para clientes e sellers, além do serviço de Banking as a Service (BaaS). Entre os serviços oferecidos, estão subadquirência, conta digital, cartão de crédito e empréstimos para pessoas físicas e jurídicas.

### Indicadores Operacionais

- O volume total de transações (TPV) atingiu R\$65,0 bilhões em 2021, crescendo 82,5%. No 4T21, o volume atingiu R\$22,3 bilhões, crescendo 92,2% comparado ao 4T20.

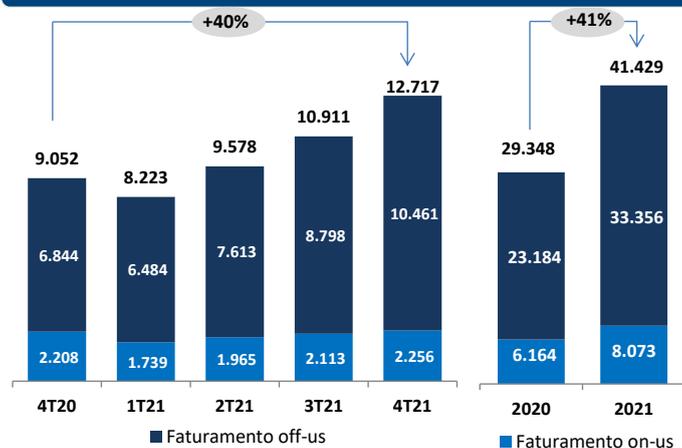
TPV - Volume Total de Pagamentos (em R\$ milhões)



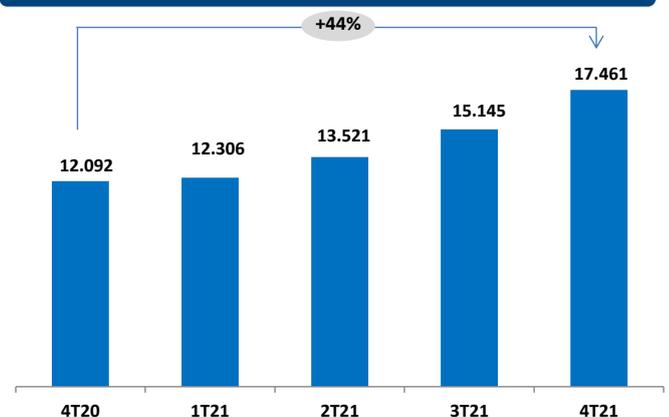
### Cartão de Crédito

- O TPV de Cartão de Crédito foi de R\$41,4 bilhões em 2021, crescendo expressivos 41,1% no período, alcançado R\$12,7 bilhões no 4T21. As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, aumentaram 31,0% em 2021 e atingiram R\$8,1 bilhões, sendo R\$2,3 bilhões no 4T21. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 43,9% em 2021 para R\$33,4 bilhões, sendo R\$10,5 bilhões no 4T21.
- A carteira de cartão de crédito alcançou R\$17,5 bilhões ao final do 4T21, um aumento de 44,4% em relação ao 4T20.

TPV Cartão de Crédito (em R\$ milhares)

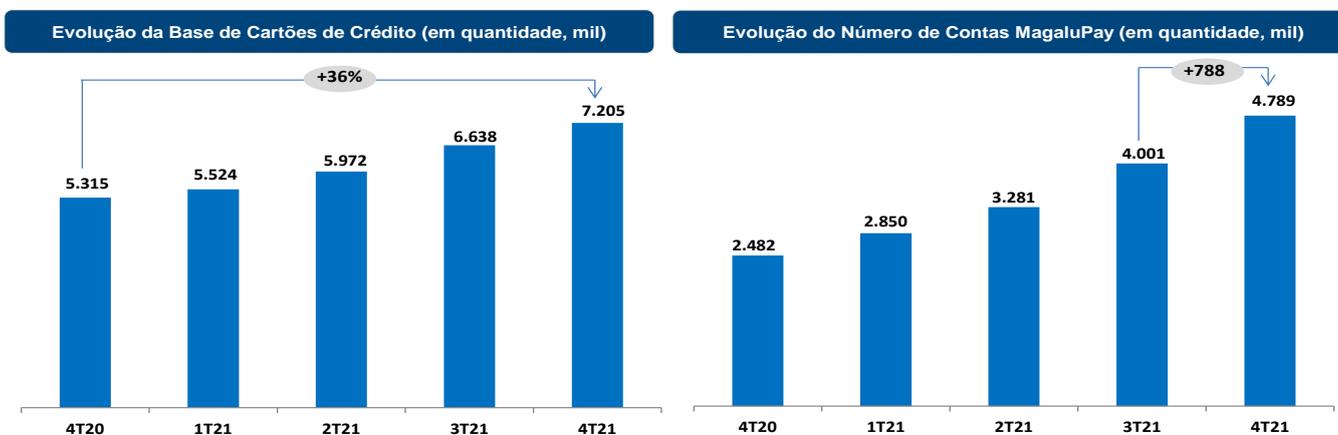


Evolução Carteira de Cartões de Crédito (em R\$ milhares)



## 4T21

- Em dez/21, a base total de cartões de crédito alcançou 7,2 milhões de cartões (+35,5% versus dez/20), incluindo o Cartão Luiza e o recém-lançado Cartão Magalu, que superou a marca de mais de um milhão de cartões vendidos desde o lançamento, em abr/21.



### Conta Digital e Pagamentos

- A conta digital do Magalu, o MagaluPay, já alcançou a marca de 4,8 milhões de contas abertas em dez/21, representando um aumento de 788 mil novas contas no trimestre.
- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$16,5 bilhões em 2021, crescendo 163,7% no período.
- Continuamos expandindo o crédito para os nossos sellers por meio do nosso FIDC
- Em ago/21, lançamos as “maquininhas” (mPOS) do Magalu. São três modelos, Mini, Super e Smart. O destaque vai para o modelo Smart que é totalmente conectado com o Parceiro Magalu, possibilitando que os varejistas que usam a tecnologia do Magalu para vender online possam gerir também suas vendas offline em um mesmo sistema. Com isso, levamos a multicanalidade para milhares de pequenos varejistas que estão iniciando no e-commerce.

### Banking as a Service (BaaS)

- O volume total de transações processadas (TPV) no segmento Banking as a Service superou R\$7,1 bilhões desde a aquisição, em jul/21.

## ANEXO VIII

## LUIZACRED

## | Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

R\$ milhões	4T21	AV	4T20	AV	Var(%)	12M21	AV	12M20	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	483,3	100,0%	252,4	100,0%	91,5%	1.599,9	100,0%	1.296,1	100,0%	23,4%
Despesas da Intermediação Financeira	(512,4)	-106,0%	(151,8)	-60,1%	237,6%	(1.343,0)	-83,9%	(876,2)	-67,6%	53,3%
Operações de Captação no Mercado	(73,9)	-15,3%	(17,2)	-6,8%	328,4%	(178,1)	-11,1%	(126,8)	-9,8%	40,5%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(438,6)	-90,8%	(134,6)	-53,3%	226,0%	(1.164,9)	-72,8%	(749,4)	-57,8%	55,4%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>(29,2)</b>	<b>-6,0%</b>	<b>100,6</b>	<b>39,9%</b>	<b>-</b>	<b>256,9</b>	<b>16,1%</b>	<b>419,9</b>	<b>32,4%</b>	<b>-38,8%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	334,0	69,1%	241,6	95,7%	38,2%	1.162,4	72,7%	900,8	69,5%	29,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(310,5)	-64,3%	(253,8)	-100,5%	22,3%	(1.137,9)	-71,1%	(977,6)	-75,4%	16,4%
Despesas de Pessoal	(5,4)	-1,1%	(1,9)	-0,7%	183,8%	(15,2)	-0,9%	(17,0)	-1,3%	-10,5%
Outras Despesas Administrativas	(178,3)	-36,9%	(198,4)	-78,6%	-10,1%	(804,6)	-50,3%	(766,0)	-59,1%	5,0%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,6%	(3,0)	-1,2%	0,1%	(11,9)	-0,7%	(12,0)	-0,9%	-0,4%
Despesas Tributárias	(46,2)	-9,6%	(31,6)	-12,5%	46,3%	(160,8)	-10,1%	(132,2)	-10,2%	21,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(77,6)	-16,1%	(18,9)	-7,5%	310,6%	(145,4)	-9,1%	(50,5)	-3,9%	188,2%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>(5,7)</b>	<b>-1,2%</b>	<b>88,4</b>	<b>35,0%</b>	<b>-</b>	<b>281,5</b>	<b>17,6%</b>	<b>343,0</b>	<b>26,5%</b>	<b>-17,9%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(8,8)	-1,8%	(35,7)	-14,1%	-75,4%	(128,5)	-8,0%	(138,2)	-10,7%	-7,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(14,5)</b>	<b>-3,0%</b>	<b>52,7</b>	<b>20,9%</b>	<b>-</b>	<b>153,0</b>	<b>9,6%</b>	<b>204,9</b>	<b>15,8%</b>	<b>-25,3%</b>

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

R\$ milhões	4T21	AV	4T20	AV	Var(%)	12M21	AV	12M20	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	483,3	100,0%	252,4	100,0%	91,5%	1.599,9	100,0%	1.296,1	100,0%	23,4%
Despesas da Intermediação Financeira	(411,3)	-85,1%	(126,7)	-50,2%	224,6%	(1.106,5)	-69,2%	(1.035,9)	-79,9%	6,8%
Operações de Captação no Mercado	(73,9)	-15,3%	(17,2)	-6,8%	328,4%	(178,1)	-11,1%	(126,8)	-9,8%	40,5%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(337,4)	-69,8%	(109,5)	-43,4%	208,2%	(928,4)	-58,0%	(909,1)	-70,1%	2,1%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>72,0</b>	<b>14,9%</b>	<b>125,7</b>	<b>49,8%</b>	<b>-42,7%</b>	<b>493,5</b>	<b>30,8%</b>	<b>260,2</b>	<b>20,1%</b>	<b>89,7%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	334,0	69,1%	241,6	95,7%	38,2%	1.162,4	72,7%	900,8	69,5%	29,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(310,5)	-64,3%	(253,8)	-100,5%	22,3%	(1.137,9)	-71,1%	(977,6)	-75,4%	16,4%
Despesas de Pessoal	(5,4)	-1,1%	(1,9)	-0,7%	183,8%	(15,2)	-0,9%	(17,0)	-1,3%	-10,5%
Outras Despesas Administrativas	(178,3)	-36,9%	(198,4)	-78,6%	-10,1%	(804,6)	-50,3%	(766,0)	-59,1%	5,0%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,6%	(3,0)	-1,2%	0,1%	(11,9)	-0,7%	(12,0)	-0,9%	-0,4%
Despesas Tributárias	(46,2)	-9,6%	(31,6)	-12,5%	46,3%	(160,8)	-10,1%	(132,2)	-10,2%	21,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(77,6)	-16,1%	(18,9)	-7,5%	310,6%	(145,4)	-9,1%	(50,5)	-3,9%	188,2%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>95,5</b>	<b>19,8%</b>	<b>113,5</b>	<b>45,0%</b>	<b>-15,9%</b>	<b>518,0</b>	<b>32,4%</b>	<b>183,4</b>	<b>14,1%</b>	<b>182,5%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(49,3)	-10,2%	(45,7)	-18,1%	7,7%	(223,1)	-13,9%	(74,3)	-5,7%	200,2%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>46,2</b>	<b>9,6%</b>	<b>67,8</b>	<b>26,8%</b>	<b>-31,8%</b>	<b>294,9</b>	<b>18,4%</b>	<b>109,0</b>	<b>8,4%</b>	<b>170,4%</b>

## 4T21

### | Receitas da Intermediação Financeira

Nos 12M21, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$1.599,9 milhões, crescendo 23,4%, influenciadas pelo crescimento da base de cartões e do faturamento dentro e fora do Magalu. No 4T21, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$483,3 milhões, crescendo expressivos 91,5% em relação ao 4T20.

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

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 2,5% da carteira total em dez/21, uma variação de 1,1 p.p. em relação a dez/20, em função da deterioração recente nos indicadores macroeconômicos. A política de crédito assertiva da Luizacred e todos os esforços de cobrança realizados pelas lojas e centrais de cobrança foram fundamentais para minimizar os impactos nos indicadores da carteira.

A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 5,6% em dez/21, um dos menores patamares históricos e uma redução de 0,9 p.p. em relação a dez/20.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 2,5% da carteira total no 4T21. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 183% em dez/21, comparado a 176% em dez/20.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	dez-21		set-21		jun-21		mar-21		dez-20	
000 a 014 dias	16.043	91,9%	14.081	93,0%	12.615	93,3%	11.414	92,7%	11.137	92,1%
015 a 030 dias	103	0,6%	75	0,5%	59	0,4%	81	0,7%	45	0,4%
031 a 060 dias	143	0,8%	108	0,7%	81	0,6%	87	0,7%	53	0,4%
061 a 090 dias	196	1,1%	135	0,9%	125	0,9%	104	0,8%	74	0,6%
091 a 120 dias	185	1,1%	130	0,9%	122	0,9%	77	0,6%	76	0,6%
121 a 150 dias	148	0,9%	112	0,7%	111	0,8%	67	0,5%	69	0,6%
151 a 180 dias	119	0,7%	108	0,7%	87	0,6%	61	0,5%	74	0,6%
180 a 360 dias	524	3,0%	397	2,6%	320	2,4%	415	3,4%	565	4,7%
<b>Carteira de Crédito (R\$ milhões)</b>	<b>17.461</b>	<b>100,0%</b>	<b>15.145</b>	<b>100,0%</b>	<b>13.521</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.306</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.092</b>	<b>100,0%</b>
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	187		189		190		182		169	
<b>Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)</b>	<b>17.649</b>		<b>15.334</b>		<b>13.711</b>		<b>12.488</b>		<b>12.261</b>	
Atraso de 15 a 90 Dias	442	2,5%	318	2,1%	265	2,0%	272	2,2%	171	1,4%
Atraso Maior 90 Dias	977	5,6%	747	4,9%	640	4,7%	620	5,0%	784	6,5%
<b>Atraso Total</b>	<b>1.419</b>	<b>8,1%</b>	<b>1.065</b>	<b>7,0%</b>	<b>906</b>	<b>6,7%</b>	<b>892</b>	<b>7,3%</b>	<b>955</b>	<b>7,9%</b>
PDD sobre Carteira de Crédito	1.453		1.078		1.080		1.026		1.093	
PDD sobre Limite Disponível	333		398		340		316		284	
<b>PDD Total em IFRS 9</b>	<b>1.786</b>		<b>1.477</b>		<b>1.420</b>		<b>1.342</b>		<b>1.377</b>	
Índice de Cobertura da Carteira	149%		144%		169%		165%		139%	
<b>Índice de Cobertura Total</b>	<b>183%</b>		<b>198%</b>		<b>222%</b>		<b>216%</b>		<b>176%</b>	

Nota: para melhor comparabilidade e análise de desempenho dos créditos (NPL), a Companhia passou a divulgar a abertura da carteira pelo critério de atraso, enquanto que no Banco Central a Companhia continua divulgando a abertura da carteira na visão por faixa de risco.

## 4T21

### | Resultado Bruto da Intermediação Financeira

O resultado bruto da intermediação financeira alcançou R\$256,9 milhões em 2021 e foi levemente negativa no 4T21, em função de provisões conservadoras em IFRS. Tais provisões estão associadas ao forte crescimento da carteira e ao aumento na emissão de novos cartões.

Segundo as normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, a margem bruta da intermediação financeira foi de R\$493,5 milhões em 2021, reflexo de uma necessidade de provisões para devedores duvidosos menor em R\$236,5 milhões em 2021 e R\$101,2 milhões no 4T21.

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

As receitas de serviços cresceram 29,0% em 2021, alcançando R\$1.162,4 milhões, em função principalmente do aumento do faturamento. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram 16,4%, representando R\$1.137,9 milhões. No 4T21, as receitas de serviços cresceram 38,2%, alcançando R\$334,0 milhões, comparadas com as despesas operacionais, que cresceram 22,3%, representando R\$310,5 milhões.

### | Lucro Líquido

Em 2021, a Luizacred teve um lucro líquido de R\$153,0 milhões em IFRS. No mesmo período, de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o lucro líquido foi de R\$294,9 milhões. No 4T21, a Luizacred obteve um resultado negativo de R\$14,5 milhões em IFRS, mas positivo de R\$46,2 milhões de acordo com as práticas estabelecidas pelo Banco Central.

### | Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido foi de R\$1.200 milhões em dez/21. Em função de ajustes requeridos pelo IFRS, especificamente provisões complementares de acordo com a expectativa de perda, líquida de seus efeitos tributários, o patrimônio líquido da Luizacred para efeito das demonstrações financeiras do Magalu foi de R\$852,8 milhões.

## ANEXO IX GUIDANCE OPERACIONAL

### | Atualização trimestral

A Companhia possui indicadores operacionais-chave que demonstram a evolução da sua estrutura logística, como número de centros de distribuição, unidades de cross-docking, área total de armazenagem e número de lojas. Dada a sua operação multicanal, ou seja, lojas e e-commerce totalmente integrados, a área total de armazenagem inclui também a parte da área das lojas que é destinada para o manuseio e estoque de mercadorias.

Em fato relevante publicado em 15 de julho de 2021, a Companhia publicou as seguintes projeções em relação aos períodos que se encerrarão em 31 de dezembro de 2021; 31 de dezembro de 2022 e 31 de dezembro de 2023:

	Realizado	Guidance		
	2021	2021	2022	2023
<b>Total de Unidades Logísticas</b>	272	225	380	450
Número de CDs	26	26	30	33
Número de Cross-dockings	246	199	350	417
<b>Número de Lojas (quantidade)</b>	1.481	1.440	1.560	1.680
<b>Área Total de Armazenagem</b>	1.389	1.180	1.630	2.000

## TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Teleconferência em Português com tradução simultânea para o inglês

15 de março de 2021 (terça-feira)

09h00 – Horário de Brasília

08h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Acesso TeleconferênciaTwitter:

@ri\_magalu

## Relações com Investidores

**Roberto Bellissimo**

Diretor Financeiro e RI

**Simon Olson**Diretor Adjunto RI  
e Novos Negócios**Vanessa Rossini**

Gerente RI

**Lucas Ozorio**

Coordenador RI

**Natassia Lima**

Analista RI

**Tiemi Akiyama**

Analista RI

Tel.: +55 11 3504-2727

[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)**Sobre o Magazine Luiza**

Magazine Luiza, ou Magalu, é uma empresa de tecnologia e logística voltada para o varejo. A partir de um varejista tradicional do interior de São Paulo com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia transformou-se em uma empresa de tecnologia, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes. O Magalu possui uma forte presença geográfica, com vinte e sete centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.481 lojas distribuídas em 21 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 1.800 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 72% 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.