

## 2T23: Crescimento de vendas em todos os canais. Posição de Caixa total de R\$8,1 bilhões e R\$ 846 milhões de geração de caixa operacional

**MGLU**  
B3 LISTED NM

As vendas totais do Magalu atingiram **R\$15 bilhões no 2T23**, crescendo 6% em relação ao 2T22. **Nos últimos quatro anos, o crescimento médio anual foi de 27%.**

O **e-commerce atingiu R\$11 bilhões em vendas** no trimestre, aumentando 7% no 2T23, enquanto o mercado online brasileiro teve uma queda de 15% no mesmo período (*Neotrust*). **O crescimento médio anual do e-commerce do Magalu foi de 46% nos últimos quatro anos.**

Esse excelente desempenho de vendas permitiu que **o Magalu aumentasse sua participação no mercado brasileiro de e-commerce em 6 pontos percentuais.**

**As vendas do marketplace totalizaram mais de R\$4 bilhões no 2T23, um crescimento de 15%** comparado ao mesmo período do ano anterior. Nos últimos quatro anos, o **marketplace do Magalu apresentou um crescimento médio anual de 64%.**

Além do crescimento nas vendas, conseguimos aumentar de maneira significativa a lucratividade do nosso marketplace. **As receitas provenientes dos serviços do marketplace tiveram um crescimento de 32%.** Em função dessa **melhora na margem de contribuição de serviços, foi possível compensar a queda na margem de mercadorias.** Esse efeito resultou em **uma margem bruta de 28,8%**, um aumento de 0,2 ponto percentual em comparação com o segundo trimestre de 2022 e um aumento de 1,5 ponto percentual em relação aos primeiros três meses de 2023.

**O marketplace do Magalu alcançou a marca de 300 mil sellers** e possui um catálogo com mais de **106 milhões de ofertas disponíveis** para venda. Entre esses sellers, mais de 200 mil são empreendedores pequenos ou médios que se cadastraram na plataforma por meio do programa Parceiro Magalu, impulsionados pela presença das lojas físicas e pela Caravana Magalu.

**O Magalu Entregas é responsável pela entrega de mais de 80% dos pedidos do marketplace, com 50% dessas entregas sendo realizadas em até 48 horas.** Os clientes podem optar por receber as encomendas em casa ou retirá-las em uma das mais de 1.000 lojas físicas habilitadas do Magalu. **Atualmente, 28% dos pedidos do marketplace são retirados nas lojas físicas,** comparados com os 17% do mesmo período do ano passado.

**O Fulfillment do Magalu celebrou seu primeiro aniversário.** Atualmente, **mais de 1.900 sellers estão usufruindo dos benefícios** da escala e eficiência do modelo 1P e lojas físicas ao utilizar os **7 centros de distribuição habilitados** para esse serviço. A maioria dos produtos armazenados nos centros de distribuição tem um **giro de estoque inferior a 30 dias** e já contribuem com uma porcentagem de **10% dos pedidos do marketplace.**

**Nas lojas físicas, as vendas foram de R\$4 bilhões no trimestre,** crescendo 3% comparado ao 2T22.

A perspectiva positiva da redução das taxas de juros, combinadas com uma inflação mais baixa, e todas as iniciativas estratégicas da companhia, já estão refletindo positivamente nas vendas e nas margens do mês de julho. **O marketplace voltou a crescer em um patamar superior a 20%, e as lojas físicas e o e-commerce 1P apresentaram um aumento de um dígito alto<sup>1</sup>.**

No **MagaluAds, a receita vinda da plataforma de produtos patrocinados no 2T23 quadruplicou** em relação ao segundo trimestre do ano passado, e **cresceu expressivos 45% comparadas ao 1T23.** A plataforma agora conta com mais de **16.000 campanhas** criadas por mais de **5.200 vendedores,** contribuindo para a rentabilidade da empresa.

O Magalu encerrou o trimestre com uma **posição de caixa total de R\$ 8 bilhões,** cerca de R\$ 1 bilhão maior que em março deste ano, em função da **geração de caixa operacional de R\$847 milhões no trimestre,** reflexo principalmente da evolução do capital de giro, e do montante recebido de R\$850 milhões com a renovação do contrato de exclusividade com a Cardif.

**A Fintech do Magalu cresceu 9% no trimestre, atingindo R\$24 bilhões em TPV.** Um dos destaques foi o crescimento de 23% no volume de pagamentos para sellers e nas contas digitais MagaluPay. Em cartão de crédito, o faturamento atingiu mais de R\$14 bilhões no 2T23 -- são 7 milhões cartões de crédito emitidos e R\$20 bilhões em carteira de crédito. A inadimplência de curto prazo, que tem um impacto significativo no volume de provisões, reduziu 0,2 p.p. comparado ao 1T23.

## 2T23 em números

**MGLU**  
B3 LISTED NM

### Principais números consolidados do Ecosistema Magalu

**R\$15 bilhões**  
vendas totais

+6% comparado ao 2T22  
+27% crescimento médio em 4 anos

**47 milhões MAU**

(Usuários Ativos Mensais nos aplicativos)

**37 milhões**  
clientes ativos

**R\$11 bilhões vendas**  
no e-commerce

+7% comparado ao 2T22  
+46% crescimento médio em 4 anos

**449 milhões**

**Audiência Online Total**  
(Acessos site e app em jun/23)

**1.303 Lojas Físicas**  
em 20 estados brasileiros

**6,9 milhões**  
de cartões de crédito

Cartão Luiza e Cartão Magalu

**R\$24 bilhões**

**em TPV**  
+9% comparado ao 2T22

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

## Marketplace Magalu: o canal de maior crescimento e rentabilidade atingiu a marca de 300 mil sellers

**R\$4,2 bilhões em vendas 3P**

+15% comparado ao 2T22  
+64% crescimento médio em 4 anos

**302 mil sellers**

+102 mil desde jun/22  
+220 mil desde jun/21

**80% pedidos 3P**  
Magalu Entregas

50% entregues em até 48 horas

**39% das vendas online**  
do Magalu

Mais Sellers, mais itens a venda,  
Entrega mais Rápida



**300 mil sellers no Marketplace:** durante o segundo trimestre de 2023, o Magalu alcançou a marca de 300 mil sellers formais. O que torna esse marco ainda mais significativo é a velocidade com que foi conquistado, ocorrendo em apenas um ano após ter alcançado a marca de 200 mil sellers.



MGLU3: R\$ 2,84 por ação  
Total de Ações: 6.748.926.848  
Valor de Mercado: R\$ 19,2 bilhões



**Teleconferência**  
15 de agosto de 2023 (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

Nos últimos anos, o Magalu vem escrevendo uma história de crescimento contínuo e consistente, com ganhos de participação nos ambientes físico e digital, em consonância com um modelo único no varejo brasileiro. Neste segundo trimestre de 2023, não foi diferente. As vendas em todos os canais avançaram. No total, atingiram 14,7 bilhões de reais, um crescimento de 5,8% em relação ao mesmo período do ano passado. Esse movimento foi impulsionado pela sinergia entre e-commerce, lojas físicas e – sobretudo – pelo protagonismo do marketplace.

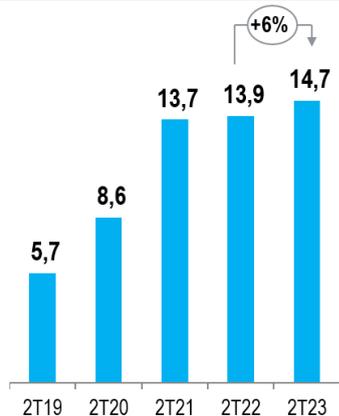
### É esse o canal de maior crescimento e de maior rentabilidade para o Magalu.

Isso fica claro quando analisamos os números mais recentes do e-commerce. De abril a junho, as vendas dos canais digitais atingiram 10,7 bilhões de reais. Nesses canais, o Magalu cresceu 7,0% no período, enquanto o mercado apresentou uma queda de 15,1%, segundo dados da Neotrust. Com isso, a companhia aumentou – mais uma vez – sua participação em 5,5 pontos percentuais.

O crescimento do marketplace foi duas vezes maior no período. No trimestre, as vendas do 3P atingiram 4,2 bilhões de reais, uma expansão de 15,1%. Em junho, 300.000 sellers estavam conectados à plataforma do Magalu. Há apenas um ano, eles eram 200.000. Hoje, o marketplace é o segundo maior canal da companhia em GMV, atrás apenas das vendas digitais 1P. Mas temos a convicção de que, no curto prazo, o 3P será nossa principal fonte de receitas, com uma combinação de venda de produtos e de, cada vez mais, serviços de valor agregado aos sellers – como o Magalu Entregas, o Magalu Ads e as ofertas da Fintech Magalu.

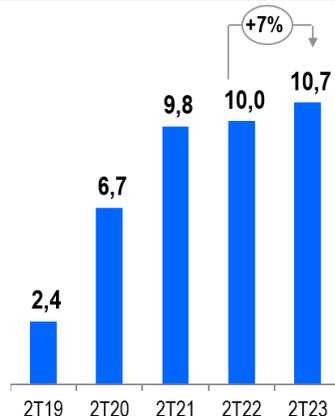
Vendas totais  
[em R\$ bilhões]

Crescimento médio anual de 27%  
nos últimos quatro anos



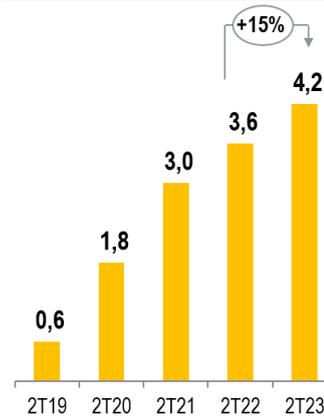
Vendas do e-commerce total  
[em R\$ bilhões]

Crescimento médio anual de 46%  
nos últimos quatro anos



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

Crescimento médio anual de 64%  
nos últimos quatro anos



Nosso objetivo sempre foi construir um marketplace multicanal, impulsionado por nossa infraestrutura logística, tecnológica e financeira. O crescimento do número de vendedores e de ofertas vem acompanhado de uma maior adesão aos serviços oferecidos aos sellers. E essa adesão, por sua vez, alavanca a operação e os resultados dos sellers e aumenta a lucratividade da operação 3P. Trata-se, portanto, de um ciclo virtuoso, cuja velocidade aumenta a cada dia.

Nosso modelo de logística verdadeiramente multicanal se destaca no mercado por sua singularidade. O mesmo veículo que transporta itens que abastecem as lojas físicas leva produtos comprados no e-commerce 1P e no marketplace e que são retirados pelos compradores nos pontos de venda. E ainda faz as entregas nas casas de nossos clientes. Esse é um exemplo de como nosso modelo tira a máxima produtividade da infraestrutura indispensável ao e-commerce.

Os sellers contam, dessa forma, com acesso total à infraestrutura do Magalu – CDs, lojas, frotas parceiras, sistemas de rotas, que garantem entregas mais rápidas e mais baratas. Mais de 80% dos pedidos 3P chegam até o cliente final via Magalu Entregas. Metade deles, em até 48 horas. Além disso, cerca de 77.000 sellers já usam o serviço de *drop-off* (deixam suas vendas) nas Agências Magalu – as mais de 1.000 lojas físicas transformadas em centros de expedição e de entrega. No último trimestre, 28% dos pedidos do marketplace foram retirados diretamente nos pontos de venda, um salto de 11 pontos percentuais na comparação anual e mais uma evidência do sucesso do modelo multicanal único da companhia.

## 2T23

Há um ano, o Magalu iniciou sua operação de fulfillment, com integração total entre as entregas do marketplace, as lojas físicas e a operação 1P. Dos 22 centros de distribuição da companhia, sete já estão habilitados para armazenarem também produtos dos sellers. Conseguimos assim compartilhar toda uma estrutura preparada para operar desde produtos leves até os pesados. Todos os custos adicionais que um fulfillment exclusivo para o marketplace exigiria são, dessa forma, diluídos nos nossos atuais centros de distribuição, sem a necessidade de investimentos adicionais para a expansão dessa operação.



A participação dos pedidos entregues pela operação de fulfillment em até 24 horas passou de 20% do total no final de 2022 para 30% neste trimestre. A estratégia tem se mostrado eficaz, uma vez que a maior parte dos produtos armazenados nos centros de distribuição têm um giro de estoques inferior a 30 dias e já contribui com mais de 10% dos pedidos totais do marketplace. Veja o que já acontece em nosso primeiro CD habilitado para o fulfillment, em Louveira, no interior de São Paulo. Nele, são armazenados mais de 30.000 produtos (SKUs) de sellers, ocupando apenas 7% da área total. O marketplace, por si só, representa mais de 70% dos pedidos leves expedidos por esse CD, com prazos de entrega convergindo para os números da operação 1P, com redução de custos de 25% comparada com os demais modelos de entrega e com um aumento de 25% na taxa de conversão média. Diante das vantagens evidentes desse modelo, a companhia vai expandir a operação de fulfillment para diferentes regiões do país ao longo deste ano.

As margens também foram positivamente influenciadas pelo crescimento da receita com publicidade, impulsionado por melhorias realizadas na plataforma de Ads. No último trimestre, por exemplo, o Magalu aumentou o número de anúncios exibidos pelo mecanismo de busca – agora, há uma proporção maior de produtos patrocinados em relação aos orgânicos, sem comprometer a experiência do cliente e a conversão de vendas. Com isso, a plataforma de Ads atingiu o maior número de sellers e campanhas ativas da sua história. A receita do produto patrocinado, por sua vez, quadruplicou em bases anuais e cresceu 45% na comparação com o primeiro trimestre de 2023.

Em junho, a Fintech Magalu passou por um processo de simplificação regulatória a fim de aumentar a eficiência da operação e expandir os serviços oferecidos aos sellers e às empresas do ecossistema. A consolidação de Hub Fintech e Magalu Pagamentos fez com que a Fintech Magalu avançasse sobre as empresas do ecossistema – Estante Virtual e Kabum foram as integrações mais recentes. A Fintech Magalu simplifica pagamentos para todo o ecossistema e garante eficiência e experiência na camada mais crítica do nosso funil de vendas, com um crescimento de 17,6% no TPV processado no segundo trimestre de 2023.

Na estrutura de financiamento ao consumo, a carteira da Luizacred atingiu 20 bilhões de reais. No último trimestre, o faturamento dos cartões de crédito da companhia, o Cartão Luiza e o Cartão Magalu, totalizou 14,1 bilhões de reais. Nesse período, a receita da Luizacred atingiu um dos maiores valores já registrados: 1 bilhão de reais, aumento de 6,2% em relação ao mesmo período do ano passado.

A inadimplência de curto prazo, com impacto significativo no volume de provisões, continua melhorando, conforme previa a nossa estratégia mais conservadora de gestão de risco de crédito. Entre abril e junho, a taxa foi de 3,5%, uma melhora de 0,2 ponto percentual em relação ao primeiro trimestre deste ano. Essa tendência de melhoria nos índices de inadimplência foi confirmada no mês de julho e deve ser reforçada pela adesão da Luizacred ao programa Desenrola Brasil. Em agosto, 150.000 clientes foram "positivados" e outros 1,5 milhão ainda podem se beneficiar do programa de renegociação de dívidas.

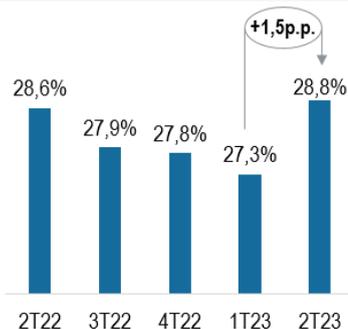
### Geração de caixa e aumento das margens operacionais

No Magalu, temos convicção de que o crescimento deve vir, necessariamente, acompanhado de excelência no atendimento ao cliente e de margens saudáveis. Por acreditar nisso, no início de 2023, a companhia concentrou sua energia em várias medidas de aumento da eficiência operacional. Graças à otimização de processos, passamos a repassar, gradualmente, o impacto do DIFAL (Diferencial de Alíquota do ICMS) para o preço final dos produtos, sem abrir mão do volume de vendas. Resultado: mês após mês, tanto os indicadores de vendas quanto os de margem operacional mostram evolução.

#### Margem Bruta

[em %, trimestre]

Aumento de 1,5 p.p. em relação ao 1T23 e 0,2 p.p. comparado ao 2T22

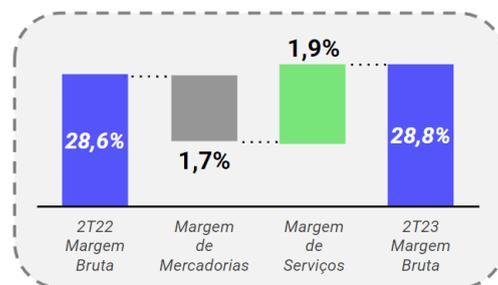


O aumento da margem bruta consolidada é um evidente destaque. No segundo trimestre, esse indicador foi de 28,8%, um aumento de 1,5 ponto percentual em relação ao registrado nos primeiros três meses do ano e um avanço de 0,2 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2022.

**Com isso, o Magalu registrou a maior margem bruta dos últimos três anos.**

Mais uma vez, o marketplace teve uma contribuição decisiva para o resultado. O impulso se deu principalmente graças ao aumento das receitas originadas com a venda de serviços e do avanço de 32% nas receitas provenientes do 3P.

A margem de serviços contribuiu para a adição de 1,9 ponto percentual à margem bruta total, o que compensou integralmente a redução de 1,7 ponto percentual na margem bruta de mercadorias decorrente do aumento dos impostos.



Paralelamente, a companhia vem trabalhando duro para reduzir as despesas operacionais: renegociou contratos, otimizou os investimentos nas áreas de marketing e logística e promoveu ajustes na capacidade de sua operação. Com isso, as despesas com vendas e administrativas foram diluídas em relação às vendas totais em 0,6 ponto percentual, na comparação com o mesmo período do ano passado. Quando analisadas em relação à receita líquida, houve um leve aumento devido ao impacto dos impostos que reduziram a receita líquida.

As provisões para perdas em liquidação duvidosa relacionadas ao crediário próprio aumentaram 0,5 ponto percentual em relação à receita líquida, quando comparadas ao mesmo período do ano passado. Isso foi resultado, sobretudo, do carregamento de safras passadas e, conseqüentemente, de um maior nível de despesas com provisões neste trimestre. É importante dizer, porém, que as safras mais recentes vêm apresentando os níveis mais baixos de inadimplência dos últimos cinco anos, o que indica uma tendência de normalização da carteira em atraso nos próximos meses.

Ainda sim, quando comparamos todas as despesas operacionais deste trimestre em relação ao mesmo período de 2022, houve uma diluição de 0,4 ponto percentual em relação às vendas totais.

## 2T23

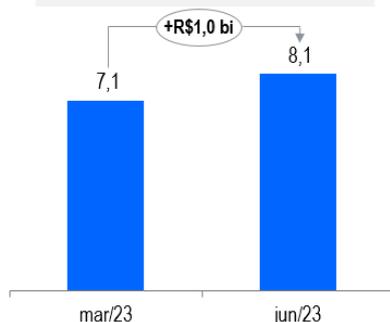
A conjunção desses movimentos levou à geração de uma margem Ebitda de 5,1%, aumento de 0,2 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e queda de 0,6 ponto percentual em bases anuais – reflexo do aumento da carga tributária no período.

### Posição de Caixa Total Ajustado

[em R\$ Bilhões]

#### Forte Geração de Caixa:

Aumento de R\$1,0 bilhão na posição de caixa total ajustado no trimestre



Outro destaque do período foi a geração de caixa operacional de 846 milhões de reais - valor que se somou aos 850 milhões de reais resultantes da renovação do acordo com a Cardif por mais dez anos.

No trimestre, a posição de caixa total do Magalu aumentou em mais de 1 bilhão de reais. Ao final de junho, o caixa da companhia era de 8,1 bilhões de reais, valor que inclui aplicações financeiras e recebíveis de cartão de crédito. Subtraindo os empréstimos e financiamentos, o Magalu voltou a registrar uma posição de caixa líquido de 900 milhões de reais.

### Um mix de produtos blindado contra as novas regras do cross-border

O Magalu é o líder em vendas de produtos de tíquetes mais altos - acima de 1.000 reais. Nesse segmento do mercado, fatores como confiança, marca, serviço de qualidade, velocidade de entrega e opções de crédito são fundamentais. E é aqui onde está a maior rentabilidade. O Magalu tem, progressivamente, aumentado sua participação nas vendas de “famílias” de produtos com tíquetes acima de 200 reais. Identificamos um total de 200 “famílias” com essa característica, nas quais estamos focando em crescer e usar os nossos diferenciais competitivos para ganhar participação de mercado.

Ao irmos nessa direção, fortalecemos nossa operação diante da ampliação das operações cross-border no país. Ainda que consideremos as alterações nas regras tributárias para produtos de cross-border abaixo de 50 dólares, o impacto da decisão é muito limitado para o Magalu. Hoje, apenas 3% do nosso GMV está relacionado a “famílias” de produtos suscetíveis a esse tipo de concorrência.

### Otimismo e confiança com o novo cenário econômico

Após três anos, em agosto o Banco Central reduziu pela primeira vez a taxa básica de juros. Os resultados expostos acima não contemplam esse *momentum* da economia. Por isso mesmo e por acreditarmos nas vantagens do nosso modelo multicanal, entramos no segundo semestre de 2023 ainda mais confiantes e otimistas.

A expectativa dos agentes econômicos é que esse seja o início de um novo ciclo, com cortes sucessivos da Selic, aumento do nível de confiança, do poder de compra e do crédito ao consumidor. O impacto para o Magalu é significativo, sobretudo no que se refere às vendas de bens duráveis, com tíquetes mais altos e mais sensíveis às condições do crédito. Juros mais baixos significam, em última análise, vendas em alta e inadimplência em baixa.

**Há ainda o impacto da redução das despesas financeiras. Estimamos que cada ponto percentual de redução da Selic gera, para o Magalu, uma economia anual de mais de 150 milhões de reais.**

Essas perspectivas positivas, combinadas com uma inflação mais baixa e com todas as iniciativas estratégicas que a companhia vem adotando, já estão se refletindo nas vendas e nas nossas margens no terceiro trimestre. Em julho, por exemplo, o marketplace voltou a crescer em um patamar acima de 20%, enquanto as lojas físicas e o e-commerce 1P apresentaram um aumento de um dígito alto<sup>1</sup>. Estamos no início do que esperamos ser uma nova fase da economia brasileira.

A despeito dos cenários, nos mantemos firmes em nossa crença de que o crescimento deve ser acompanhado de disciplina e racionalidade. E continuamos, como sempre, entusiasmados com nosso propósito e com o desafio de contribuir para a digitalização do varejo brasileiro.

Mais uma vez, agradecemos a confiança de nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas e fornecedores.

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

## Destaques Financeiros de 2T23



**Crescimento de vendas em todos os canais.** No 2T23, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 5,8% e atingiram R\$14,7 bilhões (crescimento médio anual de 26,5% em quatro anos). Este foi um reflexo do aumento de 7,0% no e-commerce total (crescimento médio anual de 45,7% em quatro anos) e um crescimento de 2,7% nas lojas físicas (crescimento médio anual de 4,4% em quatro anos).



**E-commerce cresce muito acima do mercado.** No 2T23, o e-commerce brasileiro teve uma queda de 15,1% segundo a *Neotrust*, com o Magalu novamente crescendo mais que o mercado. No trimestre, as vendas do e-commerce avançaram 7,0% e atingiram R\$10,7 bilhões. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 2,3% (crescimento médio anual de 38,0% em quatro anos). No marketplace, as vendas atingiram R\$4,2 bilhões no trimestre, com crescimento de 15,1%, mesmo com a forte base de comparação (crescimento médio anual de 63,8% em quatro anos). O ganho de *marketshare* foi impulsionado pela performance do app, com 47,4 milhões de usuários ativos mensais, além da entrega mais rápida para 1P e 3P, a evolução da base de sellers e das novas categorias.



**Expansão da margem bruta em função do aumento da margem de serviços.** No 2T23, a margem bruta foi de 28,8%, um aumento de 0,2 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior e um aumento de 1,5 p.p. em relação ao primeiro trimestre deste ano. Essa foi a maior margem bruta dos últimos três anos. A margem de serviços contribuiu para a adição de 1,9 p.p. à margem bruta total, compensando integralmente a redução de 1,7 p.p. da margem de mercadoria em função do aumento dos impostos (DIFAL), que estão sendo gradativamente repassados para o preço final.



**Despesas operacionais.** O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida atingiu 23,4% no 2T23, com um aumento de 0,6 p.p. em relação ao 2T22. Com o aumento do marketplace, é importante analisar também as despesas em relação as vendas totais (GMV). Nesse conceito, houve uma diluição de 0,4 p.p., alcançada principalmente através da otimização das despesas de marketing e logística, bem como da diminuição das despesas administrativas.



**EBITDA e resultado líquido.** O crescimento das vendas em conjunto com o aumento da margem de contribuição do marketplace contribuiu para o EBITDA ajustado, que atingiu R\$439,8 milhões no 2T23. A margem EBITDA ajustada passou de 5,7% para 5,1% em função, principalmente, do aumento dos impostos. No mesmo período, o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$198,8 milhões, ainda influenciado pela alta taxa de juros.



**Geração de caixa e estrutura de capital.** No trimestre, a geração de caixa operacional foi de R\$846,5 milhões, influenciada pela variação do capital de giro. O Magalu encerrou o 2T23 com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$0,9 bilhão e uma posição de caixa total no valor de R\$8,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,5 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$5,7 bilhões. Vale lembrar que, em jun/23, o Magalu recebeu o montante de R\$850,0 milhões provenientes da renovação do acordo com a Cardif.



**Fintech.** O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$23,9 bilhões no 2T23, crescendo 8,8%. Em jun/23, a base de cartões de crédito atingiu 6,9 milhões de cartões. O faturamento de cartão de crédito cresceu 3,4% no 2T23, atingindo R\$14,1 bilhões no período. A carteira de cartão de crédito alcançou R\$20,0 bilhões ao final do trimestre. Em jun/23, o MagaluPay alcançou a marca de 10,5 milhões de contas digitais.

R\$ milhões (exceto quando indicado)	2T23	2T22	Var(%)	1S23	1S22	Var(%)
Vendas Totais <sup>1</sup> (incluindo marketplace)	14.727,2	13.922,7	5,8%	30.275,8	28.046,9	7,9%
Receita Bruta	10.645,9	10.367,2	2,7%	21.957,5	20.944,1	4,8%
Receita Líquida	8.572,3	8.562,4	0,1%	17.639,6	17.324,6	1,8%
Lucro Bruto	2.468,6	2.452,8	0,6%	4.947,9	4.884,5	1,3%
Margem Bruta	28,8%	28,6%	0,2 pp	28,1%	28,2%	-0,1 pp
EBITDA	283,9	457,4	-37,9%	608,0	796,9	-23,7%
Margem EBITDA	3,3%	5,3%	-2,0 pp	3,4%	4,6%	-1,2 pp
Lucro Líquido	(301,7)	(135,0)	123,5%	(693,0)	(296,3)	133,9%
Margem Líquida	-3,5%	-1,6%	-1,9 pp	-3,9%	-1,7%	-2,2 pp
EBITDA - Ajustado	439,8	492,1	-10,6%	887,8	926,3	-4,2%
Margem EBITDA Ajustado	5,1%	5,7%	-0,6 pp	5,0%	5,3%	-0,3 pp
Lucro Líquido - Ajustado	(198,8)	(112,1)	77,3%	(508,3)	(210,9)	141,0%
Margem Líquida - Ajustado	-2,3%	-1,3%	-1,0 pp	-2,9%	-1,2%	-1,7 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	2,1%	-8,2%	-	4,4%	-5,5%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	2,7%	-0,3%	-	5,1%	2,8%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	2,3%	-6,8%	-	4,4%	-2,0%	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	15,1%	22,0%	-	17,2%	34,5%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	7,0%	1,9%	-	9,0%	8,7%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	72,9%	72,1%	0,8 pp	72,8%	72,1%	0,7 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.303	1.429	-126 lojas	1.303	1.429	-126 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M <sup>2</sup> )	716.595	716.745	0,0%	716.595	716.745	0,0%

<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 2T22, os resultados do 2T23 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	2T23 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	2T23	AV
<b>Receita Bruta</b>	10.645,9	124,2%	-	10.645,9	124,2%
Impostos e Cancelamentos	(2.073,7)	-24,2%	-	(2.073,7)	-24,2%
<b>Receita Líquida</b>	8.572,3	100,0%	-	8.572,3	100,0%
Custo Total	(6.103,6)	-71,2%	-	(6.103,6)	-71,2%
<b>Lucro Bruto</b>	2.468,6	28,8%	-	2.468,6	28,8%
Despesas com Vendas	(1.597,0)	-18,6%	-	(1.597,0)	-18,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(325,8)	-3,8%	-	(325,8)	-3,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(105,1)	-1,2%	-	(105,1)	-1,2%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	20,8	0,2%	(155,9)	(135,1)	-1,6%
Equivalência Patrimonial	(21,8)	-0,3%	-	(21,8)	-0,3%
Total de Despesas Operacionais	(2.028,9)	-23,7%	(155,9)	(2.184,8)	-25,5%
<b>EBITDA</b>	439,8	5,1%	(155,9)	283,9	3,3%
Depreciação e Amortização	(319,8)	-3,7%	-	(319,8)	-3,7%
<b>EBIT</b>	120,0	1,4%	(155,9)	(35,9)	-0,4%
Resultado Financeiro	(532,1)	-6,2%	-	(532,1)	-6,2%
<b>Lucro Operacional</b>	(412,1)	-4,8%	(155,9)	(568,0)	-6,6%
IR / CS	213,3	2,5%	53,0	266,3	3,1%
<b>Lucro Líquido</b>	(198,8)	-2,3%	(102,9)	(301,7)	-3,5%

## | Ajustes eventos não recorrentes

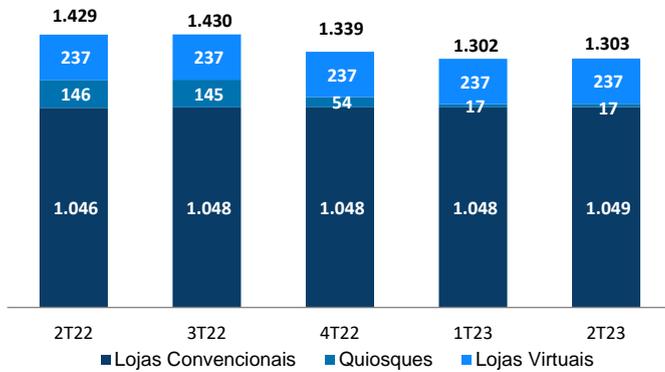
Ajustes	2T23
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(4,7)
Provisão para riscos tributários, cívies e trabalhistas	26,2
Honorários especialistas	(12,3)
Despesas reestruturação e integração	(160,1)
Outras despesas	(5,0)
<b>Ajustes - EBITDA</b>	<b>(155,9)</b>
IR / CS	53,0
<b>Ajustes - Lucro Líquido</b>	<b>(102,9)</b>

# 2T23

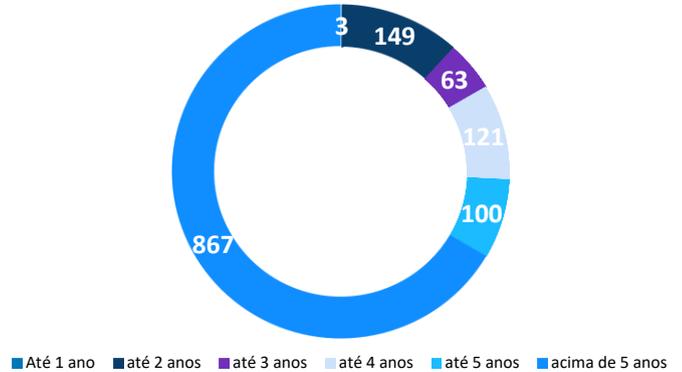
## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 2T23 com 1.303 lojas, sendo 1.049 convencionais, 237 virtuais e 17 quiosques (parceria com a rede de supermercados Semar). No 2T23, a Companhia inaugurou 1 unidade. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 3 novas lojas convencionais na Região Sudeste e encerrou a operação de 139 quiosques. Da base total, 33% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

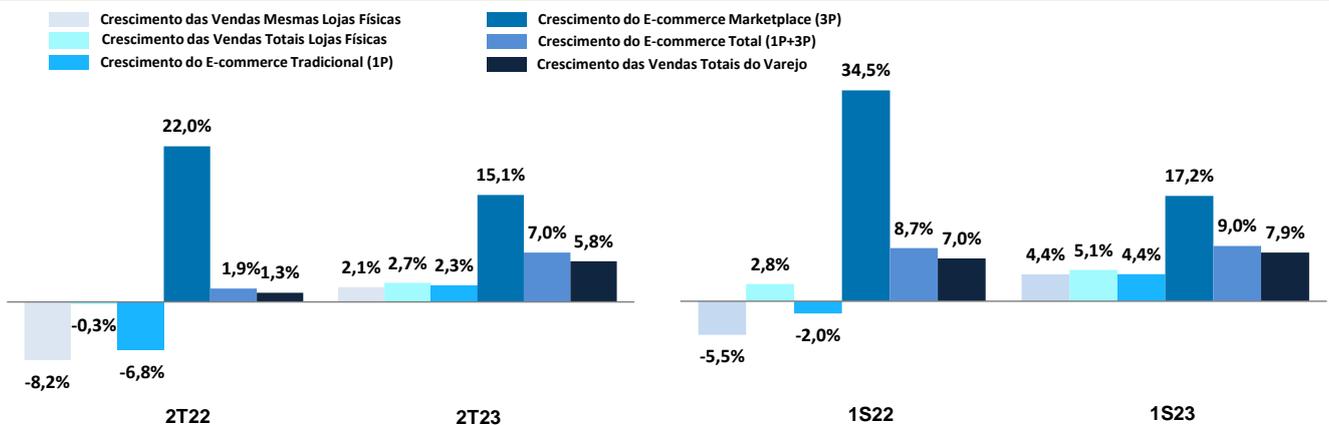


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



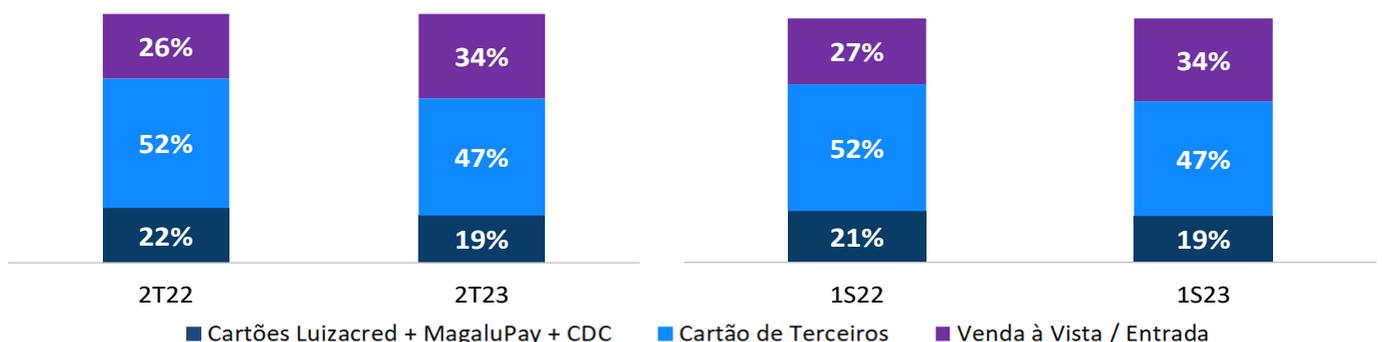
No 2T23, as vendas totais do Magalu aumentaram 5,8% (26,5% crescimento médio nos últimos quatro anos), reflexo do crescimento de 7,0% no e-commerce total (45,7% crescimento médio nos últimos quatro anos) e pelo crescimento de 2,7% nas lojas físicas (4,4% crescimento médio nos últimos quatro anos). Vale destacar a performance do marketplace, que cresceu 15,1% no 2T23, resultando em um crescimento médio de 63,8% nos últimos quatro anos.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



No 2T23, a participação das vendas à vista aumentou de 26% para 34% em relação ao mesmo período de 2022. Esse forte aumento está associado ao crescimento da utilização do PIX, com destaque no KaBuM! e no Magalu, contribuindo para a atenuar o aumento das despesas financeiras.

Mix de Vendas Financiadas (em %)



## 2T23

### | Receita Bruta

R\$ milhões	2T23	2T22	Var(%)	1S23	1S22	Var(%)
Revenda de Mercadorias	9.661,6	9.580,2	0,8%	19.994,5	19.397,2	3,1%
Prestação de Serviços	984,3	787,0	25,1%	1.963,0	1.546,9	26,9%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>10.645,9</b>	<b>10.367,2</b>	<b>2,7%</b>	<b>21.957,5</b>	<b>20.944,1</b>	<b>4,8%</b>

No 2T23, a receita bruta total foi de R\$10,6 bilhões, um aumento de 2,7% comparada ao mesmo período de 2022. O crescimento do e-commerce e a performance das lojas físicas no trimestre contribuíram para a evolução da receita bruta. A receita de serviços aumentou 25,1% no período, com destaque para o crescimento das receitas do marketplace que cresceram 31,9%. No 1S23, a receita bruta total foi de R\$22,0 bilhões.

### | Receita Líquida

R\$ milhões	2T23	2T22	Var(%)	1S23	1S22	Var(%)
Revenda de Mercadorias	7.756,0	7.915,0	-2,0%	16.004,2	16.067,5	-0,4%
Prestação de Serviços	816,2	647,4	26,1%	1.635,3	1.257,1	30,1%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>8.572,3</b>	<b>8.562,4</b>	<b>0,1%</b>	<b>17.639,6</b>	<b>17.324,6</b>	<b>1,8%</b>

No 2T23, a receita líquida foi de R\$8,6 bilhões, um aumento de 0,1% comparado ao 2T22. Vale explicar que, em função da volta do DIFAL (diferença de alíquota de ICMS nas vendas interestaduais), as deduções sobre a receita bruta passaram de 17,4% para 19,7%, influenciando de forma significativa a margem bruta de mercadorias. Por outro lado, a receita líquida de serviços cresceu 26,1%, influenciando positivamente a margem bruta total. No 1S23, a receita líquida cresceu 1,8% para R\$17,6 bilhões.

### | Lucro Bruto

R\$ milhões	2T23	2T22	Var(%)	1S23	1S22	Var(%)
Revenda de Mercadorias	1.658,9	1.824,2	-9,1%	3.325,0	3.665,6	-9,3%
Prestação de Serviços	809,8	628,6	28,8%	1.622,9	1.218,9	33,1%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>2.468,6</b>	<b>2.452,8</b>	<b>0,6%</b>	<b>4.947,9</b>	<b>4.884,5</b>	<b>1,3%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>28,8%</b>	<b>28,6%</b>	<b>0,2 pp</b>	<b>28,1%</b>	<b>28,2%</b>	<b>-0,1 pp</b>

O crescimento significativo da receita proveniente de serviços, com destaque para o marketplace, teve um impacto positivo ao adicionar 1,9 p.p. à margem bruta total, compensando integralmente a redução de 1,7 p.p. na margem bruta de mercadorias, decorrente do DIFAL. Como resultado, a margem bruta consolidada alcançou 28,8% no 2T23, apresentando um aumento de 0,2 p.p. em relação ao mesmo período de 2022 e um aumento de 1,5 p.p. em relação ao 1T23. Essa foi a maior margem bruta da companhia nos últimos três anos. No 1S23, o lucro bruto cresceu 1,3% para R\$4,9 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 28,1%.

## 2T23

## | Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T23		2T22		Var(%)	1S23		1S22		Var(%)
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL		Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	
Despesas com Vendas	(1.597,0)	-18,6%	(1.569,7)	-18,3%	1,7%	(3.241,5)	-18,4%	(3.159,0)	-18,2%	2,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(325,8)	-3,8%	(337,7)	-3,9%	-3,5%	(634,2)	-3,6%	(690,1)	-4,0%	-8,1%
<b>Subtotal</b>	<b>(1.922,8)</b>	<b>-22,4%</b>	<b>(1.907,4)</b>	<b>-22,3%</b>	<b>0,8%</b>	<b>(3.875,7)</b>	<b>-22,0%</b>	<b>(3.849,0)</b>	<b>-22,2%</b>	<b>0,7%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(105,1)	-1,2%	(59,0)	-0,7%	78,0%	(204,0)	-1,2%	(120,2)	-0,7%	69,8%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	20,8	0,2%	13,3	0,2%	56,5%	42,1	0,2%	26,5	0,2%	59,0%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(2.007,1)</b>	<b>-23,4%</b>	<b>(1.953,1)</b>	<b>-22,8%</b>	<b>2,8%</b>	<b>(4.037,6)</b>	<b>-22,9%</b>	<b>(3.942,7)</b>	<b>-22,8%</b>	<b>2,4%</b>
<b>Despesas Operacionais / Vendas Totais</b>		<b>-13,6%</b>		<b>-14,0%</b>	<b>0,4 pp</b>		<b>-13,3%</b>		<b>-14,1%</b>	<b>0,7 pp</b>

## | Despesas com Vendas

No 2T23, as despesas com vendas totalizaram R\$1,6 bilhão, equivalentes a 18,6% da receita líquida, um aumento de 0,3 p.p. quando comparada ao mesmo período de 2022. Vale ressaltar que a Companhia diluiu as despesas operacionais em relação às vendas totais, incluindo o marketplace, em 0,4 p.p. No 1S23, as despesas com vendas totalizaram R\$3,2 bilhões, equivalentes a 18,4% da receita líquida.

## | Despesas Gerais e Administrativas

No 2T23, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$325,8 milhões, equivalentes a 3,8% da receita líquida, com uma redução de 0,1 p.p. comparado ao mesmo período de 2022. No 1S23, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$634,2 milhões, equivalentes a 3,6% da receita líquida.

## | Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$105,1 milhões no 2T23 e R\$204,0 milhões no 1S23.

## | Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	2T23	% RL	2T22	% RL	Var(%)	1S23	% RL	1S22	% RL	Var(%)
Apropriação de Receita Diferida	20,8	0,2%	13,7	0,2%	51,9%	42,1	0,2%	27,3	0,2%	54,4%
<b>Subtotal - Ajustado</b>	<b>20,8</b>	<b>0,2%</b>	<b>13,7</b>	<b>0,2%</b>	<b>51,9%</b>	<b>42,1</b>	<b>0,2%</b>	<b>27,3</b>	<b>0,2%</b>	<b>54,4%</b>
Créditos tributários	-	0,0%	-	0,0%	-	0,6	0,0%	21,4	0,1%	-97,1%
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	26,2	0,3%	(8,6)	-0,1%	-	21,0	0,1%	(18,7)	-0,1%	-
Honorários especialistas	(12,3)	-0,1%	(3,8)	0,0%	226,4%	(12,9)	-0,1%	(18,9)	-0,1%	-31,9%
Despesas reestruturação e integração	(160,1)	-1,9%	(22,1)	-0,3%	625,6%	(266,3)	-1,5%	(108,6)	-0,6%	145,3%
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(4,7)	-0,1%	(0,4)	0,0%	-	(5,6)	0,0%	(0,8)	0,0%	600,9%
Outras despesas	(5,0)	-0,1%	(0,2)	0,0%	-	(5,3)	0,0%	(4,6)	0,0%	14,8%
<b>Subtotal - Não Recorrente</b>	<b>(155,9)</b>	<b>-1,8%</b>	<b>(35,0)</b>	<b>-0,4%</b>	<b>345,0%</b>	<b>(268,4)</b>	<b>-1,5%</b>	<b>(130,1)</b>	<b>-0,8%</b>	<b>106,3%</b>
<b>Total</b>	<b>(135,1)</b>	<b>-1,6%</b>	<b>(21,3)</b>	<b>-0,2%</b>	<b>533,7%</b>	<b>(226,3)</b>	<b>-1,3%</b>	<b>(102,8)</b>	<b>-0,6%</b>	<b>120,1%</b>

No 2T23, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$20,8 milhões pela apropriação de receitas diferidas. No 1S23, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$42,1 milhões.

As despesas com reestruturação e integração têm natureza não recorrente e estão relacionadas a: (i) ajustes de capacidade, com o objetivo de maior eficiência operacional; (ii) fechamento de centros de distribuição e unidades de cross dockings; (iii) processo de incorporação reversa do Magalu Pagamentos pela Hub Fincteh; e (iv) início do processo de incorporação das subsidiárias de logística.

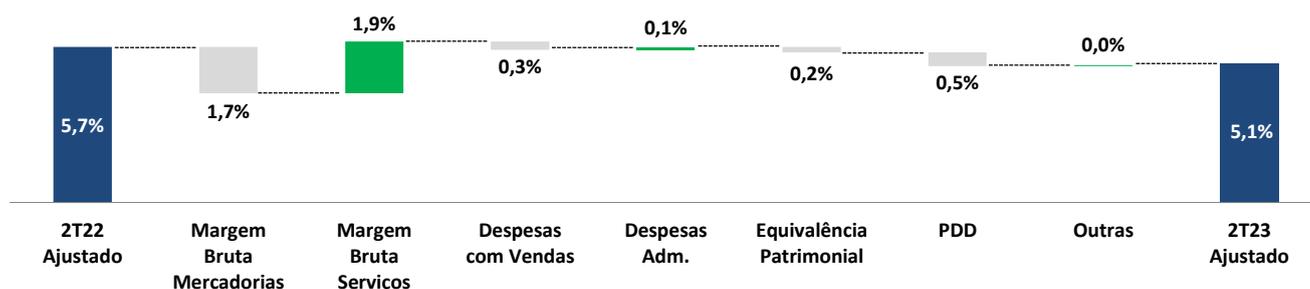
## | Equivalência Patrimonial

No 2T23, o resultado da equivalência patrimonial foi negativo em R\$21,8 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência negativa de R\$33,0 milhões; (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência positiva de R\$13,3 milhões; e (iii) ajustes de prática no valor de R\$2,1 milhões. No 1S22, o resultado da equivalência patrimonial foi negativo em R\$33,9 milhões.

## | EBITDA

No 2T23, o EBITDA ajustado atingiu R\$439,8 milhões, em função do crescimento das vendas em conjunto com o aumento da margem de contribuição do marketplace. A margem EBITDA ajustada apresentou uma variação de 5,7% no 2T22 para 5,1% no 2T23. Esse movimento foi influenciado, principalmente pela redução de 1,7 p.p. na margem bruta de mercadorias, devido ao aumento dos impostos (DIFAL), que estão sendo gradativamente repassados para o preço final. No 1S23, o EBITDA ajustado atingiu R\$887,8 milhões, equivalente a uma margem de 5,0%.

## Evolução do EBITDA no ano (% da receita líquida)



## | Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	2T23	% RL	2T22	% RL	Var(%)	1S23	% RL	1S22	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(627,7)	-7,3%	(583,4)	-6,8%	7,6%	(1.378,0)	-7,8%	(1.141,9)	-6,6%	20,7%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(247,8)	-2,9%	(213,7)	-2,5%	16,0%	(500,7)	-2,8%	(396,2)	-2,3%	26,4%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(164,9)	-1,9%	(150,3)	-1,8%	9,7%	(439,0)	-2,5%	(336,4)	-1,9%	30,5%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(79,4)	-0,9%	(86,7)	-1,0%	-8,3%	(205,2)	-1,2%	(180,9)	-1,0%	13,4%
Outras Despesas e Impostos	(135,6)	-1,6%	(132,7)	-1,5%	2,1%	(233,1)	-1,3%	(228,4)	-1,3%	2,1%
<b>Receitas Financeiras</b>	171,2	2,0%	155,6	1,8%	10,0%	364,4	2,1%	360,3	2,1%	1,2%
Rendimento de Aplicações Financeiras	41,1	0,5%	32,6	0,4%	26,2%	85,5	0,5%	67,6	0,4%	26,4%
Outras Receitas Financeiras	130,0	1,5%	123,0	1,4%	5,8%	279,0	1,6%	292,6	1,7%	-4,7%
<b>Subtotal: Resultado Financeiro Líquido</b>	(456,5)	-5,3%	(427,8)	-5,0%	6,7%	(1.013,6)	-5,7%	(781,6)	-4,5%	29,7%
Juros Arrendamento Mercantil	(75,5)	-0,9%	(66,0)	-0,8%	14,4%	(150,9)	-0,9%	(134,3)	-0,8%	12,3%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(532,1)	-6,2%	(493,8)	-5,8%	7,7%	(1.164,5)	-6,6%	(915,9)	-5,3%	27,1%

No 2T23, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$532,1 milhões, equivalentes a 6,2% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 0,4 p.p. devido ao aumento da taxa de juros na economia brasileira ao longo do ano – a taxa SELIC passou de 11,75% a.a. no começo de abril de 2022 para 13,75% a.a. no final de junho de 2023.

É importante destacar que as despesas financeiras líquidas diminuíram em mais de R\$100,0 milhões em comparação com o 1T23. Isso ocorreu devido a uma redução na necessidade de antecipação de recebíveis, uma vez que houve forte geração de caixa operacional durante o trimestre.

Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, a despesa financeira líquida foi de R\$456,5 milhões no 2T23, equivalente a 5,3% da receita líquida.

## | Lucro líquido

No 2T23, o resultado líquido contábil foi negativo em R\$301,7 milhões, influenciado principalmente pela reintrodução do DIFAL e pelo aumento das despesas financeiras no período. Na visão ajustada, ou seja, desconsiderando os efeitos não recorrentes, o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$198,8 milhões. O resultado líquido ajustado do 1S23 foi negativo em R\$508,3 milhões.

## | Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-23	mar-23	dez-22	set-22	jun-22
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	136,5	1.212,6	1.230,4	1.376,4	1.063,5	1.076,1
(+) Estoques	(395,5)	7.570,2	7.564,1	7.790,1	8.471,3	7.965,7
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(7,8)	49,2	62,3	76,2	83,1	57,0
(+) Tributos a Recuperar	(10,4)	1.421,0	1.509,1	1.564,2	1.502,5	1.431,4
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	(2,6)	263,0	328,7	314,5	285,1	265,6
(+) Outros Ativos	128,5	422,7	355,6	208,2	342,5	294,1
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>(151,3)</b>	<b>10.938,7</b>	<b>11.050,1</b>	<b>11.329,6</b>	<b>11.748,1</b>	<b>11.090,0</b>
(-) Fornecedores (incluindo convênio)	493,2	7.874,0	6.995,4	9.543,3	8.606,8	7.380,8
(-) Repasses e Outros Depósitos	110,9	1.473,8	1.527,7	1.552,6	1.309,0	1.362,9
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	2,3	411,6	413,7	420,5	425,8	409,2
(-) Impostos a Recolher	84,6	296,6	261,8	224,9	180,2	212,1
(-) Partes Relacionadas	(22,2)	93,8	125,6	152,5	111,7	116,1
(-) Receita Diferida	96,2	146,7	73,9	76,9	50,6	50,5
(-) Outras Contas a Pagar	230,8	1.657,3	1.702,0	1.618,1	1.320,1	1.426,5
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>995,7</b>	<b>11.953,8</b>	<b>11.100,3</b>	<b>13.588,8</b>	<b>12.004,1</b>	<b>10.958,1</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>(1.147,0)</b>	<b>(1.015,2)</b>	<b>(50,2)</b>	<b>(2.259,2)</b>	<b>(256,0)</b>	<b>131,9</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-2,2%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>0,3%</b>

Em jun/23, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$1,0 bilhão. No 2T23, a variação no capital de giro foi de R\$965,0 milhões e contribuindo fortemente para o fluxo de caixa das operações neste trimestre. A melhoria no capital de giro foi influenciada pelo aumento do saldo de fornecedores e por uma gestão eficiente no nível de estoques. Vale destacar que a Companhia reduziu o nível dos estoques em R\$395,5 milhões nos últimos 12 meses.

É importante ressaltar que, nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$1,1 bilhão para a geração de caixa operacional.

## | Investimentos

R\$ milhões	2T23	%	2T22	%	Var(%)	1S23	%	1S22	%	Var(%)
Lojas Novas	1,5	1%	14,8	8%	-90%	1,9	1%	33,3	9%	-94%
Reformas	10,0	6%	8,1	4%	24%	20,1	6%	15,9	4%	27%
Tecnologia	126,7	81%	116,7	63%	9%	276,1	83%	202,0	56%	37%
Logística	5,2	3%	30,3	16%	-83%	13,0	4%	75,6	21%	-83%
Outros	12,9	8%	14,4	8%	-10%	23,3	7%	32,0	9%	-27%
<b>Total</b>	<b>156,3</b>	<b>100%</b>	<b>184,2</b>	<b>100%</b>	<b>-15%</b>	<b>334,5</b>	<b>100%</b>	<b>358,8</b>	<b>100%</b>	<b>-7%</b>

No 2T23, os investimentos somaram R\$156,3 milhões, incluindo investimentos em tecnologia, logística e reformas.

## | Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-23	mar-23	dez-22	set-22	jun-22
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(2.453,7)	(2.831,4)	(1.046,5)	(124,3)	(224,2)	(377,7)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	2.068,5	(4.400,4)	(6.224,6)	(6.984,5)	(6.923,8)	(6.468,9)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>(385,2)</b>	<b>(7.231,7)</b>	<b>(7.271,1)</b>	<b>(7.108,8)</b>	<b>(7.148,0)</b>	<b>(6.846,6)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	389,9	2.100,6	1.784,9	2.420,0	1.812,2	1.710,7
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	174,9	386,2	447,9	304,3	293,9	211,3
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>564,8</b>	<b>2.486,8</b>	<b>2.232,8</b>	<b>2.724,3</b>	<b>2.106,1</b>	<b>1.922,0</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>179,6</b>	<b>(4.744,9)</b>	<b>(5.038,3)</b>	<b>(4.384,4)</b>	<b>(5.041,9)</b>	<b>(4.924,6)</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	(225,3)	4.320,3	3.490,0	5.383,8	4.422,5	4.545,6
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	(1.168,3)	1.339,8	1.403,0	2.500,4	2.445,2	2.508,1
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>(1.393,6)</b>	<b>5.660,1</b>	<b>4.893,0</b>	<b>7.884,2</b>	<b>6.867,8</b>	<b>7.053,6</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>(1.213,9)</b>	<b>915,1</b>	<b>(145,3)</b>	<b>3.499,8</b>	<b>1.825,9</b>	<b>2.129,1</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	34%	39%	14%	2%	3%	6%
Endividamento de Longo Prazo / Total	-34%	61%	86%	98%	97%	94%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	568,2	2.089,0	2.141,3	2.127,5	1.697,3	1.520,8
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado</b>	<b>-1,0 x</b>	<b>0,4 x</b>	<b>-0,1 x</b>	<b>1,6 x</b>	<b>1,1 x</b>	<b>1,4 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>(828,8)</b>	<b>8.146,9</b>	<b>7.125,8</b>	<b>10.608,5</b>	<b>8.973,9</b>	<b>8.975,7</b>

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$0,9 bilhão e com uma posição de caixa total no valor de R\$8,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,5 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$5,7 bilhões. Vale ressaltar que em jun/23, o Magalu recebeu o montante de R\$850,0 milhões provenientes da renovação do acordo com a Cardif.

A variação do saldo total de caixa nos últimos 12 meses está associada aos investimentos no valor de R\$671,1 milhões e ao pagamento das aquisições, especialmente da última parcela da Kabum no valor de R\$500,0 milhões.

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

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T23	AV	2T22	AV	Var(%)	1S23	AV	1S22	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	10.645,9	124,2%	10.367,2	121,1%	2,7%	21.957,5	124,5%	20.944,1	120,9%	4,8%
Impostos e Cancelamentos	(2.073,7)	-24,2%	(1.804,8)	-21,1%	14,9%	(4.317,9)	-24,5%	(3.619,6)	-20,9%	19,3%
<b>Receita Líquida</b>	8.572,3	100,0%	8.562,4	100,0%	0,1%	17.639,6	100,0%	17.324,6	100,0%	1,8%
Custo Total	(6.103,6)	-71,2%	(6.109,6)	-71,4%	-0,1%	(12.691,7)	-71,9%	(12.440,0)	-71,8%	2,0%
<b>Lucro Bruto</b>	2.468,6	28,8%	2.452,8	28,6%	0,6%	4.947,9	28,1%	4.884,5	28,2%	1,3%
Despesas com Vendas	(1.597,0)	-18,6%	(1.569,7)	-18,3%	1,7%	(3.241,5)	-18,4%	(3.159,0)	-18,2%	2,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(325,8)	-3,8%	(337,7)	-3,9%	-3,5%	(634,2)	-3,6%	(690,1)	-4,0%	-8,1%
Perda em Liquidação Duvidosa	(105,1)	-1,2%	(59,0)	-0,7%	78,0%	(204,0)	-1,2%	(120,2)	-0,7%	69,8%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	(135,1)	-1,6%	(21,3)	-0,2%	533,7%	(226,3)	-1,3%	(102,8)	-0,6%	120,1%
Equivalência Patrimonial	(21,8)	-0,3%	(7,6)	-0,1%	187,2%	(33,9)	-0,2%	(15,5)	-0,1%	118,2%
Total de Despesas Operacionais	(2.184,8)	-25,5%	(1.995,3)	-23,3%	9,5%	(4.339,9)	-24,6%	(4.087,6)	-23,6%	6,2%
<b>EBITDA</b>	283,9	3,3%	457,4	5,3%	-37,9%	608,0	3,4%	796,9	4,6%	-23,7%
Depreciação e Amortização	(319,8)	-3,7%	(270,8)	-3,2%	18,1%	(627,6)	-3,6%	(535,8)	-3,1%	17,1%
<b>EBIT</b>	(35,9)	-0,4%	186,6	2,2%	-	(19,6)	-0,1%	261,1	1,5%	-
Resultado Financeiro	(532,1)	-6,2%	(493,8)	-5,8%	7,7%	(1.164,5)	-6,6%	(915,9)	-5,3%	27,1%
<b>Lucro Operacional</b>	(568,0)	-6,6%	(307,2)	-3,6%	84,9%	(1.184,1)	-6,7%	(654,9)	-3,8%	80,8%
IR / CS	266,3	3,1%	172,2	2,0%	54,6%	491,1	2,8%	358,6	2,1%	37,0%
<b>Lucro Líquido</b>	(301,7)	-3,5%	(135,0)	-1,6%	123,5%	(693,0)	-3,9%	(296,3)	-1,7%	133,9%
<b>Cálculo do EBITDA</b>										
<b>Lucro Líquido</b>	(301,7)	-3,5%	(135,0)	-1,6%	123,5%	(693,0)	-3,9%	(296,3)	-1,7%	133,9%
(+/-) IR / CS	(266,3)	-3,1%	(172,2)	-2,0%	54,6%	(491,1)	-2,8%	(358,6)	-2,1%	37,0%
(+/-) Resultado Financeiro	532,1	6,2%	493,8	5,8%	7,7%	1.164,5	6,6%	915,9	5,3%	27,1%
(+) Depreciação e amortização	319,8	3,7%	270,8	3,2%	18,1%	627,6	3,6%	535,8	3,1%	17,1%
<b>EBITDA</b>	283,9	3,3%	457,4	5,3%	-37,9%	608,0	3,4%	796,9	4,6%	-23,7%
<b>Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes</b>										
<b>EBITDA</b>	283,9	3,3%	457,4	5,3%	-37,9%	608,0	3,4%	796,9	4,6%	-23,7%
Resultado Não Recorrente	155,9	1,8%	34,6	0,4%	350,2%	279,8	1,6%	129,3	0,7%	116,4%
<b>EBITDA Ajustado</b>	439,8	5,1%	492,1	5,7%	-10,6%	887,8	5,0%	926,3	5,3%	-4,2%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>										
<b>Lucro Líquido</b>	(301,7)	-3,5%	(135,0)	-1,6%	123,5%	(693,0)	-3,9%	(296,3)	-1,7%	133,9%
Resultado Não Recorrente	102,9	0,0%	22,9	0,3%	350,2%	184,7	1,0%	85,4	0,5%	116,4%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	(198,8)	-2,3%	(112,1)	-1,3%	77,3%	(508,3)	-2,9%	(210,9)	-1,2%	141,0%

\* 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)	2T23 Ajustado	AV	2T22 Ajustado	AV	Var(%)	1S23 Ajustado	AV	1S22 Ajustado	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	10.645,9	124,2%	10.367,2	121,1%	2,7%	21.957,5	124,5%	20.944,1	120,9%	4,8%
Impostos e Cancelamentos	(2.073,7)	-24,2%	(1.804,8)	-21,1%	14,9%	(4.317,9)	-24,5%	(3.619,6)	-20,9%	19,3%
<b>Receita Líquida</b>	8.572,3	100,0%	8.562,4	100,0%	0,1%	17.639,6	100,0%	17.324,6	100,0%	1,8%
Custo Total	(6.103,6)	-71,2%	(6.109,6)	-71,4%	-0,1%	(12.691,7)	-71,9%	(12.440,0)	-71,8%	2,0%
<b>Lucro Bruto</b>	2.468,6	28,8%	2.452,8	28,6%	0,6%	4.947,9	28,1%	4.884,5	28,2%	1,3%
Despesas com Vendas	(1.597,0)	-18,6%	(1.569,7)	-18,3%	1,7%	(3.241,5)	-18,4%	(3.159,0)	-18,2%	2,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(325,8)	-3,8%	(337,7)	-3,9%	-3,5%	(634,2)	-3,6%	(690,1)	-4,0%	-8,1%
Perda em Liquidação Duvidosa	(105,1)	-1,2%	(59,0)	-0,7%	78,0%	(204,0)	-1,2%	(120,2)	-0,7%	69,8%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	20,8	0,2%	13,3	0,2%	56,5%	53,5	0,3%	26,5	0,2%	102,0%
Equivalência Patrimonial	(21,8)	-0,3%	(7,6)	-0,1%	187,2%	(33,9)	-0,2%	(15,5)	-0,1%	118,2%
Total de Despesas Operacionais	(2.028,9)	-23,7%	(1.960,7)	-22,9%	3,5%	(4.060,1)	-23,0%	(3.958,3)	-22,8%	2,6%
<b>EBITDA</b>	439,8	5,1%	492,1	5,7%	-10,6%	887,8	5,0%	926,3	5,3%	-4,2%
Depreciação e Amortização	(319,8)	-3,7%	(270,8)	-3,2%	18,1%	(627,6)	-3,6%	(535,8)	-3,1%	17,1%
<b>EBIT</b>	120,0	1,4%	221,3	2,6%	-45,8%	260,2	1,5%	390,4	2,3%	-33,3%
Resultado Financeiro	(532,1)	-6,2%	(493,8)	-5,8%	7,7%	(1.164,5)	-6,6%	(915,9)	-5,3%	27,1%
<b>Lucro Operacional</b>	(412,1)	-4,8%	(272,6)	-3,2%	51,2%	(904,2)	-5,1%	(525,5)	-3,0%	72,1%
IR / CS	213,3	2,5%	160,4	1,9%	32,9%	395,9	2,2%	314,6	1,8%	25,9%
<b>Lucro Líquido</b>	(198,8)	-2,3%	(112,1)	-1,3%	77,3%	(508,3)	-2,9%	(210,9)	-1,2%	141,0%

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

ATIVO	jun/23	mar/23	dez/22	set/22	jun/22
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.100,6	1.784,9	2.420,0	1.812,2	1.710,7
Títulos e Valores Mobiliários	386,2	447,9	304,3	293,9	211,3
Contas a Receber - Cartão de Crédito	4.320,3	3.490,0	5.383,8	4.422,5	4.545,6
Contas a Receber - Outros	1.212,6	1.230,4	1.376,4	1.063,5	1.076,1
Estoques	7.570,2	7.564,1	7.790,1	8.471,3	7.965,7
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	1.339,8	1.403,0	2.500,4	2.445,2	2.508,1
Partes Relacionadas - Outros	49,2	62,3	76,2	83,1	57,0
Tributos a Recuperar	1.421,0	1.509,1	1.564,2	1.502,5	1.431,4
Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	263,0	328,7	314,5	285,1	265,6
Outros Ativos	422,7	355,6	208,2	342,5	294,1
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>19.085,5</b>	<b>18.175,9</b>	<b>21.938,1</b>	<b>20.722,0</b>	<b>20.065,6</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Contas a Receber	19,6	11,8	17,2	15,5	-
Tributos a Recuperar	2.314,1	2.144,9	2.123,9	1.971,1	1.691,5
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	2.188,9	1.917,1	1.686,4	1.468,6	1.296,1
Depósitos Judiciais	1.700,4	1.722,2	1.650,2	1.511,6	1.384,9
Outros Ativos	117,8	112,9	116,8	115,0	14,7
Investimentos em Controladas	282,3	301,7	338,8	360,5	368,4
Direito de Uso	3.509,0	3.427,6	3.511,5	3.425,9	3.344,8
Imobilizado	1.910,7	1.951,1	1.955,5	1.979,8	1.990,7
Intangível	4.470,6	4.451,3	4.427,5	4.406,4	4.344,2
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>16.513,3</b>	<b>16.040,7</b>	<b>15.827,7</b>	<b>15.254,4</b>	<b>14.435,3</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>35.598,9</b>	<b>34.216,6</b>	<b>37.765,8</b>	<b>35.976,4</b>	<b>34.501,0</b>

ANEXO III  
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO  
PASSIVO

PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	jun/23	mar/23	dez/22	set/22	jun/22
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	7.874,0	6.995,4	9.543,3	8.606,8	7.380,8
<i>Fornecedores</i>	5.112,7	4.823,2	5.741,0	4.612,5	3.555,8
<i>Fornecedores Convênio</i>	2.761,3	2.172,3	3.802,2	3.994,2	3.825,0
Repasses e outros depósitos	1.473,8	1.527,7	1.552,6	1.309,0	1.362,9
Empréstimos e Financiamentos	2.831,4	1.046,5	124,3	224,2	377,7
Salários, Férias e Encargos Sociais	411,6	413,7	420,5	425,8	409,2
Tributos a Recolher	296,6	261,8	224,9	180,2	212,1
Partes Relacionadas	93,8	125,6	152,5	111,7	116,1
Arrendamento Mercantil	467,1	633,9	619,8	428,1	421,6
Receita Diferida	146,7	73,9	76,9	50,6	50,5
Outras Contas a Pagar	1.657,3	1.702,0	2.118,1	1.820,1	1.926,5
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>15.252,3</b>	<b>12.780,7</b>	<b>14.832,9</b>	<b>13.156,4</b>	<b>12.257,4</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	4.400,4	6.224,6	6.984,5	6.923,8	6.468,9
Tributos a Recolher	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8
Arrendamento Mercantil	3.246,0	2.992,3	3.073,7	3.146,3	3.053,6
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	90,8	102,5	108,8	116,8	94,5
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.274,3	1.250,5	1.193,8	1.150,3	1.135,1
Receita Diferida	1.172,1	405,2	423,5	265,4	217,3
Outras Contas a Pagar	143,8	162,3	492,1	404,2	328,4
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>10.335,1</b>	<b>11.145,2</b>	<b>12.284,2</b>	<b>12.014,7</b>	<b>11.305,7</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>25.587,4</b>	<b>23.925,9</b>	<b>27.117,1</b>	<b>25.171,1</b>	<b>23.563,1</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	12.352,5	12.352,5	12.352,5	12.352,5	12.352,5
Reserva de Capital	(2.061,0)	(1.867,7)	(1.896,4)	(1.756,7)	(1.777,5)
Ações em Tesouraria	(1.029,1)	(1.242,8)	(1.245,8)	(1.265,1)	(1.275,8)
Reserva Legal	137,4	137,4	137,4	137,4	137,4
Reserva de Retenção de Lucros	1.298,9	1.298,9	1.797,9	1.797,9	1.797,9
Ajuste de Avaliação Patrimonial	5,6	3,6	2,0	2,3	(0,4)
Lucros Acumulados	(693,0)	(391,2)	(499,0)	(463,1)	(296,3)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>10.011,5</b>	<b>10.290,7</b>	<b>10.648,7</b>	<b>10.805,3</b>	<b>10.937,8</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>35.598,9</b>	<b>34.216,6</b>	<b>37.765,8</b>	<b>35.976,4</b>	<b>34.501,0</b>

## ANEXO IV

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

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	2T23	2T22	jun/23 12UM	jun/22 12UM
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(301,7)</b>	<b>(135,0)</b>	<b>(895,6)</b>	<b>(59,8)</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(276,6)	(191,7)	(947,6)	(1.279,5)
Depreciação e Amortização	319,8	270,8	1.255,4	969,8
Juros sobre Empréstimos Provisionados	325,3	287,6	1.324,5	793,8
Equivalência Patrimonial	21,8	7,6	54,1	(30,1)
Dividendos Recebidos	0,0	-	43,4	70,2
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	189,7	132,0	582,0	825,4
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	31,8	29,4	101,8	(118,7)
Resultado na Venda de Ativos	0,1	0,5	0,9	(0,5)
Apropriação da Receita Diferida	(20,8)	(13,4)	(91,0)	(54,9)
Despesas com Plano de Ações e Opções	25,1	19,8	142,3	96,8
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>314,4</b>	<b>407,6</b>	<b>1.570,1</b>	<b>1.212,5</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(185,3)	(9,3)	(664,2)	275,8
Estoques	(0,6)	51,5	321,7	(268,1)
Tributos a Recuperar	(15,4)	(141,9)	(609,6)	(1.614,9)
Depósito judiciais	21,8	(107,8)	(315,5)	(244,6)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(58,9)	(7,5)	(233,1)	79,2
<b>Variação nos Ativos Operacionais</b>	<b>(238,3)</b>	<b>(214,9)</b>	<b>(1.500,8)</b>	<b>(1.772,6)</b>
Fornecedores (Incluindo convênio)	878,6	1.132,3	493,2	(1.273,8)
Outras Contas a Pagar	(108,2)	(40,3)	267,0	416,6
<b>Variação nos Passivos Operacionais</b>	<b>770,3</b>	<b>1.092,0</b>	<b>760,3</b>	<b>(857,2)</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>846,5</b>	<b>1.284,7</b>	<b>829,5</b>	<b>(1.417,3)</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(156,3)	(184,2)	(671,1)	(1.056,2)
Investimento em Controlada	(4,0)	(45,4)	(599,5)	(630,6)
Venda de Contrato de Exclusividade e Direito de Exploração	835,7	-	1.107,7	-
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>675,3</b>	<b>(229,6)</b>	<b>(162,9)</b>	<b>(1.686,7)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	-	-	400,0	4.000,3
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(0,1)	(58,1)	(298,9)	(169,2)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(289,0)	(228,4)	(726,0)	(307,8)
Pagamento de Arrendamento Mercantil	(125,7)	(108,1)	(531,8)	(420,7)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(85,8)	(71,3)	(338,7)	(273,0)
Pagamento de Dividendos	-	(100,0)	-	(100,0)
Ações em Tesouraria	-	-	-	(646,1)
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>(500,7)</b>	<b>(565,9)</b>	<b>(1.495,4)</b>	<b>5.983,8</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	7.125,8	8.486,5	8.975,7	6.095,9
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	8.146,9	8.975,7	8.146,9	8.975,7
<b>Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>1.021,1</b>	<b>489,2</b>	<b>(828,8)</b>	<b>2.879,8</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.
- (iii) tratamento de Fornecedores Convênio como Fornecedores

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

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	jun-23	mar-23	dez-22	set-22	jun-22
<b>(=) Capital de Giro</b>	4.177,8	4.208,9	4.505,2	5.683,6	6.263,8
(+) Contas a receber	19,6	11,8	17,2	15,5	-
(+) IR e CS diferidos	2.188,9	1.917,1	1.686,4	1.468,6	1.296,1
(+) Impostos a recuperar	2.314,1	2.144,9	2.123,9	1.971,1	1.691,5
(+) Depósitos judiciais	1.700,4	1.722,2	1.650,2	1.511,6	1.384,9
(+) Outros ativos	117,8	112,9	116,8	115,0	14,7
(+) Invest. contr. em conjunto	282,3	301,7	338,8	360,5	368,4
(+) Direito de Uso	3.509,0	3.427,6	3.511,5	3.425,9	3.344,8
(+) Imobilizado	1.910,7	1.951,1	1.955,5	1.979,8	1.990,7
(+) Intangível	4.470,6	4.451,3	4.427,5	4.406,4	4.344,2
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	16.513,3	16.040,7	15.827,7	15.254,4	14.435,3
(-) Provisão para contingências	1.274,3	1.250,5	1.193,8	1.150,3	1.135,1
(-) Arrendamento Mercantil	3.246,0	2.992,3	3.073,7	3.146,3	3.053,6
(-) Receita diferida	1.172,1	405,2	423,5	265,4	217,3
(-) Tributos a Recolher	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8
(-) IR e CS diferidos	90,8	102,5	108,8	116,8	94,5
(-) Outras contas a pagar	143,8	162,3	492,1	404,2	328,4
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	5.934,7	4.920,6	5.299,8	5.090,9	4.836,8
<b>(=) Capital Fixo</b>	10.578,6	11.120,1	10.528,0	10.163,5	9.598,6
<b>(=) Capital Investido Total</b>	14.756,4	15.329,0	15.033,1	15.847,2	15.862,4
(+) Dívida Líquida	4.744,9	5.038,3	4.384,4	5.041,9	4.924,6
(+) Patrimônio Líquido	10.011,5	10.290,7	10.648,7	10.805,3	10.937,8
<b>(=) Financiamento Total</b>	14.756,4	15.329,0	15.033,1	15.847,2	15.862,4

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22
Receitas Financeiras	171,2	193,3	153,1	182,1	155,6
Despesas Financeiras	(703,3)	(825,6)	(721,9)	(738,3)	(649,4)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	(532,1)	(632,4)	(568,8)	(556,3)	(493,8)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	244,3	399,9	213,0	271,4	237,0
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	(287,8)	(232,5)	(355,8)	(284,9)	(256,9)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	97,8	79,0	121,0	96,9	87,3
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	(189,9)	(153,4)	(234,8)	(188,1)	(169,5)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22
EBITDA	283,9	324,1	642,3	496,1	457,4
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(244,3)	(399,9)	(213,0)	(271,4)	(237,0)
Depreciação	(319,8)	(307,8)	(354,5)	(273,3)	(270,8)
IR/CS correntes e diferidos	266,3	224,8	245,1	166,8	172,2
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(97,8)	(79,0)	(121,0)	(96,9)	(87,3)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	(111,8)	(237,8)	198,9	21,3	34,5
<b>Capital Investido</b>	14.756,4	15.329,0	15.033,1	15.847,2	15.862,4
<b>ROIC Anualizado</b>	-3%	-6%	5%	1%	1%
Lucro Líquido	(301,7)	(391,2)	(35,9)	(166,8)	(135,0)
Patrimônio Líquido	10.011,5	10.290,7	10.648,7	10.805,3	10.937,8
<b>ROE Anualizado</b>	-12%	-15%	-1%	-6%	-5%

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

Abertura Vendas Totais	2T23	A.V.(%)	2T22	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	270,1	1,8%	263,5	1,9%	2,5%
Lojas Convencionais	3.724,0	25,3%	3.626,3	26,0%	2,7%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>3.994,1</b>	<b>27,1%</b>	<b>3.889,9</b>	<b>27,9%</b>	<b>2,7%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	6.536,5	44,4%	6.386,6	45,9%	2,3%
Marketplace (3P)	4.196,5	28,5%	3.646,2	26,2%	15,1%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>10.733,0</b>	<b>72,9%</b>	<b>10.032,8</b>	<b>72,1%</b>	<b>7,0%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>14.727,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>13.922,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,8%</b>

Abertura Vendas Totais	1S23	A.V.(%)	1S22	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	559,1	1,8%	541,9	1,9%	3,2%
Lojas Convencionais	7.671,2	25,3%	7.288,5	26,0%	5,3%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>8.230,4</b>	<b>27,2%</b>	<b>7.830,3</b>	<b>27,9%</b>	<b>5,1%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	13.485,2	44,5%	12.915,5	46,0%	4,4%
Marketplace (3P)	8.559,8	28,3%	7.301,1	26,0%	17,2%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>22.045,0</b>	<b>72,8%</b>	<b>20.216,6</b>	<b>72,1%</b>	<b>9,0%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>30.275,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>28.046,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,9%</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	Jun/23	Part(%)	Jun/22	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	237	18,2%	237	16,6%	-
Lojas Convencionais	1.049	80,5%	1.046	73,2%	3
Quiosques	17	1,3%	146	10,2%	(129)
<b>Total</b>	<b>1.303</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.429</b>	<b>100,0%</b>	<b>(126)</b>

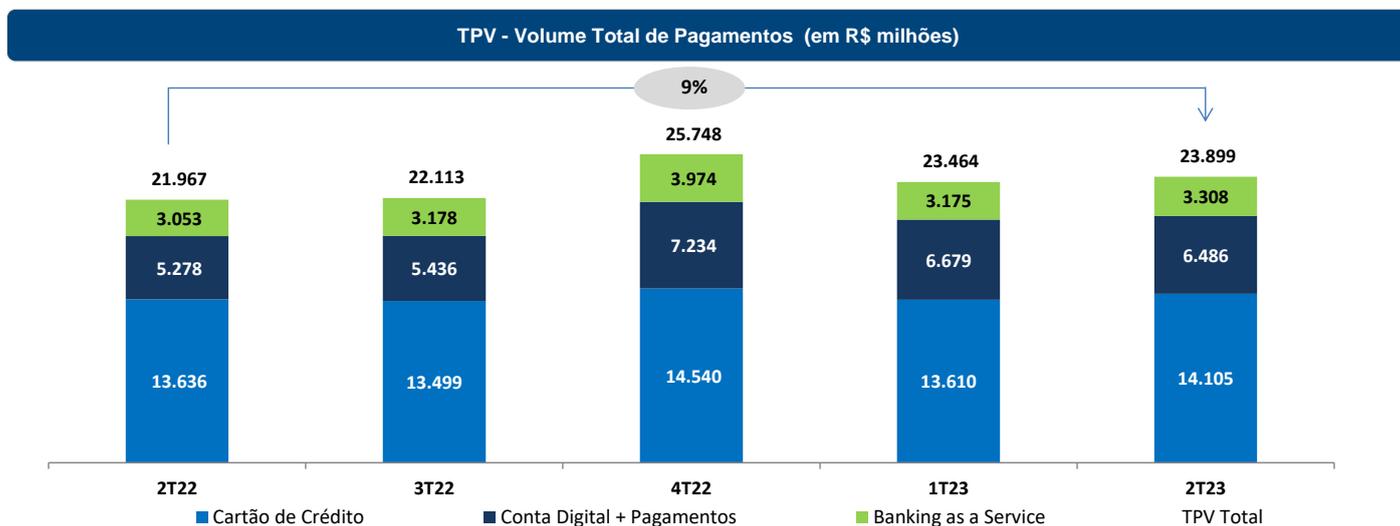
<b>Área total de vendas (m²)</b>	<b>716.595</b>	<b>100,0%</b>	<b>716.745</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>
----------------------------------	----------------	---------------	----------------	---------------	-------------

## 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.

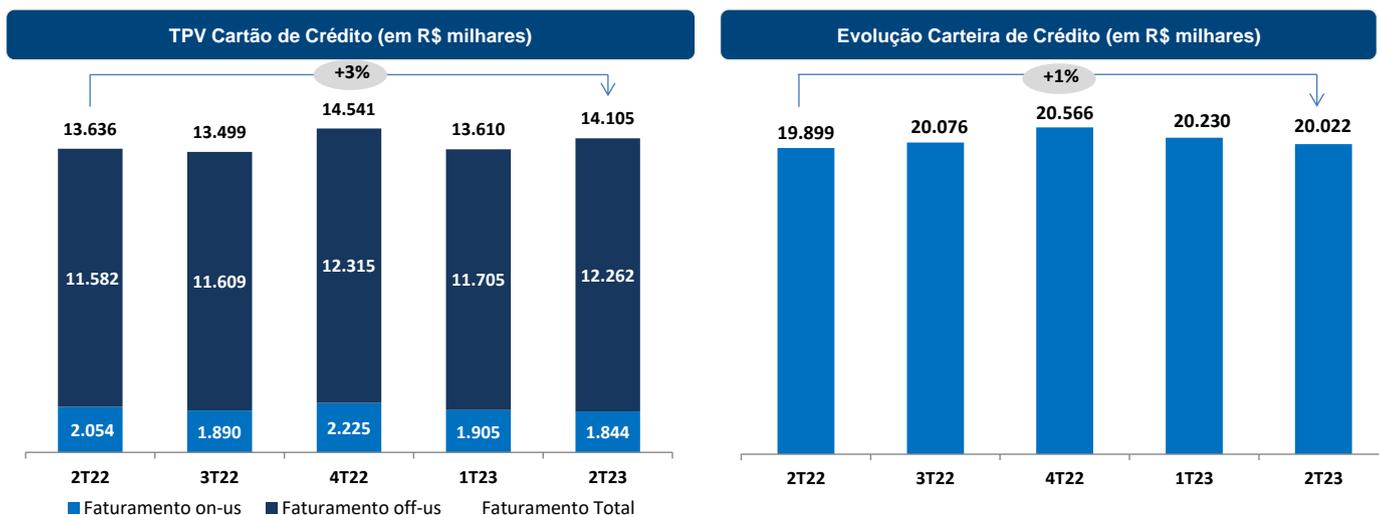
### Indicadores Operacionais

- O volume total de transações (TPV) foi de R\$23,9 bilhões no 2T23, crescendo 8,8% comparado ao 2T22.



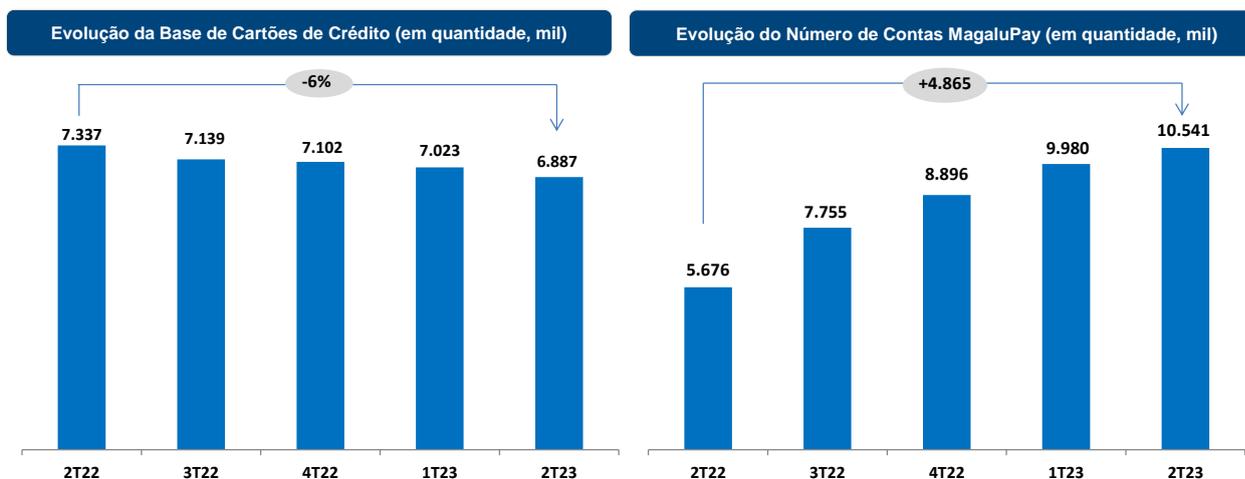
### Cartão de Crédito

- O TPV de Cartão de Crédito foi de R\$14,1 bilhões no 2T23, crescendo 3,4% no período. As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, foram de R\$1,8 bilhão no 2T23. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 5,9% no 2T23 para R\$12,3 bilhões.
- A carteira de crédito totalizou R\$20,0 bilhões ao final do 2T23, um aumento de 0,6% em relação ao 2T22.



## 2T23

- Em jun/23, a base total de cartões de crédito foi de 6,9 milhões de cartões (-6,1% versus jun/22), incluindo o Cartão Luiza e o Cartão Magalu.



### Conta Digital e Pagamentos

- A conta digital do Magalu (MagaluPay), já alcançou a marca de 10,5 milhões de contas abertas em jun/23, representando um aumento de 560 mil novas contas no trimestre e 4,9 milhões de novas contas em 12 meses.
- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$6,5 bilhões no 2T23, crescendo 22,9% no período.
- Em junho, a Fintech Magalu passou por um processo de simplificação regulatória com o objetivo de alcançar maior eficiência e expandir significativamente os serviços disponibilizados aos sellers do marketplace. A Hub Fintech realizou a incorporação reversa do Magalu Pagamentos, otimizando estruturas de suporte e capital na nova empresa consolidada. Essa integração proporcionará ao Magalu acelerar a agenda de evolução de produtos, potencializando a entrega de valor aos sellers do nosso marketplace.

### Banking as a Service (BaaS)

- O volume total de transações processadas (TPV) no segmento Banking as a Service atingiu R\$3,3 bilhões no 2T23.

## ANEXO VIII

## LUIZACRED

## | Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

R\$ milhões	2T23	AV	2T22	AV	Var(%)	1S23	AV	1S22	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	656,2	100,0%	619,3	100,0%	6,0%	1.385,0	100,0%	1.215,3	100,0%	14,0%
Despesas da Intermediação Financeira	(829,5)	-126,4%	(709,7)	-114,6%	16,9%	(1.670,9)	-120,6%	(1.376,5)	-113,3%	21,4%
Operações de Captação no Mercado	(195,6)	-29,8%	(151,0)	-24,4%	29,5%	(392,1)	-28,3%	(257,7)	-21,2%	52,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(633,9)	-96,6%	(558,7)	-90,2%	13,5%	(1.278,8)	-92,3%	(1.118,7)	-92,1%	14,3%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>(173,2)</b>	<b>-26,4%</b>	<b>(90,4)</b>	<b>-14,6%</b>	<b>91,6%</b>	<b>(285,8)</b>	<b>-20,6%</b>	<b>(161,1)</b>	<b>-13,3%</b>	<b>77,4%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	376,7	57,4%	353,0	57,0%	6,7%	756,1	54,6%	693,5	57,1%	9,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(312,0)	-47,5%	(309,8)	-50,0%	0,7%	(636,6)	-46,0%	(624,1)	-51,4%	2,0%
Despesas de Pessoal	(4,1)	-0,6%	(10,4)	-1,7%	-60,1%	(8,4)	-0,6%	(14,3)	-1,2%	-41,7%
Outras Despesas Administrativas	(212,6)	-32,4%	(208,3)	-33,6%	2,1%	(438,6)	-31,7%	(428,3)	-35,2%	2,4%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,5%	(3,0)	-0,5%	1,5%	(6,0)	-0,4%	(6,0)	-0,5%	0,7%
Despesas Tributárias	(56,6)	-8,6%	(54,1)	-8,7%	4,6%	(115,9)	-8,4%	(105,4)	-8,7%	9,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(35,7)	-5,4%	(34,1)	-5,5%	4,8%	(67,7)	-4,9%	(70,1)	-5,8%	-3,3%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>(108,5)</b>	<b>-16,5%</b>	<b>(47,3)</b>	<b>-7,6%</b>	<b>129,7%</b>	<b>(166,3)</b>	<b>-12,0%</b>	<b>(91,7)</b>	<b>-7,5%</b>	<b>81,4%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	42,5	6,5%	18,5	3,0%	129,9%	65,3	4,7%	36,2	3,0%	80,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(66,0)</b>	<b>-10,1%</b>	<b>(28,8)</b>	<b>-4,6%</b>	<b>129,5%</b>	<b>(101,1)</b>	<b>-7,3%</b>	<b>(55,5)</b>	<b>-4,6%</b>	<b>82,0%</b>

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

R\$ milhões	2T23	AV	2T22	AV	Var(%)	1S23	AV	1S22	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	656,5	100,0%	619,3	100,0%	6,0%	1.385,5	100,0%	1.215,4	100,0%	14,0%
Despesas da Intermediação Financeira	(881,2)	-134,2%	(708,6)	-114,4%	24,4%	(1.778,0)	-128,3%	(1.274,2)	-104,8%	39,5%
Operações de Captação no Mercado	(195,6)	-29,8%	(151,0)	-24,4%	29,5%	(392,1)	-28,3%	(257,7)	-21,2%	52,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(685,6)	-104,4%	(557,6)	-90,0%	23,0%	(1.385,9)	-100,0%	(1.016,5)	-83,6%	36,3%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>(224,7)</b>	<b>-34,2%</b>	<b>(89,3)</b>	<b>-14,4%</b>	<b>151,7%</b>	<b>(392,5)</b>	<b>-28,3%</b>	<b>(58,8)</b>	<b>-4,8%</b>	<b>567,2%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	376,7	57,4%	353,0	57,0%	6,7%	756,1	54,6%	693,5	57,1%	9,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(312,0)	-47,5%	(309,8)	-50,0%	0,7%	(636,6)	-45,9%	(624,1)	-51,3%	2,0%
Despesas de Pessoal	(4,1)	-0,6%	(10,4)	-1,7%	-60,1%	(8,4)	-0,6%	(14,3)	-1,2%	-41,7%
Outras Despesas Administrativas	(212,6)	-32,4%	(208,3)	-33,6%	2,1%	(438,6)	-31,7%	(428,3)	-35,2%	2,4%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,5%	(3,0)	-0,5%	1,5%	(6,0)	-0,4%	(6,0)	-0,5%	0,7%
Despesas Tributárias	(56,6)	-8,6%	(54,1)	-8,7%	4,6%	(115,9)	-8,4%	(105,4)	-8,7%	9,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(35,7)	-5,4%	(34,1)	-5,5%	4,8%	(67,7)	-4,9%	(70,1)	-5,8%	-3,3%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>(160,0)</b>	<b>-24,4%</b>	<b>(46,1)</b>	<b>-7,4%</b>	<b>247,1%</b>	<b>(273,0)</b>	<b>-19,7%</b>	<b>10,6</b>	<b>0,9%</b>	<b>-</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	63,1	9,6%	18,0	2,9%	250,0%	107,9	7,8%	(4,7)	-0,4%	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(96,9)</b>	<b>-14,8%</b>	<b>(28,1)</b>	<b>-4,5%</b>	<b>245,3%</b>	<b>(165,1)</b>	<b>-11,9%</b>	<b>5,9</b>	<b>0,5%</b>	<b>-</b>

## | Receitas da Intermediação Financeira

No 2T23, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$656,5 milhões, crescendo 6,0%, influenciadas pelo crescimento do faturamento e da carteira de crédito.

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

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15), que tem um impacto significativo no volume de provisões, continua a melhorar conforme previa a nossa estratégia mais conservadora de gestão de risco de crédito. No 2T23, a taxa de inadimplência de curto prazo foi de 3,5%, uma melhora de 0,2 p.p. em relação a mar/23. A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 10,9% em jun/23, uma variação de 0,3 p.p. em relação a mar/23.

A política de crédito assertiva da Luizacred e todos os esforços de cobrança realizados pelas lojas e centrais de cobrança tem sido fundamentais para minimizar os impactos nos indicadores da carteira, já representados na redução da inadimplência das safras mais recentes.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 3,2% da carteira total no 2T23. Observamos uma tendência positiva na redução dos indicadores de inadimplência em julho, sinalizando a contribuição favorável das novas safras para o desempenho positivo da Luizacred. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 138% em jun/23, relativamente estável em relação a mar/23.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	jun-23		mar-23		dez-22		set-22		jun-22	
000 a 014 dias	17.137	85,6%	17.343	85,7%	17.786	86,5%	17.534	87,3%	17.770	89,3%
015 a 030 dias	127	0,6%	161	0,8%	146	0,7%	136	0,7%	115	0,6%
031 a 060 dias	223	1,1%	249	1,2%	215	1,0%	229	1,1%	192	1,0%
061 a 090 dias	352	1,8%	338	1,7%	325	1,6%	327	1,6%	291	1,5%
091 a 120 dias	308	1,5%	285	1,4%	324	1,6%	299	1,5%	242	1,2%
121 a 150 dias	310	1,5%	274	1,4%	287	1,4%	254	1,3%	257	1,3%
151 a 180 dias	269	1,3%	258	1,3%	274	1,3%	249	1,2%	212	1,1%
180 a 360 dias	1.296	6,5%	1.321	6,5%	1.209	5,9%	1.048	5,2%	820	4,1%
<b>Carteira de Crédito (R\$ milhões)</b>	<b>20.022</b>	<b>100,0%</b>	<b>20.230</b>	<b>100,0%</b>	<b>20.566</b>	<b>100,0%</b>	<b>20.076</b>	<b>100,0%</b>	<b>19.899</b>	<b>100,0%</b>
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	302		262		230		215		203	
<b>Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)</b>	<b>20.324</b>		<b>20.492</b>		<b>20.797</b>		<b>20.291</b>		<b>20.102</b>	
Atraso de 15 a 90 Dias	702	3,5%	749	3,7%	686	3,3%	691	3,4%	598	3,0%
Atraso Maior 90 Dias	2.183	10,9%	2.138	10,6%	2.095	10,2%	1.851	9,2%	1.532	7,7%
<b>Atraso Total</b>	<b>2.885</b>	<b>14,4%</b>	<b>2.887</b>	<b>14,3%</b>	<b>2.780</b>	<b>13,5%</b>	<b>2.542</b>	<b>12,7%</b>	<b>2.129</b>	<b>10,7%</b>
PDD sobre Carteira de Crédito	2.691	13,4%	2.678	13,2%	2.602	12,7%	2.406	12,0%	2.076	10,4%
PDD sobre Limite Disponível	332	1,7%	344	1,7%	320	1,6%	329	1,6%	373	1,9%
<b>PDD Total em IFRS 9</b>	<b>3.023</b>	<b>15,1%</b>	<b>3.022</b>	<b>14,9%</b>	<b>2.922</b>	<b>14,2%</b>	<b>2.735</b>	<b>13,6%</b>	<b>2.449</b>	<b>12,3%</b>
Índice de Cobertura da Carteira	123%		125%		124%		130%		136%	
<b>Índice de Cobertura Total</b>	<b>138%</b>		<b>141%</b>		<b>140%</b>		<b>148%</b>		<b>160%</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.

## 2T23

### | Resultado Bruto da Intermediação Financeira

O resultado bruto da intermediação financeira foi negativo em R\$173,2 milhões no 2T23, influenciados por provisões conservadoras, associadas ao crescimento da carteira, e do aumento da taxa de juros.

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

As receitas de serviços cresceram 6,7% no 2T23, alcançando R\$376,7 milhões, em função principalmente do crescimento do faturamento. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram apenas 0,7%, representando R\$312,0 milhões.

### | Lucro Líquido

No 2T23, a Luizacred teve o resultado líquido negativo em R\$66,0 milhões em IFRS. No mesmo período, de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o resultado líquido foi negativo em R\$96,9 milhões.

### | Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido foi de R\$897,2 milhões em jun/23. 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\$652,4 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 ao período que se encerrou em 31 de dezembro de 2021 e 31 de dezembro de 2022 e ao período que se encerrará 31 de dezembro de 2023:

O Magalu chegou ao final do 2T23 com 22 centros de distribuição e 206 cross-dockings, além das 1.303 lojas.

	Realizado 2T23	Guidance 2023
<b>Total de Unidades Logísticas</b>	228	450
Número de Centros de Distribuição	22	33
Número de Cross-dockings	206	417
<b>Número de Lojas</b>	1.303	1.680
<b>Área Total de Armazenagem</b>	1.190	2.000

## TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Teleconferência em Português com tradução simultânea para o inglês

15 de agosto de 2023 (terça-feira)

09h00 – Horário de Brasília

08h00 – Horário Estados Unidos (EST)

### Acesso Teleconferência

Twitter:

@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

**Marina Ramalho**

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 três centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.303 lojas distribuídas em 20 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 2.000 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 73% 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.