



Teleconferência de Resultados 3T21

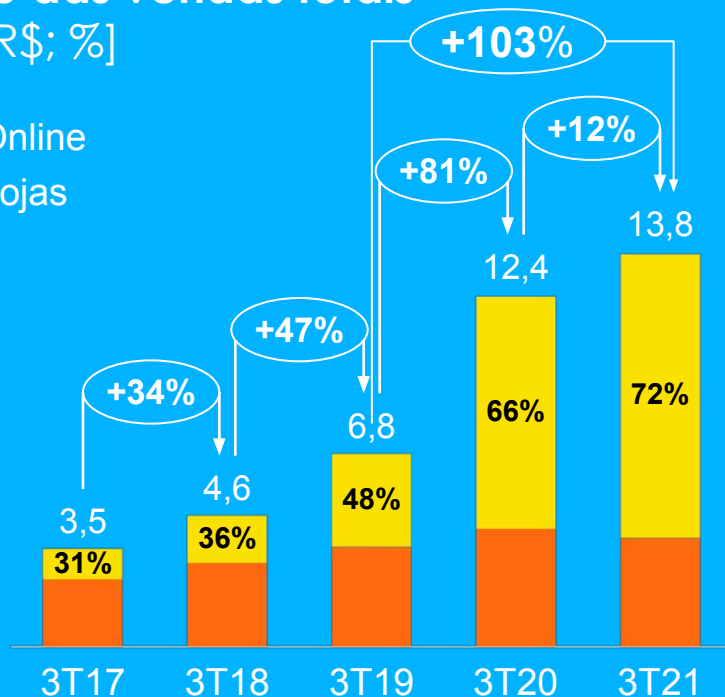
12 de Novembro de 2021



Em dois anos **dobramos as vendas totais**, superando a maior base de comparação da nossa história

## Evolução das vendas totais

[Bilhões R\$; %]



**12%**

**Crescimento trimestral**

[3T21 vs 3T20]

**72%**

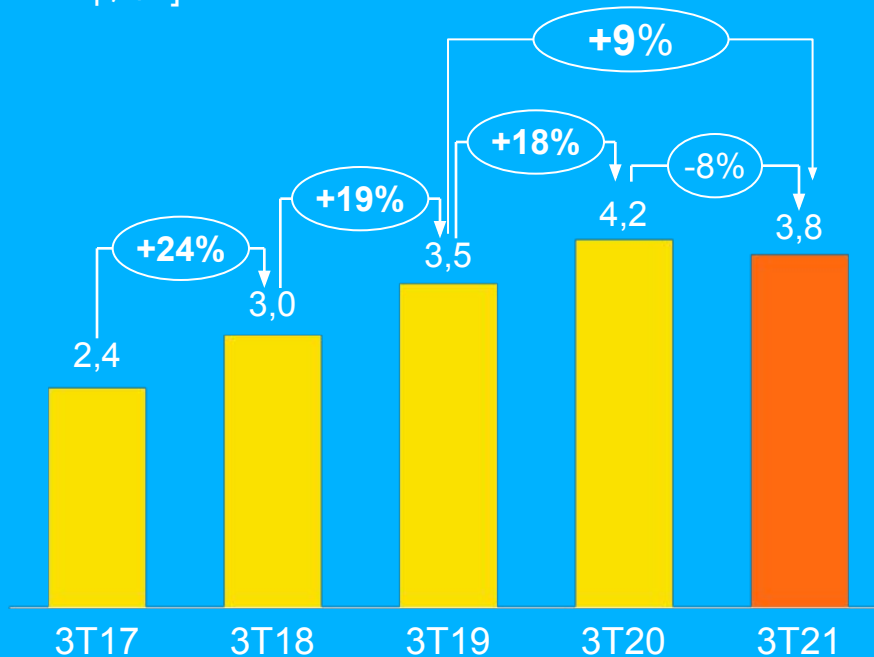
**Representatividade do  
online no total de vendas  
Magalu**

[%; 3T21]

A queda da venda de lojas foi resultado da conjunção da piora do cenário macro e da **fortíssima base de comparação de 2020**

## Evolução das vendas lojas

[Bilhões R\$; %]

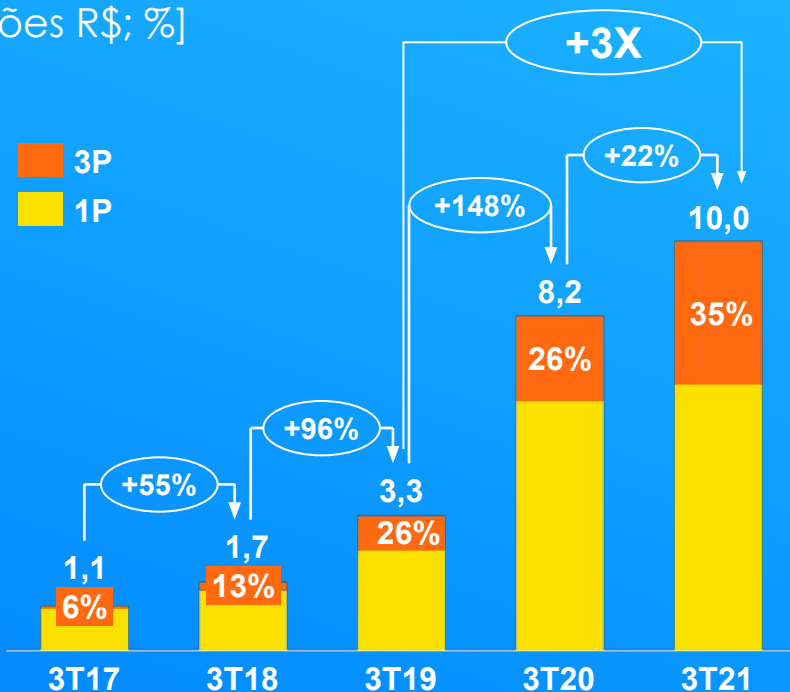


O **menor volume de vendas nas lojas físicas**, nosso canal mais maduro e rentável do ecossistema, foi o principal motivo para a **redução da rentabilidade**

O 3P Magalu levou **5 anos para atingir R\$3,5 bi** em um trimestre, valor que o nosso 1P levou cerca de 20 anos para alcançar

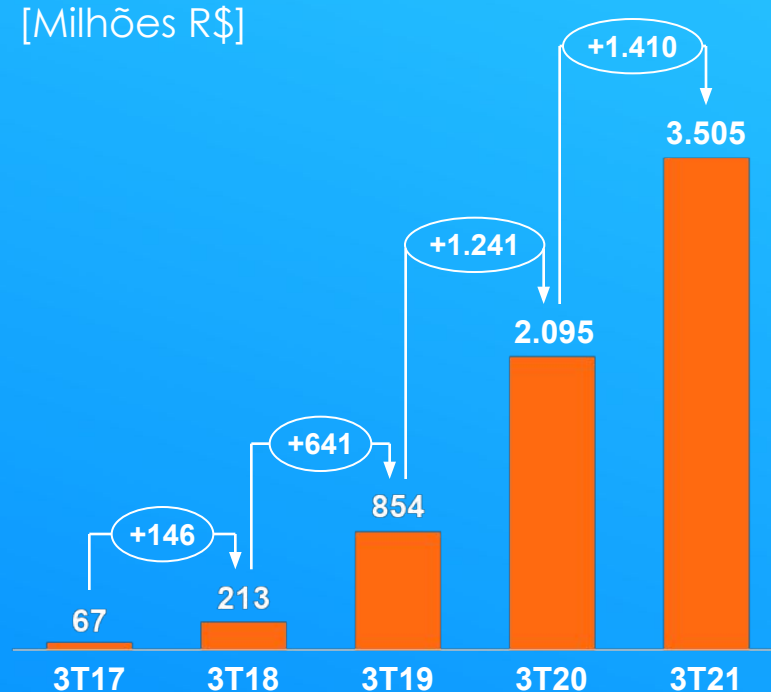
### Evolução das vendas online total

[Bilhões R\$; %]



### Evolução das vendas online 3P

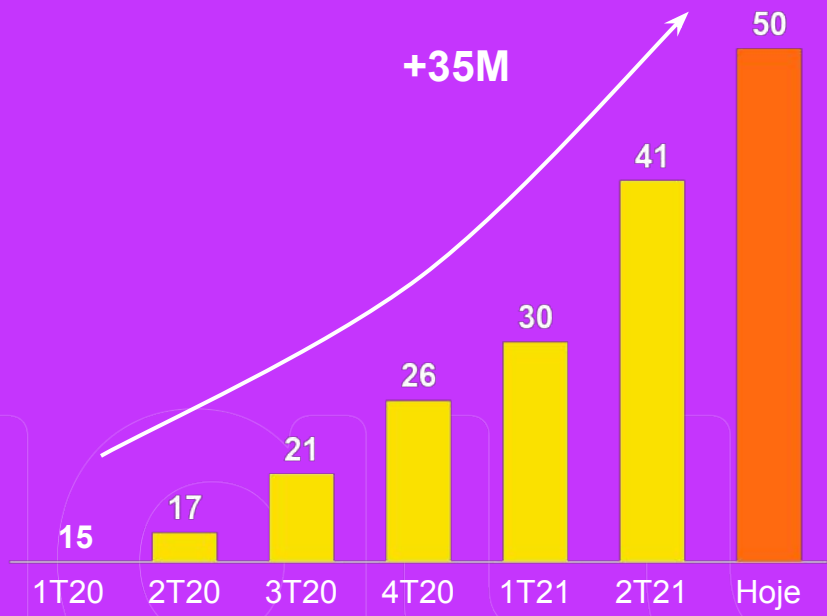
[Milhões R\$]



# O Parceiro Magalu, com o auxílio das lojas, alavancou a entrada de ofertas e sellers analógicos na plataforma

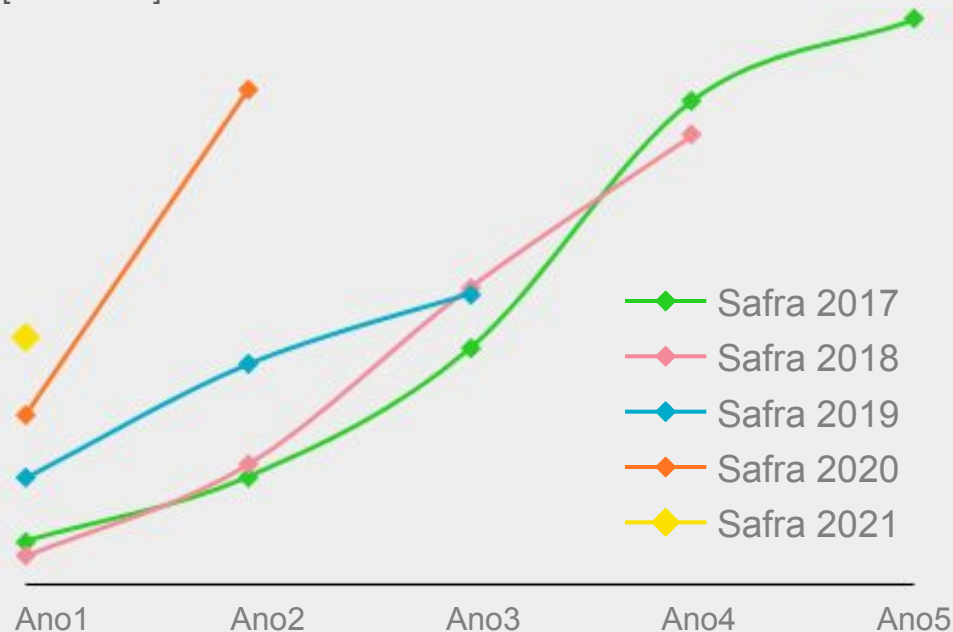
**Evolução da quantidade de sellers**  
[‘000 sellers; publicados]

**Evolução da quantidade de ofertas 1P+3P**  
[Milhões de ofertas]



O crescimento do marketplace tem sido resultado tanto da **evolução dos sellers mais antigos**, quanto da **performance cada vez melhor das novas safras**.

Evolução do GMV por safras anuais  
[GMV 3T]

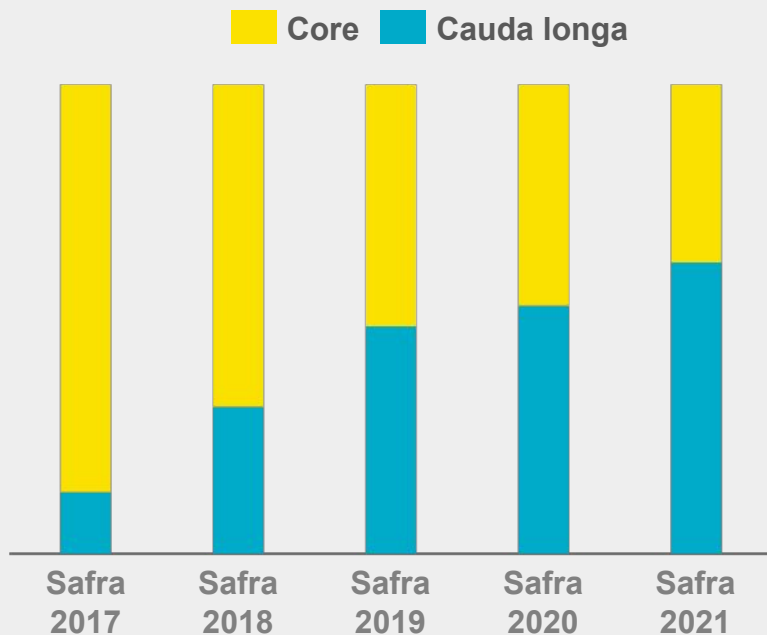


Multiplicamos o GMV de sellers da safra 2017 em **13x em 5 anos**

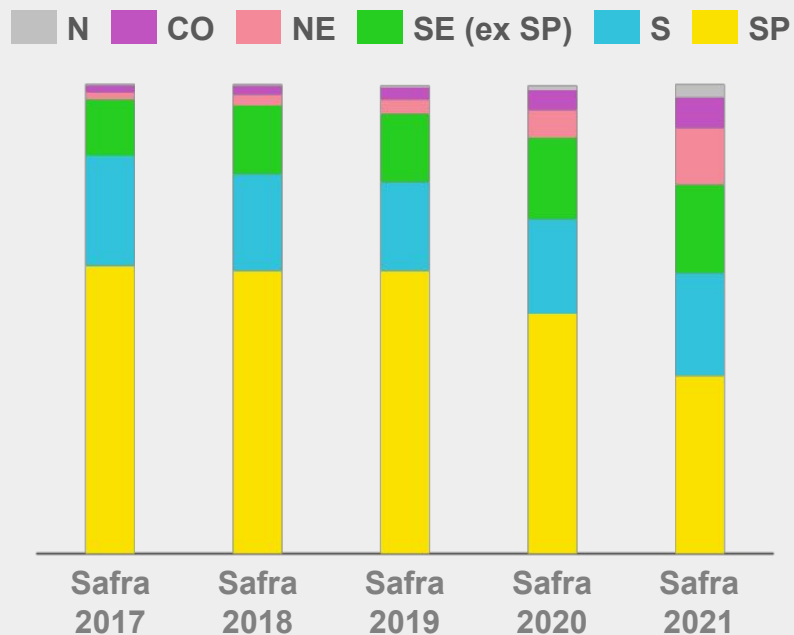
A performance de vendas no 1º ano de novas safras é **50% maior** que o GMV da safra do ano anterior

# As novas safras de sellers **diversificam** nosso sortimento e fortalecem a capacidade de **entrega local**

GMV em Core e Cauda-longa por safras anuais  
[GMV 3T21]



Localização dos sellers por safras anuais  
[Quantidade de sellers]



# A participação em vendas de novas categorias crescem com a entrada robusta de **sellers que complementam nosso portfólio**

## Quantidade de sellers publicados por ano por categoria

[Quantidade de sellers; FY]

—◆ Moda

—◆ Casa, jardim e decoração

—◆ Mercado

—◆ Beleza e Cuidados pessoais



A entrada de sellers na plataforma de Moda, Mercado, Beleza e outras categorias Long-tail fortalecem a estratégia de dar mais visibilidade às **Novas Categorias**



O mundo Moda no Magalu é um exemplo de como estamos alavancando **categorias de alta recorrência**

**+300** marcas

marcas distintas no marketplace Magalu

**+3,5MM**

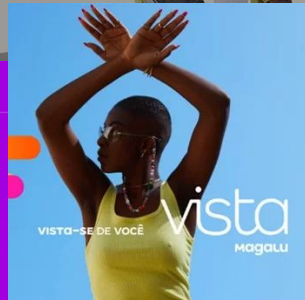
ofertas em Moda no marketplace Magalu

**+21k** sellers

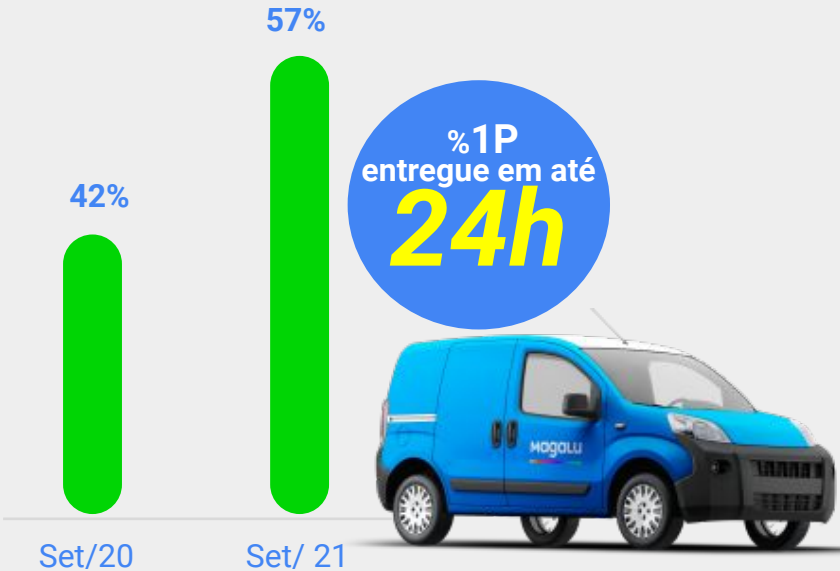
Dentre varejistas e fábricas

**VISTA** magalu

Lançamento da marca própria



# A entrega 1P do Magalu continua evoluindo, entregando mais rápido



## Entrega em 1hr

**290 lojas** com entrega em 1h  
[# Set/21]

**80 cidades** com cobertura 1h  
[# Out/21]

**+2k motos** da SODE, adquirida em 2021

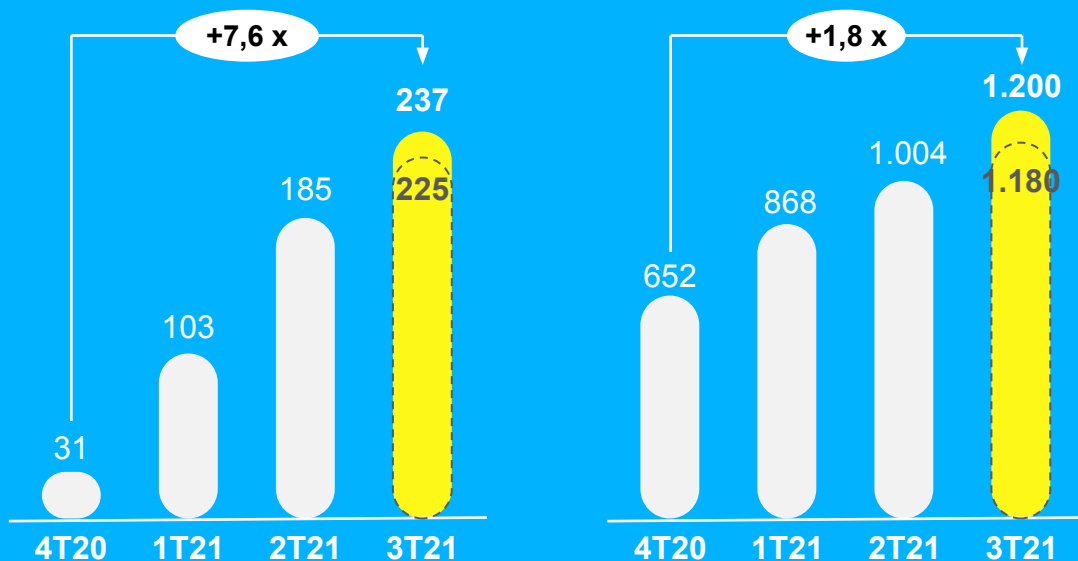
*Nota: Análise comparativa independente, baseada em cálculo de média de prazos de entrega divulgados durante os períodos 01/01/2021 a 03/05/2021*

# Ultrapassamos as projeções de expansão da nossa malha logística, fortalecendo dia-a-dia a capacidade de entrega Magalu

**Total de unidades logísticas**  
[# CDs e XDs]

**Área total de armazenagem**  
[km<sup>2</sup>]

○ Projeção inicial



## 1.413

Número total de lojas físicas



## 3.500

Municípios cobertos pela malha Magalu

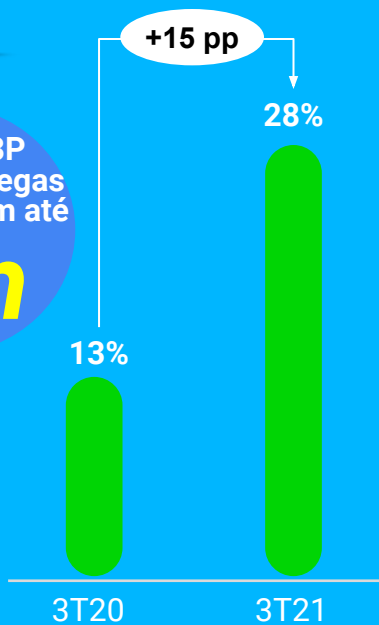
# A evolução da nossa operação logística tem permitido o Magalu acelerar a **performance de entrega do 3P**



## Entrega rápida 3P

Pedidos 3P  
Magalu Entregas  
entregues em até

**48h**



**298%**

Crescimento do volume  
de itens entregues no  
**Magalu Entregas**

**65%**

dos pedidos courier do  
3P passaram pelo  
**Magalu Entregas**

## Entrega ultra rápida 3P



**+1k**

Sellers adeptos ao  
**Ship-from-Seller** com  
entrega em **24hrs**

**19**

Capitais com  
cobertura de  
**Ship-from-Seller**

As lojas físicas exercem papel fundamental em tornar o **marketplace multicanal**, entregando o melhor serviço aos nossos parceiros

## Drop-off

**250** Agências Magalu  
habilitadas para drop-off

**3k** Sellers utilizando as  
lojas como agência



**Agência Magalu  
multicanal**

## Retira Loja 3P

**1k** lojas habilitadas para  
Retira Loja do 3P

**10%** participação de Retira  
Loja 3P em pedidos  
no Marketplace

O TPV de R\$ 18,5 bilhões, crescendo 99%, coloca a operação financeira do Magalu entre as **maiores fintechs** do Brasil

## Sellers



### Conta PJ

Totalmente gratuita



### Magalu pay maquininhas

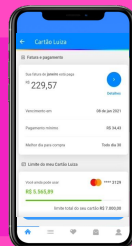
solução completa aos nossos parceiros



### +R\$119M

Lucro Líquido do Magalu Pagamentos 9M21

## Clientes



### +4,4M

contas digitais criadas



### +6,6M

emissão de cartões de crédito



### +R\$15Bi

carteira de crédito

# MAGALU

Destaques Financeiros

---

# Destaques Financeiros - 3T21

**12%**

Crescimento nas Vendas  
Totais  
[3T21]

**R\$351**

Milhões EBITDA Ajustado  
[3T21] (4,1% de margem)

**22%**

Crescimento do  
E-commerce  
[3T21]

**R\$23**

Milhões Lucro Líquido  
Ajustado  
[3T21]

**R\$13,8**

Bilhões em Vendas Totais  
[3T21]

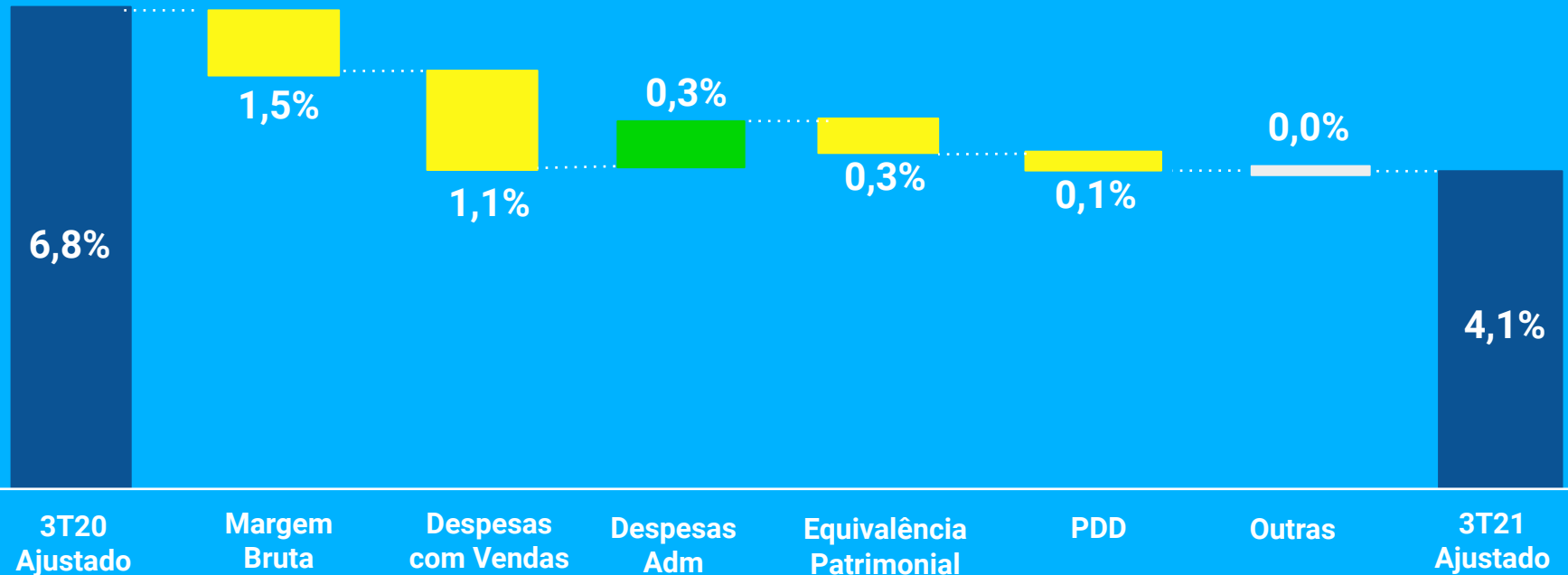
**R\$144**

Milhões Lucro Líquido  
[3T21]



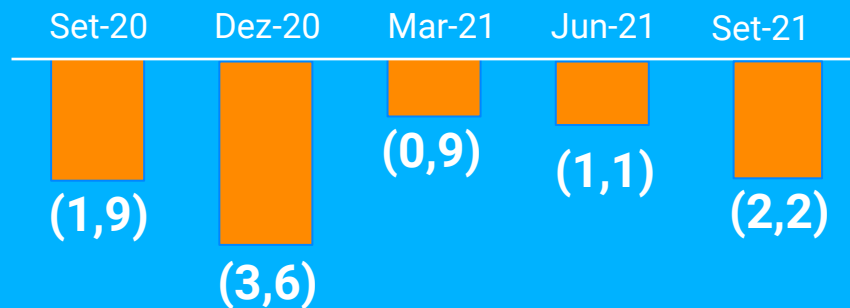
# Evolução da Margem EBITDA

Margem EBITDA (em % da Receita Líquida)

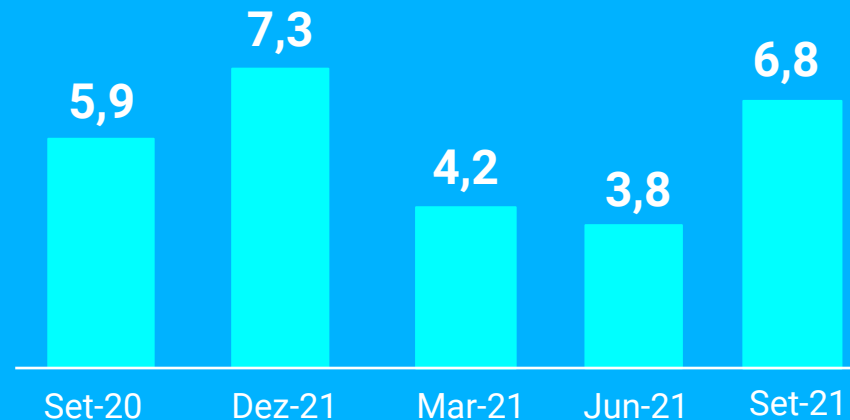


# Sólida Estrutura de Capital

## Capital de Giro Ajustado (R\$ bilhões)



## Caixa Líquido Ajustado (R\$ bilhões)

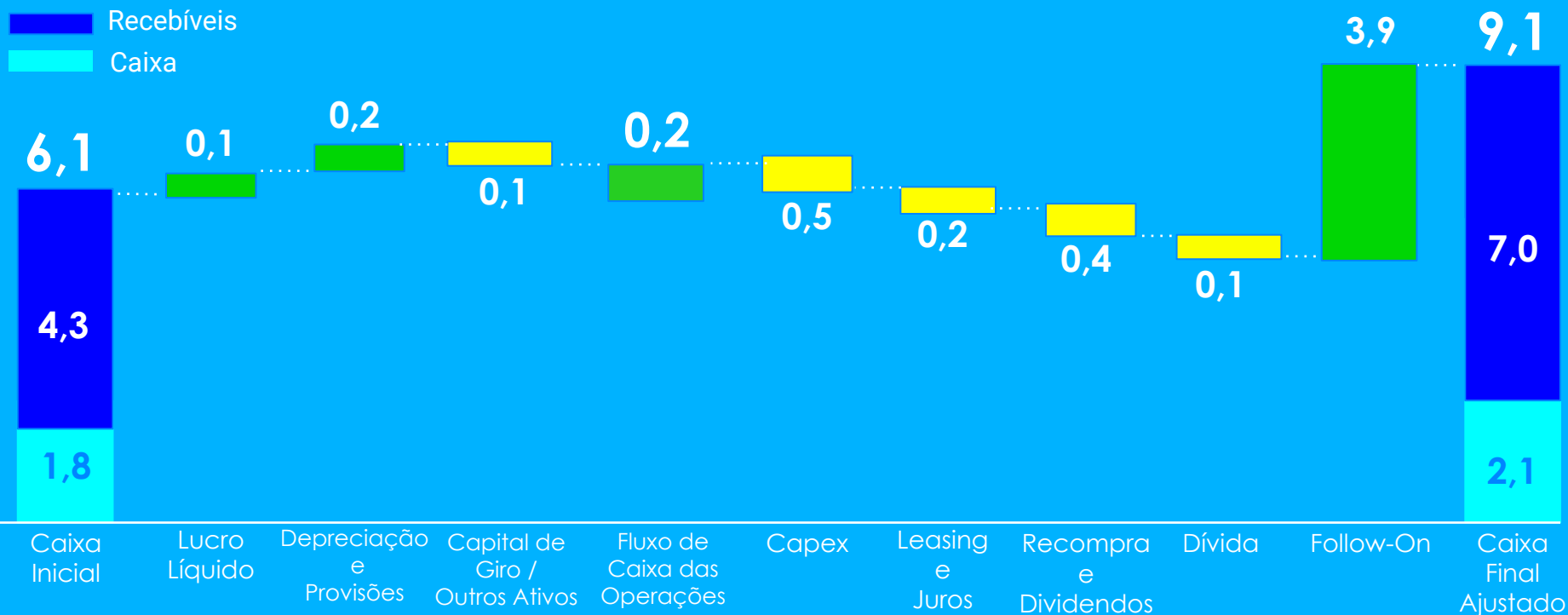


# Geração de Caixa

3T21

## Fluxo de Caixa (R\$ bilhões)

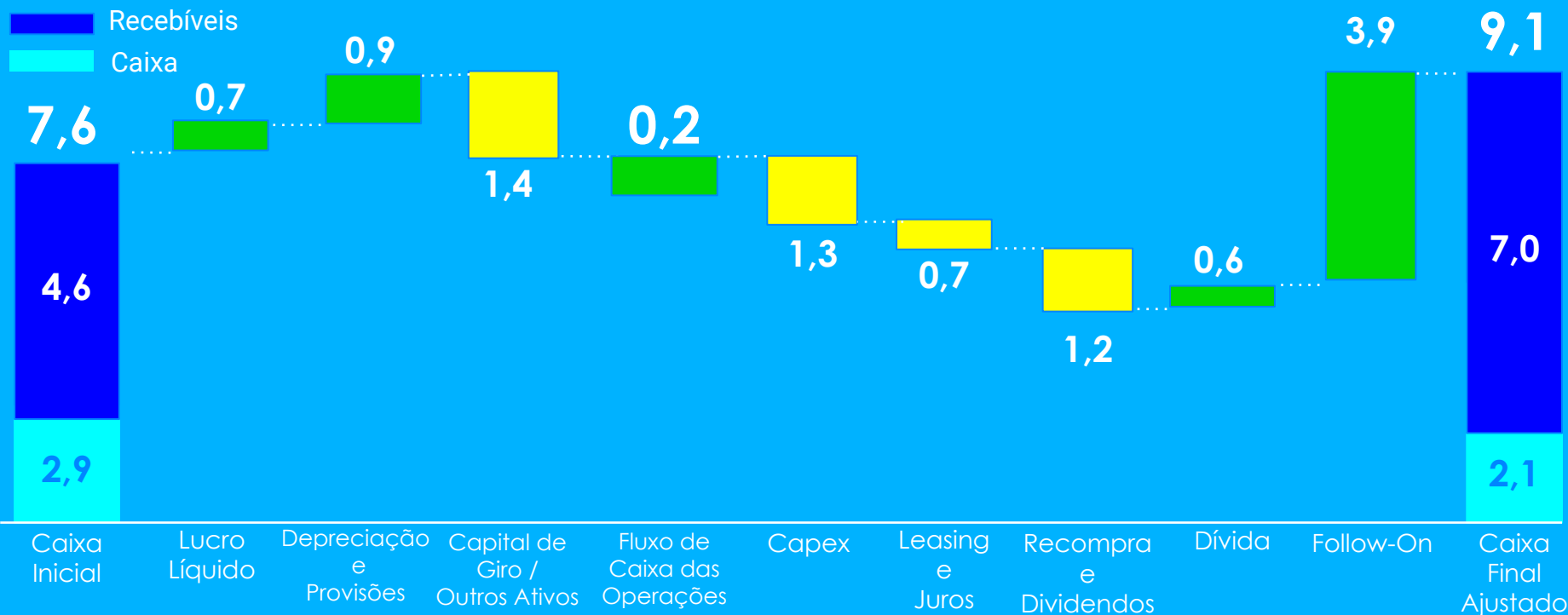
Recebíveis  
Caixa



# Geração de Caixa

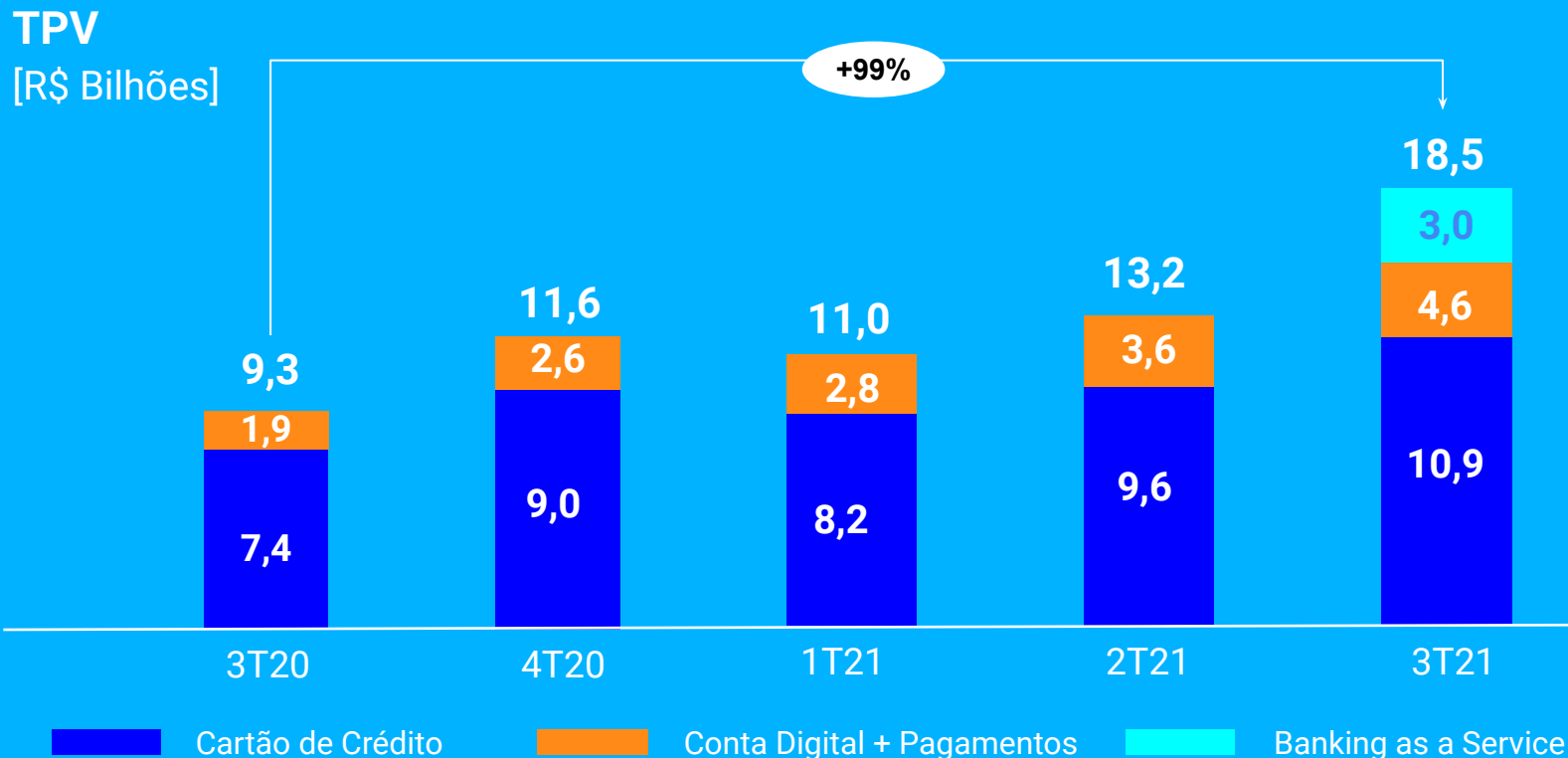
Últimos 12 meses

## Fluxo de Caixa (R\$ bilhões)



# TPV - Volume Total de Pagamentos

O TPV total atingiu R\$18,5 bilhões no 3T21



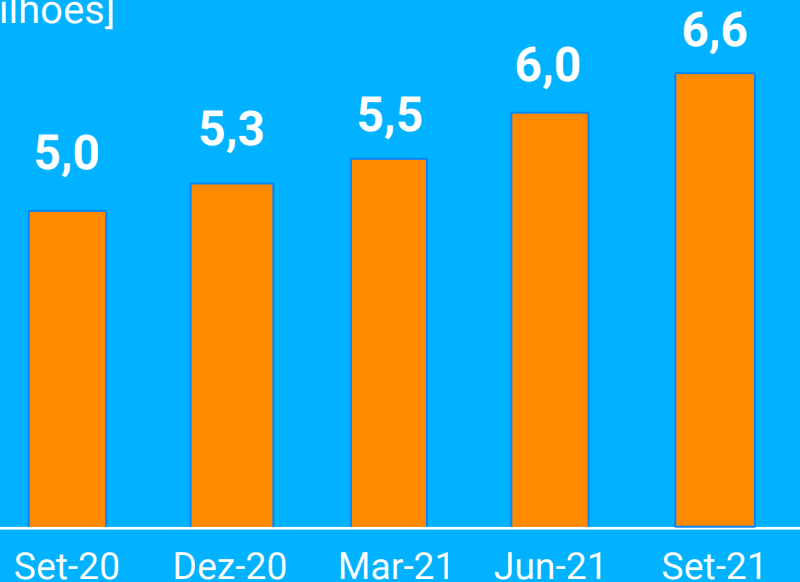
# Luizacred

6,6 milhões de cartões emitidos



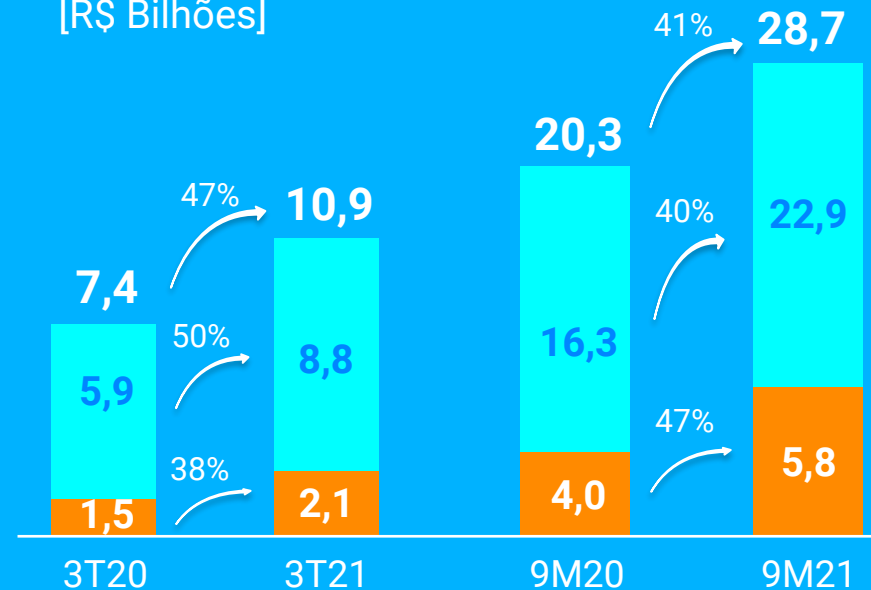
## Evolução da Base do Cartão Luiza

[milhões]



## Faturamento - TPV

[R\$ Bilhões]

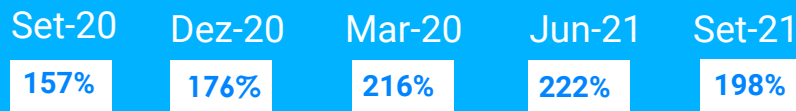
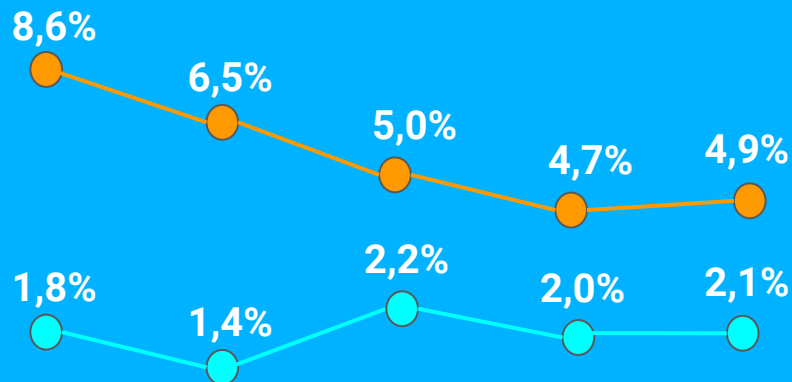


- Cartão Luiza Fora do Magalu
- Cartão Luiza Dentro do Magalu

# Luizacred

Inadimplência em um dos menores níveis históricos

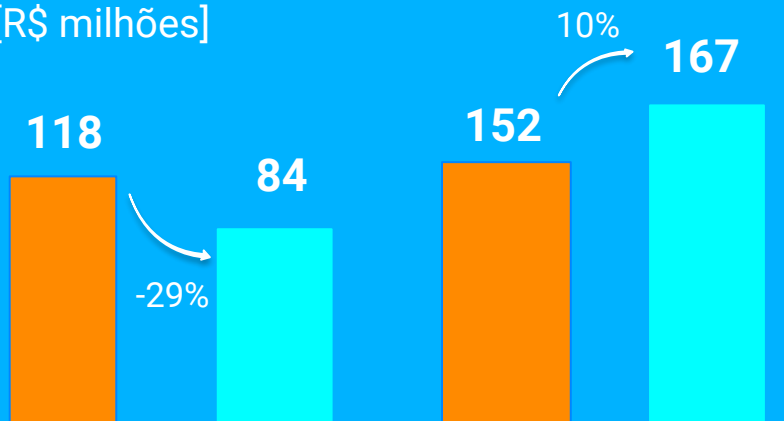
## Abertura da Carteira (%)



■ NPL 15-90 ■ NPL > 90 ■ Cobertura (%)

## Lucro Líquido

[R\$ milhões]



■ Lucro em IFRS ■ Lucro em Bacen Gaap

# Melhor empresa para se trabalhar no Brasil

#TôNaMelhor

magalu

a melhor empresa para trabalhar no Brasil



Great Place To Work.

#TôNaMelhor

magalu

a melhor empresa para trabalhar no Brasil



Great Place To Work.

#TôNaMelhor

magalu

a melhor empresa para trabalhar no Brasil



Great Place To Work.

#TôNaMelhor

magalu

a melhor empresa para trabalhar no Brasil



Great Place To Work.

#TôNaMelhor

magalu

a melhor empresa para trabalhar no Brasil



Great Place To Work.

#TôNaMelhor

magalu

a melhor empresa para trabalhar no Brasil



Great Place To Work.

# #TôNaMelhor

magalu

a melhor empresa para trabalhar no Brasil

Great Place To Work.





# Ecosistema Magalu

SERVIÇOS FINANCEIROS

magalupay  
VIP COMMERCE  
Magaluads  
M.A.A.S.  
consórcio Magalu  
hub fintech  
parceiro Magalu  
stoa  
com school  
magalu pagamentos

LUIZACRED

luizaseg

VAREJO

**Magalu**

SmartHint  
HUBSALES

SISTEMA  
GrandChef

LOGÍSTICA

magalu Entregas

logbee 

**NETSHOES**

Canaltech

ZATTINI

*KaBum!>>*

STEAL  
THE  
LOOK

GFL 

shoestock

aiqfome

Sinclog 

ÉPOCA  
COSMÉTICOS · PERFUMARIA

estante  
virtual

SODE  
SOLUÇÕES DE ENTREGA



CONTEÚDO

LOVE  
TEU

# MAGALU



## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

RI@MAGAZINELUIZA.COM.BR  
MAGAZINELUIZA.COM.BR/RI

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento do Magazine Luiza são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das aprovações e licenças necessárias para homologação dos projetos, condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. O presente documento pode incluir dados contábeis e não contábeis tais como, operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.