

1T22: Crescimento de 50% no marketplace e aumento das margens operacionais

MGLU
B3 LISTED NM

As vendas totais do Magalu atingiram **R\$14 bilhões nos primeiros três meses de 2022, crescendo 13% comparado ao mesmo período de 2021.**

Significativa evolução da rentabilidade ao longo do trimestre, com **aumento de 2,7p.p. na margem bruta e margem EBITDA ajustada de 5,0%** no período.

Em março, a margem EBITDA ajustada atingiu 6,1%.

O **E-commerce cresceu 16%** no trimestre e atingiu mais de **R\$10 bilhões em vendas**. Nos últimos dois anos, o crescimento foi de 149%.

As vendas do Marketplace superaram 3,6 bilhões no trimestre, um crescimento de 50% comparado ao mesmo período do ano anterior, e representaram **36% das vendas online**. No acumulado dos últimos 2 anos, o **marketplace do Magalu triplicou de tamanho**.

O marketplace do Magalu já conta com mais de **180 mil sellers e 64 milhões de ofertas** disponíveis para venda. Em um ano, foram mais de 100 mil novos sellers na plataforma, a maioria deles conectada pelo **Parceiro Magalu**, que agora acelera ainda mais com a **Caravana Magalu**.

Nas lojas físicas, as vendas foram de R\$4 bilhões no trimestre, 6% maior que em 2021 e 10% maior que 2020. A tendência de vendas vista em janeiro e fevereiro foi significativamente melhor que no final de 2021 e, em março, o crescimento acelerou ajudado parcialmente pela menor base de comparação.

As lojas do Magalu cada vez mais a serviço do marketplace. Já são mais de **14 mil sellers utilizando a Agência Magalu** para o drop-off dos seus itens e em **13% dos pedidos do marketplace o cliente escolhe retirar em uma das mais de 1.200 lojas habilitadas**.

31% das entregas 3P foram realizadas em até 48 horas. **Magalu lança sua operação de fulfillment** para acelerar ainda mais as entregas do marketplace, compartilhando toda sua estrutura logística.

Em março, o Magalu lançou **Compra Junto** no SuperApp. Para o cliente, uma nova experiência de compra, com descoberta de descontos e novos produtos. Para o Magalu, menor custo de aquisição de clientes, crescimento da base e aumento da frequência de uso do SuperApp.

Agora, o SuperApp do Magalu conta com uma cesta mais completa de **produtos de mercado, incluindo itens perecíveis**. O projeto está em piloto e conecta no marketplace do Magalu o estoque de supermercados locais, que utilizam a tecnologia da **VIPCommerce**.

No **MagaluAds**, os produtos patrocinados são exibidos com destaque nas buscas realizadas pelos clientes. Maior potencial de geração de receita e maior exposição de produtos dos nossos sellers.

A Fintech do Magalu cresceu 89% no trimestre: foram de **R\$21 bilhões em TPV**. Destaque para o crescimento de 50% no TPV de cartão de crédito, que atingiu R\$12 bilhões nos primeiros três meses do ano -- são de mais 7 milhões cartões de crédito emitidos e R\$19 bilhões em carteira de crédito.

Novos produtos da Fintech Magalu:

- O Magalu e Luizacred lançaram o piloto de **Empréstimo Pessoal para pessoa física, disponível no MagaluPay** a conta digital do Magalu. Dos usuários do Superapp, cerca de **10 milhões** já estão pré-aprovados.
- Os sellers do marketplace do Magalu contam agora com um **Cartão de Crédito para pessoas jurídicas, sob a marca MagaluPay Empresas**. Este é o primeiro cartão de crédito emitido e processado com **tecnologia totalmente proprietária**.

1T22 em números

Principais números consolidados do Ecosistema Magalu

R\$14 bilhões
vendas totais

+13% comparado ao 1T21

+84% comparado ao 1T20

+37 milhões
clientes ativos

+40 milhões MAU
(Usuários Ativos Mensais)

R\$10 bilhões vendas
no e-commerce

+16% comparado a 1T21

+149% comparado ao 1T20

+445 milhões
Audiência Online Total
(Acessos site e app em mar/22)

1477 Lojas Físicas
em 21 estados brasileiros

+7,3 milhões
de cartões de crédito

Cartão Luiza e Cartão Magalu

R\$21 bilhões
em TPV
+89% comparado ao 1T21

270 Centros de Distribuição
e Cross-dockings

Marketplace: em 2 anos, GMV 3x maior

R\$3,7 bilhões em vendas 3P

+50% comparado ao 1T21

+197% comparado ao 1T20

+180 mil sellers

+124 mil desde mar/21

+154 mil desde mar/20

80% pedidos 3P
Magalu Entregas

31% entregues em até 48 horas

36% das vendas online
do Magalu

Mais Sellers, mais itens a venda,
Entrega mais Rápida



Fintech Magalu: Lançamento do Cartão de Crédito para pessoas jurídicas, sob a marca MagaluPay Empresas.



MGLU3: R\$ 4,45 por ação
Total de Ações: 6.748.926.848
Valor de Mercado: R\$ 30,0 bilhões



Teleconferência
17 de maio de 2022 (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
ri@magazineluiza.com.br

| MENSAGEM DA DIRETORIA

Nos últimos anos, o Magalu multiplicou de tamanho e evoluiu rapidamente a construção do seu ecossistema e a diversificação de suas fontes de receita. No primeiro trimestre de 2022, o movimento não foi diferente. Nos primeiros três meses deste ano, as vendas totais da companhia – lojas e e-commerce – atingiram 14,1 bilhões de reais. Nos últimos dois anos, a operação cresceu 84%.

No trimestre, o e-commerce total cresceu 16% em relação ao mesmo período de 2021 – foram 10,2 bilhões de reais em vendas, o que representou 72% das vendas do Magalu no período. Nos últimos dois anos, o crescimento foi de 149%.

Entre janeiro e março deste ano, as vendas do marketplace cresceram 50% em relação ao ano anterior. Hoje, os 180 000 sellers presentes na plataforma são responsáveis por mais de um terço de tudo o que é vendido no e-commerce do Magalu. Nenhuma linha de negócio expande com tamanha velocidade. Em dois anos, o avanço foi de 200%. Nosso marketplace – 100% legal e formal – ganha corpo a cada dia, conforme prevê a estratégia definida para este ciclo da companhia.

Esse também foi um trimestre de boas notícias para as lojas físicas. As vendas do canal atingiram 3,9 bilhões de reais e foram 6% superiores às registradas no mesmo trimestre do ano passado. Tão importante quanto isso é o sinal que as lojas físicas nos dão. Os meses de janeiro e fevereiro foram significativamente melhores que os meses finais de 2021. Em março, o desempenho foi ainda melhor, ajudado parcialmente pela menor base de comparação.

Início de ano com foco na rentabilidade

O primeiro trimestre de 2022 foi marcado por uma importante evolução na rentabilidade da operação. O principal objetivo foi buscar um melhor equilíbrio entre crescimento e rentabilidade, principalmente para as categorias de bens duráveis, nas quais o Magalu é líder de mercado. Nas novas categorias e no marketplace, o crescimento continua acelerado, com o destaque para a expansão de 50% nas vendas 3P. De forma geral, conseguimos aumentar nossas margens operacionais, mantendo um crescimento acima da média do mercado.

Na prática, repassamos para o preço final a inflação de custo dos produtos que comercializamos e o aumento da taxa de juros, o que foi refletido na margem bruta. Os níveis de estoque foram ajustados, com redução do saldo em mais de 1 bilhão de reais comparado ao fechamento de 2021. Além disso, otimizamos as despesas variáveis e fizemos ajustes na operação para estarmos mais adaptados ao tamanho do mercado atual, que tem sofrido o impacto do cenário macroeconômico adverso.

Com a implementação de tais medidas, a margem EBITDA ajustada nos primeiros três meses do ano foi de 5,0%, – uma expansão de 2,4 p.p. na comparação com o quarto trimestre de 2021. A evolução das margens foi gradativa ao longo do trimestre, acompanhando a maturação das iniciativas de rentabilização. Em março, por exemplo, a margem EBITDA ajustada atingiu 6,1%, o que demonstra um processo de retomada dos níveis de margens operacionais pré-pandemia.

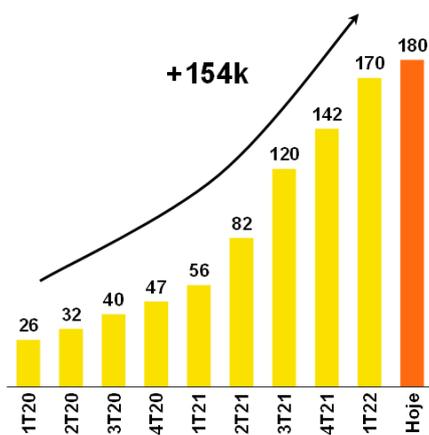
O Marketplace Magalu e a digitalização do varejo brasileiro

Os 180 000 sellers do Magalu vendem hoje 64 milhões de itens por meio de nossa plataforma. Em 12 meses, mais de 100 000 sellers foram incorporados – a maior parte deles atraídos pelo programa Parceiro Magalu. Foram quatro anos para chegar a 80 000 sellers e apenas 12 meses para incorporar 100 000 deles. Isso dá um pouco da dimensão da velocidade alcançada na operação deste canal.

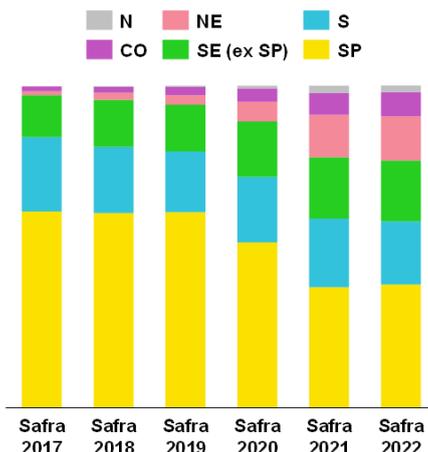
A aceleração da captação de sellers está diretamente relacionada ao novo papel desempenhado pelas quase 1 500 lojas físicas. Há exatamente um ano, os colaboradores das lojas passaram a identificar e a incorporar varejistas locais, completamente analógicos. Daqui para a frente, essa estratégia de hiperlocalização será cada vez mais importante para nossa competitividade. Seremos capazes de fazer a melhor conexão entre sellers e clientes, ligando as pontas no menor tempo, pelo caminho mais curto e com custo mais baixo. A perfeita operação desse sistema – possível apenas para quem é realmente multicanal – nos leva ao melhor dos mundos do varejo: o melhor serviço pelo menor custo.

1T22

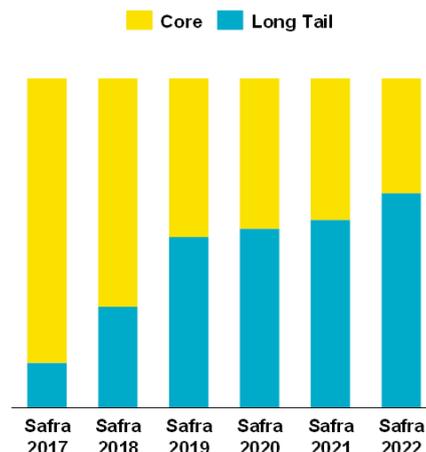
Evolução da quantidade de sellers
[000 sellers; publicados]



Evolução de sellers por região por safras anuais [Qtdd de sellers por safra]



Evolução do GMV em Core e Long Tail por safras [GMV total por safra]



É exatamente por isso que estamos tão entusiasmados com nosso mais novo projeto: a Caravana Magalu. A partir de agora, a alta liderança da empresa vai levar as vantagens e serviços oferecidos por nosso ecossistema de negócios para pequenos varejistas de todas as regiões do Brasil. Vamos – como dizemos desde que o Magalu foi fundado – gastar muita sola de sapato e abusar do calor humano. Com apoio das lojas físicas, levaremos serviços financeiros, de logística, de tecnologia e conhecimento – por meio de palestras da ComSchool, responsável pelos cursos da UniMagalu – a milhares de empreendedores. A Caravana Magalu tem como madrinha aquela que – modéstia à parte – talvez seja uma das maiores vendedoras e lideranças mais admiradas do país: Luiza Helena, presidente do nosso Conselho de Administração.

Esse movimento é a maior prova de que acreditamos na força impulsionadora da multicanalidade. Além de captar novos sellers, as lojas físicas têm contribuído para acelerar a logística 3P do Magalu. Hoje, mais de 14 000 sellers usam a Agência Magalu para fazer o *drop-off* de itens. Em 13% dos pedidos feitos pelo marketplace, o cliente escolhe retirar os produtos comprados em uma das mais de 1 200 lojas habilitadas para esse tipo de serviço.

Atualmente, 31% dos pedidos 3P são entregues em até dois dias. Nas próximas semanas, será implantado o piloto da operação de *fulfillment* para sellers. Por meio desse serviço de logística, o Magalu armazenará produtos em seus centros de distribuição, em um modelo totalmente integrado com a operação de estoque próprio, garantindo a entrega mais rápida e mais barata também para os pedidos dos sellers.

O Magalu fecha o primeiro trimestre de 2022 com 1477 lojas, 24 Centros de Distribuição, 246 *Cross-Dockings* e milhares de motoristas parceiros que, juntos, garantem a entrega mais rápida do varejo brasileiro – no 1P e, cada vez mais, também no 3P.

Evolução das novas categorias e serviços

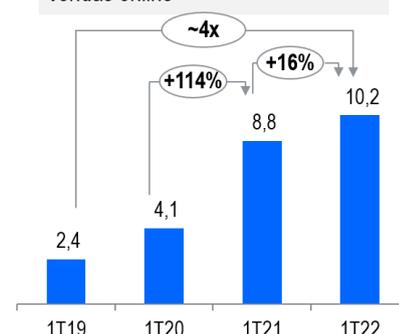
Enquanto trabalhamos para digitalizar o varejo brasileiro e expandir a operação 3P, nossa oferta de produtos e serviços não para de crescer. Agora, o KaBuM! faz definitivamente parte do universo Magalu, com vendas consolidadas e produtos disponíveis para os 37 milhões de clientes da empresa. Nos três primeiros meses do ano, o KaBuM! vendeu quase 1 bilhão de reais e gerou 50 milhões de reais em lucro líquido.

As novidades também incluem novas modalidades de compra. Em março, o Magalu lançou o Compra Junto, incorporado ao SuperApp Magalu. Consumidores se unem em grupos, compartilham ofertas com suas redes de contato e, assim, conseguem aproveitar ofertas exclusivas. O Magalu foi a primeira grande plataforma de varejo a lançar essa modalidade de *social commerce* no Brasil.

Vendas E-commerce

[em R\$ bilhões]

Crescimento exponencial:
em 3 anos, multiplicamos por 4x as vendas online



1T22

Em Belo Horizonte e em Campinas, foi lançado um projeto piloto de integração dos supermercados que utilizam a tecnologia da VIPCommerce ao SuperApp do Magalu. Com o crescimento desse projeto, por meio do mini-app de Mercado e com o sortimento de parceiros (sellers) locais, passaremos a oferecer para os nossos mais de 40 milhões de usuários ativos mensais uma cesta completa de itens da categoria, incluindo perecíveis, congelados e produtos frescos.

A AiQFome continua aumentando suas fronteiras geográficas. A empresa de delivery de restaurantes já chegou a 750 cidades. O GMV anualizado do primeiro trimestre atingiu 1,4 bilhão de reais. A AiQFome também está ampliando a oferta de serviços, como o de logística. Em março, a empresa fez cerca de 400 000 entregas, o que representa aproximadamente 15% dos pedidos feitos no mês.

Ainda em novas categorias, no mundo de Moda, as vendas anualizadas bateram em 1,5 bilhão de reais, com crescimento de 40% no trimestre – a categoria é hoje responsável pela segunda maior audiência no SuperApp. Em beleza, o crescimento das vendas foi de mais de 30% no trimestre, novamente com ganho de participação de mercado. Em esportes, a categoria cresceu 24% no trimestre, sendo 50% no Marketplace, também com robusto ganho de participação de mercado.

No MagaluAds, estamos desenvolvendo novos serviços para monetizar o tráfego de nosso ecossistema. Trata-se de uma das maiores audiências da internet brasileira, com cerca de 450 milhões de acessos mensais. Agora, os produtos patrocinados passam a ser exibidos com destaque sempre que o cliente busca por um item no Magalu, ampliando a geração de receita e aumentando a conversão de vendas de sellers que investem por meio da plataforma MagaluAds.

O TPV da Fintech Magalu – marca que consolida as iniciativas financeiras do grupo – atingiu 21 bilhões de reais no período, um crescimento de 89%. Em maio, a Fintech Magalu lançou o Empréstimo Pessoal na conta digital MagaluPay. Mais de 10 milhões de clientes, usuários do SuperApp, já estão pré-aprovados para o recebimento de crédito. A Fintech também apresentou seu cartão de crédito para pessoa jurídica: o MagaluPay Empresas, que contará com uma plataforma de benefícios na qual o cliente – o seller do marketplace – poderá utilizar pontos em todo o ecossistema do Magalu.

Fizemos progressos importantes. Mas sabemos que o sucesso de uma operação como a do Magalu é dependente de constante evolução. É o que estamos determinados a fazer. Mais uma vez, agradecemos a companhia de nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas, e fornecedores nesta jornada.

A DIRETORIA

Destaques Financeiros de 1T22



Crescimento de vendas sob forte base de comparação.

No 1T22, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 13,2% e atingiram R\$14,1 bilhões, reflexo do aumento de 16,2% no e-commerce total (crescimento de 149,2% em dois anos) e um crescimento de 6,2% nas lojas físicas (crescimento de 10,2% em dois anos).



E-commerce cresce acima do mercado, com destaque para o marketplace.

No 1T22, o e-commerce brasileiro cresceu 12,7% segundo a Neotrust, com o Magalu novamente crescendo mais que o mercado. No trimestre, as vendas do e-commerce do Magalu avançaram 16,2% e atingiram R\$10,2 bilhões. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 3,2%, enquanto o marketplace cresceu 49,9% e atingiu R\$3,7 bilhões em vendas no trimestre. O ganho de *marketshare* foi impulsionado pela performance do app, com 40,0 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 melhor equilíbrio entre crescimento e rentabilidade.

No 1T22, a margem bruta foi de 27,8%, um aumento de 2,7 p.p. quando comparada a 25,1% no 1T21. Esse aumento é reflexo do crescimento da receita de serviços, principalmente daqueles relacionados ao marketplace. Além disso, o repasse gradual da inflação de custos e do aumento da taxa de juros para o preço final dos produtos contribuiu para o aumento da margem bruta de mercadorias, mesmo considerando as promoções para redução de estoques.



Despesas operacionais. O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 22,8% no 1T22, com um aumento de 2,9 p.p. comparado ao 1T21. Esse aumento está associado a menor diluição das despesas nas lojas físicas e ao crescimento expressivo do marketplace. Vale destacar que, no mês de mar/22, as despesas de vendas já foram diluídas, reflexo das iniciativas de otimização de marketing e logística, além de redução das despesas fixas.



EBITDA e resultado líquido. O crescimento das vendas, com destaque para o marketplace e o KaBuM!, em conjunto com o aumento da margem bruta, contribuíram para o EBITDA ajustado, que atingiu R\$434,2 milhões no 1T22. A margem EBITDA ajustada foi de 5,0% no 1T22, praticamente estável comparada ao 1T21. Em março, a margem EBITDA ajustada já alcançou 6,1%, reflexo dos ajustes realizados com o objetivo de equilibrar vendas e rentabilidade. No 1T22, o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$98,8 milhões, influenciado principalmente pelo aumento das despesas financeiras no período.



Geração de caixa e estrutura de capital. O Magalu encerrou o 1T22 com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$1,6 bilhões e uma posição de caixa total no valor de R\$8,5 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,0 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$6,5 bilhões. A Companhia reduziu o saldo de estoques em mais de R\$1,0 bilhão e o saldo de fornecedores em R\$3,8 bilhões no trimestre, o que facilitará o aumento da geração de caixa operacional dos próximos trimestres.



Fintech. O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$20,8 bilhões no 1T22, crescendo 88,9%. Em mar/22, a base de cartões de crédito atingiu a marca de 7,3 milhões de cartões, crescendo 32,6% comparado a mar/21. O faturamento de cartão de crédito cresceu expressivos 49,8% no 1T22, atingindo R\$12,3 bilhões no período. A carteira de cartão de crédito alcançou R\$18,6 bilhões ao final do trimestre. Em mar/22, o MagaluPay chegou a marca de 5,0 milhões de contas.

| R\$ milhões (exceto quando indicado) | 1T22 | 1T21 | Var(%) |
|---|----------|----------|-----------|
| Vendas Totais ¹ (incluindo marketplace) | 14.124,3 | 12.472,7 | 13,2% |
| Receita Bruta | 10.576,9 | 10.118,4 | 4,5% |
| Receita Líquida | 8.762,2 | 8.252,8 | 6,2% |
| Lucro Bruto | 2.431,8 | 2.070,1 | 17,5% |
| Margem Bruta | 27,8% | 25,1% | 2,7 pp |
| EBITDA | 339,5 | 695,6 | -51,2% |
| Margem EBITDA | 3,9% | 8,4% | -4,5 pp |
| Lucro Líquido | (161,3) | 258,6 | - |
| Margem Líquida | -1,8% | 3,1% | -4,9 pp |
| EBITDA - Ajustado | 434,2 | 427,2 | 1,7% |
| Margem EBITDA Ajustado | 5,0% | 5,2% | -0,2 pp |
| Lucro Líquido - Ajustado | (98,8) | 81,5 | - |
| Margem Líquida - Ajustado | -1,1% | 1,0% | -2,1 pp |
| Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas | -2,8% | -0,5% | - |
| Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas | 6,2% | 3,7% | - |
| Crescimento nas Vendas E-commerce (1P) | 3,2% | 121,5% | - |
| Crescimento nas Vendas Marketplace (3P) | 49,9% | 98,0% | - |
| Crescimento nas Vendas E-commerce Total | 16,2% | 114,4% | - |
| Participação E-commerce Total nas Vendas Totais | 72,1% | 70,3% | 1,8 pp |
| Quantidade de Lojas - Final do Período | 1.477 | 1.310 | 167 lojas |
| Área de Vendas - Final do Período (M ²) | 719.086 | 670.197 | 7,3% |

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

1T22

| Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 1T21, os resultados do 1T22 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

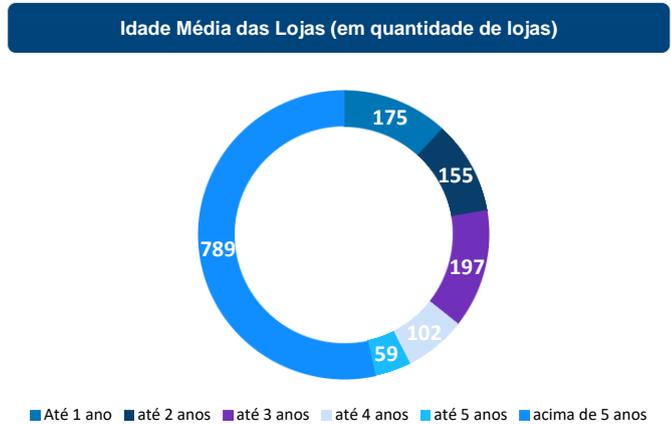
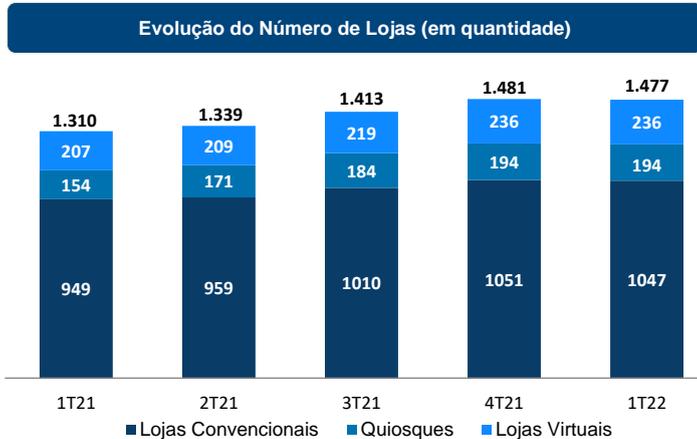
| CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA | 1T22 Ajustado | AV | Ajustes Não Recorrentes | 1T22 | AV |
|--|------------------|--------|----------------------------|-----------|--------|
| Receita Bruta | 10.576,9 | 120,7% | - | 10.576,9 | 120,7% |
| Impostos e Cancelamentos | (1.814,8) | -20,7% | - | (1.814,8) | -20,7% |
| Receita Líquida | 8.762,2 | 100,0% | - | 8.762,2 | 100,0% |
| Custo Total | (6.330,4) | -72,2% | - | (6.330,4) | -72,2% |
| Lucro Bruto | 2.431,8 | 27,8% | - | 2.431,8 | 27,8% |
| Despesas com Vendas | (1.589,2) | -18,1% | - | (1.589,2) | -18,1% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (352,4) | -4,0% | - | (352,4) | -4,0% |
| Perda em Liquidação Duvidosa | (61,1) | -0,7% | - | (61,1) | -0,7% |
| Outras Receitas Operacionais, Líquidas | 13,2 | 0,2% | (94,7) | (81,5) | -0,9% |
| Equivalência Patrimonial | (8,0) | -0,1% | - | (8,0) | -0,1% |
| Total de Despesas Operacionais | (1.997,5) | -22,8% | (94,7) | (2.092,2) | -23,9% |
| EBITDA | 434,2 | 5,0% | (94,7) | 339,5 | 3,9% |
| Depreciação e Amortização | (265,1) | -3,0% | - | (265,1) | -3,0% |
| EBIT | 169,1 | 1,9% | (94,7) | 74,4 | 0,8% |
| Resultado Financeiro | (422,1) | -4,8% | - | (422,1) | -4,8% |
| Lucro Operacional | (253,0) | -2,9% | (94,7) | (347,7) | -4,0% |
| IR / CS | 154,2 | 1,8% | 32,2 | 186,4 | 2,1% |
| Lucro Líquido | (98,8) | -1,1% | (62,5) | (161,3) | -1,8% |

| Ajustes eventos não recorrentes

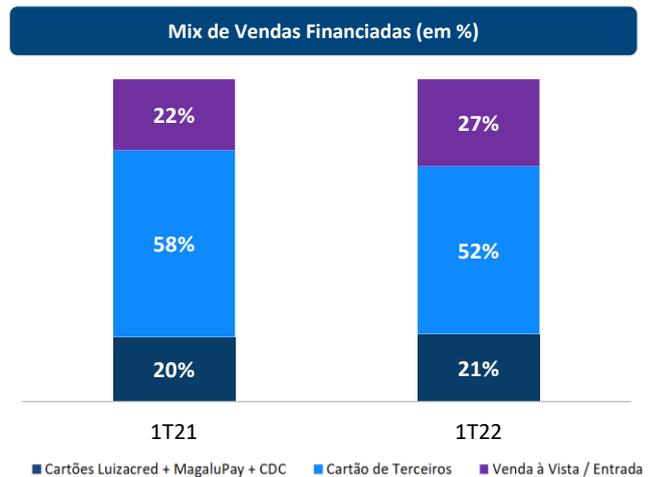
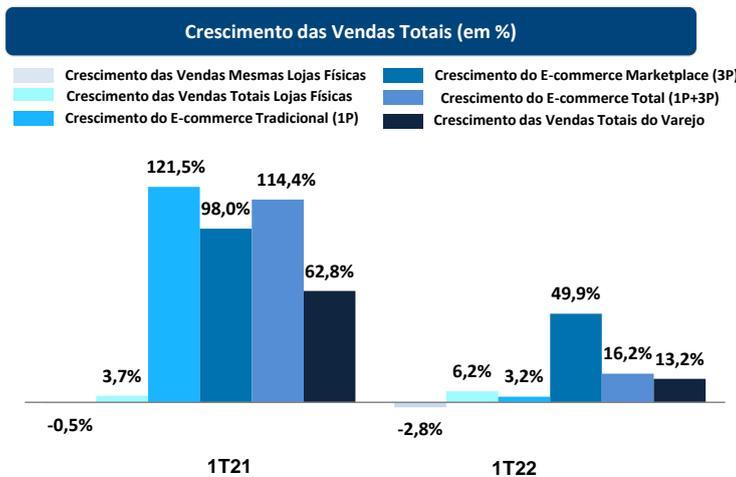
| Ajustes | 1T22 |
|----------------------------------|---------------|
| Créditos tributários | 21,4 |
| Provisão para riscos tributários | (10,1) |
| Honorários especialistas | (15,1) |
| Despesas não recorrentes | (86,5) |
| Outras despesas | (4,4) |
| Ajustes - EBITDA | (94,7) |
| IR / CS | 32,2 |
| Ajustes - Lucro Líquido | (62,5) |

| DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 1T22 com 1.477 lojas, sendo 1.047 convencionais, 236 virtuais e 194 quiosques (parceria com as Lojas Marisa e com a rede de supermercados Semar). No 1T22, a Companhia inaugurou 4 novas unidades e encerrou a operação de 8 unidades. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 175 novas lojas (25 na Região Sul, 112 no Sudeste, 9 no Centro Oeste, 25 no Nordeste e 4 no Norte). Da base total, 47% das lojas estão em processo de maturação.



No 1T22, as vendas totais do Magalu aumentaram 13,2% (84,3% nos últimos dois anos), reflexo do crescimento de 16,2% no e-commerce total (149,2% nos últimos dois anos) e de 6,2% nas lojas físicas (10,2% nos últimos dois anos). Vale destacar a performance do marketplace, que cresceu expressivos 49,9% no 1T22 sobre um crescimento de 98,0% no mesmo período do ano anterior, resultando em um crescimento acumulado de 196,8% nos últimos dois anos.



No 1T22, a participação do Cartão Magalu, Cartão Luiza, MagaluPay e CDC aumentou de 20% para 21% em função do crescimento da base de cartões Luiza, do sucesso do Cartão Magalu e do MagaluPay. O aumento da venda à vista está associado ao crescimento da utilização do PIX, com destaque no KaBuM!.

1T22

| Receita Bruta

| R\$ milhões | 1T22 | 1T21 | Var(%) |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|
| Varejo - Revenda de Mercadorias | 9.817,0 | 9.567,3 | 2,6% |
| Varejo - Prestação de Serviços | 643,8 | 463,0 | 39,1% |
| Outros Serviços | 116,1 | 88,1 | 31,9% |
| Receita Bruta - Total | 10.576,9 | 10.118,4 | 4,5% |

No 1T22, a receita bruta total cresceu 4,5% e atingiu R\$10,6 bilhões. O crescimento das vendas de mercadorias, incluindo as vendas da KaBuM!, contribuiu para a evolução da receita bruta no trimestre. A receita de serviços de varejo cresceu 39,1% no período, especialmente devido ao crescimento do marketplace e do Magalu Pagamentos.

| Receita Líquida

| R\$ milhões | 1T22 | 1T21 | Var(%) |
|---------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Varejo - Revenda de Mercadorias | 8.152,5 | 7.792,5 | 4,6% |
| Varejo - Prestação de Serviços | 587,3 | 423,3 | 38,7% |
| Outros Serviços | 22,4 | 37,0 | -39,6% |
| Receita Líquida - Total | 8.762,2 | 8.252,8 | 6,2% |

No 1T22, a receita líquida cresceu 6,2% para R\$8,8 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total.

| Lucro Bruto

| R\$ milhões | 1T22 | 1T21 | Var(%) |
|-----------------------------|----------------|----------------|---------------|
| Revenda de Mercadorias | 1.841,5 | 1.739,0 | 5,9% |
| Prestação de Serviços | 590,3 | 331,1 | 78,3% |
| Lucro Bruto - Total | 2.431,8 | 2.070,1 | 17,5% |
| Margem Bruta - Total | 27,8% | 25,1% | 2,7 pp |

No 1T22, o lucro bruto cresceu 17,5% para R\$2,4 bilhões. No trimestre, a margem bruta foi de 27,8%, um aumento de 2,7 p.p. comparado ao mesmo período de 2021. Esse aumento é reflexo do crescimento da receita de serviços, principalmente daqueles relacionados ao marketplace. Além disso, o repasse gradual da inflação de custos e do aumento da taxa de juros para o preço final contribuiu para o aumento da margem bruta de mercadorias, mesmo considerando as promoções para redução de estoques.

1T22

| Despesas Operacionais

| R\$ milhões | 1T22 | | 1T21 | | Var(%) |
|--|------------------|---------------|------------------|---------------|--------------|
| | Ajustado | % RL | Ajustado | % RL | |
| Despesas com Vendas | (1.589,2) | -18,1% | (1.420,2) | -17,2% | 11,9% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (352,4) | -4,0% | (225,6) | -2,7% | 56,2% |
| Subtotal | (1.941,6) | -22,2% | (1.645,8) | -19,9% | 18,0% |
| Perdas em Liquidação Duvidosa | (61,1) | -0,7% | (33,8) | -0,4% | 80,8% |
| Outras Receitas Operacionais, Líquidas | 13,2 | 0,2% | 13,7 | 0,2% | -3,6% |
| Total de Despesas Operacionais | (1.989,6) | -22,7% | (1.665,9) | -20,2% | 19,4% |

| Despesas com Vendas

No 1T22, as despesas com vendas totalizaram R\$1.589,2 milhões, equivalentes a 18,1% da receita líquida, com um aumento de 0,9 p.p. comparado ao mesmo período de 2021. Esse aumento está associado a menor diluição das despesas nas lojas físicas e ao crescimento expressivo do marketplace. Vale destacar que, no mês de mar/22, as despesas de vendas já foram diluídas, reflexo das iniciativas de otimização de marketing e logística, além de redução das despesas fixas.

| Despesas Gerais e Administrativas

No 1T22, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$352,4 milhões, equivalentes a 4,0% da receita líquida, incluindo a consolidação das empresas adquiridas nos últimos 12 meses.

| Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$61,1 milhões no 1T22.

| Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

| R\$ milhões | 1T22 | % RL | 1T21 | % RL | Var(%) |
|---|---------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado | (0,4) | 0,0% | (0,1) | 0,0% | 168,7% |
| Apropriação de Receita Diferida | 13,6 | 0,2% | 13,8 | 0,2% | -1,8% |
| Subtotal - Ajustado | 13,2 | 0,2% | 13,7 | 0,2% | -3,6% |
| Créditos tributários | 21,4 | 0,2% | 0,0 | 0,0% | - |
| Provisão para riscos tributários | (10,1) | -0,1% | 330,7 | 4,0% | - |
| Honorários especialistas | (15,1) | -0,2% | (49,4) | -0,6% | -69,4% |
| Despesas pré-operacionais e reestruturação | (86,5) | -1,0% | (1,6) | 0,0% | - |
| Outras despesas | (4,4) | 0,0% | (11,2) | -0,1% | -61,1% |
| Subtotal - Não Recorrente | (94,7) | -1,1% | 268,4 | 3,3% | - |
| Total | (81,5) | -0,9% | 282,1 | 3,4% | - |

No 1T22, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$13,2 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$13,6 milhões.

| Equivalência Patrimonial

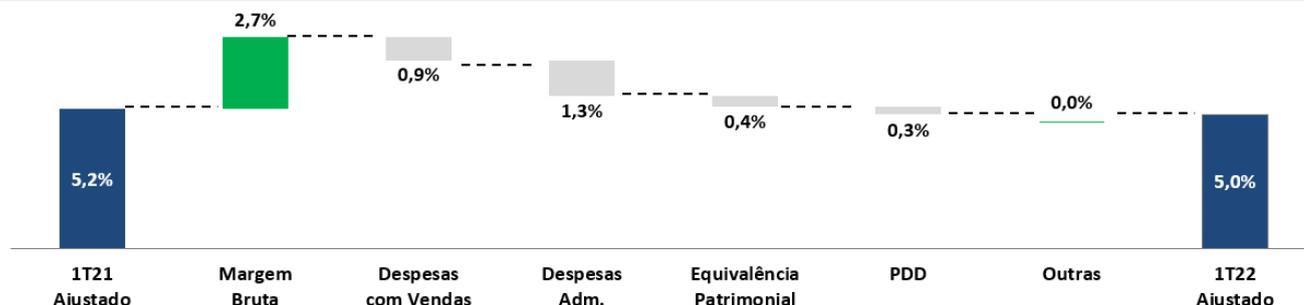
No 1T22, o resultado da equivalência patrimonial foi negativo em R\$8,0 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência negativa de R\$13,4 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$5,4 milhões.

1T22

| EBITDA

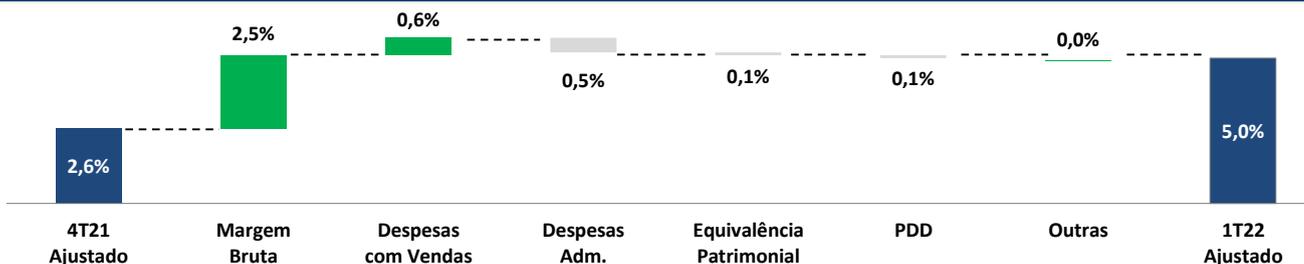
No 1T22, o EBITDA ajustado atingiu R\$434,2 milhões, em função do crescimento das vendas, com destaque para o marketplace e o KaBuM!, em conjunto com o aumento da margem bruta. A margem EBITDA ajustada foi de 5,0% no 1T22, praticamente estável comparada ao 1T21. Vale destacar que, no mês de mar/22, a margem EBITDA já alcançou 6,1%, reflexo dos ajustes realizados com o objetivo de equilibrar vendas e rentabilidade.

Evolução do EBITDA no ano (% da receita líquida)



Na comparação com o 4T21, a margem EBITDA ajustada teve uma expressiva expansão de 2,4 p.p., demonstrando a gradativa maturação das iniciativas de rentabilização.

Evolução do EBITDA no trimestre (% da receita líquida)



| Resultado Financeiro

| RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões) | 1T22 | % RL | 1T21 | % RL | Var(%) |
|---|---------|-------|---------|-------|---------|
| Despesas Financeiras | (558,5) | -6,4% | (157,5) | -1,9% | 254,6% |
| Juros de Empréstimos e Financiamentos | (182,5) | -2,1% | (15,1) | -0,2% | 1108,6% |
| Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros | (186,1) | -2,1% | (71,1) | -0,9% | 161,9% |
| Juros de Antecipações de Cartão Luiza | (94,2) | -1,1% | (42,3) | -0,5% | 122,9% |
| Outras Despesas e Impostos | (95,7) | -1,1% | (29,1) | -0,4% | 229,0% |
| Receitas Financeiras | 204,7 | 2,3% | 33,6 | 0,4% | 509,4% |
| Rendimento de Aplicações Financeiras | 35,0 | 0,4% | 2,8 | 0,0% | 1141,0% |
| Outras Receitas Financeiras | 169,7 | 1,9% | 30,8 | 0,4% | 451,5% |
| Subtotal: Resultado Financeiro Líquido | (353,9) | -4,0% | (123,9) | -1,5% | 185,5% |
| Juros Arrendamento Mercantil | (68,3) | -0,8% | (46,4) | -0,6% | 47,1% |
| Resultado Financeiro Líquido | (422,1) | -4,8% | (170,3) | -2,1% | 147,8% |

No 1T22, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$422,1 milhões, equivalentes a 4,8% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 2,7 p.p. devido ao aumento da taxa de juros na economia brasileira ao longo do ano – a taxa SELIC passou de 2,00% a.a. no começo de 2021 para 11,75% a.a. no final de março de 2022.

Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, a despesa financeira líquida foi de R\$353,9 milhões no 1T22, equivalente a 4,0% da receita líquida.

1T22

| Lucro líquido

No 1T22, o resultado líquido contábil foi negativo em R\$161,3 milhões, influenciado principalmente 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\$98,8 milhões.

| Capital de Giro

| R\$ milhões | Dif 12UM | mar-22 | dez-21 | set-21 | jun-21 | mar-21 |
|--|----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|----------------|
| (+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito) | 301,3 | 1.124,6 | 1.032,7 | 1.240,6 | 1.169,0 | 823,3 |
| (+) Estoques | 1.268,8 | 8.077,3 | 9.112,2 | 8.126,3 | 7.496,9 | 6.808,4 |
| (+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza) | 49,7 | 68,7 | 114,8 | 4,8 | 18,2 | 19,0 |
| (+) Tributos a Recuperar | 444,1 | 1.316,8 | 1.279,3 | 1.100,1 | 944,9 | 872,7 |
| (+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar | 227,4 | 250,1 | 234,9 | 48,1 | 31,5 | 22,7 |
| (+) Outros Ativos | 83,8 | 267,4 | 402,8 | 241,7 | 236,7 | 183,6 |
| (+) Ativos Circulantes Operacionais | 2.375,1 | 11.104,8 | 12.176,8 | 10.761,5 | 9.897,2 | 8.729,8 |
| (-) Fornecedores | (822,0) | 6.248,5 | 10.098,9 | 9.177,5 | 8.241,8 | 7.070,5 |
| (-) Repasses e Outros Depósitos | 732,3 | 1.488,9 | 1.418,9 | 1.577,7 | 878,7 | 756,7 |
| (-) Salários, Férias e Encargos Sociais | (3,8) | 376,4 | 370,2 | 437,7 | 372,4 | 380,2 |
| (-) Impostos a Recolher | (12,6) | 198,6 | 239,6 | 144,3 | 169,2 | 211,2 |
| (-) Partes Relacionadas | 78,6 | 114,7 | 125,3 | 56,8 | 62,8 | 36,2 |
| (-) Receita Diferida | 7,3 | 50,4 | 50,3 | 50,3 | 43,1 | 43,1 |
| (-) Outras Contas a Pagar | 296,0 | 1.429,7 | 1.557,3 | 1.476,3 | 1.234,5 | 1.133,7 |
| (-) Passivos Circulantes Operacionais | 275,8 | 9.907,3 | 13.860,5 | 12.920,7 | 11.002,5 | 9.631,5 |
| (=) Capital de Giro Ajustado | 2.099,3 | 1.197,5 | (1.683,8) | (2.159,1) | (1.105,3) | (901,8) |
| % da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses | 5,0% | 2,8% | -3,9% | -4,9% | -2,5% | -2,3% |

Em mar/22, a necessidade de capital de giro ajustada ficou em R\$1.197,5 milhões, influenciada principalmente pela sazonalidade do varejo e pela relação entre os saldos de estoques e fornecedores. No 1T22, a variação no capital de giro foi de R\$2,8 bilhões em função da redução de estoques no valor de mais de R\$1,0 bilhão e da redução no saldo de fornecedores no montante de R\$3,8 bilhões. Vale destacar que essa redução no saldo de fornecedores é consequência da estratégia de redução do nível de estoques, com consequente queda no volume de compras, e que facilitará o aumento da geração de caixa operacional dos próximos trimestres.

| Investimentos

| R\$ milhões | 1T22 | % | 1T21 | % | Var(%) |
|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-----------|
| Lojas Novas | 18,5 | 11% | 28,9 | 18% | -36% |
| Reformas | 7,8 | 4% | 16,3 | 10% | -52% |
| Tecnologia | 85,3 | 49% | 71,7 | 45% | 19% |
| Logística | 45,3 | 26% | 19,0 | 12% | 138% |
| Outros | 17,6 | 10% | 24,6 | 15% | -28% |
| Total | 174,6 | 100% | 160,6 | 100% | 9% |

No 1T22, os investimentos somaram R\$174,6 milhões, incluindo investimentos em tecnologia, logística e novas lojas.

| Estrutura de Capital

| R\$ milhões | Dif 12UM | mar-22 | dez-21 | set-21 | jun-21 | mar-21 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| (-) Empréstimos e Financiamentos Circulante | 353,0 | (494,4) | (408,0) | (12,4) | (12,0) | (847,5) |
| (-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante | (5.594,8) | (6.417,1) | (6.384,9) | (2.339,6) | (2.319,9) | (822,3) |
| (=) Endividamento Bruto | (5.241,7) | (6.911,5) | (6.792,9) | (2.352,0) | (2.331,9) | (1.669,8) |
| (+) Caixa e Equivalentes de Caixa | 767,3 | 1.407,2 | 2.566,2 | 751,2 | 1.288,3 | 639,9 |
| (+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante | (161,0) | 584,4 | 1.556,4 | 1.354,2 | 468,5 | 745,4 |
| (+) Caixa e Aplicações Financeiras | 606,4 | 1.991,6 | 4.122,6 | 2.105,4 | 1.756,8 | 1.385,3 |
| (=) Caixa Líquido | (4.635,4) | (4.919,9) | (2.670,3) | (246,6) | (575,1) | (284,5) |
| (+) Cartões de Crédito - Terceiros | 785,4 | 3.676,5 | 4.618,0 | 4.187,3 | 2.610,1 | 2.891,0 |
| (+) Cartão de Crédito - Luizacred | 1.203,4 | 2.818,4 | 3.592,4 | 2.819,8 | 1.729,0 | 1.614,9 |
| (+) Contas a Receber - Cartões de Crédito | 1.988,9 | 6.494,8 | 8.210,5 | 7.007,1 | 4.339,1 | 4.505,9 |
| (=) Caixa Líquido Ajustado | (2.646,5) | 1.574,9 | 5.540,2 | 6.760,5 | 3.764,0 | 4.221,4 |
| Endividamento de Curto Prazo / Total | -44% | 7% | 6% | 1% | 1% | 51% |
| Endividamento de Longo Prazo / Total | 44% | 93% | 94% | 99% | 99% | 49% |
| EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses) | (175,2) | 1.484,2 | 1.477,1 | 1.757,4 | 1.967,5 | 1.659,3 |
| Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado | -1,5 x | 1,1 x | 3,8 x | 3,8 x | 1,9 x | 2,5 x |
| Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito | 2.595,2 | 8.486,5 | 12.333,0 | 9.112,5 | 6.095,9 | 5.891,2 |

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$1,6 bilhão e com uma posição de caixa total no valor de R\$8,5 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,0 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$6,5 bilhões.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

| DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões) | 1T22 | AV | 1T21 | AV | Var(%) |
|---|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| Receita Bruta | 10.576,9 | 120,7% | 10.118,4 | 122,6% | 4,5% |
| Impostos e Cancelamentos | (1.814,8) | -20,7% | (1.865,6) | -22,6% | -2,7% |
| Receita Líquida | 8.762,2 | 100,0% | 8.252,8 | 100,0% | 6,2% |
| Custo Total | (6.330,4) | -72,2% | (6.182,7) | -74,9% | 2,4% |
| Lucro Bruto | 2.431,8 | 27,8% | 2.070,1 | 25,1% | 17,5% |
| Despesas com Vendas | (1.589,2) | -18,1% | (1.420,2) | -17,2% | 11,9% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (352,4) | -4,0% | (225,6) | -2,7% | 56,2% |
| Perda em Liquidação Duvidosa | (61,1) | -0,7% | (33,8) | -0,4% | 80,8% |
| Outras Receitas Operacionais, Líq. | (81,5) | -0,9% | 282,1 | 3,4% | - |
| Equivalência Patrimonial | (8,0) | -0,1% | 23,0 | 0,3% | - |
| Total de Despesas Operacionais | (2.092,2) | -23,9% | (1.374,5) | -16,7% | 52,2% |
| EBITDA | 339,5 | 3,9% | 695,6 | 8,4% | -51,2% |
| Depreciação e Amortização | (265,1) | -3,0% | (178,3) | -2,2% | 48,6% |
| EBIT | 74,4 | 0,8% | 517,3 | 6,3% | -85,6% |
| Resultado Financeiro | (422,1) | -4,8% | (170,3) | -2,1% | 147,8% |
| Lucro Operacional | (347,7) | -4,0% | 346,9 | 4,2% | - |
| IR / CS | 186,4 | 2,1% | (88,3) | -1,1% | - |
| Lucro Líquido | (161,3) | -1,8% | 258,6 | 3,1% | - |
| Cálculo do EBITDA | | | | | |
| Lucro Líquido | (161,3) | -1,8% | 258,6 | 3,1% | - |
| (+/-) IR / CS | (186,4) | -2,1% | 88,3 | 1,1% | - |
| (+/-) Resultado Financeiro | 422,1 | 4,8% | 170,3 | 2,1% | 147,8% |
| (+) Depreciação e amortização | 265,1 | 3,0% | 178,3 | 2,2% | 48,6% |
| EBITDA | 339,5 | 3,9% | 695,6 | 8,4% | -51,2% |
| Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes | | | | | |
| EBITDA | 339,5 | 3,9% | 695,6 | 8,4% | -51,2% |
| Resultado Não Recorrente | 94,7 | 1,1% | (268,4) | -3,3% | - |
| EBITDA Ajustado | 434,2 | 5,0% | 427,2 | 5,2% | 1,7% |
| Lucro Líquido | (161,3) | -1,8% | 258,6 | 3,1% | - |
| Resultado Não Recorrente | 62,5 | 0,0% | (177,2) | -2,1% | - |
| Lucro Líquido Ajustado | (98,8) | -1,1% | 81,5 | 1,0% | - |

* 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) | 1T22 Ajustado | AV | 1T21 Ajustado | AV | Var(%) |
|------------------------------------|------------------|--------|------------------|--------|--------|
| Receita Bruta | 10.576,9 | 120,7% | 10.118,4 | 122,6% | 4,5% |
| Impostos e Cancelamentos | (1.814,8) | -20,7% | (1.865,6) | -22,6% | -2,7% |
| Receita Líquida | 8.762,2 | 100,0% | 8.252,8 | 100,0% | 6,2% |
| Custo Total | (6.330,4) | -72,2% | (6.182,7) | -74,9% | 2,4% |
| Lucro Bruto | 2.431,8 | 27,8% | 2.070,1 | 25,1% | 17,5% |
| Despesas com Vendas | (1.589,2) | -18,1% | (1.420,2) | -17,2% | 11,9% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (352,4) | -4,0% | (225,6) | -2,7% | 56,2% |
| Perda em Liquidação Duvidosa | (61,1) | -0,7% | (33,8) | -0,4% | 80,8% |
| Outras Receitas Operacionais, Líq. | 13,2 | 0,2% | 13,7 | 0,2% | -3,6% |
| Equivalência Patrimonial | (8,0) | -0,1% | 23,0 | 0,3% | - |
| Total de Despesas Operacionais | (1.997,5) | -22,8% | (1.642,9) | -19,9% | 21,6% |
| EBITDA | 434,2 | 5,0% | 427,2 | 5,2% | 1,7% |
| Depreciação e Amortização | (265,1) | -3,0% | (178,3) | -2,2% | 48,6% |
| EBIT | 169,1 | 1,9% | 248,8 | 3,0% | -32,0% |
| Resultado Financeiro | (422,1) | -4,8% | (170,3) | -2,1% | 147,8% |
| Lucro Operacional | (253,0) | -2,9% | 78,5 | 1,0% | - |
| IR / CS | 154,2 | 1,8% | 3,0 | 0,0% | - |
| Lucro Líquido | (98,8) | -1,1% | 81,5 | 1,0% | - |

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

| ATIVO | mar/22 | dez/21 | set/21 | jun/21 | mar/21 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ATIVO CIRCULANTE | | | | | |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 1.407,2 | 2.566,2 | 751,2 | 1.288,3 | 639,9 |
| Títulos e Valores Mobiliários | 584,4 | 1.556,4 | 1.354,2 | 468,5 | 745,4 |
| Contas a Receber - Cartão de Crédito | 3.676,5 | 4.618,0 | 4.187,3 | 2.610,1 | 2.891,0 |
| Contas a Receber - Outros | 1.124,6 | 1.032,7 | 1.240,6 | 1.169,0 | 823,3 |
| Estoques | 8.077,3 | 9.112,2 | 8.126,3 | 7.496,9 | 6.808,4 |
| Partes Relacionadas - Cartão Luiza | 2.818,4 | 3.592,4 | 2.819,8 | 1.729,0 | 1.614,9 |
| Partes Relacionadas - Outros | 68,7 | 114,8 | 4,8 | 18,2 | 19,0 |
| Tributos a Recuperar | 1.316,8 | 1.279,3 | 1.100,1 | 944,9 | 872,7 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar | 250,1 | 234,9 | 48,1 | 31,5 | 22,7 |
| Outros Ativos | 267,4 | 402,8 | 241,7 | 236,7 | 183,6 |
| Total do Ativo Circulante | 19.591,3 | 24.509,8 | 19.874,0 | 15.993,1 | 14.621,0 |
| ATIVO NÃO CIRCULANTE | | | | | |
| Contas a Receber | 14,2 | 17,4 | - | 15,2 | 17,0 |
| Tributos a Recuperar | 1.679,7 | 1.551,6 | 1.077,3 | 680,2 | 690,3 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | 1.114,1 | 915,1 | 470,7 | 270,8 | 128,3 |
| Depósitos Judiciais | 1.277,1 | 1.189,9 | 1.173,5 | 1.139,1 | 980,6 |
| Outros Ativos | 0,3 | 184,8 | 6,7 | 7,7 | 4,9 |
| Investimentos em Controladas | 377,5 | 407,8 | 454,5 | 411,7 | 381,8 |
| Direito de Uso | 3.396,7 | 3.363,0 | 3.048,4 | 2.945,6 | 2.472,6 |
| Imobilizado | 1.982,9 | 1.938,7 | 1.746,8 | 1.460,8 | 1.308,0 |
| Intangível | 4.327,4 | 4.306,6 | 2.697,7 | 2.141,9 | 2.006,1 |
| Total do Ativo não Circulante | 14.170,0 | 13.874,8 | 10.675,5 | 9.073,1 | 7.989,6 |
| TOTAL DO ATIVO | 33.761,2 | 38.384,6 | 30.549,5 | 25.066,2 | 22.610,6 |
| PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | | | | |
| PASSIVO CIRCULANTE | | | | | |
| Fornecedores | 6.248,5 | 10.098,9 | 9.177,5 | 8.241,8 | 7.070,5 |
| Repasses e outros depósitos | 1.488,9 | 1.418,9 | 1.577,7 | 878,7 | 756,7 |
| Empréstimos e Financiamentos | 494,4 | 408,0 | 12,4 | 12,0 | 847,5 |
| Salários, Férias e Encargos Sociais | 376,4 | 370,2 | 437,7 | 372,4 | 380,2 |
| Tributos a Recolher | 198,6 | 239,6 | 144,3 | 169,2 | 211,2 |
| Partes Relacionadas | 114,7 | 125,3 | 56,8 | 62,8 | 36,2 |
| Arrendamento Mercantil | 439,7 | 433,8 | 411,7 | 398,5 | 353,7 |
| Receita Diferida | 50,4 | 50,3 | 50,3 | 43,1 | 43,1 |
| Dividendos a Pagar | 41,4 | 41,4 | - | 0,2 | 40,0 |
| Outras Contas a Pagar | 1.429,7 | 2.070,7 | 1.476,3 | 1.234,5 | 1.133,7 |
| Total do Passivo Circulante | 10.882,8 | 15.257,2 | 13.344,8 | 11.413,2 | 10.872,7 |
| PASSIVO NÃO CIRCULANTE | | | | | |
| Empréstimos e Financiamentos | 6.417,1 | 6.384,9 | 2.339,6 | 2.319,9 | 822,3 |
| Tributos a Recolher | 7,8 | 24,3 | - | - | - |
| Arrendamento Mercantil | 3.069,4 | 3.020,8 | 2.713,1 | 2.625,1 | 2.191,9 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | 101,0 | 113,9 | 23,7 | 15,6 | 21,1 |
| Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas | 1.111,5 | 1.154,1 | 992,2 | 1.147,6 | 1.131,2 |
| Receita Diferida | 231,3 | 245,3 | 259,3 | 273,5 | 287,4 |
| Outras Contas a Pagar | 822,2 | 922,9 | 4,2 | 5,7 | 13,4 |
| Total do Passivo não Circulante | 11.760,2 | 11.866,2 | 6.332,2 | 6.387,4 | 4.467,2 |
| TOTAL DO PASSIVO | 22.643,0 | 27.123,4 | 19.677,0 | 17.800,6 | 15.339,9 |
| PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | | | | |
| Capital Social | 12.352,5 | 12.352,5 | 9.852,5 | 5.952,3 | 5.952,3 |
| Reserva de Capital | (1.619,5) | (1.637,1) | 350,8 | 346,4 | 421,7 |
| Ações em Tesouraria | (1.448,2) | (1.449,2) | (1.275,1) | (836,2) | (943,5) |
| Reserva Legal | 137,4 | 137,4 | 123,0 | 123,0 | 123,0 |
| Reserva de Retenção de Lucros | 1.856,7 | 1.856,7 | 1.321,7 | 1.321,7 | 1.451,9 |
| Ajuste de Avaliação Patrimonial | 0,6 | 0,8 | 2,0 | 4,3 | 6,6 |
| Lucros Acumulados | (161,3) | - | 497,7 | 354,2 | 258,6 |
| Total do Patrimônio Líquido | 11.118,2 | 11.261,2 | 10.872,5 | 7.265,6 | 7.270,7 |
| TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | 33.761,2 | 38.384,6 | 30.549,5 | 25.066,2 | 22.610,6 |

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL

| FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões) | 1T22 | 1T21 | mar/22 12UM | mar/21 12UM |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Lucro Líquido | (161,3) | 258,6 | 170,7 | 619,5 |
| Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento | (199,6) | 69,0 | (1.174,7) | (57,8) |
| Depreciação e Amortização | 265,1 | 178,3 | 903,7 | 706,0 |
| Juros sobre Empréstimos Provisionados | 256,4 | 62,4 | 593,4 | 237,4 |
| Equivalência Patrimonial | 8,0 | (23,0) | (68,4) | (140,4) |
| Dividendos Recebidos | 70,2 | 29,5 | 70,2 | 32,1 |
| Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber | 88,3 | 54,0 | 725,4 | 200,1 |
| Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas | 25,8 | (257,2) | (134,6) | (8,3) |
| Resultado na Venda de Ativos | 0,3 | 0,3 | (0,6) | 2,2 |
| Apropriação da Receita Diferida | (13,9) | (13,9) | (55,9) | (56,6) |
| Despesas com Plano de Ações e Opções | 12,2 | 26,1 | 104,1 | 114,5 |
| Lucro Líquido Ajustado | 351,4 | 384,2 | 1.133,3 | 1.648,7 |
| Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros) | (158,6) | 55,9 | (91,7) | (134,0) |
| Estoques | 1.016,6 | (900,5) | (1.006,1) | (2.807,5) |
| Tributos a Recuperar | (180,9) | (81,6) | (1.567,8) | 486,3 |
| Depósito judiciais | (87,2) | (136,8) | (295,4) | (410,5) |
| Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza) | 196,7 | 33,3 | 37,7 | 86,6 |
| Variação nos Ativos Operacionais | 786,6 | (1.029,6) | (2.923,2) | (2.779,1) |
| Fornecedores | (3.850,5) | (1.431,0) | (1.235,1) | 2.935,3 |
| Outras Contas a Pagar | (206,6) | (477,5) | 744,1 | 873,5 |
| Variação nos Passivos Operacionais | (4.057,1) | (1.908,5) | (491,0) | 3.808,8 |
| Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais | (2.919,1) | (2.554,0) | (2.280,9) | 2.678,4 |
| Aquisição de Imobilizado e Intangível | (174,6) | (160,6) | (1.178,1) | (599,1) |
| Investimento em Controlada | (498,3) | (37,1) | (614,5) | (114,8) |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos | (672,9) | (197,7) | (1.792,5) | (713,9) |
| Captação de Empréstimos e Financiamentos | - | 800,0 | 5.500,3 | 1.601,1 |
| Pagamento de Empréstimos e Financiamentos | (30,7) | (805,4) | (913,0) | (824,0) |
| Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos | (38,9) | (27,6) | (142,6) | (28,1) |
| Pagamento de arrendamento mercantil | (111,9) | (72,5) | (413,2) | (281,9) |
| Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil | (73,2) | (51,3) | (266,6) | (201,4) |
| Pagamento de Dividendos | - | - | (146,1) | (299,4) |
| Ações em Tesouraria | - | (199,8) | (850,4) | (674,7) |
| Recursos provenientes da emissão de ações | - | - | 3.981,3 | - |
| Pagamento de gastos com emissão de ações | - | - | (81,0) | - |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos | (254,7) | (356,6) | 6.668,7 | (708,4) |
| Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros | 12.333,0 | 8.999,5 | 5.891,2 | 4.635,1 |
| Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros | 8.486,5 | 5.891,2 | 8.486,5 | 5.891,2 |
| Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários | (3.846,6) | (3.108,3) | 2.595,2 | 1.256,1 |

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

- (i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.
- (ii) tratamento do Recebíveis de Cartão de Crédito como Caixa.

ANEXO V

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

| CAPITAL INVESTIDO (R\$MM) | mar-22 | dez-21 | set-21 | jun-21 | mar-21 |
|--|----------|----------|----------|---------|---------|
| (=) Capital de Giro | 7.002,6 | 5.344,5 | 4.388,1 | 2.803,9 | 3.227,8 |
| (+) Contas a receber | 14,2 | 17,4 | - | 15,2 | 17,0 |
| (+) IR e CS diferidos | 1.114,1 | 915,1 | 470,7 | 270,8 | 128,3 |
| (+) Impostos a recuperar | 1.679,7 | 1.551,6 | 1.077,3 | 680,2 | 690,3 |
| (+) Depósitos judiciais | 1.277,1 | 1.189,9 | 1.173,5 | 1.139,1 | 980,6 |
| (+) Outros ativos | 0,3 | 184,8 | 6,7 | 7,7 | 4,9 |
| (+) Invest. contr. em conjunto | 377,5 | 407,8 | 454,5 | 411,7 | 381,8 |
| (+) Direito de Uso | 3.396,7 | 3.363,0 | 3.048,4 | 2.945,6 | 2.472,6 |
| (+) Imobilizado | 1.982,9 | 1.938,7 | 1.746,8 | 1.460,8 | 1.308,0 |
| (+) Intangível | 4.327,4 | 4.306,6 | 2.697,7 | 2.141,9 | 2.006,1 |
| (+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar | 250,1 | 234,9 | 48,1 | 31,5 | 22,7 |
| (+) Ativos não circulantes operacionais | 14.420,0 | 14.109,7 | 10.723,6 | 9.104,5 | 8.012,3 |
| (-) Provisão para contingências | 1.111,5 | 1.154,1 | 992,2 | 1.147,6 | 1.131,2 |
| (-) Arrendamento Mercantil | 3.069,4 | 3.020,8 | 2.713,1 | 2.625,1 | 2.191,9 |
| (-) Receita diferida | 231,3 | 245,3 | 259,3 | 273,5 | 287,4 |
| (-) Tributos a Recolher | 7,8 | 24,3 | - | - | - |
| (-) IR e CS diferidos | 101,0 | 113,9 | 23,7 | 15,6 | 21,1 |
| (-) Outras contas a pagar | 822,2 | 922,9 | 4,2 | 5,7 | 13,4 |
| (-) Passivos não circulantes operacionais | 5.343,1 | 5.481,3 | 3.992,5 | 4.067,5 | 3.644,9 |
| (=) Capital Fixo | 9.077,0 | 8.628,4 | 6.731,0 | 5.037,0 | 4.367,4 |
| (=) Capital Investido Total | 16.079,6 | 13.972,9 | 11.119,2 | 7.840,9 | 7.595,2 |
| (+) Dívida Líquida | 4.919,9 | 2.670,3 | 246,6 | 575,1 | 284,5 |
| (+) Dividendos a Pagar | 41,4 | 41,4 | - | 0,2 | 40,0 |
| (+) Patrimônio Líquido | 11.118,2 | 11.261,2 | 10.872,5 | 7.265,6 | 7.270,7 |
| (=) Financiamento Total | 16.079,6 | 13.972,9 | 11.119,2 | 7.840,9 | 7.595,2 |

| RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM) | 1T22 | 4T21 | 3T21 | 2T21 | 1T21 |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| Receitas Financeiras | 204,7 | 186,6 | 219,3 | 52,1 | 33,6 |
| Despesas Financeiras | (626,8) | (434,6) | (260,3) | (281,7) | (203,9) |
| Despesas Financeiras Líquidas | (422,1) | (248,0) | (41,0) | (229,7) | (170,3) |
| Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros | 280,3 | 203,3 | 101,7 | 149,5 | 113,3 |
| Despesas Financeiras Ajustadas | (141,8) | (44,8) | 60,7) | (80,2) | (57,0) |
| Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas | 48,2 | 15,2 | (20,7) | 27,3 | 19,4 |
| Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos | (93,6) | (29,5) | 40,1) | (52,9) | (37,6) |

| RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM) | 1T22 | 4T21 | 3T21 | 2T21 | 1T21 |
|--|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| EBITDA | 339,5 | (7,9) | 134,8 | 465,1 | 695,6 |
| Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros | (280,3) | (203,3) | (101,7) | (149,5) | (113,3) |
| Depreciação | (265,1) | (226,1) | (207,8) | (204,7) | (178,3) |
| IR/CS correntes e diferidos | 186,4 | 575,0 | 257,5 | 64,8 | (88,3) |
| Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas | (48,2) | (15,2) | 20,7 | (27,3) | (19,4) |
| Lucro Líquido Operacional (NOPLAT) | (67,7) | 122,5) | 103,4) | 148,4) | 296,3) |
| Capital Investido | 16.079,6) | 13.972,9) | 11.119,2) | 7.840,9) | 7.595,2) |
| ROIC Anualizado | -2% | 4% | 4% | 8% | 16% |
| Lucro Líquido | (161,3) | 93,0 | 143,5 | 95,5 | 258,6 |
| Patrimônio Líquido | 11.118,2 | 11.261,2 | 10.872,5 | 7.265,6 | 7.270,7 |
| ROE Anualizado | -6% | 3% | 5% | 5% | 14% |

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

| Abertura Vendas Totais | 1T22 | A.V.(%) | 1T21 | A.V.(%) | Crescimento |
|------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|--------------|
| | | | | | Total |
| Lojas Virtuais | 278,3 | 2,0% | 291,5 | 2,3% | -4,5% |
| Lojas Convencionais | 3.662,1 | 25,9% | 3.418,6 | 27,4% | 7,1% |
| Subtotal - Lojas Físicas | 3.940,5 | 27,9% | 3.710,1 | 29,7% | 6,2% |
| E-commerce Tradicional (1P) | 6.528,9 | 46,2% | 6.324,4 | 50,7% | 3,2% |
| Marketplace (3P) | 3.654,9 | 25,9% | 2.438,2 | 19,5% | 49,9% |
| Subtotal - E-commerce Total | 10.183,8 | 72,1% | 8.762,6 | 70,3% | 16,2% |
| Vendas Totais | 14.124,3 | 100,0% | 12.472,7 | 100,0% | 13,2% |

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

| Número de Lojas por Canal - Final do Período | mar/22 | Part(%) | mar/21 | Part(%) | Crescimento |
|--|----------------|---------------|----------------|---------------|-------------|
| | | | | | Total |
| Lojas Virtuais | 236 | 16,0% | 207 | 15,8% | 29 |
| Lojas Convencionais | 1.047 | 70,9% | 949 | 72,4% | 98 |
| Quiosques | 194 | 13,1% | 154 | 11,8% | 40 |
| Total | 1.477 | 100,0% | 1.310 | 100,0% | 167 |
| Área total de vendas (m²) | 719.086 | 100,0% | 670.197 | 100,0% | 7,3% |

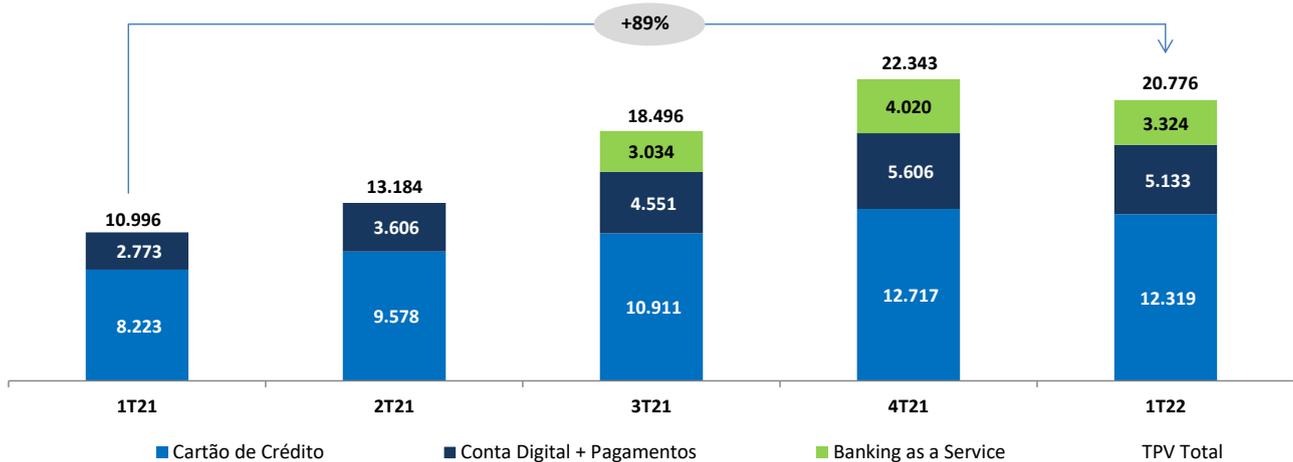
ANEXO VII FINTECH MAGALU

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

| Indicadores Operacionais

- O volume total de transações (TPV) atingiu R\$20,1 bilhões no 1T22, crescendo 88,9%.

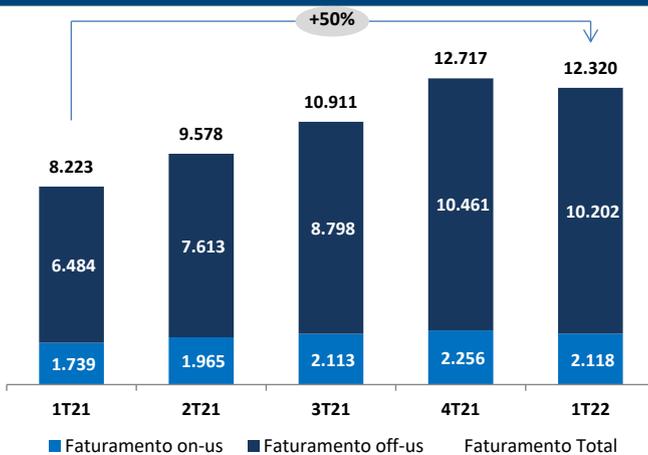
TPV - Volume Total de Pagamentos (em R\$ milhões)



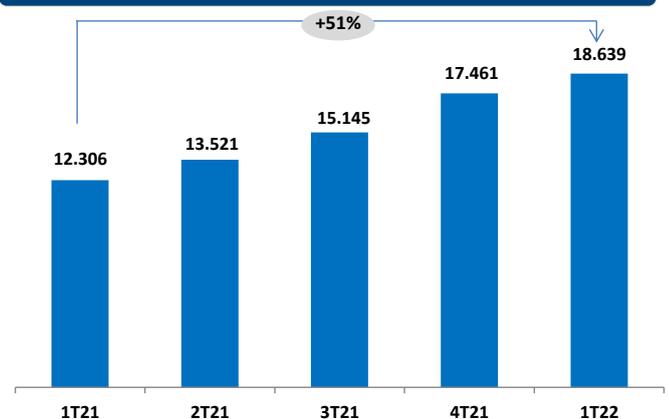
| Cartão de Crédito

- O TPV de Cartão de Crédito foi de R\$12,3 bilhões no 1T22, crescendo expressivos 49,8% no período. As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, aumentaram 21,8% no 1T22 e atingiram R\$2,1 bilhões. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 57,3% no 1T22 para R\$10,2 bilhões.
- A carteira de cartão de crédito alcançou R\$18,6 bilhões ao final do 1T22, um aumento de 51,5% em relação ao 1T21.

TPV Cartão de Crédito (em R\$ milhares)



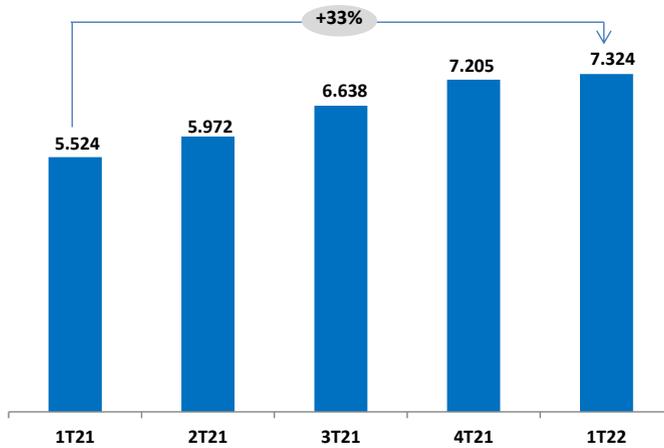
Evolução Carteira de Cartões de Crédito (em R\$ milhares)



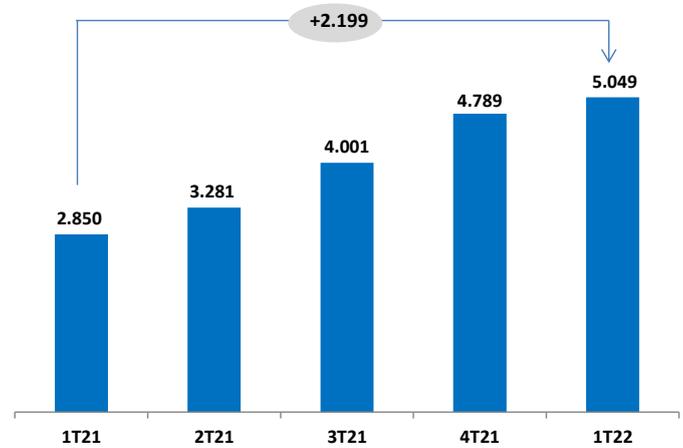
1T22

- Em mar/22, a base total de cartões de crédito alcançou 7,3 milhões de cartões (+32,6% versus mar/21), incluindo o Cartão Luiza e o Cartão Magalu, que superou a marca de mais de 1,1 milhão de cartões vendidos no seu primeiro ano de lançamento.

Evolução da Base de Cartões de Crédito (em quantidade, mil)



Evolução do Número de Contas MagaluPay (em quantidade, mil)



Conta Digital e Pagamentos

- A conta digital do Magalu, o MagaluPay, já alcançou a marca de 5,0 milhões de contas abertas em mar/22, representando um aumento de 260 mil novas contas no trimestre.
- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$5,1 bilhões no 1T22, crescendo 85,1% no período.
- Continuamos fomentando o crescimento das vendas dos nossos sellers por meio do crédito oferecido pelo nosso FIDC.
- Nossa operação de maquininhas (mPOS), desenvolvida com tecnologia própria da Fintech Magalu, continua a levar a multicanalidade para milhares de pequenos varejistas que estão iniciando no e-commerce e começa a ganhar uma maior robustez em sua operação. Os sellers e clientes podem adquirir as maquininhas tanto no super app quanto nas lojas físicas, e contar com o apoio dos nossos colaboradores para qualquer atendimento, como dúvidas em taxas, funcionamento, trocas, entre outros.

Banking as a Service (BaaS)

- O volume total de transações processadas (TPV) no segmento Banking as a Service atingiu R\$3,3 no 1T22.

ANEXO VIII
LUIZACRED

| Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

| R\$ milhões | 1T22 | AV | 1T21 | AV | Var(%) |
|--|---------------|---------------|-------------|--------------|--------|
| Receitas da Intermediação Financeira | 596,0 | 100,0% | 321,2 | 100,0% | 85,6% |
| Despesas da Intermediação Financeira | (666,7) | -111,9% | (256,2) | -79,8% | 160,3% |
| Operações de Captação no Mercado | (106,7) | -17,9% | (18,0) | -5,6% | 494,6% |
| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa | (560,0) | -94,0% | (238,2) | -74,2% | 135,1% |
| Resultado Bruto da Intermediação Financeira | (70,7) | -11,9% | 65,0 | 20,2% | - |
| Receitas de Prestação de Serviços | 340,5 | 57,1% | 254,3 | 79,2% | 33,9% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (314,3) | -52,7% | (259,4) | -80,8% | 21,2% |
| Despesas de Pessoal | (4,0) | -0,7% | (3,2) | -1,0% | 22,2% |
| Outras Despesas Administrativas | (220,0) | -36,9% | (201,7) | -62,8% | 9,1% |
| Depreciação e Amortização | (3,0) | -0,5% | (2,9) | -0,9% | 1,6% |
| Despesas Tributárias | (51,3) | -8,6% | (34,8) | -10,8% | 47,7% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (36,0) | -6,0% | (16,7) | -5,2% | 115,1% |
| Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro | (44,4) | -7,5% | 59,9 | 18,6% | - |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | 17,7 | 3,0% | (24,1) | -7,5% | - |
| Lucro Líquido | (26,8) | -4,5% | 35,7 | 11,1% | - |

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

| R\$ milhões | 1T22 | AV | 1T21 | AV | Var(%) |
|--|-------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| Receitas da Intermediação Financeira | 596,1 | 100,0% | 321,2 | 100,0% | 85,6% |
| Despesas da Intermediação Financeira | (565,6) | -94,9% | (156,4) | -48,7% | 261,7% |
| Operações de Captação no Mercado | (106,7) | -17,9% | (18,0) | -5,6% | 494,6% |
| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa | (458,9) | -77,0% | (138,4) | -43,1% | 231,5% |
| Resultado Bruto da Intermediação Financeira | 30,4 | 5,1% | 164,8 | 51,3% | -81,5% |
| Receitas de Prestação de Serviços | 340,5 | 57,1% | 254,3 | 79,2% | 33,9% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (314,3) | -52,7% | (259,4) | -80,8% | 21,2% |
| Despesas de Pessoal | (4,0) | -0,7% | (3,2) | -1,0% | 22,2% |
| Outras Despesas Administrativas | (220,0) | -36,9% | (201,7) | -62,8% | 9,1% |
| Depreciação e Amortização | (3,0) | -0,5% | (2,9) | -0,9% | 1,6% |
| Despesas Tributárias | (51,3) | -8,6% | (34,8) | -10,8% | 47,7% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | (36,0) | -6,0% | (16,7) | -5,2% | 115,1% |
| Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro | 56,7 | 9,5% | 159,7 | 49,7% | -64,5% |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | (22,8) | -3,8% | (64,1) | -19,9% | -64,4% |
| Lucro Líquido | 33,9 | 5,7% | 95,6 | 29,8% | -64,5% |

1T22

| Receitas da Intermediação Financeira

No 1T22, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$596,0 milhões, crescendo expressivos 85,6%, influenciadas pelo crescimento da base de cartões e do faturamento dentro e fora do Magalu.

| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 3,2% da carteira total em mar/22, uma variação de 1,0 p.p. em relação a mar/21, em função do aumento da quantidade de novos clientes e da deterioração recente nos indicadores macroeconômicos. A política de crédito assertiva da Luizacred e todos os esforços de cobrança realizados pelas lojas e centrais de cobrança foram fundamentais para minimizar os impactos nos indicadores da carteira.

A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 6,6% em mar/22, uma variação de 1,6 p.p. em relação a mar/21. Vale dizer que tal indicador continua significativamente abaixo dos níveis pré-pandemia.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 3,0% da carteira total no 1T22. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 173% em mar/22.

| CARTEIRA - VISÃO ATRASO | mar-22 | | dez-21 | | set-21 | | jun-21 | | mar-21 | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 000 a 014 dias | 16.816 | 90,2% | 16.043 | 91,9% | 14.081 | 93,0% | 12.615 | 93,3% | 11.414 | 92,7% |
| 015 a 030 dias | 140 | 0,8% | 103 | 0,6% | 75 | 0,5% | 59 | 0,4% | 81 | 0,7% |
| 031 a 060 dias | 196 | 1,1% | 143 | 0,8% | 108 | 0,7% | 81 | 0,6% | 87 | 0,7% |
| 061 a 090 dias | 253 | 1,4% | 196 | 1,1% | 135 | 0,9% | 125 | 0,9% | 104 | 0,8% |
| 091 a 120 dias | 211 | 1,1% | 185 | 1,1% | 130 | 0,9% | 122 | 0,9% | 77 | 0,6% |
| 121 a 150 dias | 195 | 1,0% | 148 | 0,9% | 112 | 0,7% | 111 | 0,8% | 67 | 0,5% |
| 151 a 180 dias | 170 | 0,9% | 119 | 0,7% | 108 | 0,7% | 87 | 0,6% | 61 | 0,5% |
| 180 a 360 dias | 658 | 3,5% | 524 | 3,0% | 397 | 2,6% | 320 | 2,4% | 415 | 3,4% |
| Carteira de Crédito (R\$ milhões) | 18.639 | 100,0% | 17.461 | 100,0% | 15.145 | 100,0% | 13.521 | 100,0% | 12.306 | 100,0% |
| Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias | 195 | | 187 | | 189 | | 190 | | 182 | |
| Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões) | 18.834 | | 17.649 | | 15.334 | | 13.711 | | 12.488 | |
| Atraso de 15 a 90 Dias | 589 | 3,2% | 442 | 2,5% | 318 | 2,1% | 265 | 2,0% | 272 | 2,2% |
| Atraso Maior 90 Dias | 1.235 | 6,6% | 977 | 5,6% | 747 | 4,9% | 640 | 4,7% | 620 | 5,0% |
| Atraso Total | 1.824 | 9,8% | 1.419 | 8,1% | 1.065 | 7,0% | 906 | 6,7% | 892 | 7,3% |
| PDD sobre Carteira de Crédito | 1.766 | | 1.453 | | 1.078 | | 1.080 | | 1.026 | |
| PDD sobre Limite Disponível | 368 | | 333 | | 398 | | 340 | | 316 | |
| PDD Total em IFRS 9 | 2.135 | | 1.786 | | 1.477 | | 1.420 | | 1.342 | |
| Índice de Cobertura da Carteira | 143% | | 149% | | 144% | | 169% | | 165% | |
| Índice de Cobertura Total | 173% | | 183% | | 198% | | 222% | | 216% | |

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.

1T22

| Resultado Bruto da Intermediação Financeira

O resultado bruto da intermediação financeira foi negativo em R\$70,7 milhões no 1T22 influenciado, principalmente, por provisões conservadoras em IFRS. Tais provisões estão associadas ao forte crescimento da carteira e ao aumento na emissão de novos cartões.

Segundo as normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, a margem bruta da intermediação financeira foi de R\$30,4 milhões no 1T22, reflexo de uma necessidade de provisões para devedores duvidosos menor em R\$101,1 milhões no trimestre.

| Receita de Serviços e Outras Despesas/Receitas Operacionais

As receitas de serviços cresceram 33,9% no 1T22, alcançando R\$340,5 milhões, em função principalmente do crescimento do faturamento e da base de cartões. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram 21,2%, representando R\$314,3 milhões.

| Lucro Líquido

No 1T22, a Luizacred teve o resultado líquido negativo em R\$26,8 milhões em IFRS. No mesmo período, de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o lucro líquido foi positivo em R\$33,9 milhões.

| Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido foi de R\$1.234,0 milhões em mar/22. 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\$826,1 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 aos períodos que se encerrarão 31 de dezembro de 2022 e 31 de dezembro de 2023:

| | Realizado | Guidance | |
|-------------------------------------|-----------|----------|-------|
| | 1T22 | 2022 | 2023 |
| Total de Unidades Logísticas | 270 | 380 | 450 |
| Número de Centros de Distribuição | 24 | 30 | 33 |
| Número de Cross-dockings | 246 | 350 | 417 |
| Número de Lojas | 1.477 | 1.560 | 1.680 |
| Área Total de Armazenagem | 1.311 | 1.630 | 2.000 |

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Teleconferência em Português com tradução simultânea para o inglês

17 de maio de 2022 (terça-feira)

09h00 – Horário de Brasília

08h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Acesso TeleconferênciaTwitter:

@ri_magalu

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo

Diretor Financeiro e RI

Simon OlsonDiretor Adjunto RI
e Novos Negócios**Vanessa Rossini**

Gerente RI

Lucas Ozorio

Coordenador RI

Natassia Lima

Analista RI

Tiemi Akiyama

Analista RI

Tel.: +55 11 3504-2727

ri@magazineluiza.com.br**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 quatro centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.477 lojas distribuídas em 21 estados. No centro do sucesso do Magalu está uma plataforma de varejo multicanal, capaz de alcançar clientes através de aplicativos, site e lojas físicas. Uma grande parte do sucesso da empresa também se deve à sua equipe interna de desenvolvimento, o Luizalabs, que é composto por mais de 1.800 desenvolvedores e especialistas. Entre outras coisas, o Luizalabs utiliza tecnologias como big data e machine learning para criar aplicativos para as diversas áreas da Companhia, como atendimento, logística, financeiro e gestão de estoque, com o objetivo de eliminar qualquer fricção no processo do varejo, melhorando a rentabilidade, os prazos de entrega e a experiência do cliente. A empresa tem estado na vanguarda da adoção do e-commerce na América Latina e a operação online, incluindo o marketplace, representa 72% das vendas totais. O Magalu também possui um modelo logístico único e inovador. As operações logísticas online e offline são 100% integradas, e permitem que a Companhia aproveite sua presença física para reduzir radicalmente os custos e os prazos de entrega no Brasil.

EBITDA, EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado

O EBITDA (lucro antes de juros, imposto de renda e contribuição social, receitas e despesas financeiras, depreciação e amortização) não é uma medida de desempenho financeiro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil. Por não considerar despesas intrínsecas ao negócio, o EBITDA apresenta limitações que afetam seu uso como indicador de rentabilidade ou liquidez. O EBITDA não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido ou fluxo de caixa operacional. Além disso, o EBITDA não possui significado padrão, e nossa definição pode não ser comparável com a definição adotada por outras Companhias. Os resultados extraordinários considerados para efeito de cálculo do EBITDA Ajustado e do Lucro Líquido Ajustado também não devem ser considerados como alternativa ao EBITDA e ao lucro líquido, conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil.

Aviso Legal

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