



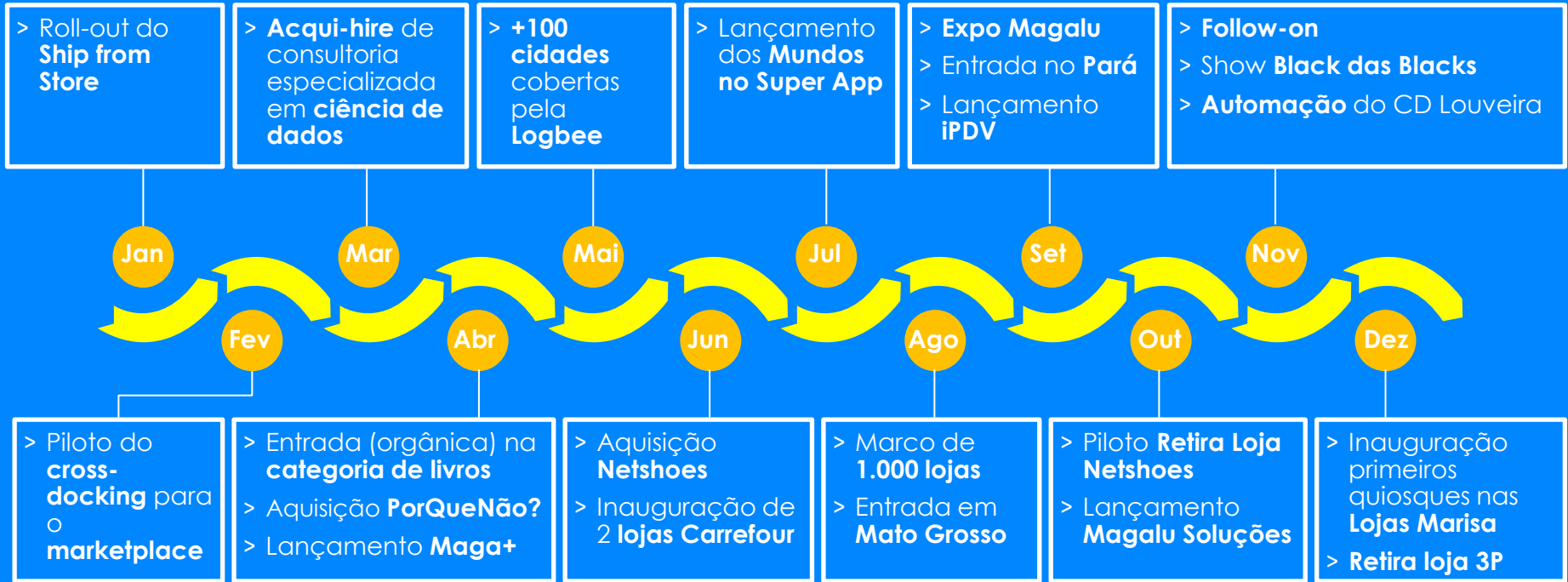
MAGALU



Teleconferência de Resultados 4T19

17 de Fevereiro de 2020

Evolução do Magalu em 2019



Drivers estratégicos



Melhor experiência do varejo • Cultura Data driven
 • Sustentabilidade e reputação

Crescimento exponencial

25 M Base de clientes ativos
(+46% no 4T19 vs 4T18)

51%

Crescimento das vendas totais
(4T19 vs 4T18)

1.113 Lojas físicas totais
(+69 lojas e +5 quiosques parceria Lojas Marisa, 4T19)

93%

Crescimento total do e-commerce
(4T19 vs 4T18)

15 mil Base de sellers
(4T19)

216%

Crescimento do marketplace
(4T19 vs 4T18)

13 M Total de SKUs no e-commerce
(4T19)

26%

Crescimento das vendas lojas físicas
(+13% mesmas lojas no 4T19 vs 4T18)

Novas categorias

Penetração em

% do e-comm



	Tamanho de Mercado (R\$B)	Penetração	Penetração	Diferença para os EUA
Fashion	7,5	4,0%	21,1%	17,1%
Beleza e cuidados pessoais	3,0	2,8%	13,5%	10,7%
Eletrônicos	32,2	23,6%	28,6%	5,0%
Móveis	5,4	8,8%	14,9%	6,1%
Farmácia	0,5	1,5%	11,6%	10,1%
Pet	0,5	2,6%	16,1%	13,5%
Comida e bebida	1,4	0,5%	1,4%	0,9%
HIC	0,6	1,7%	7,8%	6,1%
Brinquedos	1,5	12,9%	23,6%	10,7%
Cuidados com a casa	0,1	0,5%	2,6%	2,1%
Video games	0,3	18,9%	20,4%	1,5%

Potencial adicional nas

categorias principais (R\$B)



Novas categorias

NETSHOES

+  ZATTINI

6 M

Clientes ativos

12 M

Pedidos por ano

R\$ 200

Ticket médio

1.000

Sellers 3P

350 mil

SKUs

- 4T19: EBITDA break-even

**estante
virtual**

20 M

Livros

3 M

Livros vendidos
por ano

R\$ 120 M

GMV em 2019

6.000

Sellers 3P

1M

Clientes ativos

- Livros novos e usados

• Alta frequência de compra • Aumento da base de clientes ativos

Super app

56 % Venda mobile
(% GMV Magalu no canal mobile)

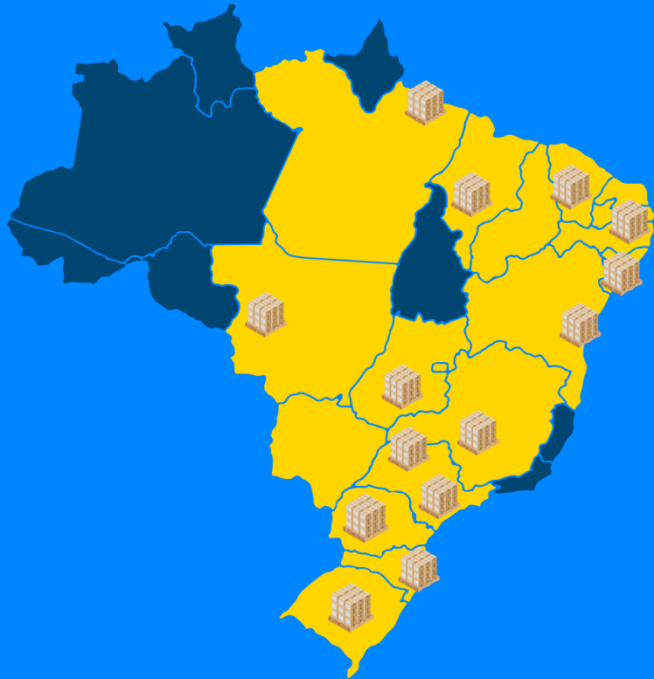
19 M MAU
(Usuários ativos mensais, Dez/19)

26 M Base instalada
(Dez/19)

Lançamento **Magalupay**



Entrega mais rápida



+66%

Pedidos entregues em até 48h
(Dez/19)

+200

Lojas com Ship from Store
(Dez/19)

38%

Retira Loja (1P)
(Dez/19)

127

Municípios atendidos pela Logbee

+20

Lojas com Retira Loja Netshoes

Magalu as a Service - MaaS

MAGALU Entregas

1° Fase

Compartilhamento de contratos

75% dos sellers



2° Fase

Coleta first mile / cross-docking

350 sellers



3° Fase

Armazenamento e fulfillment

PRÓXIMO



- ✓ Reduz o tempo de entrega
- ✓ Permite o Retira Loja para o marketplace

- ✓ Aumenta conversão
- ✓ Melhora o nível de serviço

- ✓ Aumento do Take rate
- ✓ Potencializa o fulfillment by Magalu

Magalu as a Service - MaaS

magalu
Pagamentos

Monetização do crescimento acelerado do marketplace

Monitoramento da cadeia com controle do fluxo de pagamentos

Oferta de recursos a taxas inferiores às do mercado



2.000

Sellers na plataforma

Rollout

1T20

Melhor experiência do varejo

78% NPS médio
2019 (1P + Lojas físicas)

93 % Ligações solucionadas
no primeiro atendimento

**Selo
RA1000** Loja física e
E-commerce
(1P + 3P)
(Reclame Aqui)



Transações com emissão
de Nota Fiscal

Ecosistema Magalu

Logística

magalu
Entregas

logbee 

Serviços financeiros

magalu
Pagamentos

magalupay

consórcio
magalu

luizaseg

LUIZACRED

Serviços

Luizalabs^o
magalu

SOFTBOX

 Parceiro
magalu

 magalu
ads

Maga+
magalu

 iPDV
magalu

Varejo
magalu

NETSHOES

magazineLuiza

 ZATTINI

shoestock

estante
virtual

Clientes

Sellers

ÉPOCA
COSMÉTICOS · PERFUMARIA

Destaques 4T19 (Ajustado¹)

Vendas

- Vendas totais aumentaram 51%, atingindo R\$9,0 bilhões
- Crescimento de 26% nas vendas lojas físicas (13% nas mesmas lojas)

E-commerce

- Crescimento de 93% no total (48% das vendas totais)
- Vendas do Marketplace cresceram 216% (27% do e-commerce)

Lucro Bruto

- Lucro bruto cresceu 41% (aumento de 0,5 p.p. na margem bruta)
- Novas categorias, especialmente Netshoes, e Marketplace

Despesas Operacionais

- Representaram 23% da receita líquida
- Netshoes, investimentos em nível de serviço e aquisição de novos clientes
- Estável como percentual das vendas totais (de 16,2% no 4T18 para 16,1% no 4T19)

EBITDA Lucro Líquido

- EBITDA de R\$395 milhões (margem de 6,2%)
- Lucro líquido de R\$185 milhões (margem de 2,9%)

Geração de Caixa

- O fluxo de caixa das operações foi de R\$1,7 bilhão no 4T19
- ROIC de 24% no 4T19 e 21% em 2019

Estrutura de Capital

- Posição de caixa líquido ajustado de R\$6,3 bilhões em dez/19
- Posição total de caixa de R\$7,1 bilhões

Destaques 2019 (Ajustado¹)

Vendas

- Vendas totais aumentaram 39%, atingindo R\$27,3 bilhões
- Crescimento de 18% nas vendas lojas físicas (8% nas mesmas lojas)

E-commerce

- Crescimento de 76% no total (45% das vendas totais)
- Vendas do Marketplace cresceram 254% (24% do e-commerce)

Lucro Bruto

- Lucro bruto cresceu 28%
- Novas categorias, especialmente Netshoes, e Marketplace

Despesas Operacionais

- Representaram 23% da receita líquida
- Netshoes, investimentos em nível de serviço e aquisição de novos clientes
- 16,5% das vendas totais (-0,6 p.p comparado a 2018)

EBITDA Lucro Líquido

- EBITDA de R\$1.304 milhões (margem de 6,6%)
- Lucro líquido de R\$552 milhões (margem de 2,8%)

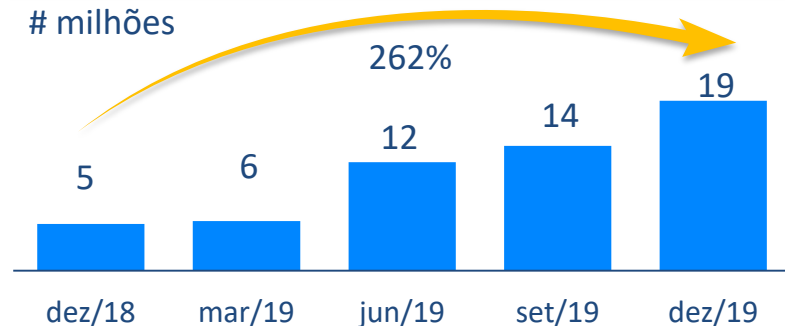
Geração de Caixa

- O fluxo de caixa das operações foi de R\$1,5 bilhão em 2019
- ROIC de 24% no 4T19 e 21% em 2019

Evolução da Base de usuários

MAU

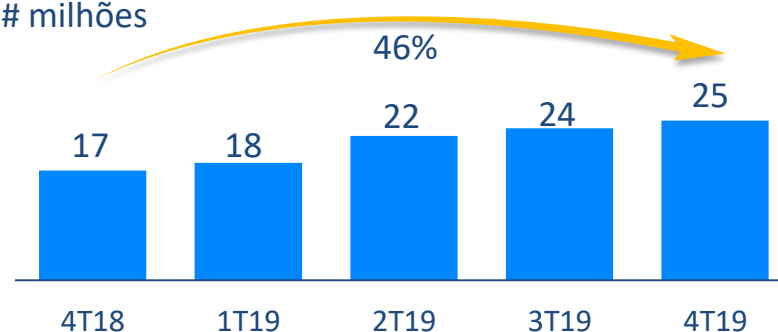
milhões



Fonte: Appanie

Base ativa de clientes

milhões



Destaques

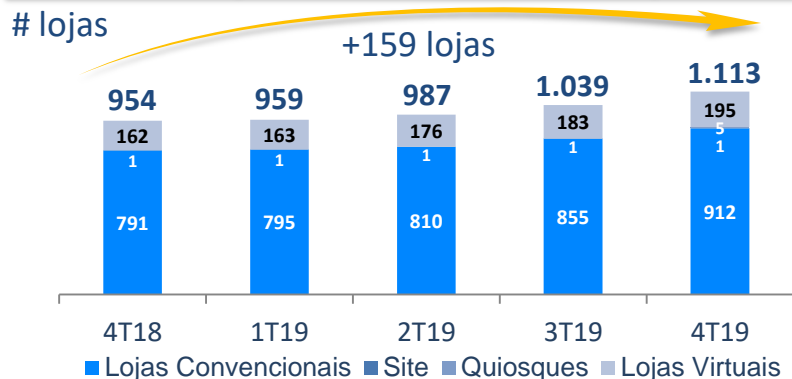
- MAU de 19 milhões (incluindo o Superapp Magalu, Netshoes, Zattini e Época Cosméticos)

Destaques

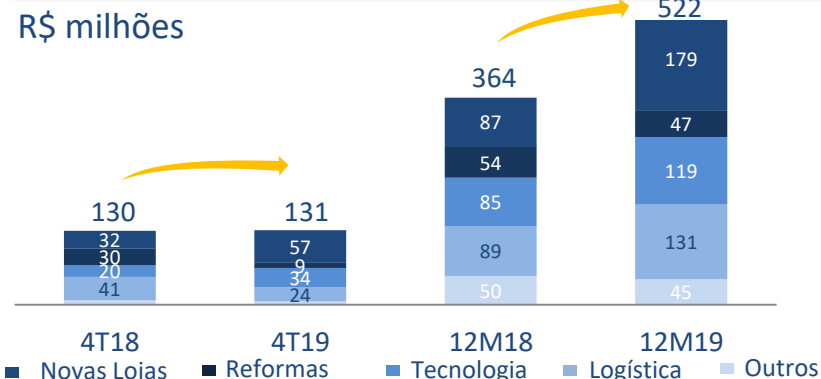
- Crescimento de 46% na base ativa de clientes
- Inclusão de novas categorias e melhora na experiência do cliente contribuíram para esse crescimento
- No e-commerce, a base ativa de clientes cresceu 97%, considerando os clientes únicos da Netshoes

Desempenho Operacional

Evolução do Número de Lojas



Investimentos



Idade Média das Lojas



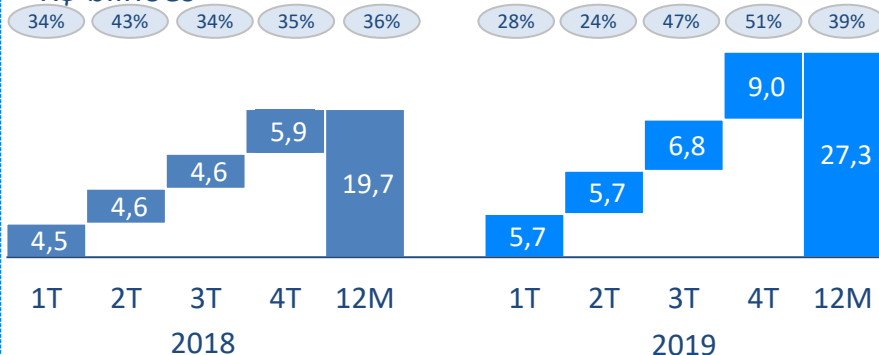
Destaques

- Abertura de 69 lojas no 4T19 e 5 quiosques Marisa
- Abertura de 159 novas lojas em 2019
- Aproximadamente 33% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação
- Investimentos de R\$131 milhões em projetos relacionados ao crescimento no 4T19

Evolução das Vendas

Vendas Totais

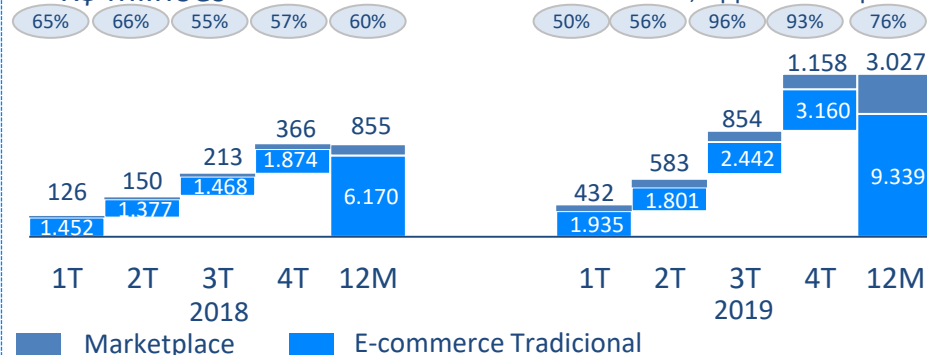
R\$ bilhões



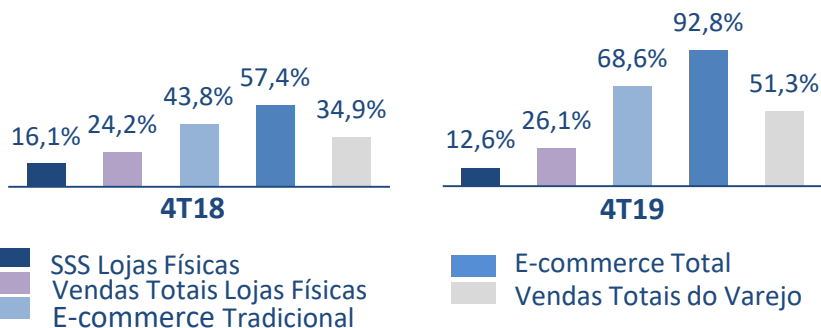
Vendas – E-commerce Total*

R\$ milhões

* Site, App e Marketplace



Crescimento das Vendas



Destaques

- Crescimento de +51% em Vendas Totais
- Aumento da participação do e-commerce de 38% no 4T18 para 48% das vendas totais no 4T19
- Mercado de móveis e eletro cresceu 6,7%(PMC/IBGE) em 2019
- Mercado de e-commerce cresceu 16,3% (Ebit) no 4T19

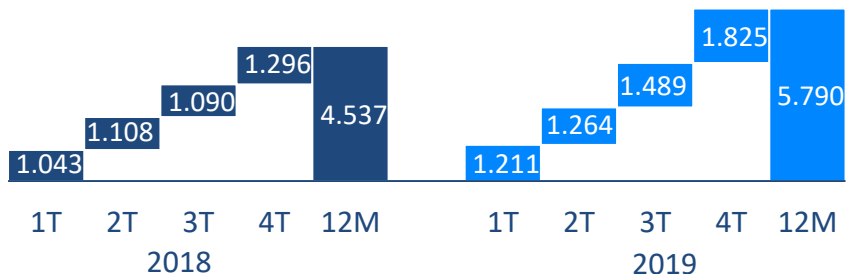
Crescimento vs o mesmo período do ano anterior

Lucro Bruto, Despesas Operacionais e Equivalência Patrimonial

Lucro Bruto

R\$ milhões

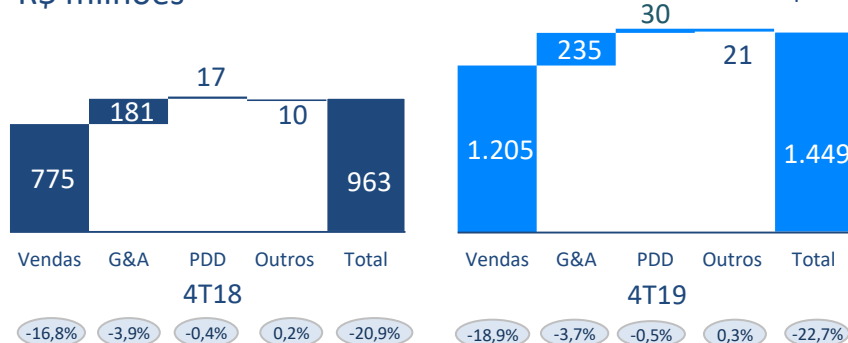
■ Margem Bruta (%)



Despesas Operacionais

R\$ milhões

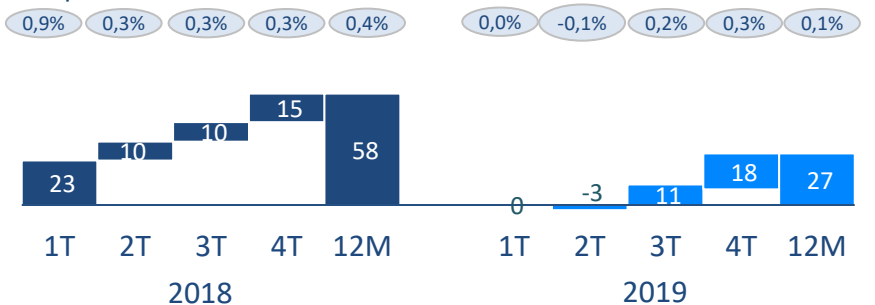
○ % Rec. Líquida



Equivalência Patrimonial

R\$ milhões

○ % Rec. Líquida



Destaques

Despesas Operacionais

Investimentos em aquisição de novos clientes, aumento do nível de serviço, consolidação da Netshoes.

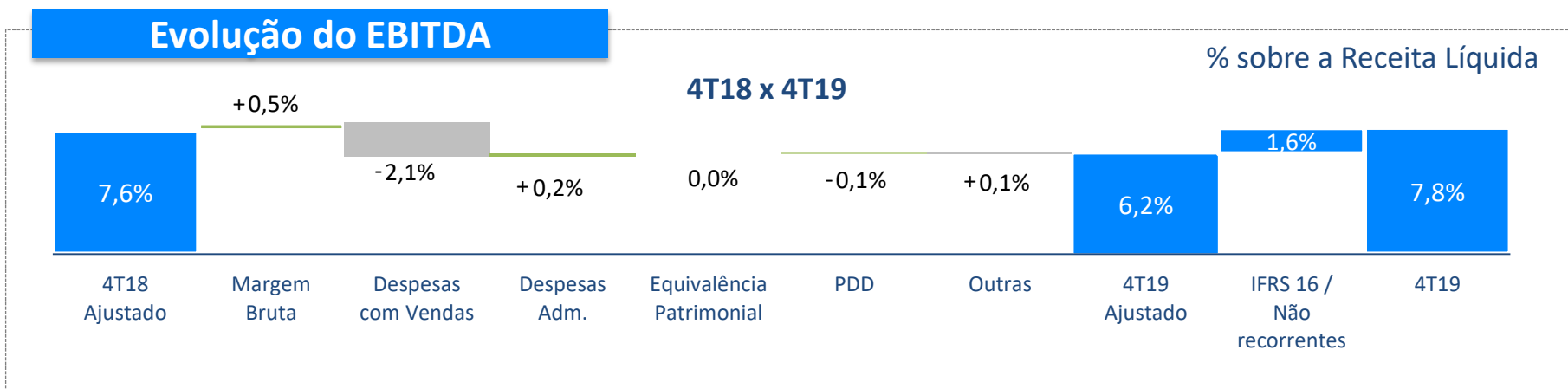
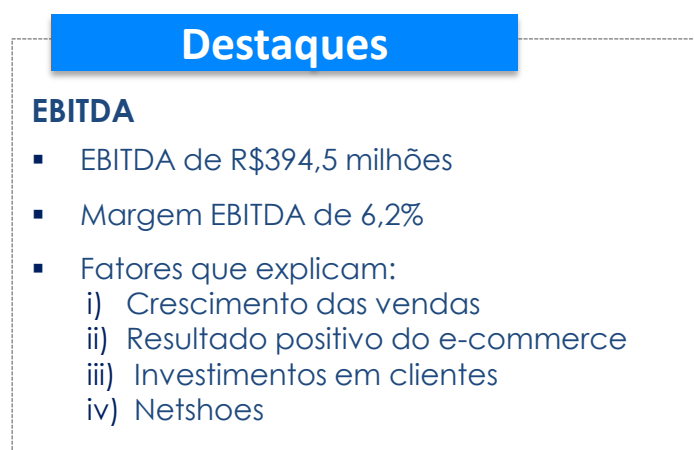
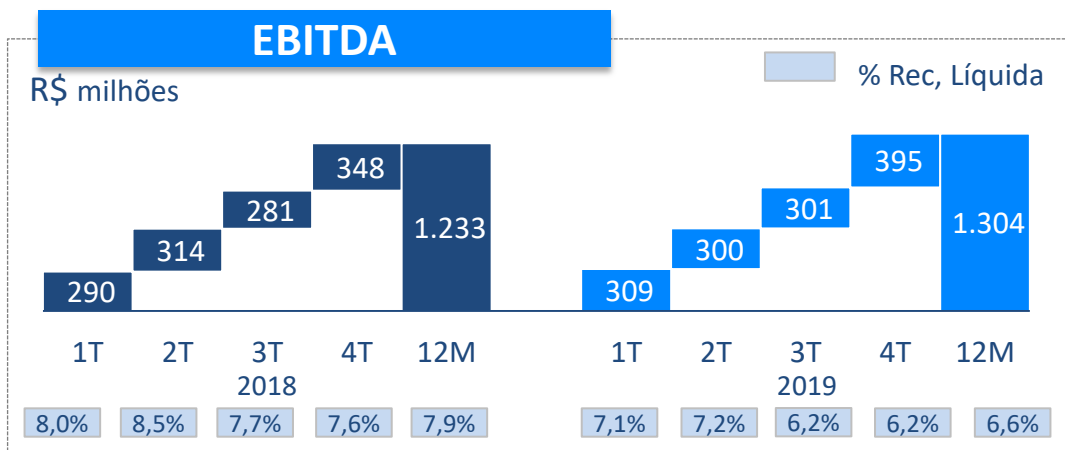
Estável como percentual das vendas totais (16,1% no 4T19)

Equivalência Patrimonial

Luizacred: R\$17,4 milhões

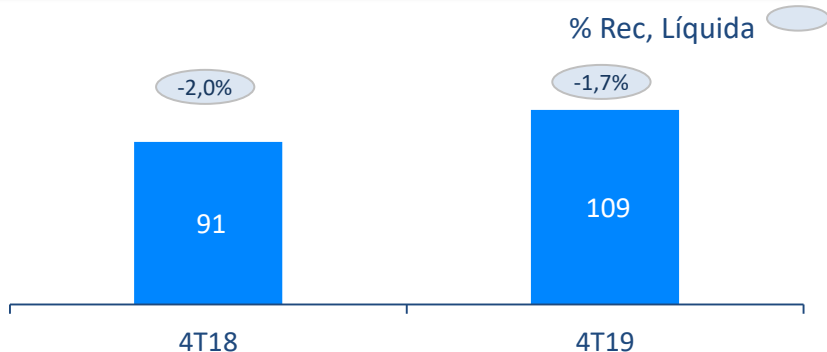
Luizaseg: R\$1,0 milhão

EBITDA – Ajustado

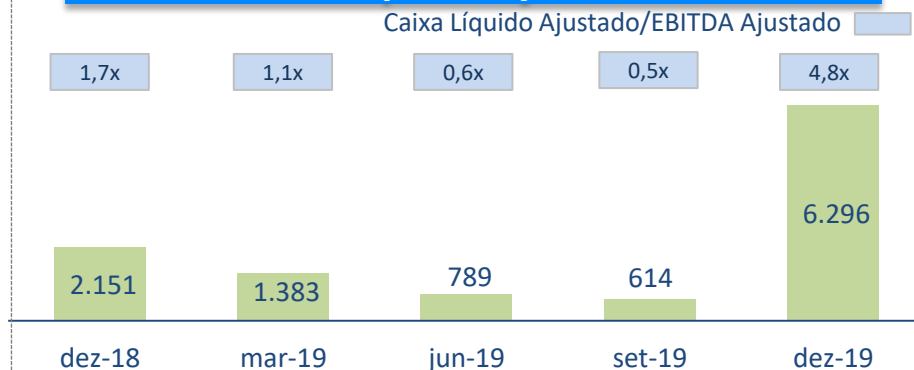


Resultado Financeiro e Capital de Giro

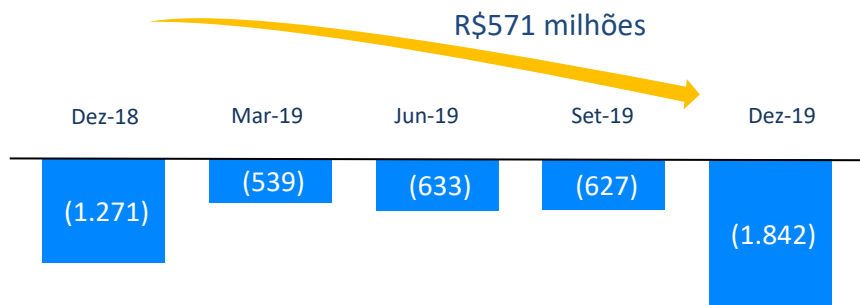
Resultado Financeiro – Ajustado



Caixa Líquido Ajustado **



Capital de Giro Ajustado



Destques

- **Resultado Financeiro**
Diluição de 0,3 p.p.
- **Capital de Giro**
Disciplina na gestão de capital de giro
- **Estrutura de Capital**
Variação no caixa líquido está relacionado com a Oferta de Ações (nov/19) e forte geração de caixa no período

** Ajustado pelos recebíveis de cartão de crédito

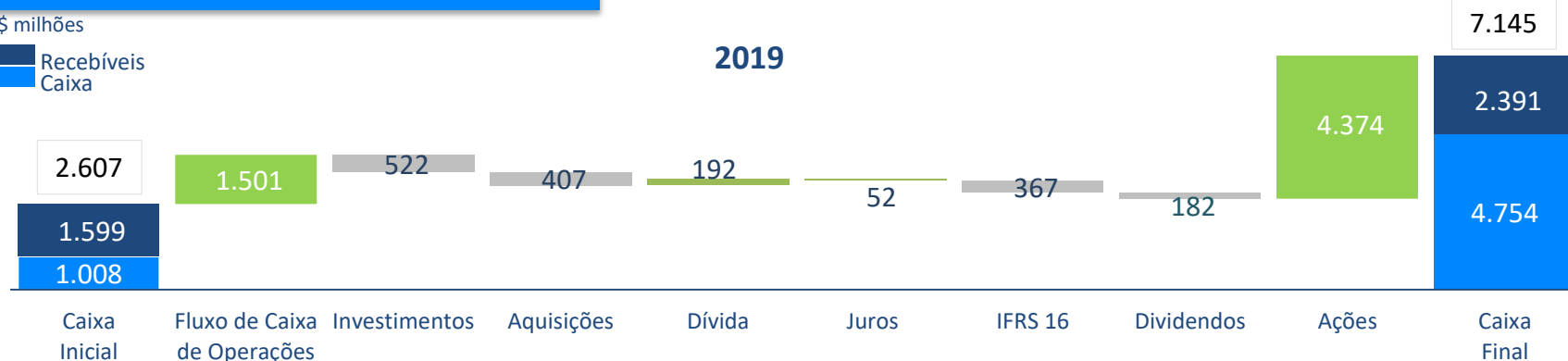
Fluxo de Caixa e Lucro Líquido

Fluxo de Caixa

R\$ milhões

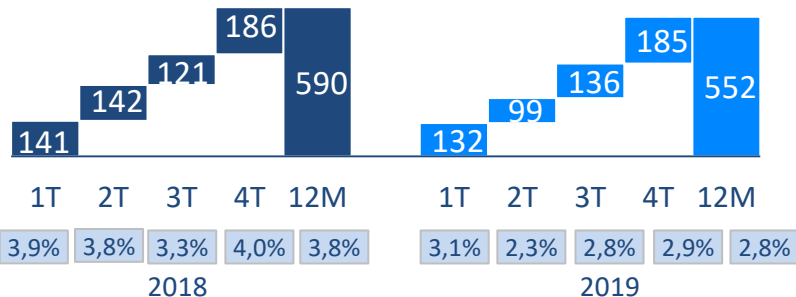
Recebíveis
Caixa

2019



Lucro Líquido Ajustado

Margem Líquida (%)



Destaques

Caixa Líquido

Posição total de caixa de R\$7,1 bilhões, sendo R\$ 4,7 bilhões em caixa e R\$ 2,4 bilhões em recebíveis de cartão de crédito

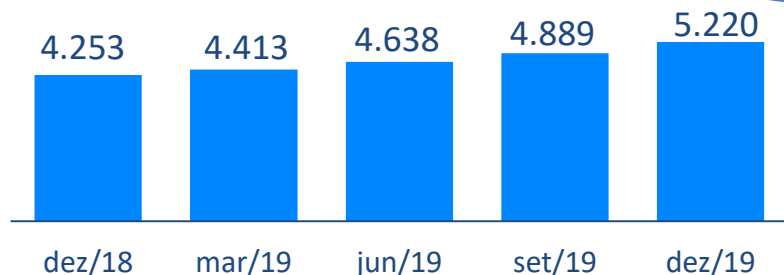
Lucro Líquido

Lucro líquido Ajustado de R\$185 milhões no 4T19

Luizacred

Base do Cartão Luiza

Milhares de cartões



App Cartão Luiza
+1 milhão
clientes

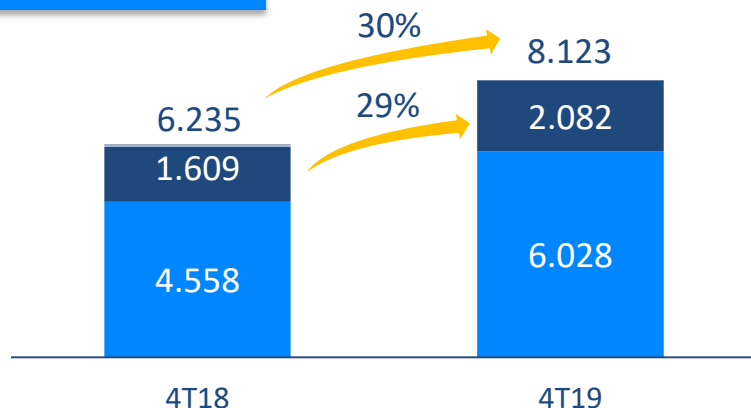
Destaques

- Cartão Luiza: clientes mais fiéis, maior recompra, ticket médio e frequência
- Crescimento da base do Cartão Luiza de 23% nos últimos 12 meses
- Crescimento líquido de 331 mil cartões no 4T19

Faturamento

R\$milhões

- EP
- CDC
- Cartão no ML
- Cartão Fora do ML

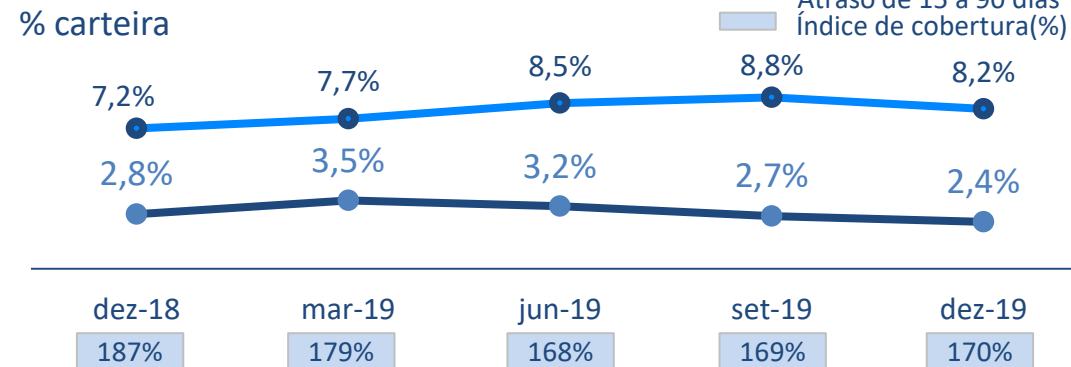


Destaques

- Aumento de 30% no faturamento total
- Aumento do Cartão Luiza dentro do ML em 29% e fora do ML em 32%
- Carteira de crédito alcançou R\$11,5 bilhões crescendo 37% nos últimos 12 meses

Luizacred – Lucro Líquido

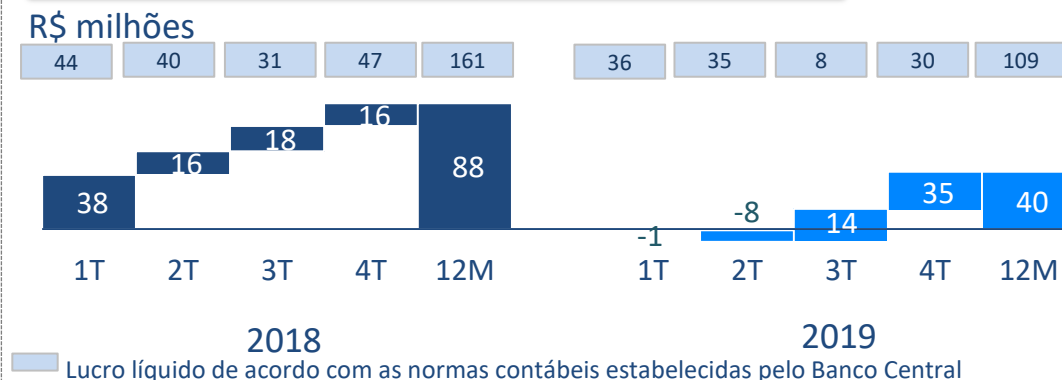
Visão Atraso



Destaques

- NPL 90 atingiu 8,2% da carteira total uma redução de 0,6 p.p. em relação a set/19
- Índice de cobertura da carteira foi de 170%
- NPL até 90 dias melhorou no 4T19 para 2,4%, melhor nível histórico

Lucro Líquido



Destaques

- Lucro líquido de R\$35 milhões em IFRS no 4T19

Investimentos e Objetivos 2020

Investimentos

Desdobramentos de projetos nas empresas adquiridas

- > Consultoria estratégica, rescisão de contratos e mudança do CD Netshoes

Clientes do cartão luiza e conta digital

- > Crescimento da base ativa e lançamento da conta digital

Eficiência logística

- > Aumento da frequência de abastecimento, expansão da capacidade e abertura de novos CDs e expansão de lojas (entrada em 2 novos UFs)

Desenvolvimento de novas tecnologias

- > Despesas para desenvolvimento de projetos no Magalu as a service (MaaS)

Integração Netshoes, Estante Virtual

- > 100% do Retira Loja, catálogo de SKUs único, eficiência na busca de produtos e integração dos Apps

Aumento da frequência de compras

- > Fidelização de base ativa de clientes e aumento da relevância do SuperApp Magalu

Redução do prazo de entrega

- > Roll-out do Magalu Entregas no modelo cross docking e retira loja para 3P, roll-out de parcerias

Fomento do ecossistema Magalu

- > Roll-out do Magalu Pagamentos, aumento da base de sellers e da base instalada do SuperApp

Objetivos



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.