



magalu

# Teleconferência de Resultados 1T23

16 de Maio de 2023

Esta teleconferência possui tradução simultânea. Para acessar, basta clicar no botão Interpretação através do ícone do globo na parte inferior da tela.

O Release de Resultados e a Apresentação, versões português e inglês, estão disponíveis para download no site de RI: [ri.magazineluiza.com.br](http://ri.magazineluiza.com.br)

A apresentação em inglês também está disponível no link enviado no chat.

---

This conference call has simultaneous translation.

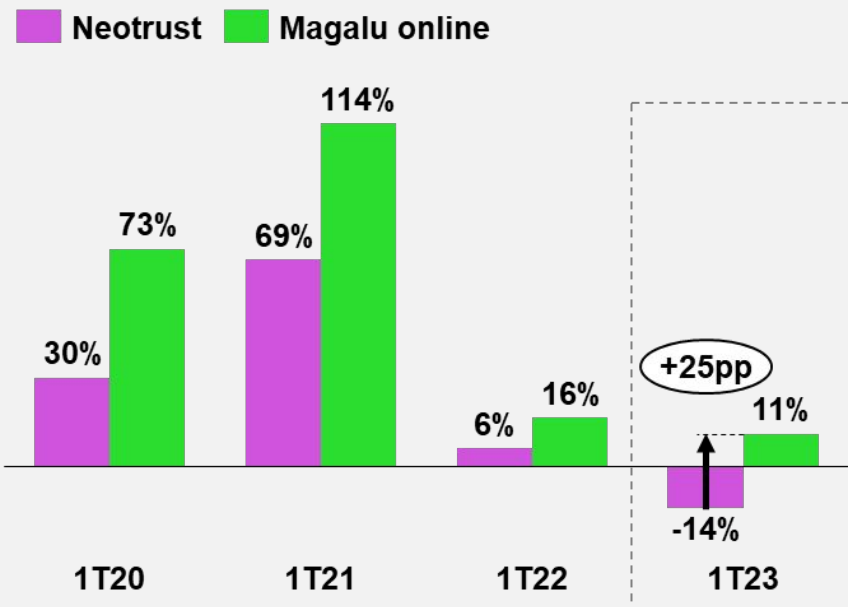
To gain access, please click the Interpretation button on the globe icon at the bottom of the screen.

The Earnings Release and the Presentation, Portuguese and English versions, are available for download on the Investor Relations website: [ri.magazineluiza.com.br](http://ri.magazineluiza.com.br)

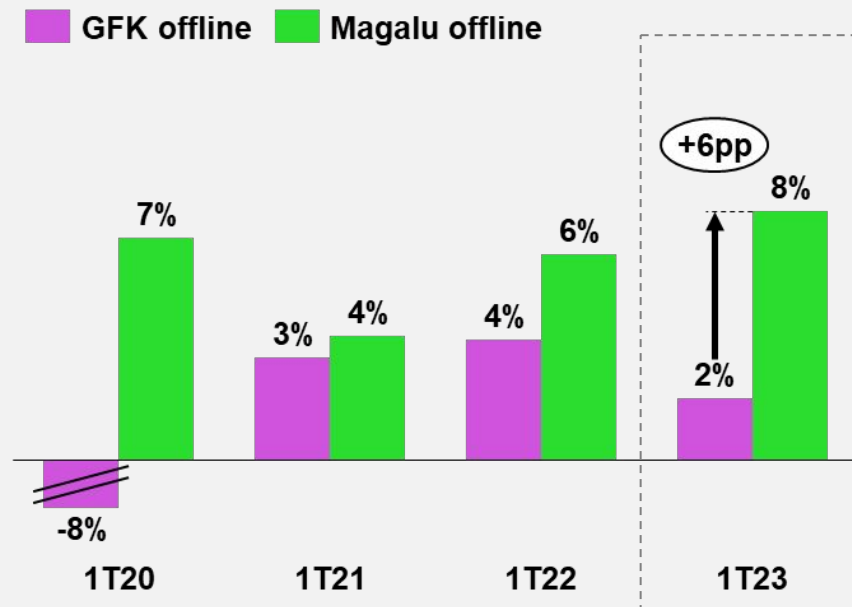
The presentation in English is also available on the link sent in the chat.

# O Magalu cresceu acima do mercado em todos os canais: **25 p.p. a mais no online e 6 p.p. no offline**

**Crescimento YoY Mercado online vs Magalu online [%]**

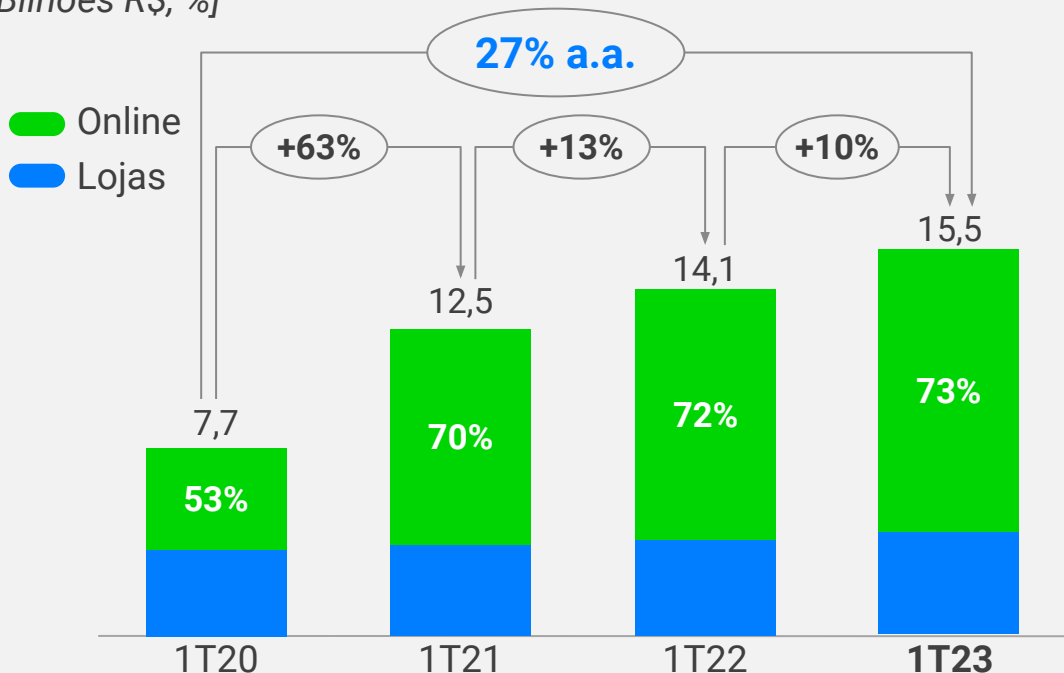


**Crescimento YoY Mercado offline vs Magalu offline [%]**



As Vendas Totais foram de **R\$ 15,5 bilhões** no 1T23, **com crescimento médio de 27%** nos últimos 3 anos

**Evolução das vendas totais**  
[Bilhões R\$; %]



**Crescimento de vendas em todos os canais no 1T23**

**10%**

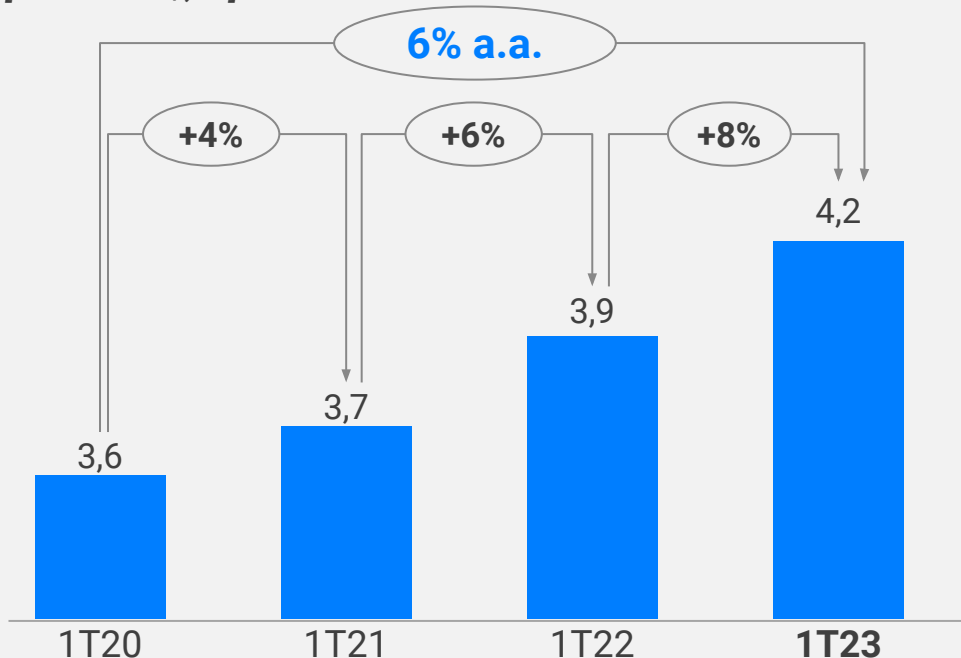
**Crescimento das Vendas Totais**  
[1T23 - 1T22]

**Atingimos o maior nível de market share em toda a história do Magalu**



# O Magalu ganhou 1,0 p.p. de market share nas Lojas Físicas, atingindo R\$ 4,2 bilhões em vendas no 1T23

**Evolução das vendas em lojas físicas**  
[Bilhões R\$; %]



## 8%

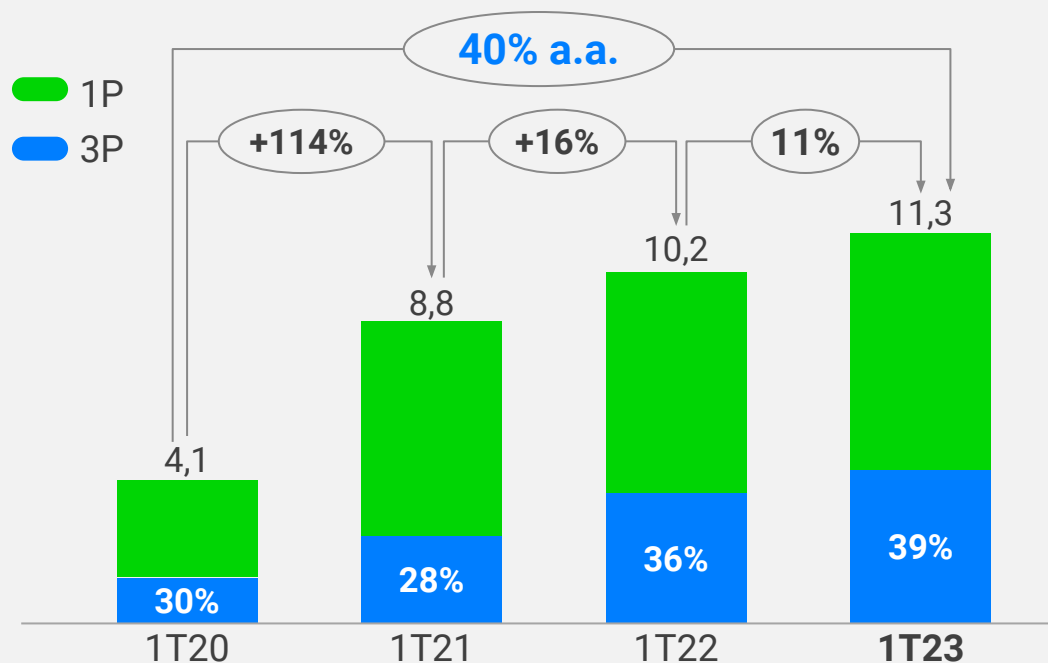
**Crescimento das Lojas Físicas**  
[1T23 - 1T22]

## 1,0 pp

**Ganho de Market Share**  
[1T23 vs 1T22; GFK]

Nos últimos três anos, nosso **e-commerce cresceu em média 40% ao ano**, atingindo **R\$11,3 bilhões** em vendas no 1T23

**Evolução das vendas online**  
[Bilhões R\$; %]



**11%**

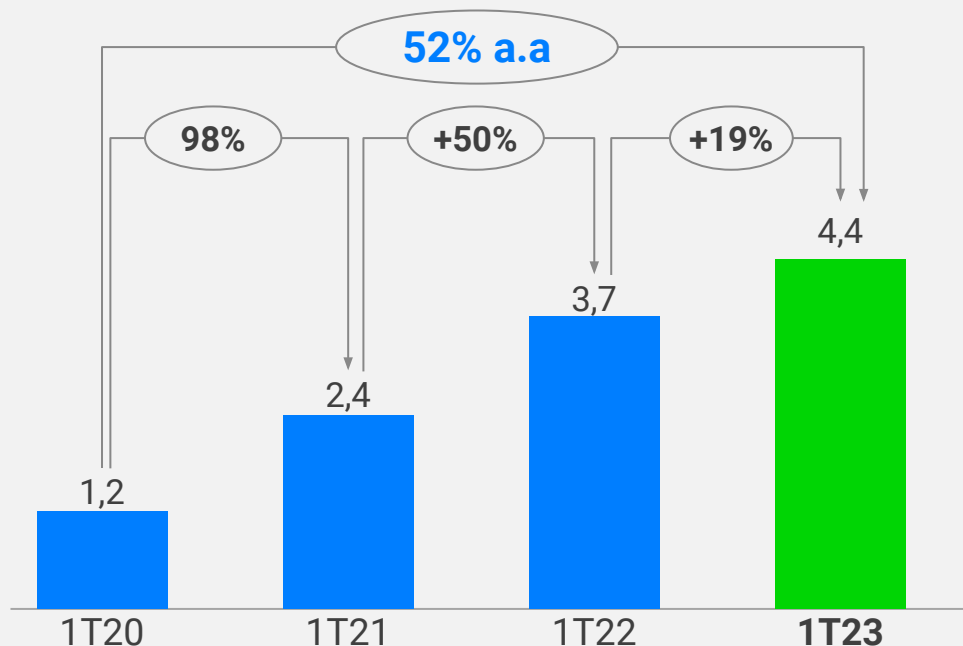
**Crescimento nas Vendas Online**  
[1T23 - 1T22]

**6 p.p. ganho de market share**

**Recuo de 14% no mercado online no Brasil**  
[1T23 vs 1T22; Neotrust]

Nos últimos três anos, nosso **marketplace** cresceu em média **52% ao ano**, atingindo **R\$4,4 bilhões** em vendas no 1T23

**Evolução das vendas do Marketplace**  
[Bilhões R\$; %]



**52%**

Crescimento anual médio de 3 anos do Marketplace  
[1T23 - 1T20]

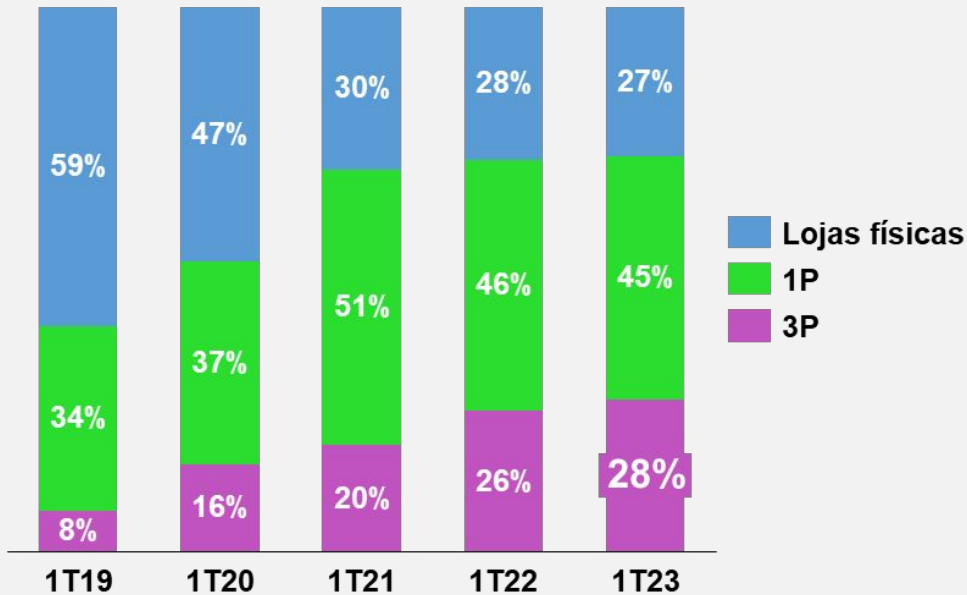
**19%**

Crescimento nas Vendas do Marketplace  
[1T23 - 1T22]

**Aumento nas comissões do marketplace,**  
impulsionando a rentabilidade e sem  
impactar as vendas

# O marketplace atingiu o marco histórico no Magalu, **superando pela primeira vez as vendas das lojas físicas em trimestre**

**Participação das vendas por canal**  
[% GMV; 1T19-1T23]



**28%**

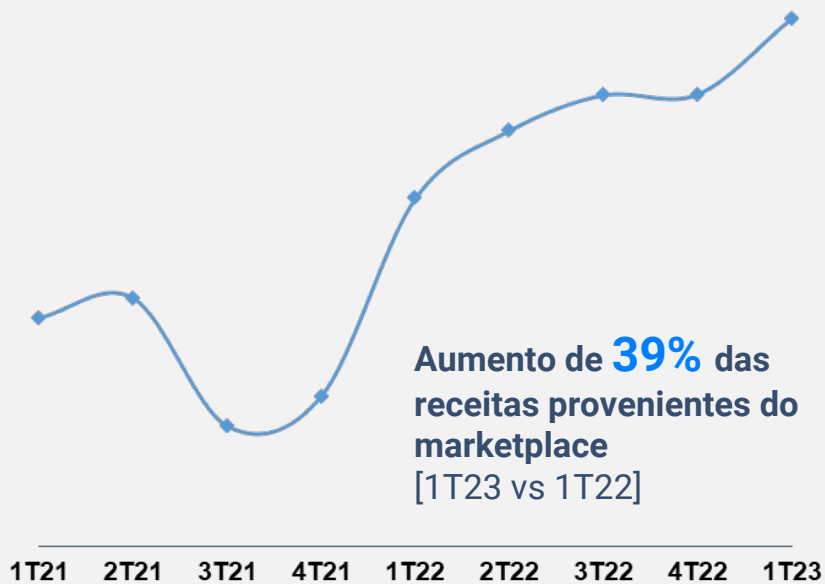
Participação do 3P nas vendas totais [%; 1T23]

**39%**

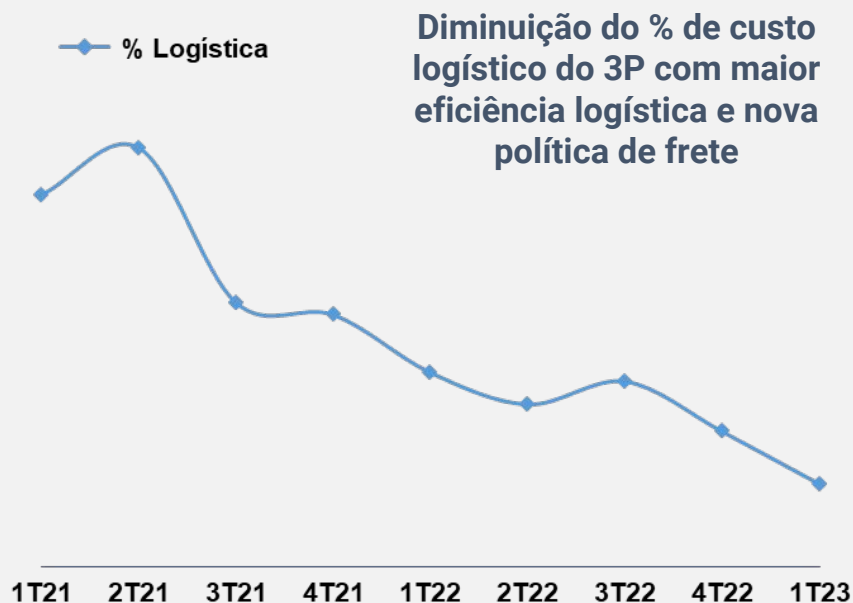
Participação do 3P nas vendas online [%; 1T23]

# Além da evolução nas vendas, continuamos ampliando de forma significativa a **rentabilidade do nosso marketplace**

**Evolução da comissão 3P**  
[% GMV; 2021-1T23]



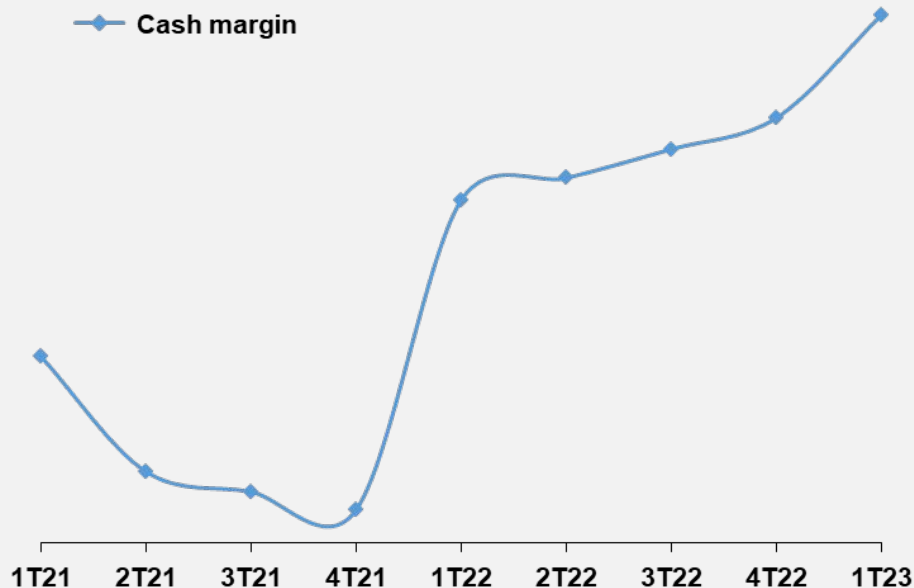
**Evolução do % custos logísticos no 3P**  
[% GMV; 2021-1T23]





# A melhoria na margem de contribuição foi resultado da evolução dos ajustes de comissão e também na eficiência dos custos

**Evolução da margem de contribuição no 3P**  
[% GMV; 2021-1T23]



O marketplace é o canal que mais cresce e o que apresenta melhor rentabilidade

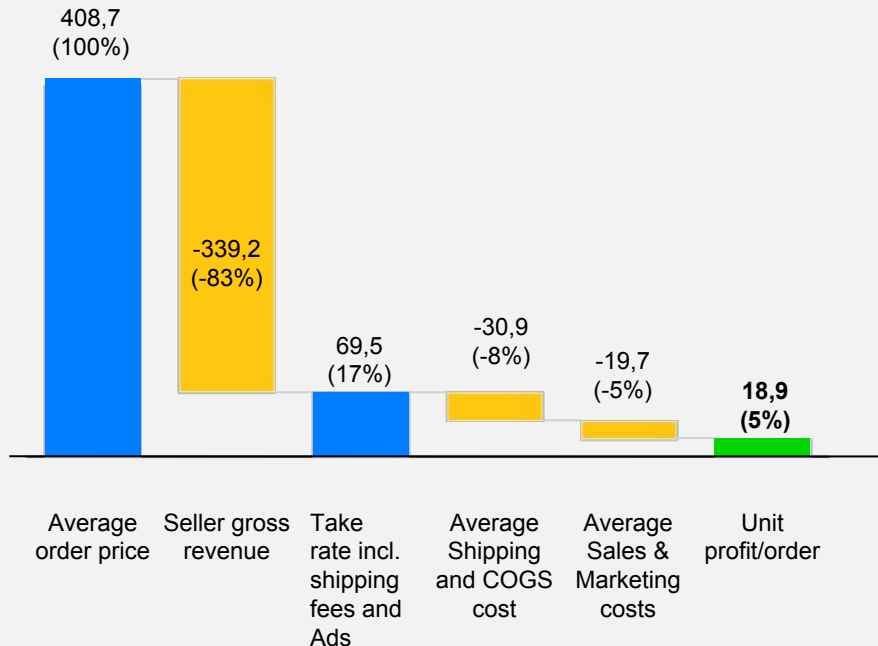
Maior eficiência nas despesas de marketing

Aumento das taxas de comissões e definição de políticas de incentivos

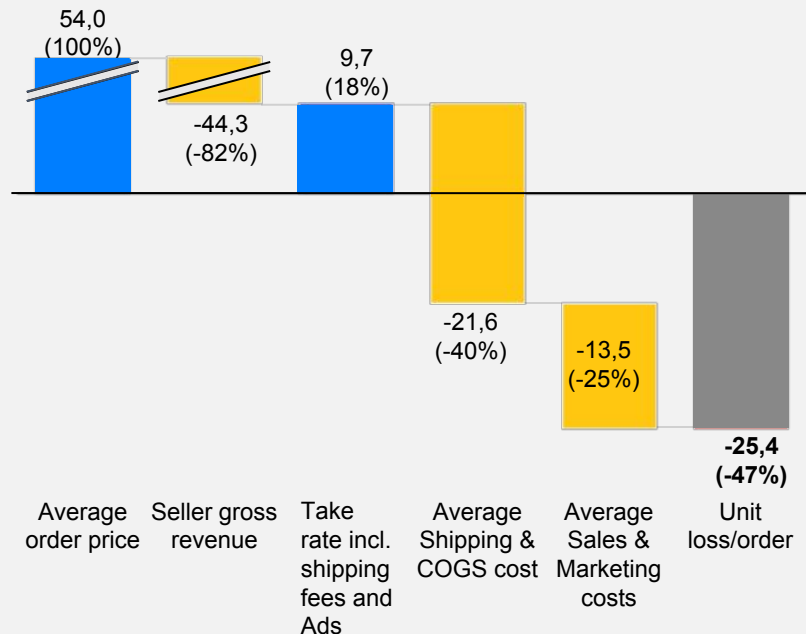
# A estratégia de categorias de **tickets maiores** contribuem com **unit economics** mais positivo para rentabilidade

## Unit economics [R\$ / pedido]

### Plataforma multicanal de ticket alto



### Plataformas online de ticket baixo

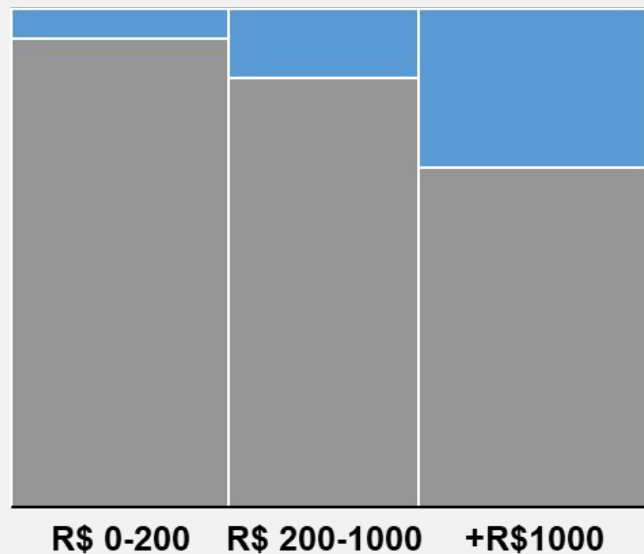


# Nossa estratégia de famílias tem resultado em ganho de market share, principalmente onde nos propusemos a crescer

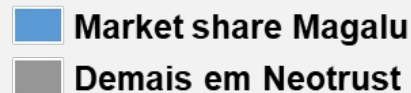
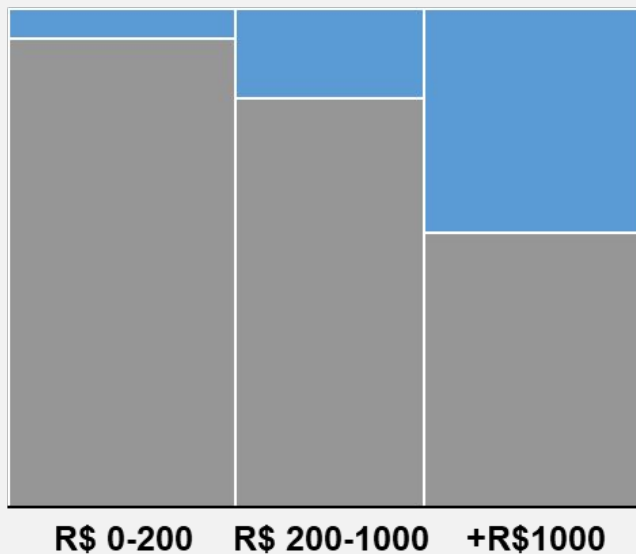
## Participação do Magalu no mercado online por faixa de ticket médio

[%; 1T22 vs 1T23]

### Mercado online 1T22



### Mercado online 1T23



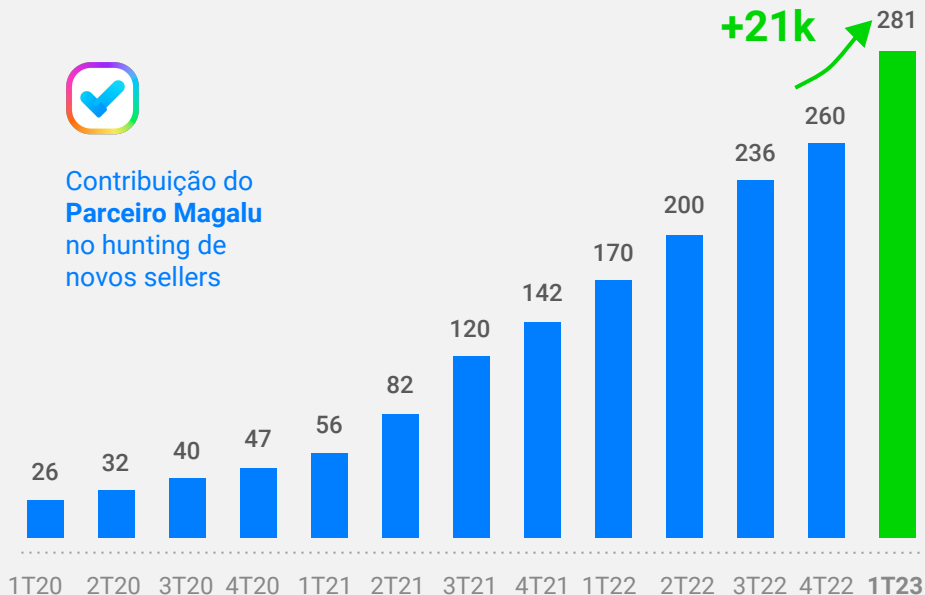
## Continuamos evoluindo na atração de sellers do marketplace

**21 mil novos sellers** passaram a fazer parte da plataforma no 1T23, chegando a marca dos **281 mil sellers**

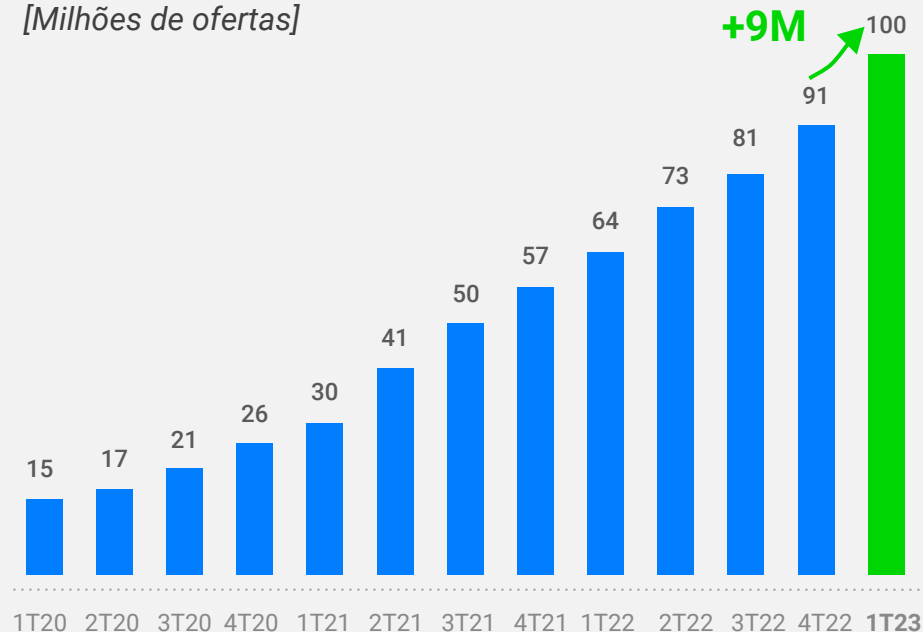
**Evolução da quantidade de sellers**  
[‘000 sellers; publicados]



Contribuição do  
**Parceiro Magalu**  
no hunting de  
novos sellers



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



Oferecemos a melhor **proposta de valor** para cada tipo de seller, alinhada à nossa estratégia de **rentabilidade e crescimento do Magalu**

**Grandes Sellers**

**Melhoria da rentabilidade**

*Tráfego, Parcerias em campanhas*

**Sellers Médios**

**Foco de crescimento**

*Fulfillment multicanal, Integração das operações 1P e 3P; aumento em +5x nos sellers assistidos*

**Sellers Pequenos, Hiperlocais**



**Maior diversificação geográfica e de categorias**

*Apoio das lojas físicas, melhores condições de taxas; plataforma digital*



## Funcionalidades da Loja para o Marketplace

### Agência Magalu

**+577**

Agências Magalu  
habilitadas para  
drop-off

**70k**

Sellers utilizando as  
lojas como agência

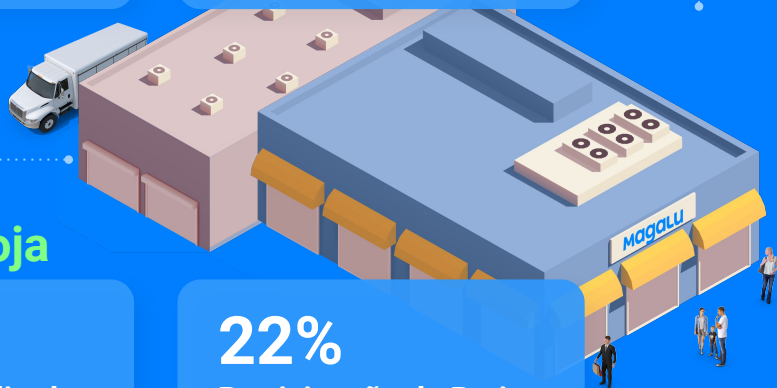
### Retira Loja

**+1k**

Lojas habilitadas  
para Retira Loja  
do 3P

**22%**

Participação de Retira  
Loja 3P em pedidos no  
Marketplace

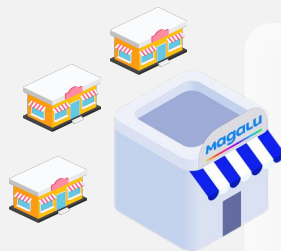
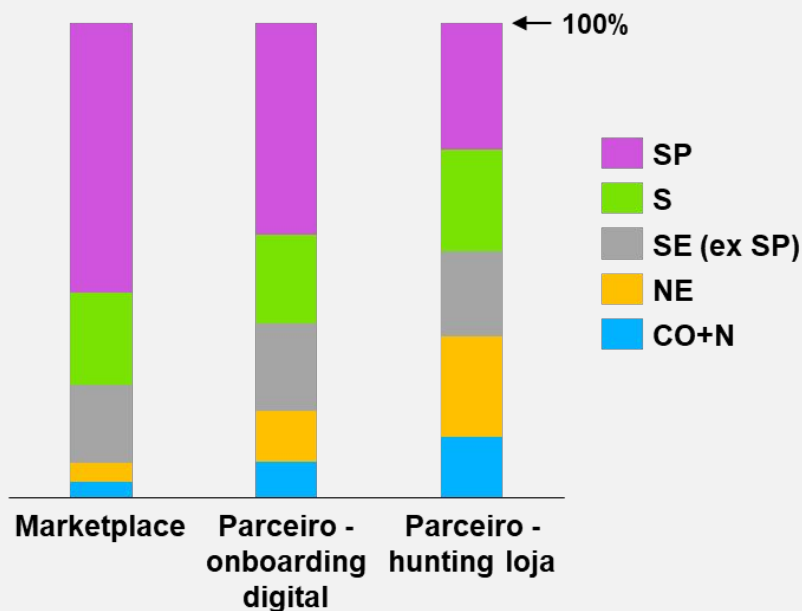


As **lojas físicas** exercem papel fundamental em tornar o marketplace multicanal, entregando **o melhor serviço aos nossos parceiros**

# As lojas físicas desempenham papel fundamental na entrada de Parceiros Magalu e na diversificação da plataforma

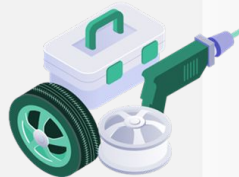
## Participação de sellers por região

[% total de sellers por entrada do seller]



**+55%**

do volume de Parceiros Magalu foram prospectados pelas lojas físicas



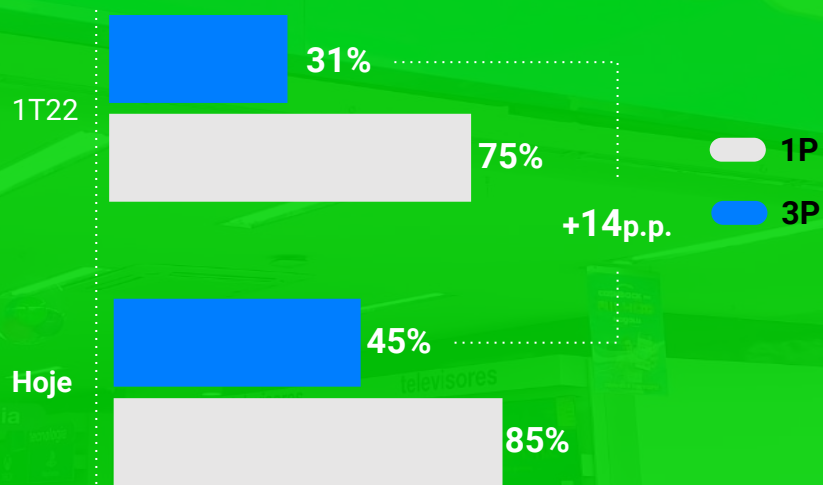
**+80%**

dos Parceiros Magalu vendem categorias de cauda

## Aumento da taxa de conversão do 3P ao expandir a oferta da logística própria, elevando o nível de serviço e diminuindo os prazos de entrega

**80%** dos pedidos 3P passam pelo **Magalu Entregas**

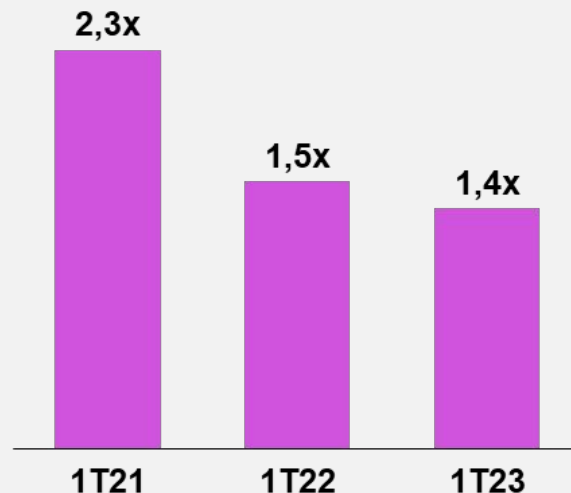
*Pedidos Magalu Entregas entregues em até 48h*



Já estamos observando resultados na conversão 3P, fruto do trabalho de fechamento do gap de performance entre nosso 1P e 3P

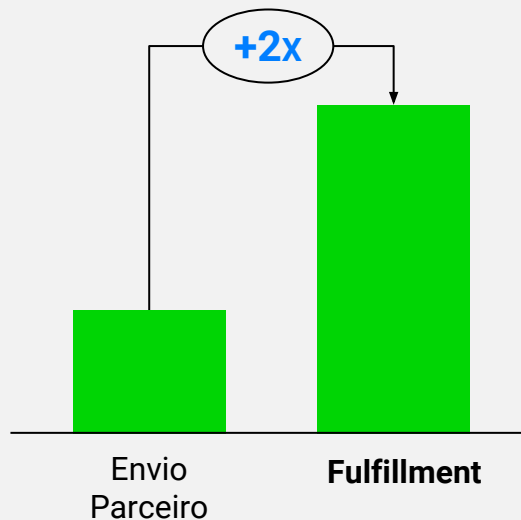
### Gap de conversão

[Conversão 1P/Conversão 3P; 1T21-1T23]



# As lojas físicas desempenham papel fundamental na entrada de Parceiros Magalu e na diversificação da plataforma

Conversão fulfillment vs Envio próprio de sellers  
[x; 1T23]



**6 CDs**

Funcionando como fulfillment



**+30%** entregues em **24 hrs**

% pedidos faturados



**+1.200** sellers no fulfillment

# sellers com estoque

# Empresas parceiras em processo de melhor aproveitamento de sinergias

## Soluções no ecossistema

**MAGALU**

**NETSHOES**

**ZATTINI**

**ÉPOCA**  
COSMÉTICOS - PERFUMARIA

**estante virtual**

**KAByM**  
www.kabym.com.br

**aiqrome**

	Logística (1P)	✓	✓	✓		na	✓	na
	Logística (3P)	✓	✓	✓	na		✓	✓
	Serviços financeiros	✓	✓	✓	✓	✓		
	Busca e recomendação	✓	✓	✓	✓			✓
	Direct to Consumer	✓	✓	✓	na	na	na	na
	Luiza Resolve	✓	✓	✓	✓	✓		✓
	Backoffice	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Conteúdo e ads	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Magalu Ads (Plataforma)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

 **Integrado**

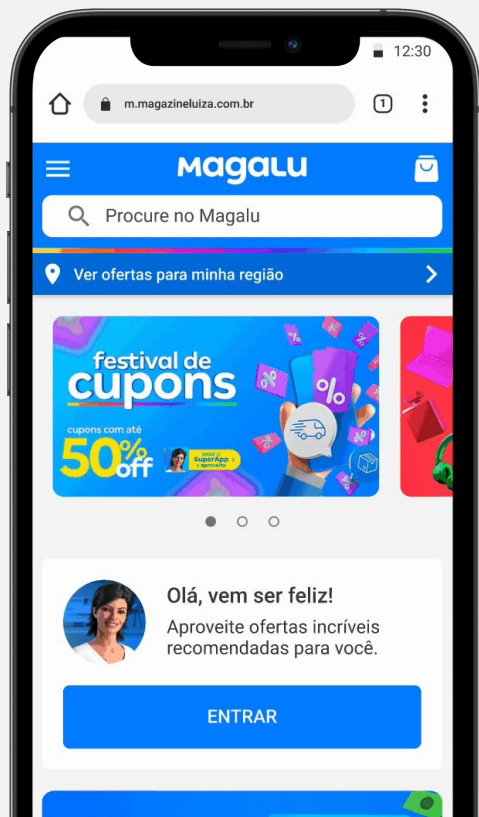
 **Parcialmente integrado**

 **Em desenvolvimento**

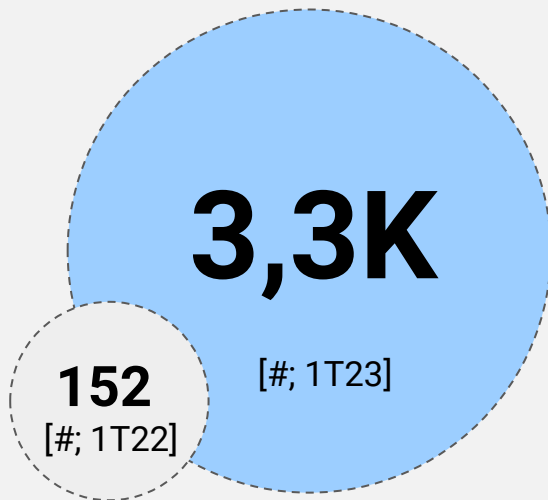
**na - não aplicável**



O Magalu Ads aumenta a monetização e rentabilidade da nossa operação, além de contribuir para que os sellers tenham mais visibilidade para seu sortimento



**Sellers anunciantes ativos**  
[# sellers]



A receita na Plataforma de produtos patrocinados  
**QUADRUPLICOU**  
[1T23 vs 1T22]

**10k** campanhas criadas no trimestre [#; 1T23]

O Magalu tem intensificado sua presença na plataforma de seguros, cujo portfólio gerou R\$1,3 bilhão em 2022



Extensão da parceria com a Cardif até 2033

## R\$850 mi

a receber pela celebração do novo contrato

- + manutenção das comissões atuais
- + **profit sharing** conforme o cumprimento de metas

Venda da participação da Luizaseg

## R\$160 mi

Simplificação para a estrutura organizacional e maior eficiência operacional



garantia estendida de produtos



seguros para roubo e furto



compra segura



casa protegida



cartão protegidos

+ **novos produtos com foco no digital**

# Total de R\$1 bilhão

# Destques Financeiros

---



magalu

## Destques Financeiros - 1T23

**11%** Crescimento do E-commerce

**R\$15,5** Bilhões em Vendas Totais  
(10% de crescimento)

**19%** Crescimento do 3P

**27,3%** Margem Bruta  
(vs 27,8% de margem no 1T22)

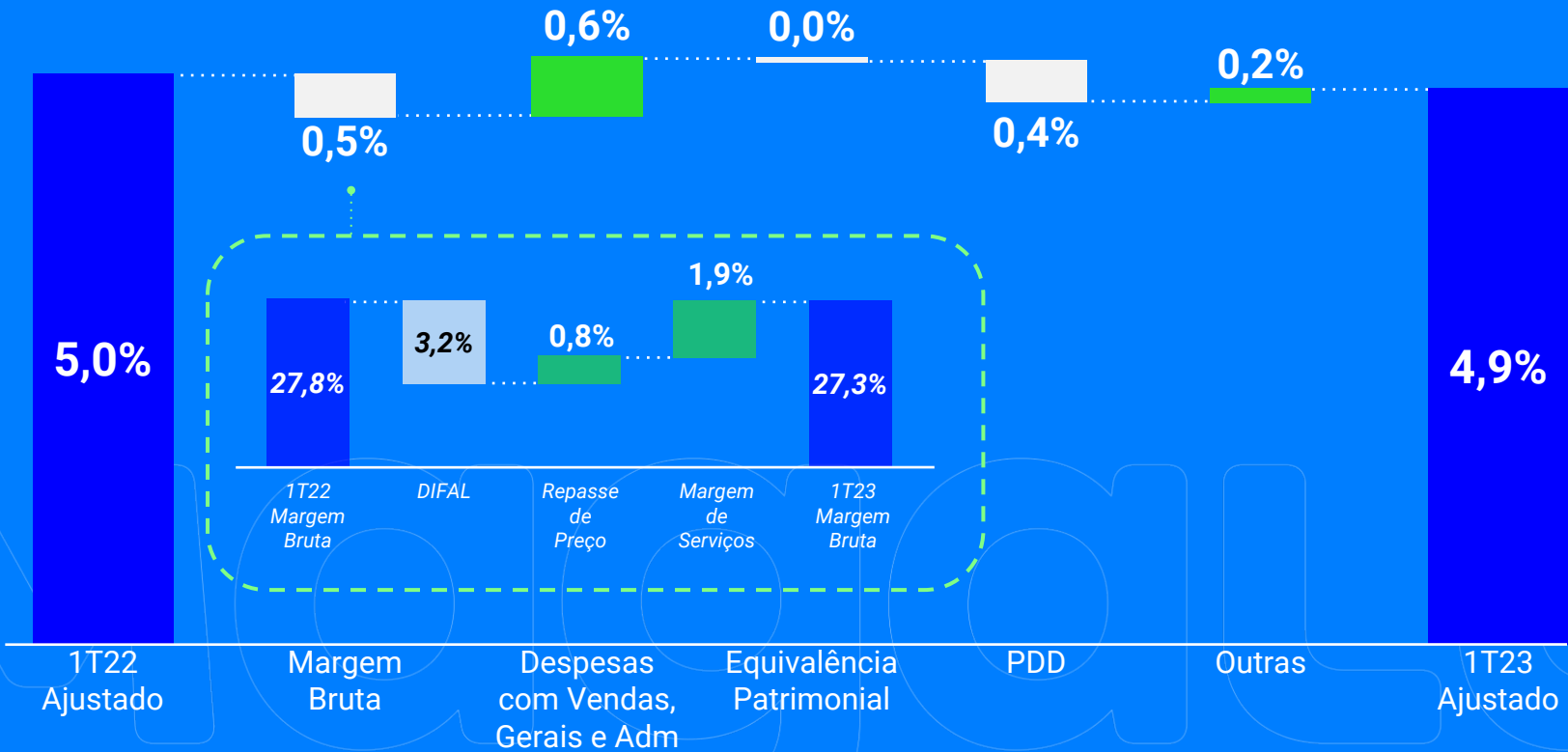
**6%** Crescimento do 1P

**R\$448** Milhões EBITDA Ajustado  
(4,9% de margem)

**8%** Crescimento nas Vendas Lojas Físicas

**-R\$309** Milhões Resultado Líquido Ajustado  
(-3,4% de margem)

# Evolução da Margem EBITDA Ajustada

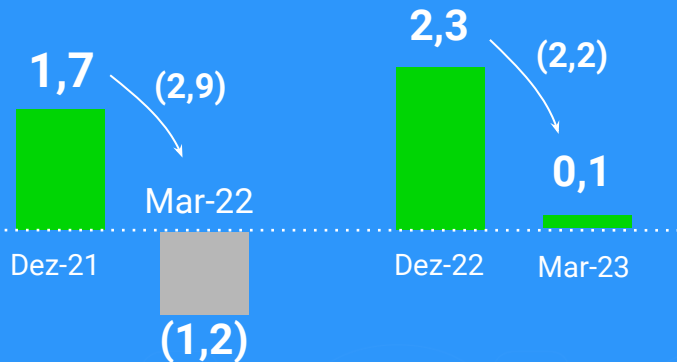




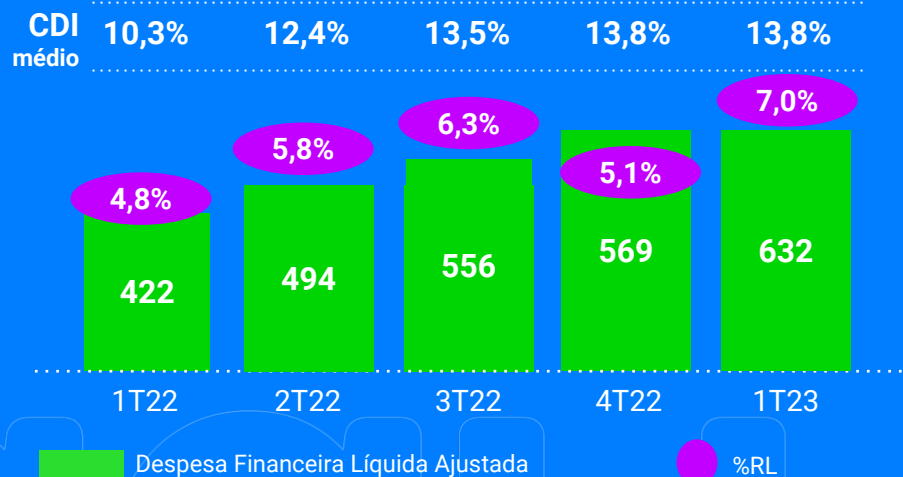
# Evolução do Capital de Giro, com expressiva redução dos estoques

Despesa financeira influenciada pela sazonalidade no pagamento de fornecedores

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



## Despesa Financeira Líquida Ajustada (R\$ milhões)



### Melhora no Capital de Giro

redução de R\$500 milhões em estoques

### PIX e venda à vista no e-commerce

aumentaram +11 p.p.

### Novo acordo com a Cardif fechado em mai/23,

incrementará o caixa em R\$1 bilhão

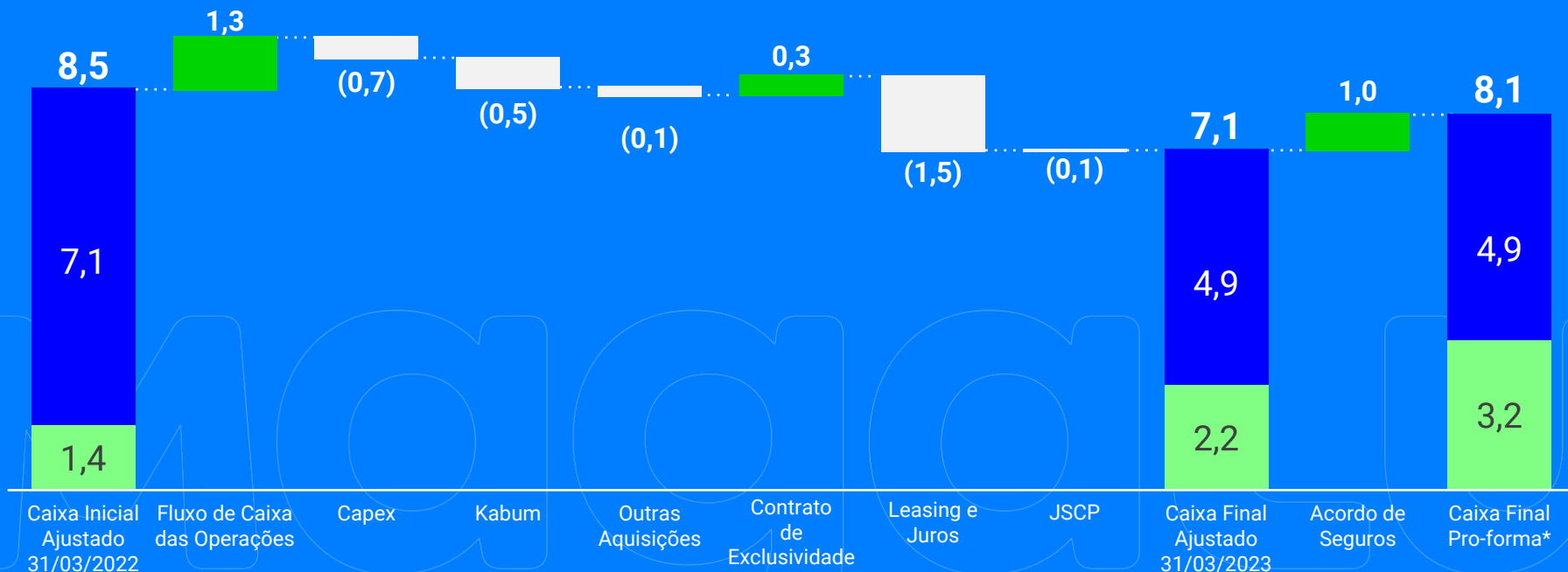
# Fluxo de Caixa - últimos 12 meses

## Geração de R\$1,3 bilhão nas operações

Fluxo de Caixa LTM (R\$ bilhões)

\*Pro-forma, considerando o ganho de R\$1 bilhão com o acordo de seguros

Recebíveis Caixa

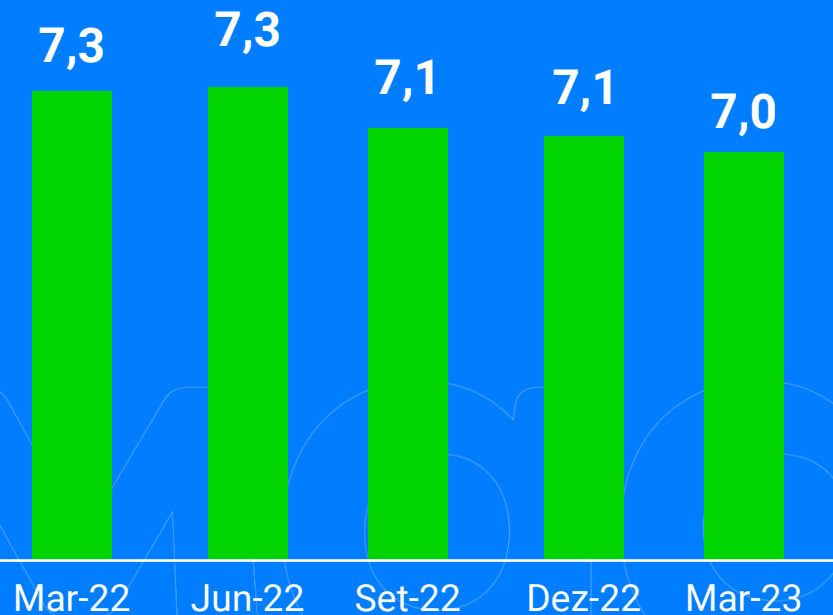


# Luizacred

Crescimento de 10% no TPV de cartões, atingindo **R\$13,6 bilhões** e alcançando **R\$20,2 bilhões** em carteira de crédito

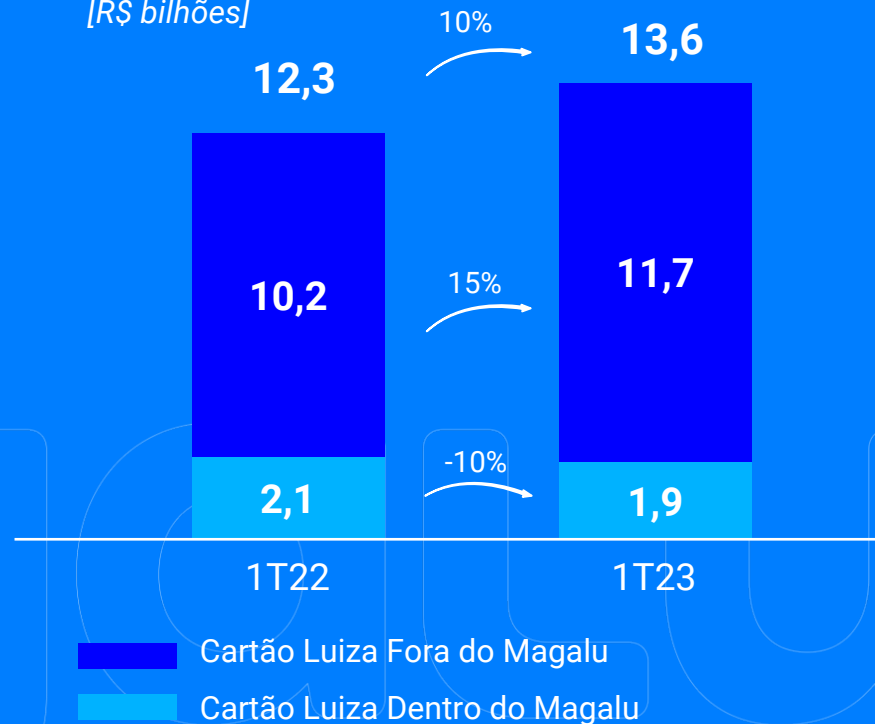


## Evolução da Base do Cartão Luiza



## Faturamento - TPV

[R\$ bilhões]

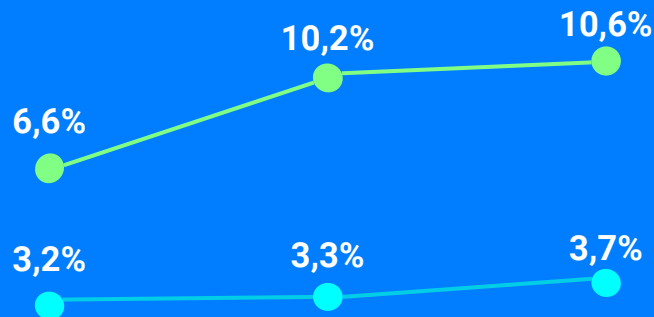


# Luizacred

As receitas cresceram 18%, atingindo a marca de R\$1,1 bilhão

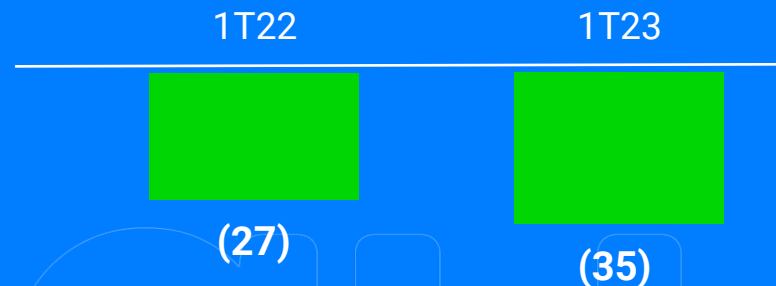
Variação da inadimplência em função da sazonalidade

## Abertura da Carteira (%)



## Lucro Líquido

[R\$ milhões]



Mar-22

173%

Dez-22

140%

Mar-23

141%

NPL 15-90

NPL > 90

Cobertura (%)

Lucro em IFRS

# E também oferecemos diversos serviços financeiros para os **sellers do marketplace**



**R\$10 Bi**  
TPV no 1T23



**Tap  
MagaluPay**

Transforma o celular em uma maquininha, permitindo o pagamento por aproximação

**Destaque**

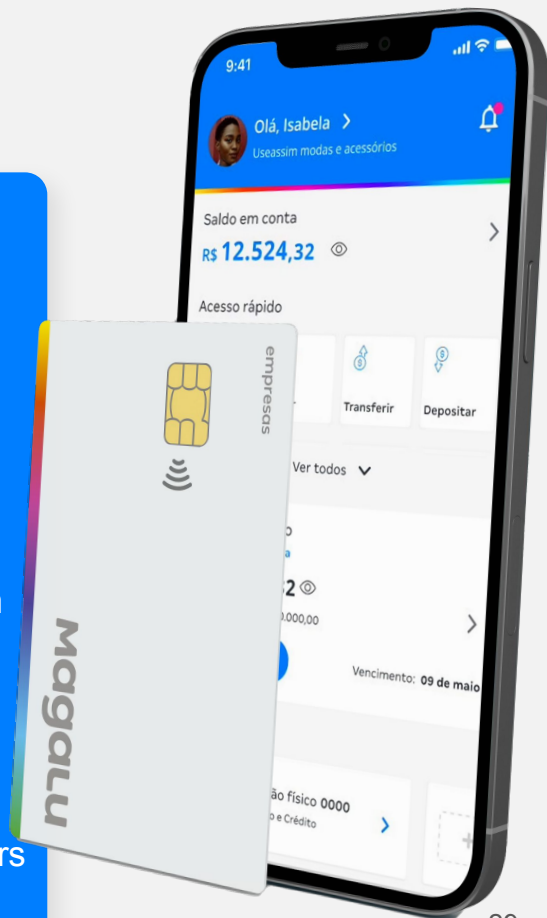
**magalupay**  
empresas



**+26k**  
empreendedores já aderiram à Conta Digital



**+R\$300 Mi**  
TPV na conta digital de sellers no 1T23



magalu

# Ecosistema Magalu



fintech.  
magalu

VIP  
COMMERCE

Magaluads

magalupay

parceiro  
MAGALU

CONSÓRCIO  
MAGALU

stoa

com  
school

luizaCRED

SmartHint

HUBSALES

luizaseg

grand  
chef

bit55

magalu  
Entregas

Canaltech

logbee

NETSHOES

KaBum!>>

STEAL  
THE  
LOOK

aiqfome

GFL

ZATTINI

tonolucro plus

shoestock

estante  
virtual

LOVEN  
TELO

Sinclog

ÉPOCA  
COSMÉTICOS - PERFUMARIA

SODE  
SOLUÇÕES DE ENTREGA

# 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.