

2T22: Posição de Caixa total de R\$9,0 bilhões e R\$1,3 bilhão de geração de caixa operacional. O marketplace supera a marca de 200 mil sellers.**MGLU**
B3 LISTED NM

O Magalu encerrou o trimestre com uma **posição de caixa total de R\$9 bilhões**, cerca de R\$500 milhões maior que em março deste ano, em função da geração de caixa no trimestre.

A **geração de caixa operacional foi de R\$1,3 bilhão** no trimestre, reflexo principalmente da evolução do capital de giro, com redução sequencial dos níveis de estoque e aumento do saldo de fornecedores.

O Marketplace do Magalu atingiu a marca de **200 mil sellers e 73 milhões de ofertas** disponíveis para venda. Em um ano, foram mais de 118 mil novos sellers na plataforma, a maioria deles conectada pelo **Parceiro Magalu**, que agora acelera ainda mais com a **Caravana Magalu**.

Um Marketplace verdadeiramente multicanal. Já são mais de **18 mil sellers utilizando a Agência Magalu** para o *drop-off* dos seus itens e em **17% dos pedidos do Marketplace o cliente escolhe retirar em uma das mais de 1.100 lojas habilitadas**.

40% das entregas do 3P foram realizadas em até 48 horas. **O Magalu lançou sua operação de fulfillment, totalmente integrado à sua operação com estoque próprio (1P)**, alavancando seus ativos logísticos já existentes. Os sellers do marketplace poderão acelerar ainda mais a velocidade das suas entregas, combinando alto nível de serviço com custos menores.

As vendas totais do Magalu atingiram **R\$14 bilhões no 2T22**, 1% maior que em 2021. **Nos últimos três anos -- excluindo os efeitos de base de comparação causados pelas oscilações da pandemia -- o crescimento médio anual foi de 34%**.

O **E-commerce atingiu mais de R\$10 bilhões em vendas** no trimestre, crescendo 2% no 2T22 e com **crescimento médio anual de 61% nos últimos três anos**.

As vendas do Marketplace totalizaram cerca de R\$3,6 bilhões no trimestre, um crescimento de 22% comparado ao mesmo período do ano anterior, e representaram **36% das vendas online**. Nos últimos três anos, o **Marketplace do Magalu apresentou um crescimento médio anual de 84%**.

A **expansão do Marketplace é ainda mais acelerada nas novas categorias**. No 2T22, as vendas de itens de novas categorias, como moda, casa e jardim, esporte, beleza e acessórios automotivos, cresceram mais que o dobro das categorias tradicionais. Nesse trimestre, **as categorias de moda e beleza cresceram 88% e 75%** respectivamente no Marketplace do Magalu.

Nas lojas físicas, as vendas foram de R\$4 bilhões no trimestre, estáveis versus 2T21 e apresentando um crescimento médio anual de 5% nos últimos três anos.

Significativa evolução das margens operacionais no trimestre. A margem EBITDA ajustada foi de 5,7% no período, apresentando um aumento de 0,7 p.p. comparada ao mesmo trimestre do ano anterior e 3,2 p.p. maior que no quarto trimestre de 2021. **Essa é a maior margem EBITDA trimestral desde 2020**.

No **MagaluAds**, a receita no segundo trimestre dobrou comparada ao mesmo período de 2021. Destaque para o **autosserviço na criação de campanhas** e para a **ampliação da exibição dos produtos patrocinados nas buscas** realizadas pelos clientes dentro do SuperApp.

A **Fintech do Magalu cresceu 67% no trimestre**, atingindo **R\$22 bilhões em TPV**. Destaque para o crescimento de 42% no TPV de cartão de crédito, que atingiu **o maior faturamento trimestral da história com cerca de R\$14 bilhões no 2T22** -- são mais 7 milhões cartões de crédito emitidos e aproximadamente R\$20 bilhões em carteira de crédito.

2T22 em números

Principais números consolidados do Ecosistema Magalu

R\$14 bilhões
vendas totais

+1% comparado ao 2T21
+34% crescimento médio em 3 anos

38 milhões MAU
(Usuários Ativos Mensais nos aplicativos)

37 milhões
clientes ativos

R\$10 bilhões vendas
no e-commerce

+2% comparado a 2T21
+61% crescimento médio em 3 anos

R\$1,3 bilhão
Geração de Caixa Operacional
(Ajustado)

1.429 Lojas Físicas
em 21 estados brasileiros

7,3 milhões
de cartões de crédito

Cartão Luiza e Cartão Magalu

R\$22 bilhões
em TPV
+67% comparado ao 2T21

269 Centros de Distribuição
e Cross-dockings

Marketplace: superamos a marca de 200 mil sellers

R\$3,6 bilhões em vendas 3P

+22% comparado ao 2T21
+84% crescimento médio em 3 anos

80% pedidos 3P
Magalu Entregas

40% entregues em até 48 horas

200 mil sellers

Desses, mais de **100 mil** vieram por meio das Lojas Físicas

36% das vendas online
do Magalu

Mais Sellers, mais itens a venda,
Entrega mais Rápida



Caravana Magalu: Em cada cidade que passamos, milhares de empreendedores locais tiveram acesso a uma solução completa, desenhada para suas necessidades e que abre as portas para o mundo digital por meio da plataforma de marketplace do Magalu



MGLU3: R\$ 3,04 por ação
Total de Ações: 6.748.926.848
Valor de Mercado: R\$ 20,5 bilhões



Teleconferência

12 de agosto de 2022 (Sexta-feira)
10:00 (Brasília) /09:00 (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

Neste segundo trimestre de 2022, o Magalu superou a marca de 200 000 sellers formais conectados ao marketplace. Mais importante que o número atingido é a velocidade com que chegamos até ele. Há pouco menos de um ano, celebramos a conquista de 100 000 sellers. Em poucos meses, portanto, a base de vendedores conectados ao marketplace dobrou.

Imprimir esse ritmo só tem sido possível graças à consistência da estratégia definida pela companhia: crescer ao mesmo tempo em que acelera a digitalização do varejo analógico brasileiro com o programa Parceiro Magalu. E o papel das lojas físicas na atração de novos parceiros locais – e ainda analógicos – tem sido extraordinário. Até agora, cerca de 100 000 sellers, metade da nossa base total, foram conectados à plataforma por meio do *hunting* feito pelas lojas do Magalu.

Um dos nossos grandes eventos de 2022 é a realização da Caravana Magalu. Lançada há cerca de três meses, a Caravana já esteve nas cidades paulistas de Sorocaba, Piracicaba, Limeira e São José dos Campos e no Nordeste em Maceió e em João Pessoa. Chegamos a essas praças imbuídos do nosso propósito e com todas as ferramentas que o ecossistema Magalu pode oferecer a esses empreendedores. A resposta veio de forma imediata. Nas cidades por onde a Caravana passou, no período de um mês, o número de novos sellers integrados ao marketplace foi multiplicado, em média, por seis.

Com o programa Parceiro Magalu, impulsionado pela Caravana, o crescimento da base de sellers tem sido marcado pela maior diversificação geográfica e de sortimento. Hoje, da nossa base total de sellers, 25% estão nas regiões nordeste, norte e centro-oeste. Há dois anos, quando iniciamos o Parceiro Magalu, esse percentual era de apenas 11%.

Acreditamos que o futuro – construído no presente – está na conexão digital de cliente e vendedor dentro do menor raio de distância possível. É o que chamamos de hiperlocalidade, uma característica do nosso modelo que contribui, de forma crítica, para reduzir custos e prazos de entrega – inclusive de produtos de tíquetes baixos – e aumentar a satisfação do cliente.

Além de hiperlocal, o marketplace do Magalu tem na multicanalidade um grande diferencial para oferecer o melhor nível de serviço, com menores custos. Hoje, 463 lojas físicas e 35 *cross dockings* já operam como Agências Magalu e recebem e expedem mercadorias vendidas por mais de 18 000 sellers. Além disso, 17% dos pedidos feitos no marketplace são retirados pelo consumidor na loja Magalu mais próxima de sua casa ou trabalho (no mesmo período de 2021, eram 4%).

O Magalu Entregas se torna, cada vez mais, a opção logística dos sellers do marketplace: 80% dos pedidos do 3P já passam por nossa plataforma. Esse percentual abrange todas as modalidades de coleta e entrega oferecidas aos nossos parceiros, incluindo a Agência Magalu, o *cross-docking*, o *ship-from-seller* e os recém-lançados Fulfillment Magalu e Coleta de Produtos Pesados.

Do total de pedidos do marketplace entregues pelo Magalu Entregas, 40% chegam aos respectivos compradores em até 48 horas (há um ano, eram apenas 19%). Expandir as nossas soluções logísticas é aumentar, cada vez mais, a competitividade e a conversão de vendas da nossa plataforma, seja para o seller pequeno, com a hiperlocalidade, ou para sellers maiores, com o fulfillment.

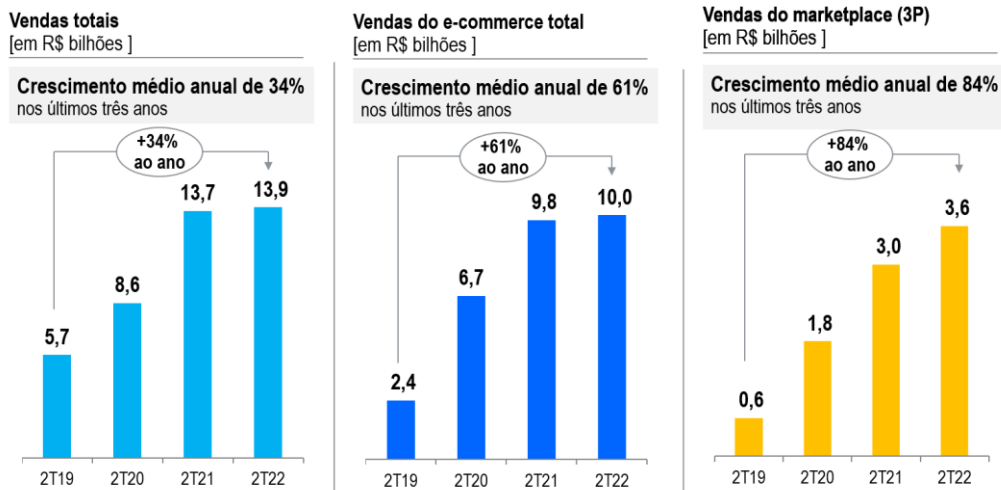
O Fulfillment Magalu também é multicanal e já conta com mais de 100 sellers na plataforma. A vantagem da nossa escala passa a ser compartilhada com os parceiros, graças à integração total do fulfillment à operação com estoque próprio e aos nossos ativos já instalados. Vale para sellers que vendem itens leves ou produtos pesados, segmento no qual o Magalu tem grande *expertise* de armazenagem e entrega.

Segundo trimestre marcado pelo crescimento de vendas do marketplace, impulsionado pela expansão das novas categorias

Neste último trimestre, as vendas totais foram de 14 bilhões de reais: 10 bilhões de reais gerados pelo e-commerce e 4 bilhões de reais pelas lojas físicas. Na foto representada pelos números isolados do período de abril a junho de 2022, as vendas totais do Magalu cresceram 1%. Uma análise dos últimos três anos – antes, portanto, da pandemia – as vendas totais do Magalu cresceram, em média, 34% ao ano. Esse é o filme.

Mesmo com a forte base de comparação, o e-commerce do Magalu cresceu 2% no segundo trimestre, comparado a uma queda de 3% do mercado segundo a *Neotrust* - refletindo a continuidade do nosso ganho de *marketshare*. Nos últimos três anos, o e-commerce Magalu cresceu, em média, 61% ao ano e a participação da companhia no mercado online cresceu 11 pontos percentuais.

2T22



As vendas dos sellers conectados ao nosso marketplace cresceram 22% em relação ao mesmo período do ano passado e atingiram 3,6 bilhões de reais. Em três anos, o crescimento médio anual do marketplace do Magalu foi de expressivos 84%. A expansão é ainda mais acelerada nas novas categorias. No segundo trimestre de 2022, as vendas de itens de categorias como moda, casa e jardim, esporte, beleza e acessórios automotivos cresceram o dobro das categorias tradicionais. Nesse trimestre, as categorias de moda e beleza cresceram, no marketplace, 88% e 75%, respectivamente.

Forte geração de caixa e aumento das margens operacionais

O principal objetivo da companhia na primeira metade de 2022 foi aumentar suas margens operacionais, sem perder participação de mercado e nível de serviço para o cliente. Fizemos isso sem deixar de lado os investimentos para ajudar o varejista analógico a se digitalizar. Especialmente no segundo trimestre, o Magalu continuou, de forma consistente, o trabalho de expansão das margens que já havia sido iniciado nos primeiros três meses do ano.

O aumento de custos pela inflação e as taxas de juros mais altas foram repassados. Mas essa foi apenas uma das providências tomadas para assegurar margens saudáveis. Nos últimos meses, o Magalu também trabalhou incansavelmente na redução de despesas. Renegociou contratos, otimizou investimento em marketing e nas rotas logísticas e adequou a capacidade da sua operação. Somado a isso, o crescimento das receitas relacionadas a serviços e ao marketplace também contribuiu para essa evolução.

Assim, chegamos ao final do segundo trimestre com uma margem Ebitda ajustada de 5,7%, um aumento de 0,7 p.p. em relação ao trimestre anterior e 3,2 p.p. maior do que a margem reportada no quarto trimestre de 2021. Essa é a maior margem Ebitda trimestral desde 2020, demonstrando o processo de retomada dos níveis de margens operacionais pré-pandemia.

Um dos maiores destaques do trimestre foi a forte geração de caixa operacional, que atingiu 1,3 bilhão de reais entre abril e junho deste ano. Isso é resultado, sobretudo, da evolução do capital no giro, reduzindo os níveis de estoque e aumentando o saldo de fornecedores. Em junho, a posição de estoque do Magalu já estava abaixo do patamar de um ano atrás.

A geração de caixa operacional do segundo trimestre fortaleceu uma estrutura de capital já bastante sólida. Ao final de junho, a posição de caixa total da companhia era de 9 bilhões de reais – quase 500 milhões de reais superior ao registrado em março deste ano.

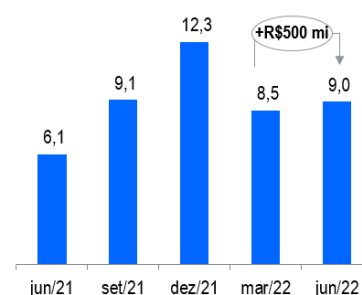
Ecosistema Magalu: Evolução na diversificação das nossas linhas de receita

O Ecosistema Magalu se fortalece a cada dia, ampliando a diversificação das nossas receitas e construindo fontes adicionais de monetização. As empresas que se juntaram a nós nos últimos anos crescem de forma consistente e com resultados muito positivos.

Posição de Caixa Total Ajustado

[em R\$ bilhões]

Forte Geração de Caixa:
Aumento de R\$500 milhões na posição de caixa total ajustado no trimestre



2T22

Neste trimestre, a Netshoes vendeu mais de 1 bilhão de reais, com 30 milhões de reais de lucro e forte geração de caixa. Em esportes, o crescimento continua no patamar de dois dígitos e aumentamos em 2,5 p.p. a participação no mercado online dessa categoria, comparado ao segundo trimestre de 2021. Na categoria de moda, as vendas no Magalu e na Zattini cresceram 37% no trimestre, com ganho de 2,8 p.p. de participação no mercado online, e atingiram 1,6 bilhão de reais em termos anualizados. A Época Cosméticos é #1 na pesquisa Ebit Top of Mind em cosméticos e perfumaria online, e segue crescendo com resultados positivos. A recém-chegada KaBuM! gerou mais de 150 milhões de reais em caixa no trimestre. A AiQFome já está presente em 815 cidades, com um GMV anualizado de 1,4 bilhão de reais no segundo trimestre deste ano, crescimento de 2 dígitos e resultados positivos.

No negócio de fintech, o TPV total atingiu 22 bilhões de reais no segundo trimestre. Esse foi mais um período de grandes entregas, com soluções prontas para escalar. O MagaluPay atingiu a marca de 5,7 milhões de contas abertas e agora está totalmente integrado à tecnologia proprietária da Hub Fintech. Além disso, o MagaluPay deu um importante passo na estratégia de expansão para todo o ecossistema: agora os clientes podem usar o MagaluPay também no mini-app da AiQFome. Adicionalmente, lançamos o Empréstimo Pessoal na conta digital, disponível para milhões de clientes no SuperApp, e o cartão de crédito para sellers, com tecnologia 100% proprietária da Bit55, processadora de cartões adquirida em 2021.

Em cartões de crédito para nossos clientes, o TPV continua em forte expansão – foram 13 bilhões de reais no período de abril a junho, crescendo 42%, e atingindo 20 bilhões de reais em carteira de crédito. Os indicadores de atraso continuam abaixo dos níveis históricos. O NPL acima de 90 dias foi de apenas 7,7% ao final do trimestre. O modelo de aprovação de crédito da Luizacred – historicamente conservador – e a participação das lojas físicas no processo de cobrança são fundamentais para a manutenção da inadimplência em patamares inferiores aos vistos no mercado.

Em junho, a base de cartões de crédito da companhia alcançou 7,3 milhões de contas – uma das maiores do mercado. Nossa operação de cartões de crédito – Cartão Luiza e Cartão Magalu – continua sendo nosso principal foco, com ênfase nos clientes pré-aprovados pelo Magalu e pelo Itaú, que possuem um bom perfil de crédito. Com essa estratégia, conseguimos expandir a participação dos meios de pagamento próprios de forma rentável, expandindo as vendas com menor inadimplência. Além disso, lançamos nas lojas físicas uma nova plataforma de empréstimo consignado e antecipação do Saque FGTS.

Em Ads, dobramos a nossa receita no segundo trimestre comparado ao mesmo período de 2021. A solução de Magalu Ads Produtos Patrocinados já conta com o autosserviço para criação de campanhas, disponível para os sellers do marketplace e continua ampliando a exposição de produtos patrocinados sempre que o cliente faz uma busca nos nossos canais de venda online. Há poucos dias, a Lu – influenciadora digital do Magalu – esteve na Times Square, no coração de Nova York, em uma campanha publicitária desenvolvida pelo Magalu Ads em parceria com a Samsung.

A Lu foi destaque no Festival de Cannes e ganhou o Leão de Ouro de 2022. Ela se tornou a maior influenciadora virtual do mundo, ultrapassando 32 milhões de fãs nas redes sociais. A Lu traz calor humano para o digital, estabelece uma relação de empatia com o cliente e possui um grande potencial de monetização de sua audiência.

Teremos, ao longo dos próximos meses, uma base de comparação anual de vendas das categorias de duráveis muito menor que a referência que tínhamos até aqui. Também teremos, logo adiante, dois eventos fundamentais para o varejo: a Copa do Mundo de Futebol e a Black Friday, além do início da operação de 5G no Brasil.

Nesta edição da Copa, o Magalu patrocinará as transmissões dos jogos, com milhares de inserções nos canais de TV abertos e fechados e nos canais digitais do sistema Globo. Com isso, chegaremos com nossas marcas e ofertas às telas de milhões de brasileiros. Pela primeira vez, usaremos o pacote de patrocínio das transmissões de um grande evento para divulgar todo o nosso ecossistema. As campanhas promoverão desde as tradicionais ofertas de TV, e tablets, até itens de esportes, mercado e moda. Esta será a Copa do #TemNoMagalu.

Diante de tudo o que fizemos até aqui e do cenário de curto prazo que se desenha, entramos confiantes no segundo semestre de 2022. Acreditamos na conjunção de crescimento contínuo do nosso modelo único de marketplace e da retomada gradual das vendas das categorias tradicionais. Seguimos em frente com a disciplina e a racionalidade de sempre – sem jamais perder a energia que nos move e o entusiasmo para fazer mais e melhor.

Novamente, agradecemos a confiança e parceria de nossos clientes, colaboradores, fornecedores, sellers e investidores que nos acompanham nesta jornada.

Destaques Financeiros de 2T22



Crescimento de vendas sob forte base de comparação. No 2T22, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 1,3% e atingiram R\$13,9 bilhões, reflexo do aumento de 1,9% no e-commerce total (crescimento médio anual de 61,4% em três anos) e uma redução de 0,3% nas lojas físicas (crescimento médio anual de 5,0% em três anos).



Marketplace continua em ritmo acelerado. No 2T22, o e-commerce brasileiro teve uma queda de 3,0% segundo a Neotrust, com o Magalu novamente crescendo mais que o mercado. No trimestre, as vendas do e-commerce do Magalu avançaram 1,9% e atingiram R\$10,0 bilhões. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas reduziram 6,8%, enquanto o marketplace cresceu 22,0% e atingiu R\$3,6 bilhões em vendas no trimestre. O ganho de *marketshare* foi impulsionado pela performance do app, com 37,8 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 2T22, a margem bruta foi de 28,6%, um aumento de 3,0 p.p. quando comparada a 25,6% no 2T21. 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.



Despesas operacionais. O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 22,9% no 2T22, com um aumento de 2,3 p.p. comparado ao 2T21. Esse aumento está associado a menor diluição das despesas nas lojas físicas e ao crescimento expressivo do marketplace.



EBITDA e resultado líquido. O crescimento das vendas, especialmente do marketplace, em conjunto com o aumento da margem bruta, contribuiu para o EBITDA ajustado, que atingiu R\$492,1 milhões no 2T22. A margem EBITDA ajustada foi de 5,7% no 2T22, avançando 0,6 p.p. comparada ao 2T21. No 2T22, o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$112,1 milhões, influenciado principalmente pelo aumento da taxa de juros no período.



Forte geração de caixa e estrutura de capital. No trimestre, a geração de caixa operacional foi de R\$1,3 bilhão, influenciada pela variação do capital de giro, com redução sequencial dos níveis de estoque e aumento do saldo de fornecedores. O Magalu encerrou o 2T22 com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$2,1 bilhões, um aumento de R\$554,2 milhões no trimestre. A posição de caixa total em jun/22 foi de R\$9,0 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$1,9 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$7,1 bilhões.



Fintech. O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$22,0 bilhões no 2T22, crescendo 66,6%. Em jun/22, a base de cartões de crédito atingiu 7,3 milhões de cartões, crescendo 22,9% comparado a jun/21. O faturamento de cartão de crédito cresceu expressivos 42,3% no 2T22, atingindo R\$13,6 bilhões no período, o maior faturamento trimestral da história. A carteira de cartão de crédito alcançou R\$19,9 bilhões ao final do trimestre. Em jun/22, o MagaluPay chegou a marca de 5,7 milhões de contas.

R\$ milhões (exceto quando indicado)	2T22	2T21	Var(%)	1S22	1S21	Var(%)
Vendas Totais ¹ (incluindo marketplace)	13.922,7	13.746,4	1,3%	28.046,9	26.219,1	7,0%
Receita Bruta	10.367,2	10.912,8	-5,0%	20.944,1	21.031,2	-0,4%
Receita Líquida	8.562,4	9.013,3	-5,0%	17.324,6	17.266,1	0,3%
Lucro Bruto	2.452,8	2.308,3	6,3%	4.884,5	4.378,4	11,6%
Margem Bruta	28,6%	25,6%	3,0 pp	28,2%	25,4%	2,8 pp
EBITDA	457,4	465,1	-1,7%	796,9	1.160,7	-31,3%
Margem EBITDA	5,3%	5,2%	0,1 pp	4,6%	6,7%	-2,1 pp
Lucro Líquido	(135,0)	95,5	-	(296,3)	354,2	-
Margem Líquida	-1,6%	1,1%	-2,7 pp	-1,7%	2,1%	-3,8 pp
EBITDA - Ajustado	492,1	455,4	8,0%	926,3	882,6	5,0%
Margem EBITDA Ajustado	5,7%	5,1%	0,6 pp	5,3%	5,1%	0,2 pp
Lucro Líquido - Ajustado	(112,1)	89,1	-	(210,9)	170,6	-
Margem Líquida - Ajustado	-1,3%	1,0%	-2,3 pp	-1,2%	1,0%	-2,2 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-8,2%	102,2%	-	-5,5%	34,5%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	-0,3%	111,6%	-	2,8%	40,5%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	-6,8%	40,1%	-	-2,0%	70,1%	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	22,0%	63,3%	-	34,5%	77,2%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	1,9%	46,4%	-	8,7%	72,1%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	72,1%	71,6%	0,5 pp	72,1%	71,0%	1,1 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.429	1.339	90 lojas	1.429	1.339	90 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M ²)	716.745	674.815	6,2%	716.745	674.815	6,2%

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

| Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 2T21, os resultados do 2T22 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	2T22 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	2T22	AV
Receita Bruta	10.367,2	121,1%	-	10.367,2	121,1%
Impostos e Cancelamentos	(1.804,8)	-21,1%	-	(1.804,8)	-21,1%
Receita Líquida	8.562,4	100,0%	-	8.562,4	100,0%
Custo Total	(6.109,6)	-71,4%	-	(6.109,6)	-71,4%
Lucro Bruto	2.452,8	28,6%	-	2.452,8	28,6%
Despesas com Vendas	(1.569,7)	-18,3%	-	(1.569,7)	-18,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(337,7)	-3,9%	-	(337,7)	-3,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(59,0)	-0,7%	-	(59,0)	-0,7%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,3	0,2%	(34,6)	(21,3)	-0,2%
Equivalência Patrimonial	(7,6)	-0,1%	-	(7,6)	-0,1%
Total de Despesas Operacionais	(1.960,7)	-22,9%	(34,6)	(1.995,3)	-23,3%
EBITDA	492,1	5,7%	(34,6)	457,4	5,3%
Depreciação e Amortização	(270,8)	-3,2%	-	(270,8)	-3,2%
EBIT	221,3	2,6%	(34,6)	186,6	2,2%
Resultado Financeiro	(493,8)	-5,8%	-	(493,8)	-5,8%
Lucro Operacional	(272,6)	-3,2%	(34,6)	(307,2)	-3,6%
IR / CS	160,4	1,9%	11,8	172,2	2,0%
Lucro Líquido	(112,1)	-1,3%	(22,9)	(135,0)	-1,6%

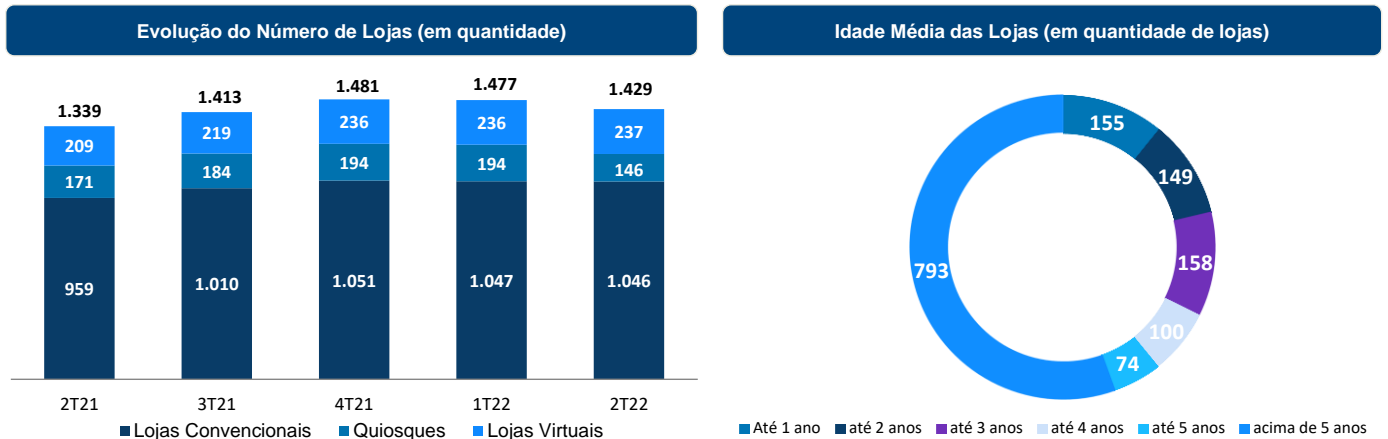
| Ajustes eventos não recorrentes

Ajustes	2T22
Provisão para riscos tributários	(8,6)
Honorários especialistas	(3,8)
Despesas não recorrentes	(22,1)
Outras despesas	(0,2)
Ajustes - EBITDA	(34,6)
IR / CS	11,8
Ajustes - Lucro Líquido	(22,9)

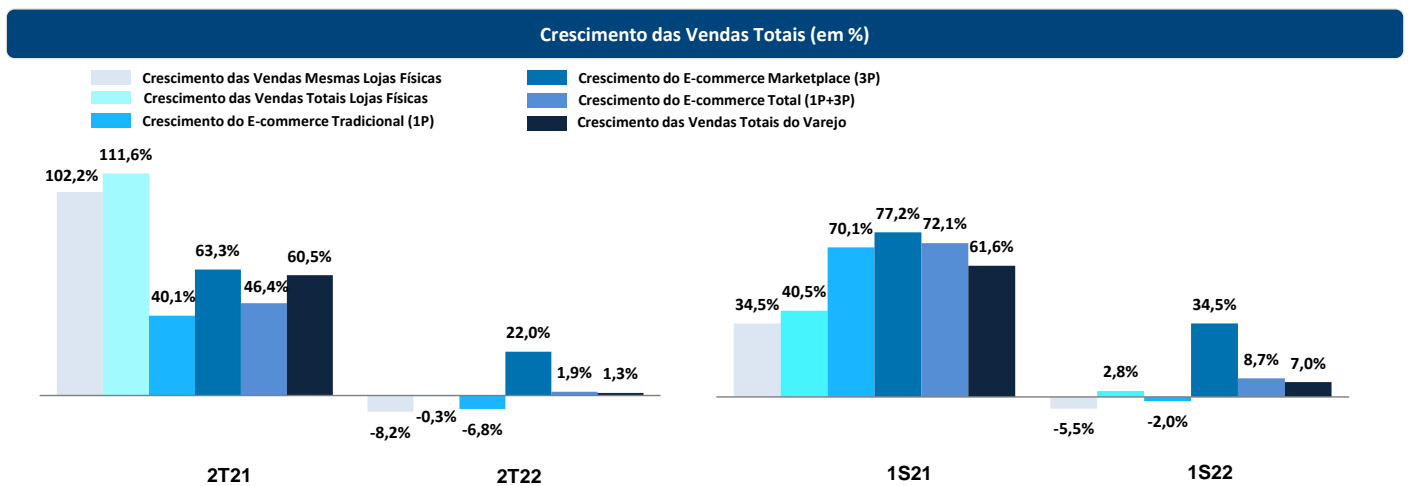
2T22

DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

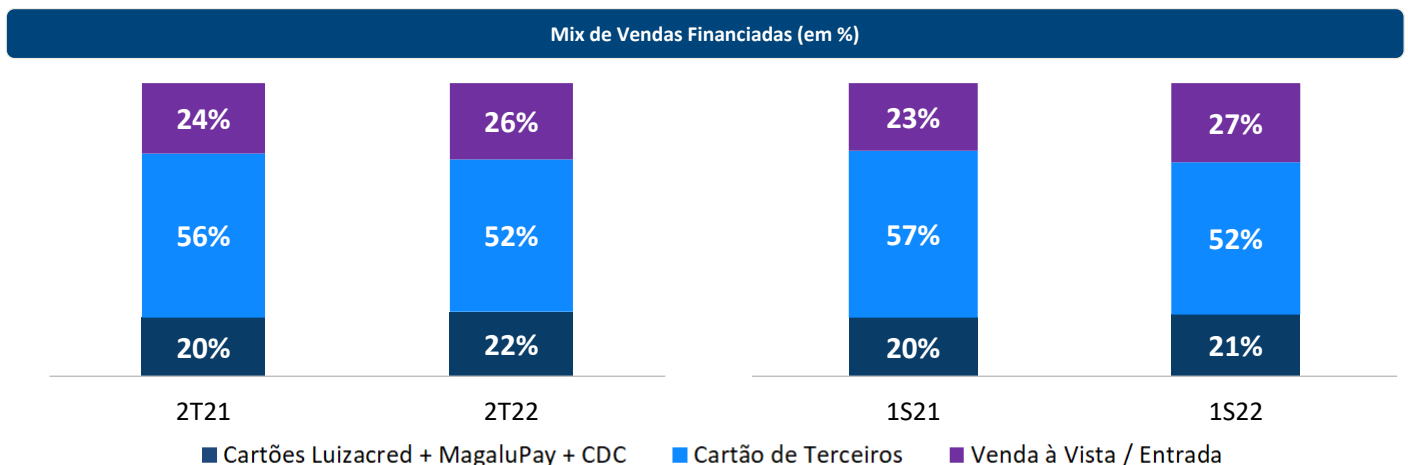
O Magalu encerrou o 2T22 com 1.429 lojas, sendo 1.046 convencionais, 237 virtuais e 146 quiosques (parceria com as Lojas Marisa e com a rede de supermercados Semar). No 2T22, a Companhia inaugurou 9 unidades e encerrou a operação de 57, sendo 48 quiosques e 9 lojas convencionais. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 155 novas lojas (25 na Região Sul, 106 no Sudeste, 6 no Centro Oeste, 15 no Nordeste e 3 no Norte). Da base total, 45% das lojas estão em processo de maturação.



No 2T22, as vendas totais do Magalu aumentaram 1,3% (34,3% crescimento médio nos últimos três anos), reflexo do crescimento de 1,9% no e-commerce total (61,4% crescimento médio nos últimos três anos) e pela redução de 0,3% nas lojas físicas (5,0% crescimento médio nos últimos três anos). Vale destacar a performance do marketplace, que cresceu 22,0% no 2T22, resultando em um crescimento médio de 84,3% nos últimos três anos.



No 2T22, a participação do Cartão Magalu, Cartão Luiza, MagaluPay e CDC aumentou de 20% para 22% em relação ao mesmo período de 2021, em função do crescimento da base de Cartão 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!.



| Receita Bruta

R\$ milhões	2T22	2T21	Var(%)	1S22	1S21	Var(%)
Varejo - Revenda de Mercadorias	9.580,2	10.207,6	-6,1%	19.397,2	19.774,9	-1,9%
Varejo - Prestação de Serviços	684,5	544,1	25,8%	1.328,3	1.007,1	31,9%
Outros Serviços	102,5	161,1	-36,4%	218,6	249,2	-12,3%
Receita Bruta - Total	10.367,2	10.912,8	-5,0%	20.944,1	21.031,2	-0,4%

No 2T22, a receita bruta total foi de R\$10,4 bilhões, uma redução de 5,0% comparada ao mesmo período de 2021, impactada pelo menor volume de vendas nas categorias de bens duráveis. A receita de serviços de varejo cresceu 25,8% no período, especialmente devido ao crescimento do Marketplace e do Magalu Pagamentos. No 1S22, a receita bruta total foi de R\$20,9 bilhões.

| Receita Líquida

R\$ milhões	2T22	2T21	Var(%)	1S22	1S21	Var(%)
Varejo - Revenda de Mercadorias	7.915,0	8.416,4	-6,0%	16.067,5	16.208,9	-0,9%
Varejo - Prestação de Serviços	630,6	498,3	26,5%	1.217,9	921,6	32,1%
Outros Serviços	16,8	98,6	-82,9%	39,2	135,6	-71,1%
Receita Líquida - Total	8.562,4	9.013,3	-5,0%	17.324,6	17.266,1	0,3%

No 2T22, a receita líquida foi de R\$8,6 bilhões, uma redução comparada ao 2T21 em linha com a variação da receita bruta total. No 1S22, a receita líquida cresceu 0,3% para R\$17,3 bilhões.

| Lucro Bruto

R\$ milhões	2T22	2T21	Var(%)	1S22	1S21	Var(%)
Revenda de Mercadorias	1.824,2	1.891,5	-3,6%	3.665,6	3.630,5	1,0%
Prestação de Serviços	628,6	416,7	50,8%	1.218,9	747,8	63,0%
Lucro Bruto - Total	2.452,8	2.308,3	6,3%	4.884,5	4.378,4	11,6%
Margem Bruta - Total	28,6%	25,6%	3,0 pp	28,2%	25,4%	2,8 pp

No 2T22, o lucro bruto cresceu 6,3% para R\$2,5 bilhões. No trimestre, a margem bruta foi de 28,6%, um aumento de 3,0 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. No 1S22, o lucro bruto cresceu 11,6% para R\$4,9 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 28,2%.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T22		2T21		Var(%)	1S22		1S21		Var(%)
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL		Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	
Despesas com Vendas	(1.569,7)	-18,3%	(1.611,4)	-17,9%	-2,6%	(3.159,0)	-18,2%	(3.031,6)	-17,6%	4,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(337,7)	-3,9%	(255,6)	-2,8%	32,1%	(690,1)	-4,0%	(481,2)	-2,8%	43,4%
Subtotal	(1.907,4)	-22,3%	(1.867,1)	-20,7%	2,2%	(3.849,0)	-22,2%	(3.512,8)	-20,3%	9,6%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(59,0)	-0,7%	(32,8)	-0,4%	80,0%	(120,2)	-0,7%	(66,6)	-0,4%	80,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,3	0,2%	16,2	0,2%	-17,9%	26,5	0,2%	29,9	0,2%	-11,4%
Total de Despesas Operacionais	(1.953,1)	-22,8%	(1.883,6)	-20,9%	3,7%	(3.942,7)	-22,8%	(3.549,5)	-20,6%	11,1%

Despesas com Vendas

No 2T22, as despesas com vendas totalizaram R\$1,6 bilhões, equivalentes a 18,3% da receita líquida, com um aumento de 0,4 p.p. comparado ao mesmo período de 2021. Esse aumento está associado a menor diluição das despesas nas lojas físicas e ao crescimento do marketplace. No 1S22, as despesas com vendas totalizaram R\$3,2 bilhões, equivalentes a 18,2% da receita líquida.

Despesas Gerais e Administrativas

No 2T22, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$337,7 milhões, equivalentes a 3,9% da receita líquida, incluindo a consolidação das empresas adquiridas nos últimos 12 meses. No 1S22, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$690,1 milhões, equivalentes a 4,0% da receita líquida.

Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$59,0 milhões no 2T22 e R\$120,2 milhões no 1S22.

Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	2T22		2T21		Var(%)	1S22		1S21		Var(%)
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL		Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,4)	0,0%	0,8	0,0%	-	(0,8)	0,0%	0,7	0,0%	-
Apropriação de Receita Diferida	13,7	0,2%	15,4	0,2%	-10,9%	27,3	0,2%	29,2	0,2%	-6,6%
Subtotal - Ajustado	13,3	0,2%	16,2	0,2%	-17,9%	26,5	0,2%	29,9	0,2%	-11,4%
Créditos tributários	-	0,0%	7,5	0,1%	-	21,4	0,1%	7,5	0,0%	185,3%
Provisão para riscos tributários	(8,6)	-0,1%	28,2	0,3%	-	(20,4)	-0,1%	358,9	2,1%	-
Honorários especialistas	(3,8)	0,0%	(3,5)	0,0%	7,6%	(18,9)	-0,1%	(52,9)	-0,3%	-64,3%
Despesas pré-operacionais e reestruturação	(22,1)	-0,3%	(17,9)	-0,2%	23,1%	(108,6)	-0,6%	(19,5)	-0,1%	456,3%
Outras despesas	(0,2)	0,0%	(4,6)	-0,1%	-94,8%	(2,9)	0,0%	(15,8)	-0,1%	-82,0%
Subtotal - Não Recorrente	(34,6)	-0,4%	9,7	0,1%	-	(129,3)	-0,7%	278,1	1,6%	-
Total	(21,3)	-0,2%	25,9	0,3%	-	(102,8)	-0,6%	308,0	1,8%	-

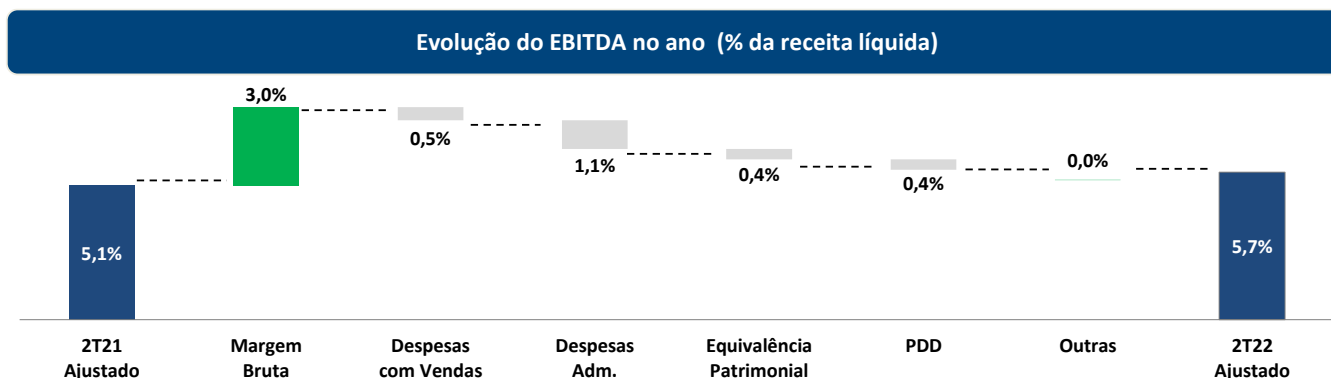
No 2T22, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$13,3 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$13,7 milhões. No 1S22, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$26,5 milhões.

Equivalência Patrimonial

No 2T22, o resultado da equivalência patrimonial foi negativo em R\$7,6 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência negativa de R\$14,4 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$6,8 milhões. No 1S22, o resultado da equivalência patrimonial foi negativo em R\$15,5 milhões.

| EBITDA

No 2T22, o EBITDA ajustado atingiu R\$492,1 milhões, em função da evolução das vendas, especialmente do marketplace, em conjunto com o aumento da margem bruta. A margem EBITDA ajustada foi de 5,7% no 2T22, avançando 0,6 p.p. comparada ao 2T21. No 1S22, o EBITDA ajustado atingiu R\$926,3 milhões, equivalente a uma margem de 5,3%.



| Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	2T22	% RL	2T21	% RL	Var(%)	1S22	% RL	1S21	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(583,4)	-6,8%	(221,8)	-2,5%	163,0%	(1.141,9)	-6,6%	(379,3)	-2,2%	201,0%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(213,7)	-2,5%	(26,7)	-0,3%	701,2%	(396,2)	-2,3%	(41,8)	-0,2%	848,5%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(150,3)	-1,8%	(89,8)	-1,0%	67,4%	(336,4)	-1,9%	(160,8)	-0,9%	109,1%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(86,7)	-1,0%	(59,7)	-0,7%	45,1%	(180,9)	-1,0%	(102,0)	-0,6%	77,3%
Outras Despesas e Impostos	(132,7)	-1,5%	(45,6)	-0,5%	190,8%	(228,4)	-1,3%	(74,7)	-0,4%	205,7%
Receitas Financeiras	155,6	1,8%	52,1	0,6%	198,8%	360,3	2,1%	85,7	0,5%	320,6%
Rendimento de Aplicações Financeiras	32,6	0,4%	2,7	0,0%	1110,1%	67,6	0,4%	5,5	0,0%	1125,9%
Outras Receitas Financeiras	123,0	1,4%	49,4	0,5%	149,0%	292,6	1,7%	80,1	0,5%	265,1%
Subtotal: Resultado Financeiro Líquido	(427,8)	-5,0%	(169,7)	-1,9%	152,0%	(781,6)	-4,5%	(293,7)	-1,7%	166,2%
Juros Arrendamento Mercantil	(66,0)	-0,8%	(59,9)	-0,7%	10,2%	(134,3)	-0,8%	(106,3)	-0,6%	26,3%
Resultado Financeiro Líquido	(493,8)	-5,8%	(229,7)	-2,5%	115,0%	(915,9)	-5,3%	(400,0)	-2,3%	129,0%

No 2T22, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$493,8 milhões, equivalentes a 5,8% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 3,3 p.p. devido ao aumento da taxa de juros na economia brasileira ao longo do ano – a taxa SELIC passou de 2,75% a.a. no começo de abril 2021 para 13,25% a.a. no final de junho de 2022.

Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, a despesa financeira líquida foi de R\$427,8 milhões no 2T22, equivalente a 5,0% da receita líquida.

No 1S22, a despesa financeira líquida foi de R\$915,9 milhões, equivalente a 5,3% da receita líquida.

| Lucro líquido

No 2T22, o resultado líquido contábil foi negativo em R\$135,0 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\$112,1 milhões. O resultado líquido ajustado do 1S22 foi negativo em R\$210,9 milhões.

| Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-22	mar-22	dez-21	set-21	jun-21
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	(92,9)	1.076,1	1.124,6	1.032,7	1.240,6	1.169,0
(+) Estoques	468,8	7.965,7	8.077,3	9.112,2	8.126,3	7.496,9
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	38,8	57,0	68,7	114,8	4,8	18,2
(+) Tributos a Recuperar	486,4	1.431,4	1.316,8	1.279,3	1.100,1	944,9
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	234,2	265,6	250,1	234,9	48,1	31,5
(+) Outros Ativos	57,4	294,1	267,4	402,8	241,7	236,7
(+) Ativos Circulantes Operacionais	1.192,8	11.090,0	11.104,8	12.176,8	10.761,5	9.897,2
(-) Fornecedores	(861,0)	7.380,8	6.248,5	10.098,9	9.177,5	8.241,8
(-) Repasses e Outros Depósitos	484,2	1.362,9	1.488,9	1.418,9	1.577,7	878,7
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	36,8	409,2	376,4	370,2	437,7	372,4
(-) Impostos a Recolher	42,9	212,1	198,6	239,6	144,3	169,2
(-) Partes Relacionadas	53,3	116,1	114,7	125,3	56,8	62,8
(-) Receita Diferida	7,4	50,5	50,4	50,3	50,3	43,1
(-) Outras Contas a Pagar	192,0	1.426,5	1.429,7	1.557,3	1.476,3	1.234,5
(-) Passivos Circulantes Operacionais	(44,4)	10.958,1	9.907,3	13.860,5	12.920,7	11.002,5
(=) Capital de Giro Ajustado	1.237,1	131,9	1.197,5	(1.683,8)	(2.159,1)	(1.105,3)
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	2,8%	0,3%	2,8%	-3,9%	-4,9%	-2,5%

Em jun/22, a necessidade de capital de giro ajustada ficou em R\$131,9 milhões, melhorando R\$1,1 bilhão no 2T22 e contribuindo fortemente para o fluxo de caixa das operações neste trimestre. A melhora no capital de giro foi influenciada pela consistência na redução dos níveis de estoque e pelo aumento do saldo de fornecedores. Vale destacar que excluindo a consolidação dos números da Kabum, os estoques atuais estão menores que os observados em jun/21.

| Investimentos

R\$ milhões	2T22	%	2T21	%	Var(%)	1S22	%	1S21	%	Var(%)
Lojas Novas	14,8	8%	72,3	24%	-80%	33,3	9%	101,2	22%	-67%
Reformas	8,1	4%	15,9	5%	-49%	15,9	4%	32,3	7%	-51%
Tecnologia	116,7	63%	100,7	33%	16%	202,0	56%	172,4	37%	17%
Logística	30,3	16%	116,0	38%	-74%	75,6	21%	135,1	29%	-44%
Outros	14,4	8%	1,2	0%	1147%	32,0	9%	25,8	6%	24%
Total	184,2	100%	306,1	100%	-40%	358,8	100%	466,7	100%	-23%

No 2T22, os investimentos somaram R\$184,2 milhões, incluindo investimentos em tecnologia, logística e novas lojas.

Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-22	mar-22	dez-21	set-21	jun-21
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(365,7)	(377,7)	(494,4)	(408,0)	(12,4)	(12,0)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	(4.149,0)	(6.468,9)	(6.417,1)	(6.384,9)	(2.339,6)	(2.319,9)
(=) Endividamento Bruto	(4.514,7)	(6.846,6)	(6.911,5)	(6.792,9)	(2.352,0)	(2.331,9)
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	422,4	1.710,7	1.407,2	2.566,2	751,2	1.288,3
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(257,2)	211,3	584,4	1.556,4	1.354,2	468,5
(+) Caixa e Aplicações Financeiras	165,2	1.922,0	1.991,6	4.122,6	2.105,4	1.756,8
(=) Caixa Líquido	(4.349,5)	(4.924,6)	(4.919,9)	(2.670,3)	(246,6)	(575,1)
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	1.935,5	4.545,6	3.676,5	4.618,0	4.187,3	2.610,1
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	779,0	2.508,1	2.818,4	3.592,4	2.819,8	1.729,0
(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito	2.714,6	7.053,6	6.494,8	8.210,5	7.007,1	4.339,1
(=) Caixa Líquido Ajustado	(1.634,9)	2.129,1	1.574,9	5.540,2	6.760,5	3.764,0
Endividamento de Curto Prazo / Total	5%	6%	7%	6%	1%	1%
Endividamento de Longo Prazo / Total	-5%	94%	93%	94%	99%	99%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	(446,7)	1.520,8	1.484,2	1.477,1	1.757,4	1.967,5
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado	-0,5 x	1,4 x	1,1 x	3,8 x	3,8 x	1,9 x
Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito	2.879,8	8.975,7	8.486,5	12.333,0	9.112,5	6.095,9

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$2,1 bilhões e com uma posição de caixa total no valor de R\$9,0 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$1,9 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$7,1 bilhões. Vale destacar o aumento de R\$554,2 milhões na posição de caixa líquido no 2T22 em função da forte geração de caixa no período.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T22	AV	2T21	AV	Var(%)	1S22	AV	1S21	AV	Var(%)
Receita Bruta	10.367,2	121,1%	10.912,8	121,1%	-5,0%	20.944,1	120,9%	21.031,2	121,8%	-0,4%
Impostos e Cancelamentos	(1.804,8)	-21,1%	(1.899,5)	-21,1%	-5,0%	(3.619,6)	-20,9%	(3.765,1)	-21,8%	-3,9%
Receita Líquida	8.562,4	100,0%	9.013,3	100,0%	-5,0%	17.324,6	100,0%	17.266,1	100,0%	0,3%
Custo Total	(6.109,6)	-71,4%	(6.705,0)	-74,4%	-8,9%	(12.440,0)	-71,8%	(12.887,8)	-74,6%	-3,5%
Lucro Bruto	2.452,8	28,6%	2.308,3	25,6%	6,3%	4.884,5	28,2%	4.378,4	25,4%	11,6%
Despesas com Vendas	(1.569,7)	-18,3%	(1.611,4)	-17,9%	-2,6%	(3.159,0)	-18,2%	(3.031,6)	-17,6%	4,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(337,7)	-3,9%	(255,6)	-2,8%	32,1%	(690,1)	-4,0%	(481,2)	-2,8%	43,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(59,0)	-0,7%	(32,8)	-0,4%	80,0%	(120,2)	-0,7%	(66,6)	-0,4%	80,4%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	(21,3)	-0,2%	25,9	0,3%	-	(102,8)	-0,6%	308,0	1,8%	-
Equivalência Patrimonial	(7,6)	-0,1%	30,8	0,3%	-	(15,5)	-0,1%	53,7	0,3%	-
Total de Despesas Operacionais	(1.995,3)	-23,3%	(1.843,2)	-20,4%	8,3%	(4.087,6)	-23,6%	(3.217,7)	-18,6%	27,0%
EBITDA	457,4	5,3%	465,1	5,2%	-1,7%	796,9	4,6%	1.160,7	6,7%	-31,3%
Depreciação e Amortização	(270,8)	-3,2%	(204,7)	-2,3%	32,3%	(535,8)	-3,1%	(383,0)	-2,2%	39,9%
EBIT	186,6	2,2%	260,4	2,9%	-28,3%	261,1	1,5%	777,7	4,5%	-66,4%
Resultado Financeiro	(493,8)	-5,8%	(229,7)	-2,5%	115,0%	(915,9)	-5,3%	(400,0)	-2,3%	129,0%
Lucro Operacional	(307,2)	-3,6%	30,7	0,3%	-	(654,9)	-3,8%	377,7	2,2%	-
IR / CS	172,2	2,0%	64,8	0,7%	165,7%	358,6	2,1%	(23,5)	-0,1%	-
Lucro Líquido	(135,0)	-1,6%	95,5	1,1%	-	(296,3)	-1,7%	354,2	2,1%	-
Cálculo do EBITDA										
Lucro Líquido	(135,0)	-1,6%	95,5	1,1%	-	(296,3)	-1,7%	354,2	2,1%	-
(+/-) IR / CS	(172,2)	-2,0%	(64,8)	-0,7%	165,7%	(358,6)	-2,1%	23,5	0,1%	-
(+/-) Resultado Financeiro	493,8	5,8%	229,7	2,5%	115,0%	915,9	5,3%	400,0	2,3%	129,0%
(+) Depreciação e amortização	270,8	3,2%	204,7	2,3%	32,3%	535,8	3,1%	383,0	2,2%	39,9%
EBITDA	457,4	5,3%	465,1	5,2%	-1,7%	796,9	4,6%	1.160,7	6,7%	-31,3%
Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes										
EBITDA	457,4	5,3%	465,1	5,2%	-1,7%	796,9	4,6%	1.160,7	6,7%	-31,3%
Resultado Não Recorrente	34,6	0,4%	(9,7)	-0,1%	-	129,3	0,7%	(278,1)	-1,6%	-
EBITDA Ajustado	492,1	5,7%	455,4	5,1%	8,0%	926,3	5,3%	882,6	5,1%	5,0%
Lucro Líquido Ajustado										
Lucro Líquido	(135,0)	-1,6%	95,5	1,1%	-	(296,3)	-1,7%	354,2	2,1%	-
Resultado Não Recorrente	22,9	0,0%	(6,4)	-0,1%	-	85,4	0,5%	(183,6)	-1,1%	-
Lucro Líquido Ajustado	(112,1)	-1,3%	89,1	1,0%	-	(210,9)	-1,2%	170,6	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)	2T22 Ajustado	AV	2T21 Ajustado	AV	Var(%)	1S22 Ajustado	AV	1S21 Ajustado	AV	Var(%)
Receita Bruta	10.367,2	121,1%	10.912,8	121,1%	-5,0%	20.944,1	120,9%	21.031,2	121,8%	-0,4%
Impostos e Cancelamentos	(1.804,8)	-21,1%	(1.899,5)	-21,1%	-5,0%	(3.619,6)	-20,9%	(3.765,1)	-21,8%	-3,9%
Receita Líquida	8.562,4	100,0%	9.013,3	100,0%	-5,0%	17.324,6	100,0%	17.266,1	100,0%	0,3%
Custo Total	(6.109,6)	-71,4%	(6.705,0)	-74,4%	-8,9%	(12.440,0)	-71,8%	(12.887,8)	-74,6%	-3,5%
Lucro Bruto	2.452,8	28,6%	2.308,3	25,6%	6,3%	4.884,5	28,2%	4.378,4	25,4%	11,6%
Despesas com Vendas	(1.569,7)	-18,3%	(1.611,4)	-17,9%	-2,6%	(3.159,0)	-18,2%	(3.031,6)	-17,6%	4,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(337,7)	-3,9%	(255,6)	-2,8%	32,1%	(690,1)	-4,0%	(481,2)	-2,8%	43,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(59,0)	-0,7%	(32,8)	-0,4%	80,0%	(120,2)	-0,7%	(66,6)	-0,4%	80,4%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	13,3	0,2%	16,2	0,2%	-17,9%	26,5	0,2%	29,9	0,2%	-11,4%
Equivalência Patrimonial	(7,6)	-0,1%	30,8	0,3%	-	(15,5)	-0,1%	53,7	0,3%	-
Total de Despesas Operacionais	(1.960,7)	-22,9%	(1.852,8)	-20,6%	5,8%	(3.958,3)	-22,8%	(3.495,8)	-20,2%	13,2%
EBITDA	492,1	5,7%	455,4	5,1%	8,0%	926,3	5,3%	882,6	5,1%	5,0%
Depreciação e Amortização	(270,8)	-3,2%	(204,7)	-2,3%	32,3%	(535,8)	-3,1%	(383,0)	-2,2%	39,9%
EBIT	221,3	2,6%	250,7	2,8%	-11,7%	390,4	2,3%	499,6	2,9%	-21,8%
Resultado Financeiro	(493,8)	-5,8%	(229,7)	-2,5%	115,0%	(915,9)	-5,3%	(400,0)	-2,3%	129,0%
Lucro Operacional	(272,6)	-3,2%	21,0	0,2%	-	(525,5)	-3,0%	99,5	0,6%	-
IR / CS	160,4	1,9%	68,1	0,8%	135,6%	314,6	1,8%	71,1	0,4%	342,6%
Lucro Líquido	(112,1)	-1,3%	89,1	1,0%	-	(210,9)	-1,2%	170,6	1,0%	-

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	jun/22	mar/22	dez/21	set/21	jun/21
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.710,7	1.407,2	2.566,2	751,2	1.288,3
Títulos e Valores Mobiliários	211,3	584,4	1.556,4	1.354,2	468,5
Contas a Receber - Cartão de Crédito	4.545,6	3.676,5	4.618,0	4.187,3	2.610,1
Contas a Receber - Outros	1.076,1	1.124,6	1.032,7	1.240,6	1.169,0
Estoques	7.965,7	8.077,3	9.112,2	8.126,3	7.496,9
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	2.508,1	2.818,4	3.592,4	2.819,8	1.729,0
Partes Relacionadas - Outros	57,0	68,7	114,8	4,8	18,2
Tributos a Recuperar	1.431,4	1.316,8	1.279,3	1.100,1	944,9
Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	265,6	250,1	234,9	48,1	31,5
Outros Ativos	294,1	267,4	402,8	241,7	236,7
Total do Ativo Circulante	20.065,6	19.591,3	24.509,8	19.874,0	15.993,1
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Contas a Receber	-	14,2	17,4	-	15,2
Tributos a Recuperar	1.691,5	1.679,7	1.551,6	1.077,3	680,2
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.296,1	1.114,1	915,1	470,7	270,8
Depósitos Judiciais	1.384,9	1.277,1	1.189,9	1.173,5	1.139,1
Outros Ativos	14,7	0,3	184,8	6,7	7,7
Investimentos em Controladas	368,4	377,5	407,8	454,5	411,7
Direito de Uso	3.344,8	3.396,7	3.363,0	3.048,4	2.945,6
Imobilizado	1.990,7	1.982,9	1.938,7	1.746,8	1.460,8
Intangível	4.344,2	4.327,4	4.306,6	2.697,7	2.141,9
Total do Ativo não Circulante	14.435,3	14.170,0	13.874,8	10.675,5	9.073,1
TOTAL DO ATIVO	34.501,0	33.761,2	38.384,6	30.549,5	25.066,2
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	7.380,8	6.248,5	10.098,9	9.177,5	8.241,8
Repasses e outros depósitos	1.362,9	1.488,9	1.418,9	1.577,7	878,7
Empréstimos e Financiamentos	377,7	494,4	408,0	12,4	12,0
Salários, Férias e Encargos Sociais	409,2	376,4	370,2	437,7	372,4
Tributos a Recolher	212,1	198,6	239,6	144,3	169,2
Partes Relacionadas	116,1	114,7	125,3	56,8	62,8
Arrendamento Mercantil	421,6	439,7	433,8	411,7	398,5
Receita Diferida	50,5	50,4	50,3	50,3	43,1
Dividendos a Pagar	-	41,4	41,4	-	0,2
Outras Contas a Pagar	1.926,5	1.429,7	2.070,7	1.476,3	1.234,5
Total do Passivo Circulante	12.257,4	10.882,8	15.257,2	13.344,8	11.413,2
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	6.468,9	6.417,1	6.384,9	2.339,6	2.319,9
Tributos a Recolher	7,8	7,8	24,3	-	-
Arrendamento Mercantil	3.053,6	3.069,4	3.020,8	2.713,1	2.625,1
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	94,5	101,0	113,9	23,7	15,6
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.135,1	1.111,5	1.154,1	992,2	1.147,6
Receita Diferida	217,3	231,3	245,3	259,3	273,5
Outras Contas a Pagar	328,4	822,2	922,9	4,2	5,7
Total do Passivo não Circulante	11.305,7	11.760,2	11.866,2	6.332,2	6.387,4
TOTAL DO PASSIVO	23.563,1	22.643,0	27.123,4	19.677,0	17.800,6
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	12.352,5	12.352,5	12.352,5	9.852,5	5.952,3
Reserva de Capital	(1.777,5)	(1.619,5)	(1.637,1)	350,8	346,4
Ações em Tesouraria	(1.275,8)	(1.448,2)	(1.449,2)	(1.275,1)	(836,2)
Reserva Legal	137,4	137,4	137,4	123,0	123,0
Reserva de Retenção de Lucros	1.797,9	1.856,7	1.856,7	1.321,7	1.321,7
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(0,4)	0,6	0,8	2,0	4,3
Lucros Acumulados	(296,3)	(161,3)	-	497,7	354,2
Total do Patrimônio Líquido	10.937,8	11.118,2	11.261,2	10.872,5	7.265,6
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	34.501,0	33.761,2	38.384,6	30.549,5	25.066,2

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	2T22	2T21	1S22	1S21	jun/22 12UM	jun/21 12UM
Lucro Líquido	(135,0)	95,5	(296,3)	354,2	(59,8)	779,6
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(191,7)	(87,0)	(391,4)	(18,0)	(1.279,5)	(64,6)
Depreciação e Amortização	270,8	204,7	535,8	383,0	969,8	738,5
Juros sobre Empréstimos Provisionados	287,6	87,2	544,0	149,5	793,8	265,8
Equivalência Patrimonial	7,6	(30,8)	15,5	(53,7)	(30,1)	(143,8)
Dividendos Recebidos	-	-	70,2	29,5	70,2	29,5
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	132,0	32,0	220,3	86,0	825,4	175,9
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	29,4	13,6	55,2	(243,6)	(118,7)	(42,9)
Resultado na Venda de Ativos	0,5	0,4	0,8	0,7	(0,5)	0,7
Apropriação da Receita Diferida	(13,4)	(14,4)	(27,3)	(28,3)	(54,9)	(57,0)
Despesas com Plano de Ações e Opções	19,8	27,1	32,0	53,3	96,8	116,6
Lucro Líquido Ajustado	407,6	328,3	759,0	712,5	1.212,5	1.798,3
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(9,3)	(376,7)	(167,9)	(320,8)	275,8	(543,4)
Estoques	51,5	(686,5)	1.068,1	(1.587,0)	(268,1)	(3.350,4)
Tributos a Recuperar	(141,9)	(94,8)	(322,8)	(176,4)	(1.614,9)	231,1
Depósito judiciais	(107,8)	(158,5)	(195,0)	(295,3)	(244,6)	(569,0)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(7,5)	(48,9)	189,3	(15,6)	79,2	35,3
Variação nos Ativos Operacionais	(214,9)	(1.365,5)	571,7	(2.395,1)	(1.772,6)	(4.196,3)
Fornecedores	1.132,3	1.171,0	(2.718,1)	(260,0)	(1.273,8)	2.905,0
Outras Contas a Pagar	(40,3)	287,2	(246,9)	(190,3)	416,6	374,5
Variação nos Passivos Operacionais	1.092,0	1.458,2	(2.965,0)	(450,3)	(857,2)	3.279,5
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	1.284,7	421,1	(1.634,4)	(2.132,8)	(1.417,3)	881,4
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(184,2)	(306,1)	(358,8)	(466,7)	(1.056,2)	(835,7)
Investimento em Controlada	(45,4)	(29,3)	(543,7)	(66,4)	(630,6)	(155,4)
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	(229,6)	(335,4)	(902,4)	(533,1)	(1.686,7)	(991,1)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	-	1.500,0	-	2.300,0	4.000,3	2.301,1
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(58,1)	(801,9)	(88,8)	(1.607,3)	(169,2)	(1.611,2)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(228,4)	(63,2)	(267,2)	(90,8)	(307,8)	(91,1)
Pagamento de arrendamento mercantil	(108,1)	(100,6)	(220,1)	(173,1)	(420,7)	(316,6)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(71,3)	(64,9)	(144,5)	(116,3)	(273,0)	(217,5)
Pagamento de Dividendos	(100,0)	(146,1)	(100,0)	(146,1)	(100,0)	(445,5)
Ações em Tesouraria	-	(204,3)	-	(404,1)	(646,1)	(883,8)
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	(565,9)	119,0	(820,6)	(237,7)	5.983,8	(1.264,6)
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	8.486,5	5.891,2	12.333,0	8.999,5	6.095,9	7.470,2
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	8.975,7	6.095,9	8.975,7	6.095,9	8.975,7	6.095,9
Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários	489,2	204,7	(3.357,4)	(2.903,6)	2.879,8	(1.374,3)

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)	jun-22	mar-22	dez-21	set-21	jun-21
(=) Capital de Giro	5.998,2	7.002,6	5.344,5	4.388,1	2.803,9
(+) Contas a receber	-	14,2	17,4	-	15,2
(+) IR e CS diferidos	1.296,1	1.114,1	915,1	470,7	270,8
(+) Impostos a recuperar	1.691,5	1.679,7	1.551,6	1.077,3	680,2
(+) Depósitos judiciais	1.384,9	1.277,1	1.189,9	1.173,5	1.139,1
(+) Outros ativos	14,7	0,3	184,8	6,7	7,7
(+) Invest. contr. em conjunto	368,4	377,5	407,8	454,5	411,7
(+) Direito de Uso	3.344,8	3.396,7	3.363,0	3.048,4	2.945,6
(+) Imobilizado	1.990,7	1.982,9	1.938,7	1.746,8	1.460,8
(+) Intangível	4.344,2	4.327,4	4.306,6	2.697,7	2.141,9
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	265,6	250,1	234,9	48,1	31,5
(+) Ativos não circulantes operacionais	14.700,9	14.420,0	14.109,7	10.723,6	9.104,5
(-) Provisão para contingências	1.135,1	1.111,5	1.154,1	992,2	1.147,6
(-) Arrendamento Mercantil	3.053,6	3.069,4	3.020,8	2.713,1	2.625,1
(-) Receita diferida	217,3	231,3	245,3	259,3	273,5
(-) Tributos a Recolher	7,8	7,8	24,3	-	-
(-) IR e CS diferidos	94,5	101,0	113,9	23,7	15,6
(-) Outras contas a pagar	328,4	822,2	922,9	4,2	5,7
(-) Passivos não circulantes operacionais	4.836,8	5.343,1	5.481,3	3.992,5	4.067,5
(=) Capital Fixo	9.864,2	9.077,0	8.628,4	6.731,0	5.037,0
(=) Capital Investido Total	15.862,4	16.079,6	13.972,9	11.119,2	7.840,9
(+) Dívida Líquida	4.924,6	4.919,9	2.670,3	246,6	575,1
(+) Dividendos a Pagar	-	41,4	41,4	-	0,2
(+) Patrimônio Líquido	10.937,8	11.118,2	11.261,2	10.872,5	7.265,6
(=) Financiamento Total	15.862,4	16.079,6	13.972,9	11.119,2	7.840,9

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	2T22	1T22	4T21	3T21	2T21
Receitas Financeiras	155,6	204,7	186,6	219,3	52,1
Despesas Financeiras	(649,4)	(626,8)	(434,6)	(260,3)	(281,7)
Despesas Financeiras Líquidas	(493,8)	(422,1)	(248,0)	(41,0)	(229,7)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	237,0	280,3	203,3	101,7	149,5
Despesas Financeiras Ajustadas	(256,9)	(141,8)	(44,8)	60,7	(80,2)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	87,3	48,2	15,2	(20,7)	27,3
Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos	(169,5)	(93,6)	(29,5)	40,1	(52,9)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	2T22	1T22	4T21	3T21	2T21
EBITDA	457,4	339,5	(7,9)	134,8	465,1
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(237,0)	(280,3)	(203,3)	(101,7)	(149,5)
Depreciação	(270,8)	(265,1)	(226,1)	(207,8)	(204,7)
IR/CS correntes e diferidos	172,2	186,4	575,0	257,5	64,8
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(87,3)	(48,2)	(15,2)	20,7	(27,3)
Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)	34,5	(67,7)	122,5	103,4	148,4
Capital Investido	15.862,4	16.079,6	13.972,9	11.119,2	7.840,9
ROIC Anualizado	1%	-2%	4%	4%	8%
Lucro Líquido	(135,0)	(161,3)	93,0	143,5	95,5
Patrimônio Líquido	10.937,8	11.118,2	11.261,2	10.872,5	7.265,6
ROE Anualizado	-5%	-6%	3%	5%	5%

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

Abertura Vendas Totais	2T22	A.V.(%)	2T21	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	263,5	1,9%	289,5	2,1%	-9,0%
Lojas Convencionais	3.626,3	26,0%	3.614,0	26,3%	0,3%
Subtotal - Lojas Físicas	3.889,9	27,9%	3.903,5	28,4%	-0,3%
E-commerce Tradicional (1P)	6.386,6	45,9%	6.853,2	49,9%	-6,8%
Marketplace (3P)	3.646,2	26,2%	2.989,8	21,7%	22,0%
Subtotal - E-commerce Total	10.032,8	72,1%	9.842,9	71,6%	1,9%
Vendas Totais	13.922,7	100,0%	13.746,4	100,0%	1,3%

Abertura Vendas Totais	1S22	A.V.(%)	1S21	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	541,9	1,9%	581,0	2,2%	-6,7%
Lojas Convencionais	7.288,5	26,0%	7.032,6	26,8%	3,6%
Subtotal - Lojas Físicas	7.830,3	27,9%	7.613,5	29,0%	2,8%
E-commerce Tradicional (1P)	12.915,5	46,0%	13.177,6	50,3%	-2,0%
Marketplace (3P)	7.301,1	26,0%	5.428,0	20,7%	34,5%
Subtotal - E-commerce Total	20.216,6	72,1%	18.605,6	71,0%	8,7%
Vendas Totais	28.046,9	100,0%	26.219,1	100,0%	7,0%

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

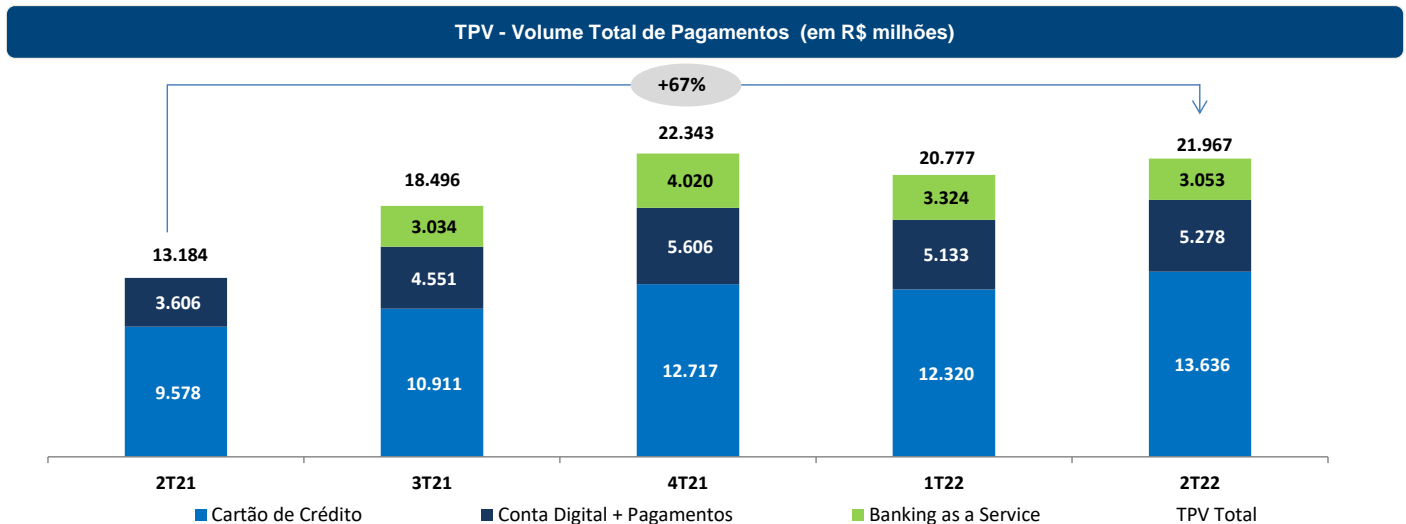
Número de Lojas por Canal - Final do Período	jun/22	Part(%)	jun/21	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	237	16,6%	209	15,6%	28
Lojas Convencionais	1.046	73,2%	959	71,6%	87
Quiosques	146	10,2%	171	12,8%	(25)
Total	1.429	100,0%	1.339	100,0%	90
Área total de vendas (m²)	716.745	100,0%	674.815	100,0%	6,2%

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.

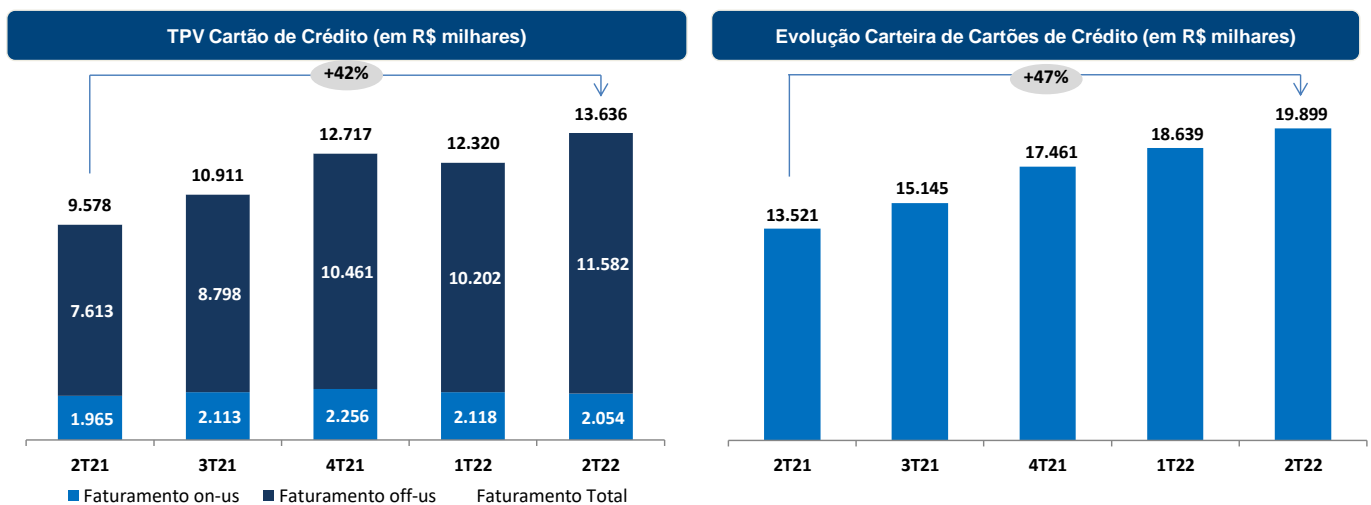
| Indicadores Operacionais

- O volume total de transações (TPV) atingiu R\$22,0 bilhões no 2T22, crescendo 66,6%.



| Cartão de Crédito

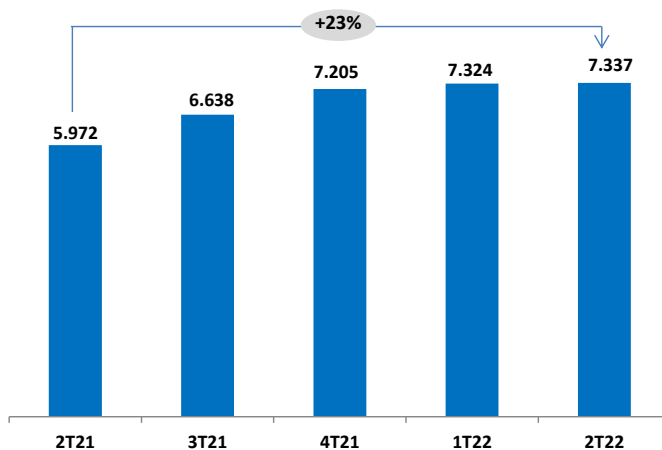
- O TPV de Cartão de Crédito cresceu expressivos 42,4% no 2T22, atingindo a marca de R\$13,6 bilhões no período, maior faturamento trimestral da história. As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, aumentaram 4,6% no 2T22 e atingiram R\$2,1 bilhões. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 52,1% no 2T22 para R\$11,6 bilhões.
- A carteira de cartão de crédito alcançou R\$19,9 bilhões ao final do 2T22, um aumento de 47,2% em relação ao 2T21.



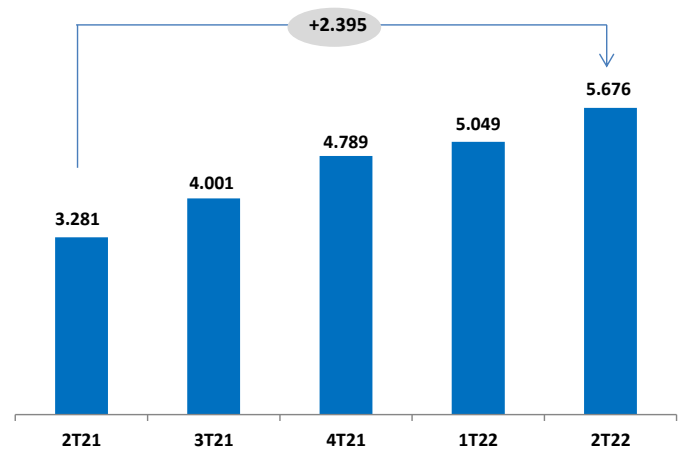
2T22

- Em jun/22, a base total de cartões de crédito alcançou 7,3 milhões de cartões (+22,9% versus jun/21), incluindo o Cartão Luiza e o Cartão Magalu.

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 5,7 milhões de contas abertas em jun/22, representando um aumento de 627 mil novas contas no trimestre com o sucesso da campanha do “Pix da Lu”.
- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$5,3 bilhões no 2T22, crescendo 46,4% no período.
- Continuamos fomentando o crescimento das vendas dos nossos sellers por meio do crédito oferecido pelo nosso FIDC.
- Nossa solução de maquininhas continua evoluindo. No 2T22, diversas melhorias foram realizadas, dentre elas a integração com a Conta Digital PJ e redução dos prazos de liquidação aos clientes. Elas têm sido destaque na Caravana Parceiro Magalu, onde milhares de pequenos varejistas brasileiros podem ter suas lojas físicas conectadas ao e-commerce, na mesma plataforma, beneficiando-se de gestão única de vendas, fiscal e controle de estoque.

Banking as a Service (BaaS)

- O volume total de transações processadas (TPV) no segmento Banking as a Service atingiu R\$3,1 bilhões no 2T22.

ANEXO VIII
LUIZACRED

| Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

R\$ milhões	2T22	AV	2T21	AV	Var(%)	1S22	AV	1S21	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	619,3	100,0%	392,0	100,0%	58,0%	1.215,3	100,0%	713,1	100,0%	70,4%
Despesas da Intermediação Financeira	(709,7)	-114,6%	(330,4)	-84,3%	114,8%	(1.376,5)	-113,3%	(586,5)	-82,2%	134,7%
Operações de Captação no Mercado	(151,0)	-24,4%	(35,0)	-8,9%	331,3%	(257,7)	-21,2%	(53,0)	-7,4%	386,7%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(558,7)	-90,2%	(295,4)	-75,4%	89,2%	(1.118,7)	-92,1%	(533,6)	-74,8%	109,7%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	(90,4)	-14,6%	61,6	15,7%	-	(161,1)	-13,3%	126,6	17,8%	-
Receitas de Prestação de Serviços	353,0	57,0%	271,9	69,4%	29,8%	693,5	57,1%	526,1	73,8%	31,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(309,8)	-50,0%	(269,8)	-68,8%	14,8%	(624,1)	-51,4%	(529,1)	-74,2%	17,9%
Despesas de Pessoal	(10,4)	-1,7%	(3,2)	-0,8%	224,3%	(14,3)	-1,2%	(6,4)	-0,9%	122,5%
Outras Despesas Administrativas	(208,3)	-33,6%	(205,5)	-52,4%	1,4%	(428,3)	-35,2%	(407,2)	-57,1%	5,2%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,5%	(3,0)	-0,8%	-0,1%	(6,0)	-0,5%	(5,9)	-0,8%	0,7%
Despesas Tributárias	(54,1)	-8,7%	(38,8)	-9,9%	39,5%	(105,4)	-8,7%	(73,5)	-10,3%	43,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(34,1)	-5,5%	(19,3)	-4,9%	76,5%	(70,1)	-5,8%	(36,0)	-5,1%	94,4%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	(47,3)	-7,6%	63,7	16,2%	-	(91,7)	-7,5%	123,6	17,3%	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	18,5	3,0%	(15,6)	-4,0%	-	36,2	3,0%	(39,7)	-5,6%	-
Lucro Líquido	(28,8)	-4,6%	48,1	12,3%	-	(55,5)	-4,6%	83,8	11,8%	-

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

R\$ milhões	2T22	AV	2T21	AV	Var(%)	1S22	AV	1S21	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	619,3	100,0%	392,0	100,0%	58,0%	1.215,4	100,0%	713,1	100,0%	70,4%
Despesas da Intermediação Financeira	(708,6)	-114,4%	(234,4)	-59,8%	202,3%	(1.274,2)	-104,8%	(390,7)	-54,8%	226,1%
Operações de Captação no Mercado	(151,0)	-24,4%	(35,0)	-8,9%	331,3%	(257,7)	-21,2%	(53,0)	-7,4%	386,7%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(557,6)	-90,0%	(199,4)	-50,9%	179,7%	(1.016,5)	-83,6%	(337,8)	-47,4%	200,9%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	(89,3)	-14,4%	157,6	40,2%	-	(58,8)	-4,8%	322,4	45,2%	-
Receitas de Prestação de Serviços	353,0	57,0%	271,9	69,4%	29,8%	693,5	57,1%	526,1	73,8%	31,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(309,8)	-50,0%	(269,8)	-68,8%	14,8%	(624,1)	-51,3%	(529,1)	-74,2%	17,9%
Despesas de Pessoal	(10,4)	-1,7%	(3,2)	-0,8%	224,3%	(14,3)	-1,2%	(6,4)	-0,9%	122,5%
Outras Despesas Administrativas	(208,3)	-33,6%	(205,5)	-52,4%	1,4%	(428,3)	-35,2%	(407,2)	-57,1%	5,2%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,5%	(3,0)	-0,8%	-0,1%	(6,0)	-0,5%	(5,9)	-0,8%	0,7%
Despesas Tributárias	(54,1)	-8,7%	(38,8)	-9,9%	39,5%	(105,4)	-8,7%	(73,5)	-10,3%	43,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(34,1)	-5,5%	(19,3)	-4,9%	76,5%	(70,1)	-5,8%	(36,0)	-5,1%	94,4%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	(46,1)	-7,4%	159,7	40,7%	-	10,6	0,9%	319,4	44,8%	-96,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	18,0	2,9%	(54,0)	-13,8%	-	(4,7)	-0,4%	(118,1)	-16,6%	-96,0%
Lucro Líquido	(28,1)	-4,5%	105,7	27,0%	-	5,9	0,5%	201,3	28,2%	-97,1%

| Receitas da Intermediação Financeira

No 2T22, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$619,3 milhões, crescendo expressivos 58,0%, 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 3,0% da carteira total em jun/22, uma variação de 1,0 p.p. em relação a jun/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 7,7% em jun/22, uma variação de 3,0 p.p. em relação a jun/21. Vale ressaltar que tal indicador continua abaixo dos níveis pré-pandemia.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 2,8% da carteira total no 2T22. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 160% em jun/22.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	jun-22		mar-22		dez-21		set-21		jun-21	
000 a 014 dias	17.770	89,3%	16.816	90,2%	16.043	91,9%	14.081	93,0%	12.615	93,3%
015 a 030 dias	115	0,6%	140	0,8%	103	0,6%	75	0,5%	59	0,4%
031 a 060 dias	192	1,0%	196	1,1%	143	0,8%	108	0,7%	81	0,6%
061 a 090 dias	291	1,5%	253	1,4%	196	1,1%	135	0,9%	125	0,9%
091 a 120 dias	242	1,2%	211	1,1%	185	1,1%	130	0,9%	122	0,9%
121 a 150 dias	257	1,3%	195	1,0%	148	0,9%	112	0,7%	111	0,8%
151 a 180 dias	212	1,1%	170	0,9%	119	0,7%	108	0,7%	87	0,6%
180 a 360 dias	820	4,1%	658	3,5%	524	3,0%	397	2,6%	320	2,4%
Carteira de Crédito (R\$ milhões)	19.899	100,0%	18.639	100,0%	17.461	100,0%	15.145	100,0%	13.521	100,0%
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	203		195		187		189		190	
Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)	20.102		18.834		17.649		15.334		13.711	
Atraso de 15 a 90 Dias	598	3,0%	589	3,2%	442	2,5%	318	2,1%	265	2,0%
Atraso Maior 90 Dias	1.532	7,7%	1.235	6,6%	977	5,6%	747	4,9%	640	4,7%
Atraso Total	2.129	10,7%	1.824	9,8%	1.419	8,1%	1.065	7,0%	906	6,7%
PDD sobre Carteira de Crédito	2.076		1.766		1.453		1.078		1.080	
PDD sobre Limite Disponível	373		368		333		398		340	
PDD Total em IFRS 9	2.449		2.135		1.786		1.477		1.420	
Índice de Cobertura da Carteira	136%		143%		149%		144%		169%	
Índice de Cobertura Total	160%		173%		183%		198%		222%	

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.

2T22**| Resultado Bruto da Intermediação Financeira**

O resultado bruto da intermediação financeira foi negativo em R\$90,4 milhões no 2T22 influenciado, principalmente, por provisões conservadoras associadas ao forte crescimento da carteira.

| Receita de Serviços e Outras Despesas/Receitas Operacionais

As receitas de serviços cresceram 29,8% no 2T22, alcançando R\$353,0 milhões, em função principalmente do crescimento do faturamento e da base de cartões. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram apenas 14,8%, representando R\$309,8 milhões.

| Lucro Líquido

No 2T22, a Luizacred teve o resultado líquido negativo em R\$28,8 milhões em IFRS. No mesmo período, de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o resultado líquido foi negativo em R\$28,1 milhões.

| Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido foi de R\$1.206,1 milhões em jun/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\$797,6 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	
	2T22	2022	2023
Total de Unidades Logísticas	269	380	450
Número de Centros de Distribuição	23	30	33
Número de Cross-dockings	246	350	417
Número de Lojas	1.429	1.560	1.680
Área Total de Armazenagem	1.299	1.630	2.000

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Teleconferência em Português com tradução simultânea para o inglês

12 de agosto de 2022 (sexta-feira)
10h00 – Horário de Brasília
09h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Acesso Teleconferência

Twitter:
[@ri_magalu](#)

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo
Diretor Financeiro e RI

Simon Olson
Diretor Adjunto RI
e Novos Negócios

Vanessa Rossini
Gerente RI

Lucas Ozorio
Coordenador RI

Natassia Lima
Analista RI

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 três centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.429 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 1.900 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.