

MAGALU

Teleconferência de Resultados 2T22

12 de Agosto de 2022

Esta teleconferência possui tradução simultânea. Para acessar, basta clicar no botão Interpretation 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

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

This conference call has simultaneous translation.

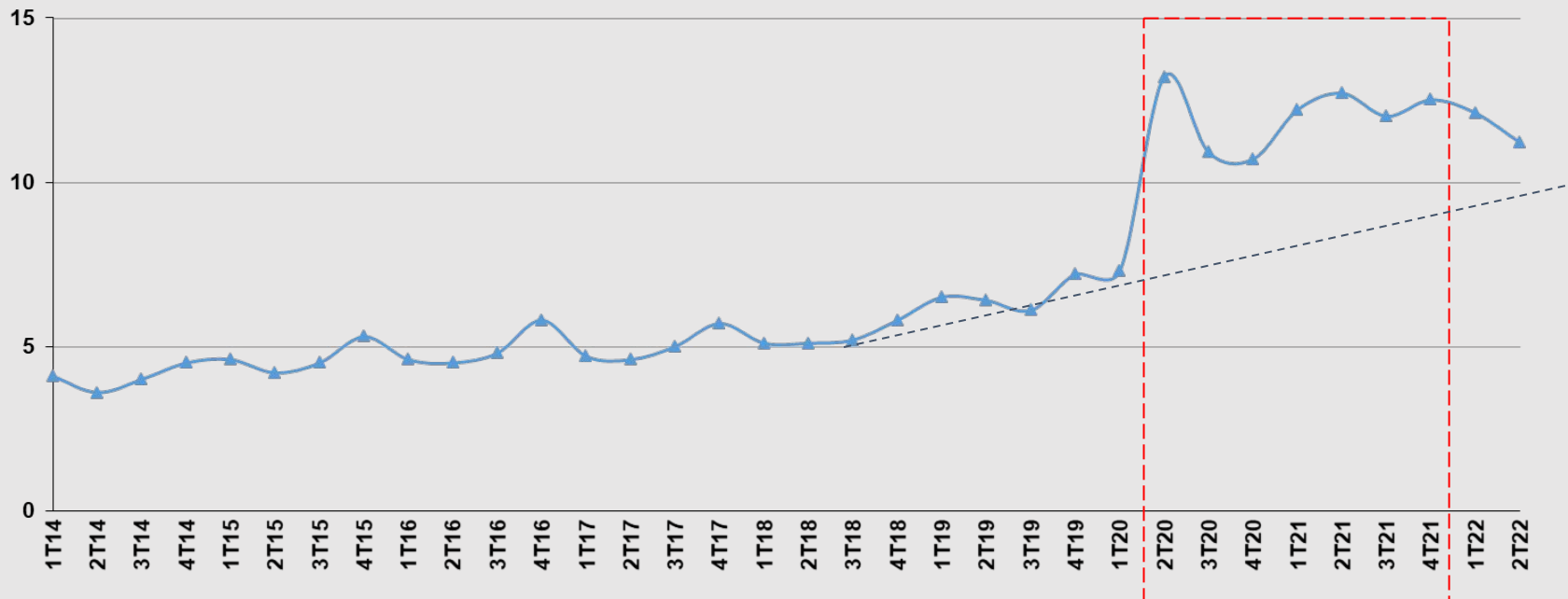
To gain access, please click the Interpretation button on the globe icon at the bottom of the screen.

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

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

A penetração do mercado online tem mostrado uma tendência de retorno à curva de crescimento pré-covid

Evolução da penetração online no varejo brasileiro
[% online*/varejo total Brasil; 2014-2022]

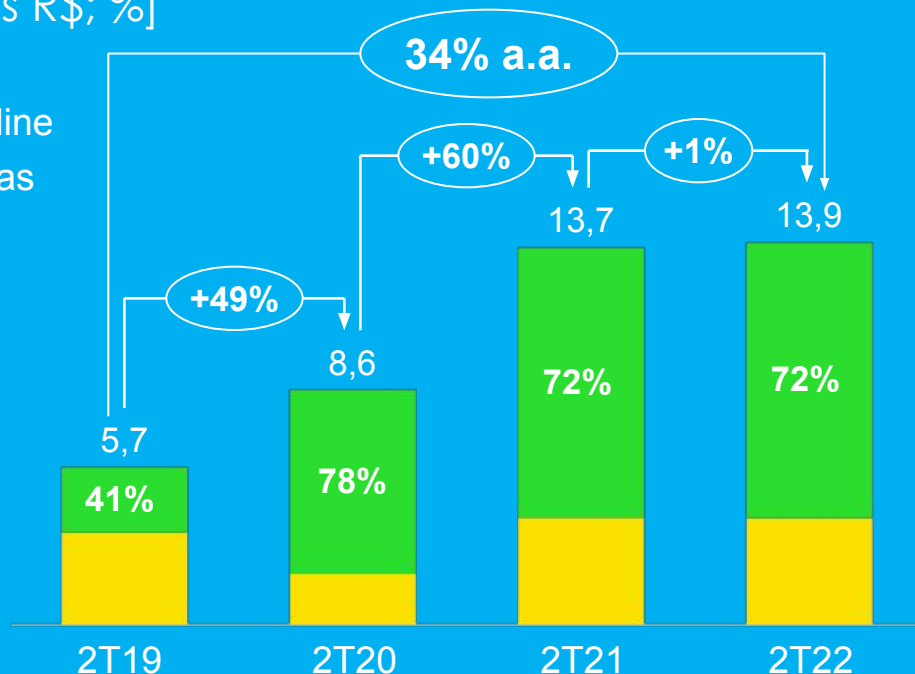


No 2T22, as Vendas Totais foram de **R\$ 14 bilhões**, um **crescimento médio de 34%** nos últimos 3 anos

Evolução das vendas totais

[Bilhões R\$; %]

Online
Lojas



34%

Crescimento anual médio
de 3 anos

[2T22 vs 2T19]

72%

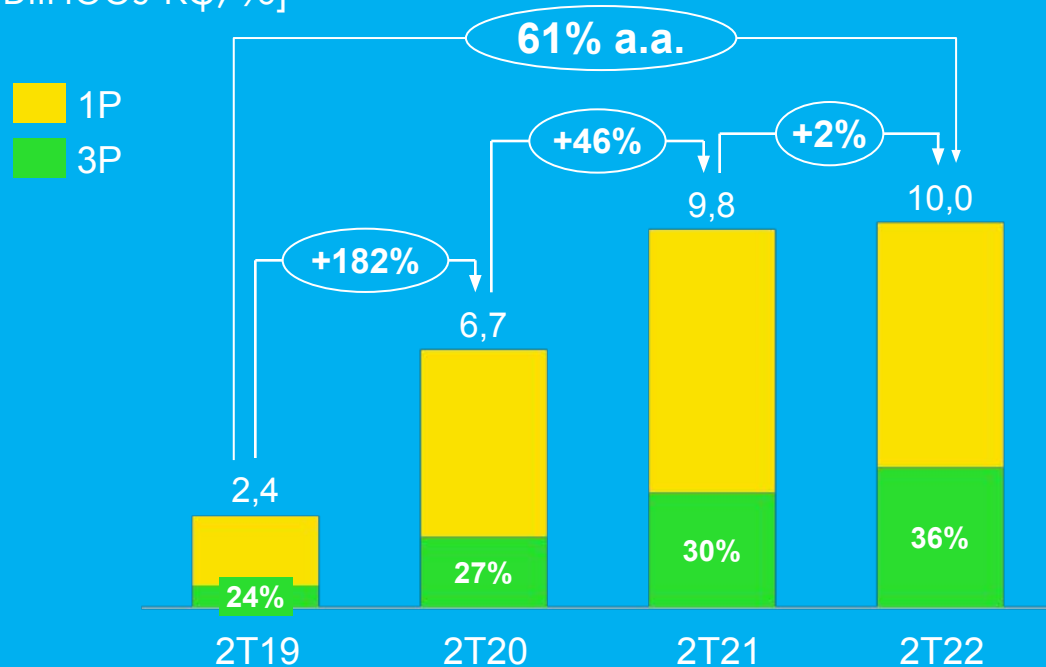
Participação do online nas
vendas totais

[%; 2T22]

Nos últimos três anos, nosso **e-commerce cresceu em média 61% ao ano**, atingindo **R\$10 bilhões** em vendas no 2T22

Evolução das vendas online

[Bilhões R\$; %]



61%

Crescimento anual médio de 3 anos - Online
[2T22 vs 2T19]

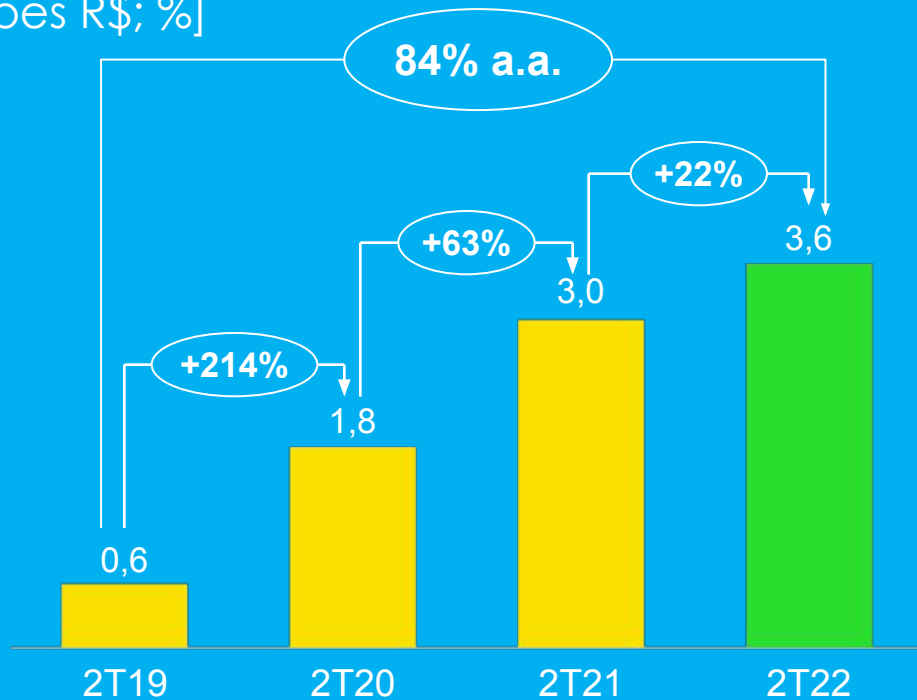
11 p.p.

Aumento de market share em 3 anos
[2T22 vs 2T19; Neotrust]

O marketplace cresceu 22% no 2T22 e atingiu R\$ 3,6 bilhões em vendas, impulsionado pelas novas categorias

Evolução das vendas do Marketplace

[Bilhões R\$; %]



84%

Crescimento anual médio
de 3 anos - Marketplace

[2T22 vs 2T19]

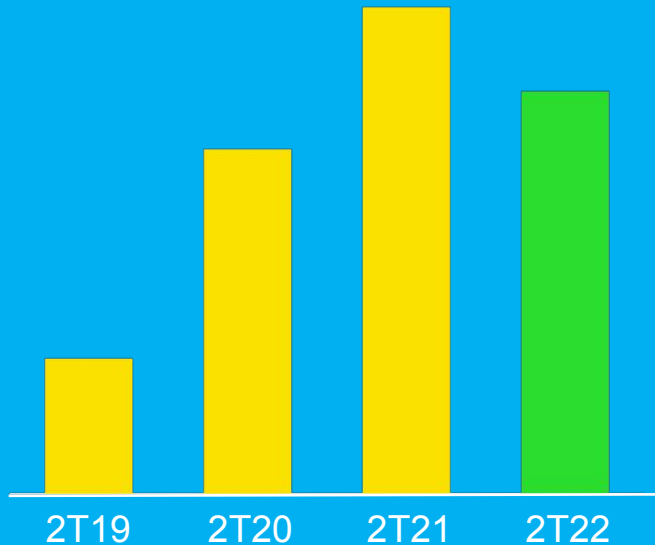
22%

Crescimento do Marketplace

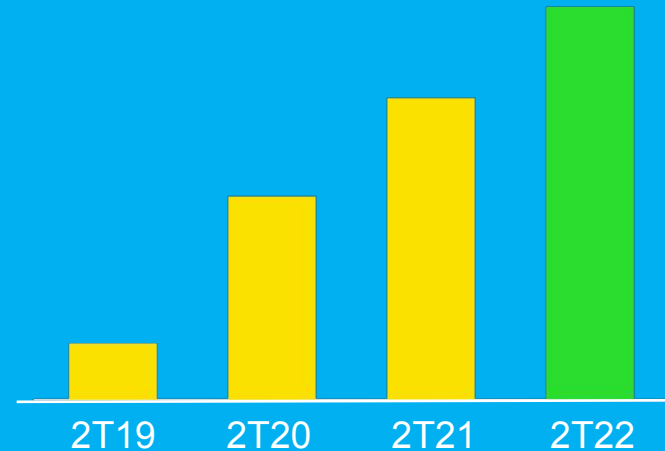
[2T21 vs 2T22]

Nos últimos 3 anos, **as novas categorias cresceram o dobro das categorias tradicionais**, mesmo com a forte expansão de bens duráveis durante a pandemia

Evolução das vendas online categorias tradicionais
[Crescimento anual médio de 3 anos]

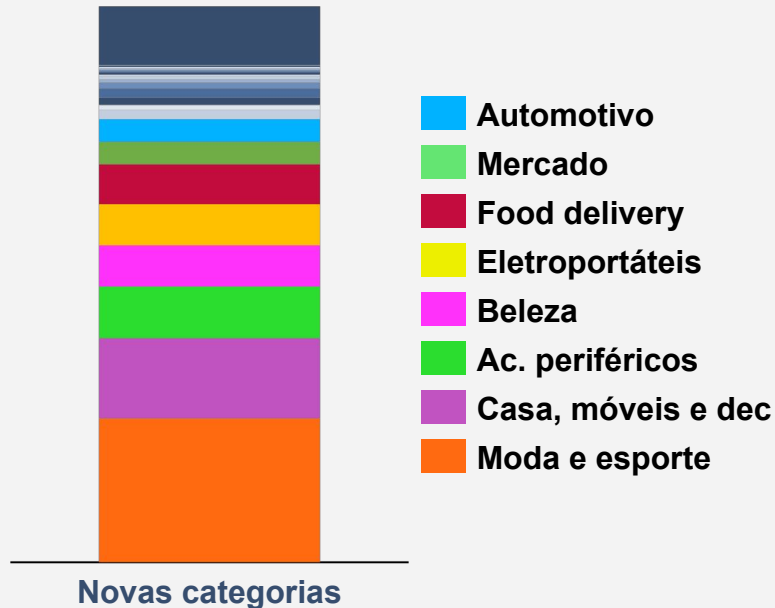


Evolução das vendas online novas categorias
[Crescimento anual médio de 3 anos]



As **novas categorias** já representaram **mais da metade** das vendas totais do e-commerce no 2T22

Participação das novas categorias no online Magalu
[% GMV; 2T22]



52% do GMV
é de novas categorias



**Parceiro
Magalu**

200k
comerciantes
já fazem parte do
nosso marketplace

**+100k vieram por meio
das Lojas Físicas**



A **Caravana Magalu** vem rodando o Brasil com a missão de **atrair, integrar e fomentar** a digitalização de milhares de varejistas analógicos

Já estivemos nas cidades de **Sorocaba, Piracicaba, Limeira, São José dos Campos, Maceió e em João Pessoa**

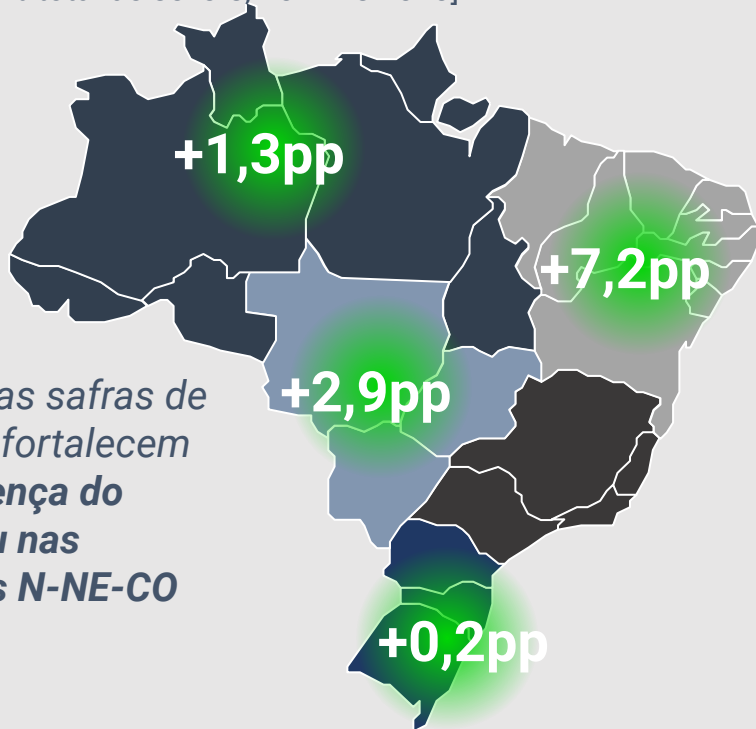
6X Mais sellers integrados ao Marketplace nas cidades por onde a Caravana passou, no período de um mês



As novas safras de sellers continuam diversificando ainda mais o portfólio e a localização dos produtos da plataforma

Evolução da participação de sellers por região

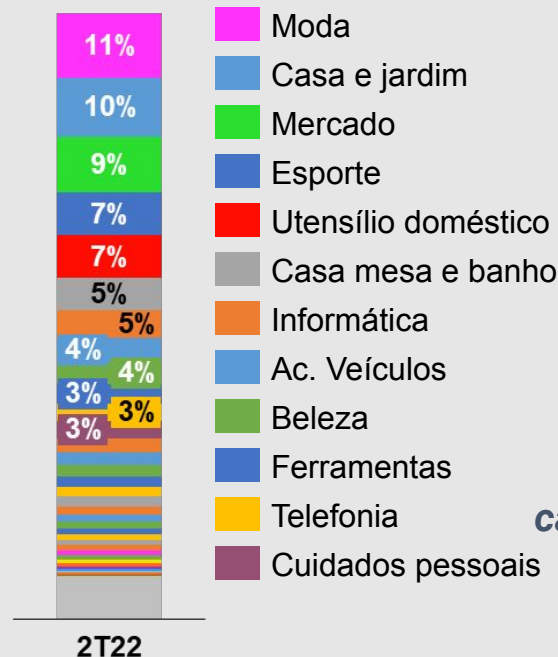
[delta no % total de sellers; 2022 vs 2020]



As novas safras de sellers fortalecem a presença do Magalu nas regiões N-NE-CO

GMV por categoria dos Parceiros

[2T22; % GMV]



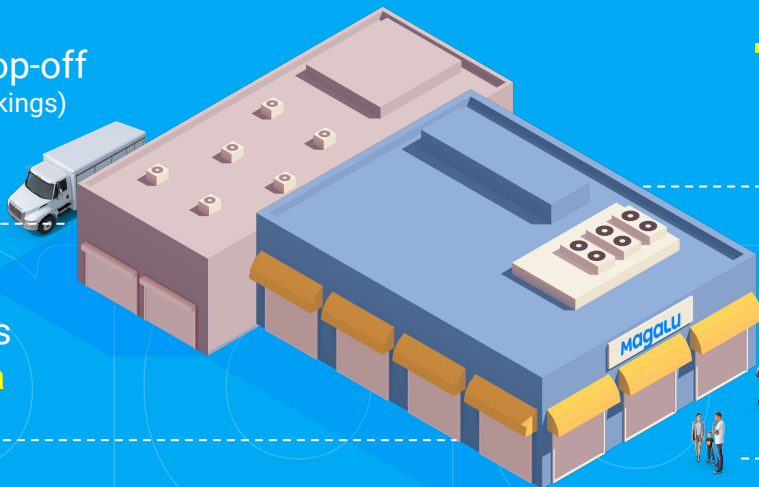
As vendas dos Parceiros Magalu fortalecem as categorias de Cauda Longa no 3P

O futuro do varejo do e-commerce no Brasil é **Hiperlocal e Multicanal**

Agência

498 Agências Magalu
habilitadas para drop-off
(Lojas Físicas + Cross Dockings)

Agência Magalu Multicanal



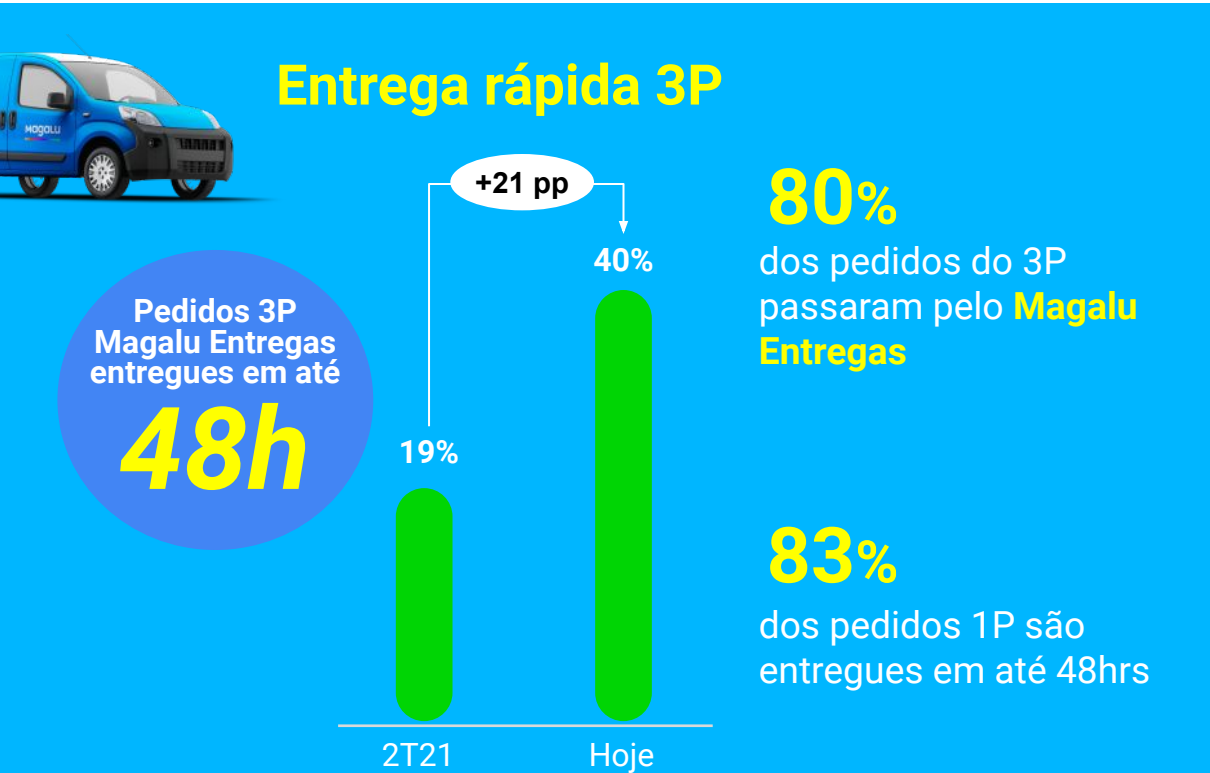
+18k Sellers utilizando as
lojas como agência

Retira Loja 3P

+1k lojas habilitadas para
Retira Loja do 3P

17% participação de Retira
Loja 3P em pedidos
no Marketplace

O Magalu Entregas se torna, cada vez mais, a opção logística dos sellers do nosso marketplace



Entrega ultra rápida 3P

+9k Sellers adeptos ao **Ship-from-Seller** com entrega em 24hrs

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

Magalu lançou sua operação de **Fulfillment**, totalmente integrada à sua operação com estoque próprio (1P)

Lançamento



Fulfillment

Lançamento



Entrega de produtos pesados



Agência



Ultra rápida



Coleta e Entrega

+100 Sellers no Fulfillment Magalu

Fulfillment e Produtos Pesados no Magalu Entregas são totalmente integrados com nosso 1P

Entrega mais rápida e com menores custos

Nossas empresas parceiras têm mostrado **excelentes resultados**,
com **geração de lucro e crescimento de vendas**



NETSHOES

+R\$1 BI

GMV total
no 2T22

R\$32 MI

Lucro no
2T22

+2,5 p.p.

ganho de
share na
categoria de
Esportes



MODA

+R\$1,6 BI

GMV
anualizado
de **Moda**

+37%

Crescimento
da categoria

+2,8 p.p.

ganho de
share na
categoria



ÉPOCA

COSMÉTICOS · PERFUMARIA

#1

Ebit Top of Mind em
cosméticos e
perfumaria online

Geração de
caixa e lucro
no 2T22

O KaBuM! e a AiQfome contribuem cada vez mais com o ecossistema Magalu

+ R\$150MI

Fluxo de caixa operacional

Lucro e Geração de caixa no 2T22

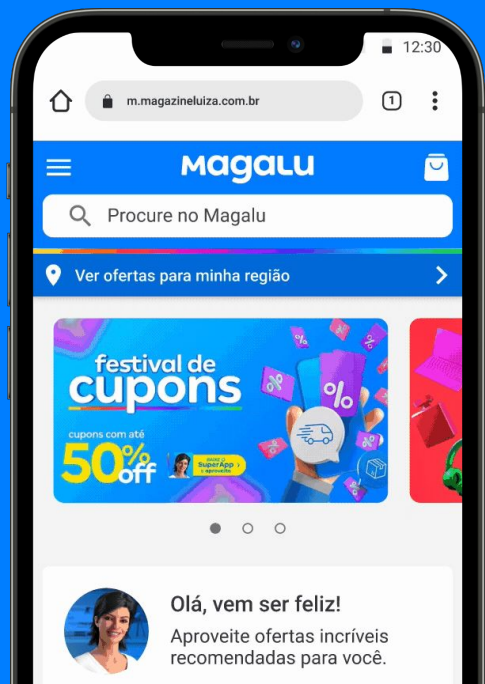


+R\$1,4BI

GMV 2T22
anualizado

Presença em
+815 cidades
no Brasil

MagaluAds se destaca com **autosserviço** para criação de campanhas e ampliação da exibição de **produtos patrocinados**



2x

A receita no segundo trimestre dobrou comparada ao mesmo período de 2021

Lançamento

Produtos patrocinados passam a ser exibidos na busca do **SuperApp**, aumentando a conversão e as vendas dos sellers anunciantes.

Autosserviço na contratação

- Publicidade Ads
- Magalu Ads

Criar campanha



Mais de

32M

FÃS



Leão de Ouro
Cannes 2022



Lu é a *virtual influencer* do Magalu que dá **calor humano** aos nossos canais online



14M
fãs



5,9M
seguidores



1,4M
seguidores



6,8M
seguidores



2,6M
inscritos



#TôNa MEJOR

 **MAGALU**

1º lugar
Melhores Empresas para
Trabalhar 2022 - *América Latina*

*Categoria Grandes Empresas (mais de 500 funcionários).

MAGALU

Destaques Financeiros

Destques Financeiros - 2T22

22% Crescimento do Marketplace

R\$13,9 Bilhões em Vendas Totais

2% Crescimento do E-commerce

28,6% Margem Bruta

1% Crescimento nas Vendas Totais

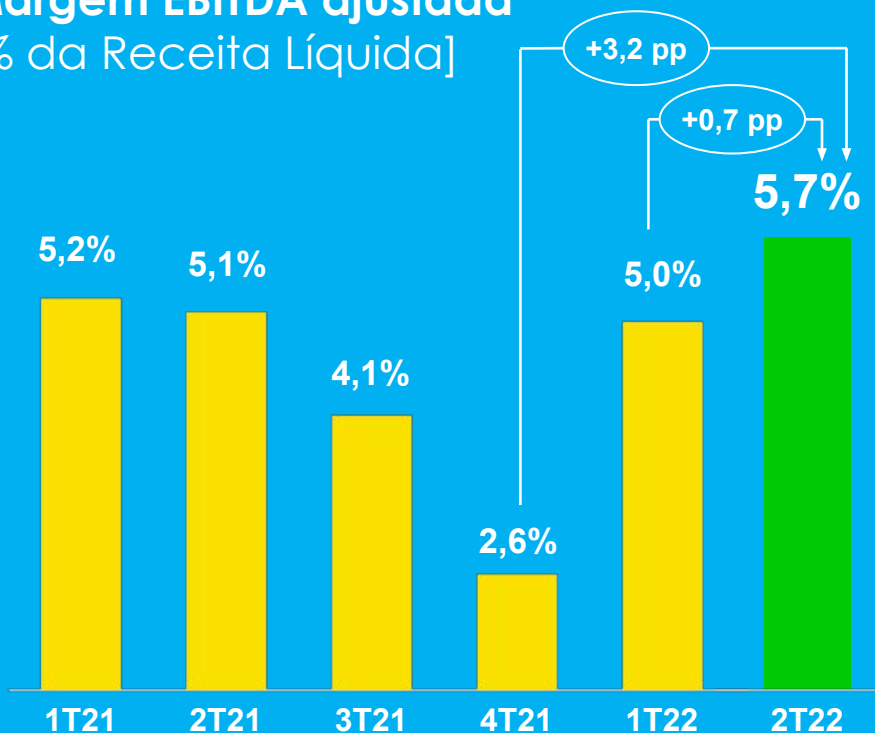
R\$492 Milhões EBITDA Ajustado
(5,7% de margem)

Manutenção do volume de vendas das Lojas Físicas

-R\$112 Milhões Resultado Líquido Ajustado
(-1,3% de margem)

O principal objetivo no primeiro semestre de 2022 foi **aumentar as margens operacionais, mantendo marketshare e nível de serviço**

Margem EBITDA ajustada [% da Receita Líquida]



Melhoramos nossas margens

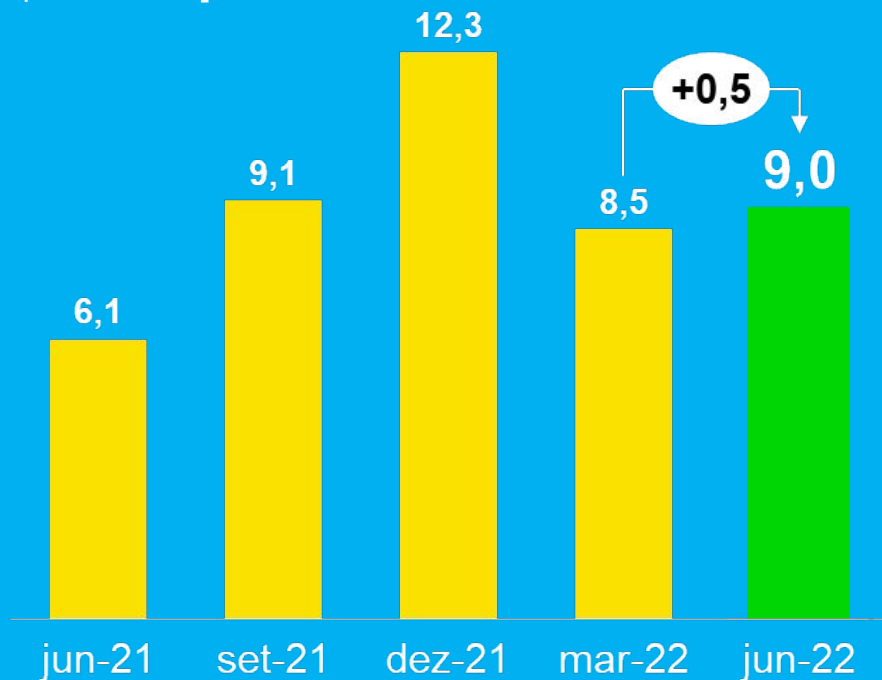
- Repasse do aumento de custos
- Aumento da venda com juros
- Crescimento de receitas de serviços e do marketplace

Controlamos nossas despesas

- Renegociação de contratos
- Otimização dos investimentos com marketing e nas rotas de logística
- Adequação da capacidade na operação

No trimestre, destaque para a **forte geração de caixa operacional**.
Encerramos Junho/22 com **R\$ 9 Bilhões de caixa total**

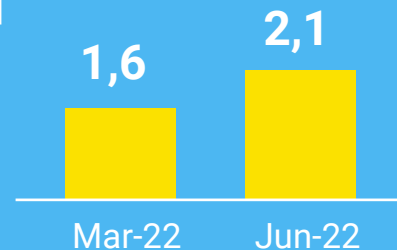
Posição de caixa total ajustado [R\$ Bilhões]



Geração de **R\$ 1,3 Bilhão** de Caixa Operacional

Aumentamos em **R\$ 500 Milhões**
nossa posição de caixa líquido

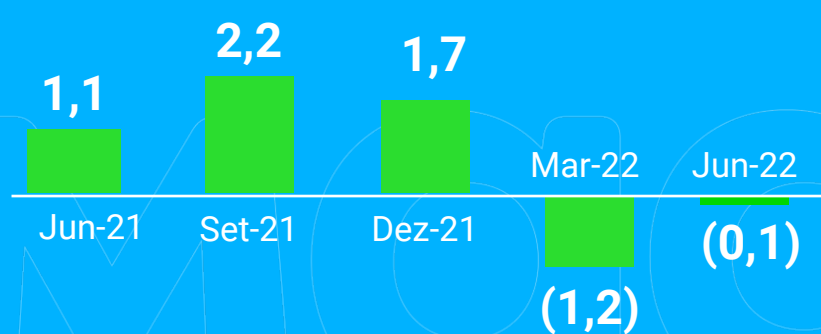
Posição de caixa líquido ajustado [R\$ Bilhões]



Evolução significativa do Capital de Giro

Capital de Giro Ajustado (R\$ bilhões)

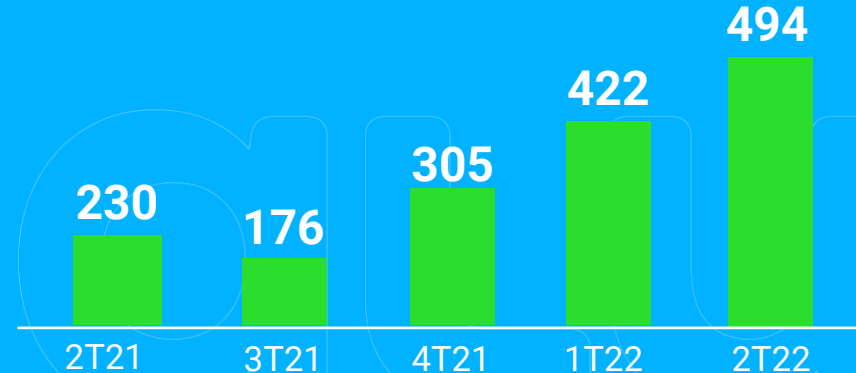
Reduzimos os **níveis de estoque** e aumentamos o **saldo de fornecedores**



Despesa Financeira Líquida Ajustada (R\$ milhões)

CDI médio	3,2%	4,9%	7,6%	10,3%	12,4%
-----------	------	------	------	-------	-------

Redução do prazo médio de vendas e aumento de **participação do PIX**



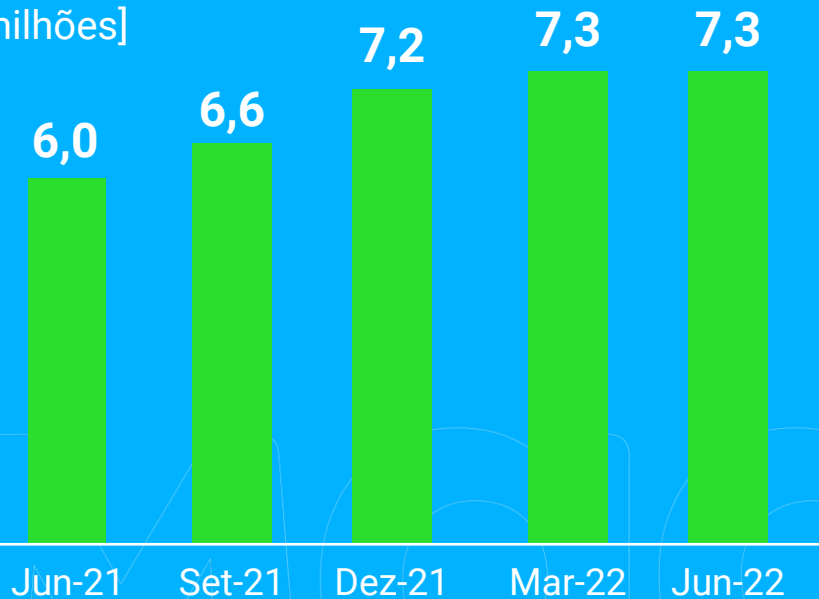
Luizacred



Crescimento de 42% no TPV de cartões, atingindo R\$13,6 bilhões e alcançando a marca de R\$20 bilhões em carteira de crédito

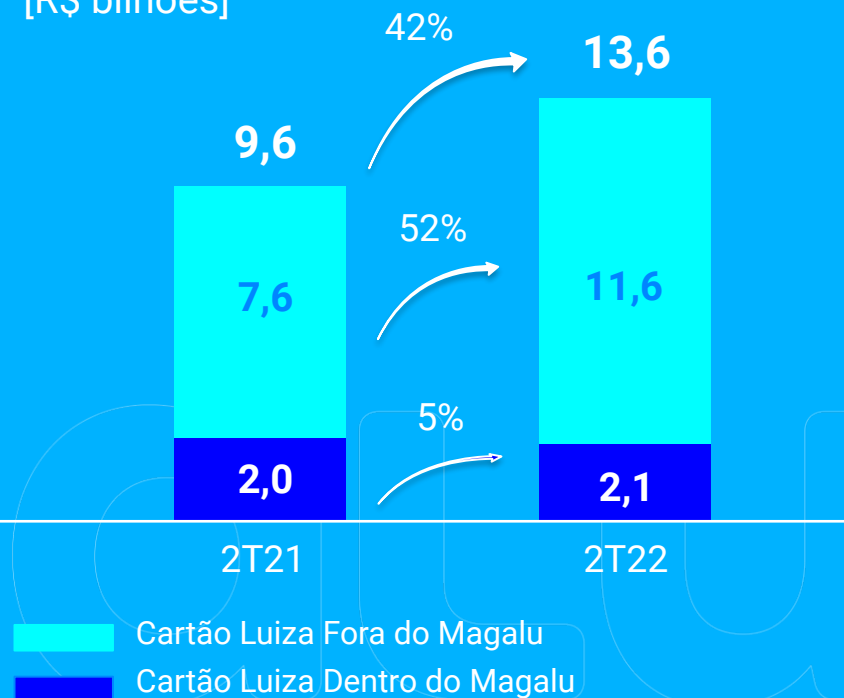
Evolução da Base do Cartão Luiza

[milhões]



Faturamento - TPV

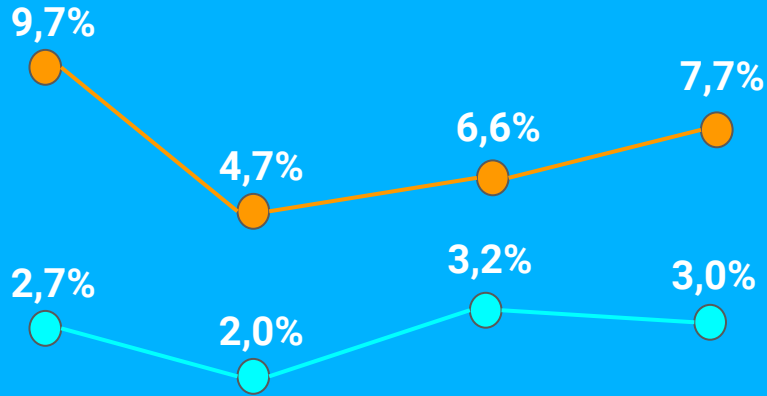
[R\$ bilhões]



Luizacred

Inadimplência abaixo dos níveis históricos

Abertura da Carteira (%)



Jun-20

161%

Jun-21

222%

Mar-22

173%

Jun-22

160%

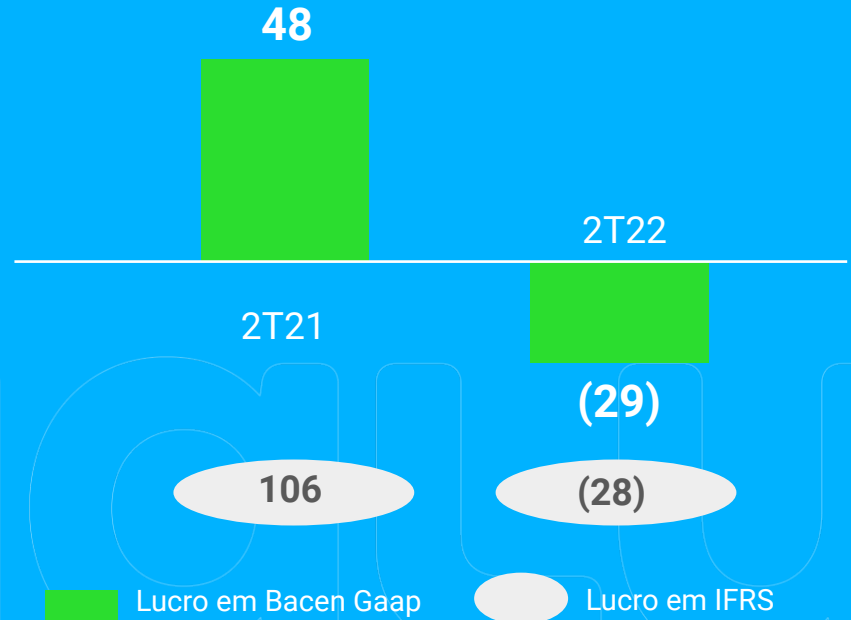
NPL 15-90

NPL > 90

Cobertura (%)

Lucro Líquido

[R\$ milhões]



2T21

106

2T22

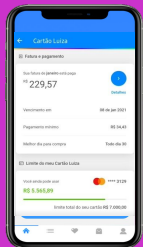
(29)

(28)

Lucro em Bacen Gaap

Lucro em IFRS

Magalu oferece aos **consumidores** uma ampla variedade de serviços financeiros



+5,7M

Contas digitais criadas, e agora totalmente integrado à tecnologia proprietária da Hub Fintech.

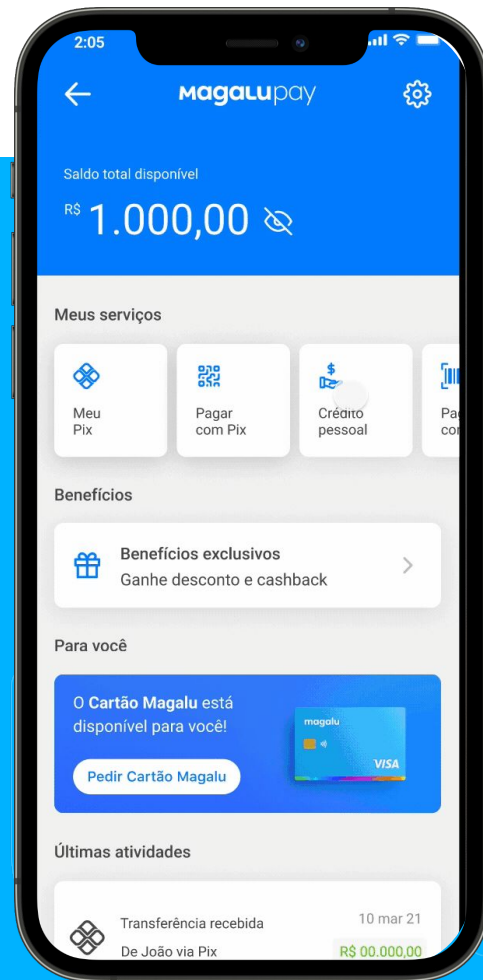
Estamos levando o **Magalu Pay** para todo o Ecosistema Magalu e ele já está disponível no mini app da AiQFome



Destaques

Pré-aprovação do cartão para clientes com bom perfil de crédito

Empréstimo pessoal na conta digital



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



+R\$8 Bi

TPV no 2T22



magalupay

Mobile POS

na Caravana Magalu



+R\$40M

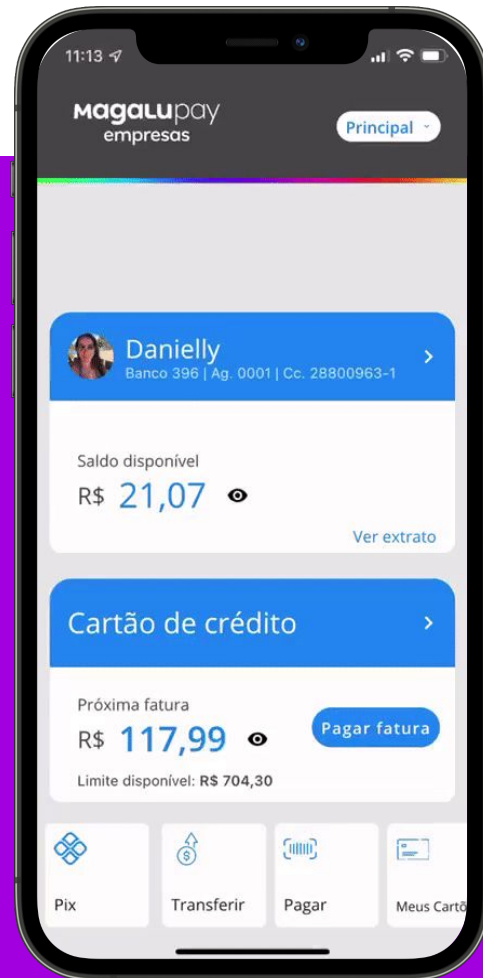
Lucro Líquido do Magalu
Pagamentos no 1S22

Destaque

**MagaluPay
Empresas**

Conta PJ
Conta digital de graça

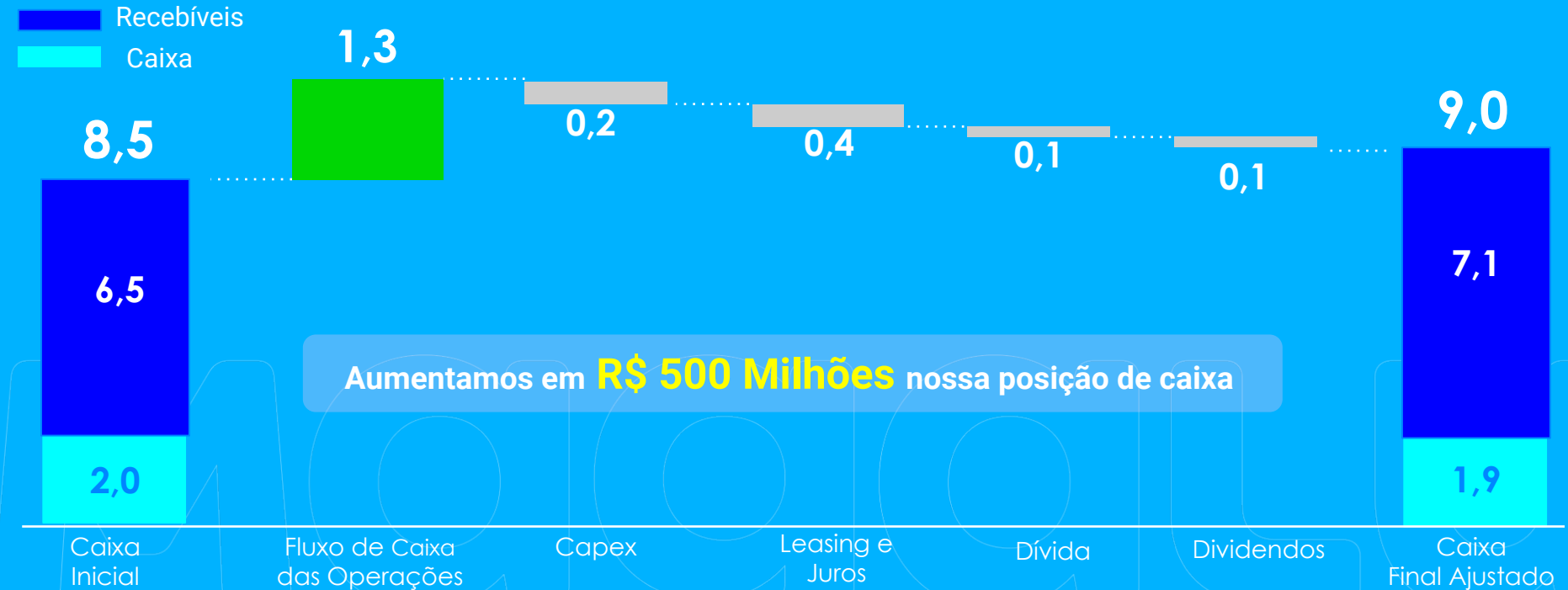
Cartão de Crédito PJ
*Tecnologia proprietária da
Bit55*



Fluxo de Caixa trimestral

Geração de Caixa Operacional de **R\$1,3 bilhão** no 2T22

Fluxo de Caixa 2T22 (R\$ bilhões)



Ecosistema Magalu

SERVIÇOS FINANCEIROS

magalupay
consórcio
Magalu
magalu
pagamentos
hub
fintech

VIP
COMMERCE

Magaluads

MAAS

LUIZACRED

luizaseg

VAREJO

Magalu

parceiro
Magalu

stoa

com
school

SmartHint

HUBSALES

grand
chef

bit55

LOGÍSTICA

magalu
Entregas

logbee

NETSHOES

KaBUM! >>

Canaltech

STEAL
THE
LOOK

CONTEÚDO

ZATTINI

aiqfome

tonolucro

plus

shoestock

GFL

ÉPOCA
COSMÉTICOS · PERFUMARIA

Sinclog

CONSUMIDOR

SELLERS

estante
virtual

SODE
SOLUÇÕES DE ENTREGA

LOVE
TELO

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.