Destaques do 1T21

MGLU
B3 LISTED NM

- **Vendas totais cresceram 63% no 1T21, atingindo R$12,5 bilhões**
- **E-commerce cresceu 114% no 1T21, atingindo R$8,8 bilhões e 70% das vendas totais**
- **Vendas nas lojas físicas evoluíram 4% no total**
- **EBITDA ajustado atingiu R$427 milhões no 1T21 (crescimento de 56%)**
- **Lucro líquido de R$259 milhões no 1T21 (ajustado de R$81 milhões)**
- **Geração de caixa operacional de R$2,7 bilhões nos últimos 12 meses**

Ganho consistente de participação de mercado. No 1T21, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram expressivos 62,8% para R$12,5 bilhões, reflexo do aumento de 114,4% no e-commerce total e de 3,7% nas lojas físicas. O excelente desempenho das vendas foi alcançado mesmo com o fechamento temporário das lojas em função do agravamento da covid-19 no Brasil. No 1T21, o Magalu expandiu sua participação de mercado em 4,7 p.p. comparada com o 1T20, segundo a GFK.

E-commerce continua em ritmo muito acelerado. No 1T21, o e-commerce brasileiro cresceu 38,2%, segundo o E-bit, com o Magalu crescendo muito mais que o mercado. No período, as vendas do e-commerce avançaram expressivos 114,4% e representaram 70,3% das vendas totais. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 121,5% e o marketplace contribuiu com R$2,4 bilhões, crescendo 98,0%. O forte ganho de *marketshare* foi impulsionado pela excelente performance do app, com 31 milhões de usuários ativos mensais. Também contribuíram a entrega mais rápida do varejo, a evolução do marketplace e o crescimento das novas categorias.

Margem bruta reflete maior participação do e-commerce. Mesmo com a excelente performance das lojas abertas, o forte crescimento das vendas online refletiu em uma maior participação do e-commerce nas vendas totais, que aumentou 17 p.p., passando de 53,3% no 1T20 para 70,3% no 1T21. Por este motivo, a margem bruta diminuiu de 27,1% no 1T20 para 25,1% no 1T21.

Despesas atingem um dos menores percentuais da história. O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida atingiu apenas 20,2% no 1T21, uma redução de 1,8 p.p. comparado ao 1T20 e um dos menores patamares históricos. O forte crescimento de vendas e a eficiência proporcionada pelo modelo de negócio multicanal do Magalu contribuíram para esse resultado.

EBITDA e lucro líquido. No 1T21, o crescimento das vendas e a diluição das despesas operacionais foram fundamentais para a evolução do EBITDA ajustado, que atingiu R$427,2 milhões, crescendo 56,0%. A margem EBITDA ajustada foi de 5,2%, estável versus o 1T20, mesmo com um impacto maior de lojas fechadas neste ano. O lucro líquido ajustado atingiu R$81,5 milhões no 1T21. Considerando os ganhos líquidos não recorrentes, o lucro líquido foi de R$258,6 milhões.

Forte geração de caixa operacional. No trimestre, a geração de caixa foi influenciada pela sazonalidade do varejo e pelo fechamento temporário das lojas físicas. Entretanto, nos último 12 meses, o fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, atingiu expressivos R$2,7 bilhões. Nesse período, o lucro líquido e a variação do capital de giro contribuíram de forma significativa para essa geração de caixa.

Posição de caixa líquido e sólida estrutura de capital. Nos últimos 12 meses, a posição de caixa líquido ajustado aumentou em R$0,4 bilhão, passando de R$3,8 bilhões em mar/20 para R$4,2 bilhões em mar/21. A Companhia encerrou o 1T21 com uma posição total de caixa de R$5,9 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R$1,4 bilhão e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R$4,5 bilhões.

MGLU3: R$19,13 por ação
Total de Ações: 6.498.926.848
Valor de Mercado: R$124,3 bilhões

Videoconferência
14 de maio de 2021 (Sexta-feira)
11:00 no horário de Brasília: +55 (11) 3181-8565
10:00 no horário dos EUA (EST): +1 412 717 9627

Relações com Investidores
Tel. +55 11 3504-2727
www.magazineluiza.com.br/ri
ri@magazineluiza.com.br

| MENSAGEM DA DIRETORIA

O primeiro trimestre de 2021 nasceu com a esperança de que, finalmente, começaríamos a deixar a pandemia de covid-19 e seus efeitos deletérios para trás. Infelizmente, uma outra realidade se impôs. O início deste ano trouxe para o país uma segunda onda ainda mais forte que a primeira. Novamente, as portas do mundo físico se fecharam.

Nesse cenário, o crescimento do e-commerce continuou acelerado. Sem alternativas no mundo físico, mais e mais consumidores se voltaram ao digital, acelerando a tendência de longo prazo de crescimento do e-commerce. E, dessa vez, mais players estavam dispostos a competir por esse consumidor. Quando a competição não é lastreada por um modelo de negócio diferenciado e sustentável, o custo dessa agressividade invariavelmente aparece nos resultados. Em momentos assim, é mais fácil separar -- para usar uma metáfora bíblica -- o joio do trigo. O joio são, aqui, os negócios que crescem exclusivamente com *tradeoffs* insustentáveis no longo prazo. O Magalu mostrou, mais uma vez, resultados consistentes graças a um modelo de negócios que colhe os benefícios trazidos por uma multicanalidade verdadeira, que funciona na prática e que vai além das narrativas.

Em mais um período desafiador, a empresa superou o mercado e atingiu o maior *marketshare* da história. Fez isso -- consistentemente, trimestre após trimestre -- sem *tradeoffs* desnecessários de margem, com rentabilidade e com geração de caixa, algo fundamental em momentos de incerteza. Nada disso ocorreu por acaso. É tudo consequência de um modelo no qual digital e físico se integram, se complementam e se potencializam a cada operação. E que faz do Magalu uma companhia escalável, rápida nos movimentos, lucrativa e capaz de oferecer a melhor experiência ao cliente.

Nossas mais de 1.300 lojas físicas iniciaram 2021 com vendas crescentes, interrompidas devido ao avanço da covid-19 e à necessidade de aderir às medidas de restrição. Como em 2020, as unidades físicas do Magalu ficaram temporariamente fechadas -- mas, desta vez, por um período ainda mais longo. Estimamos que deixamos de vender cerca de 750 milhões de reais nos três primeiros meses do ano. Ainda assim, as vendas do canal físico -- considerando-se todas as lojas -- cresceram 4% em relação ao mesmo período de 2020. Vale destacar que as vendas por meio do Mobile Vendas Remoto são computadas nas lojas físicas.

Simultaneamente, o e-commerce demonstrava toda a sua força. As vendas nos canais digitais do Magalu dobraram nos meses de janeiro e fevereiro na comparação anual. Em março, as vendas online dispararam, fechando o trimestre com aumento de 114%. Entre janeiro e março, o e-commerce do Magalu vendeu 8,8 bilhões de reais, praticamente 5 bilhões acima do mesmo período no ano passado.

Essa expansão multicanal -- as vendas totais do Magalu cresceram 63% neste primeiro trimestre -- veio acompanhada de algo raro ultimamente no mundo das plataformas de compra e venda: rentabilidade. O lucro líquido trimestral atingiu 81 milhões de reais. Considerando-se ganhos não recorrentes, foi de 259 milhões de reais. A margem EBITDA ajustada ficou estável em relação ao mesmo período do ano passado -- foi de 5,2%, apesar do fechamento temporário mais longo das lojas físicas em 2021.

Ainda há três trimestres pela frente. E muito a ser feito. Este será o ano do #PiscouChegou no Magalu. Isso significa entregas cada vez mais rápidas, com custos competitivos só possíveis com uma multicanalidade que se prova na prática. Nos primeiros três meses de 2021, 51% dos pedidos do e-commerce, na categoria 1P, foram entregues em até 24 horas. E 70% deles chegaram às casas dos clientes Magalu em todo o Brasil em, no máximo, 48 horas. Hoje, a entrega em 1 hora já é realidade no Magalu e já está disponível em 50 lojas presentes em 10 cidades. Para que isso fosse possível, foram mais de 8.000 motoristas em operação e os profissionais de 103 unidades logísticas: 23 centros de distribuição e 80 estações de *cross docking* e de hubs de *last mile*. Vale ressaltar que em março do ano passado eram apenas 26 unidades logísticas em operação.

Essa estrutura será replicada, progressivamente, para a operação dos nossos sellers do marketplace. No ecossistema digital multicanal do Magalu, toda a estrutura que serve ao 1P será integralmente oferecida para os sellers. Isso inclui as lojas físicas, que ganharam uma multidimensionalidade inimaginável anos atrás. Além de vender, elas passaram a ser pontos de coleta, entrega e expedição de mercadorias do 3P. E estão atuando na captação e apoio (*farming*) da operação de potenciais sellers presentes em seu raio geográfico de atuação. A multicanalidade, que tornou nossa operação 1P imbatível, vai fazer toda a diferença também para o marketplace.

Atualmente, coletamos e entregamos com nossa própria malha logística aproximadamente 40% dos pedidos do marketplace e 415 lojas do Magalu oferecem a modalidade Retira Loja para os pedidos 3P. O ano do #PiscouChegou será de mais investimentos na logística. Três novos centros de distribuição -- localizados nas regiões Sul e Sudeste do país -- serão inaugurados ao longo deste ano e outros cinco, já em operação, serão ampliados.

Uma infraestrutura de logística, distribuição, financeira e tecnológica é a base do ecossistema que está sendo construído e desenvolvido pelo Magalu. Nossa estratégia é digitalizar o varejo brasileiro. Nos três primeiros meses do ano, o número de novos sellers do marketplace bateu recorde. De janeiro a março, 9.000 empreendedores de todo o país juntaram-se à nossa plataforma. Nos últimos 12 meses, 30.000 novos parceiros se conectaram ao nosso marketplace. A grande maioria deles advindo do Parceiro Magalu, nosso programa para digitalizar empresas analógicas que completou um ano em 31 de março e salvou milhares de pequenos varejistas durante a pandemia. Hoje, somos 56.000 empresas de todo o Brasil vendendo por meio da mesma plataforma. Juntos, oferecemos 30 milhões de itens aos nossos clientes -- um aumento de 100% em relação a março de 2020.

O crescimento exponencial e sustentável que queremos manter daqui por diante pressupõe a incorporação de mais sellers, mais categorias, mais produtos, e mais serviços que contribuam para o desenvolvimento do nosso ecossistema. Escolhemos, além das categorias tradicionais, outros quatro vetores de expansão -- mercados com enorme potencial e que agregam serviços, categorias e novas tecnologias. Nossa inspiração vem da China, onde plataformas progressivamente digitalizam a economia do empreendedorismo e integram uma miríade de produtos de serviços em superapps presentes nos smartphones de muitos milhões de consumidores. Entre os chamados Total Addressable Markets (TAMs) estão as novas categorias, a publicidade digital, serviços de tecnologia para o varejo e o mercado de fintech.

A evolução do Magalu nos TAMs...

Em novas categorias, os produtos de mercado -- com alta recorrência de compra -- são prioridade. Eles já representam 40% de todos os itens vendidos no nosso e-commerce. Com a aquisição da VIP Commerce, passaremos a combinar os estoques de produtos de mercado do Magalu (1P) com o sortimento de supermercados locais (3P). A VIP Commerce terá um papel fundamental na digitalização de pequenos e médios supermercados regionais que, mesmo depois de um ano de pandemia, ainda são essencialmente analógicos. Hoje, a VIP Commerce tem 100 redes de supermercados como clientes ativos e processa 360 milhões de reais em vendas anualizadas.

O food delivery é outra. Sete meses após a aquisição da AiQFome, o Magalu já é uma das maiores plataformas do setor no país. Presente em mais de 550 cidades, sobretudo pequenas e médias, nossa operação atingiu 2,6 milhões de pedidos em abril, preparados por mais de 25.000 restaurantes parceiros. Em abril, foram concluídas as aquisições da Tonolucro e da GrandChef, que fortalecem a categoria. As vendas anualizadas da AiQFome chegaram, assim, a 1,2 bilhão de reais.

Desde dezembro, moda, beleza e esportes têm estruturas dedicadas e autônomas, focadas no desenvolvimento dessas categorias. Elas foram reforçadas pela compra do site especializado Steal the Look, que contribui para ampliar o engajamento dos clientes. A Hubsales, startup F2C, passou a conectar três novos polos industriais de moda: Novo Hamburgo-RS, Blumenau-SC e Goiânia-GO. Com isso, diversas fábricas passam a vender seus produtos diretamente e digitalmente ao consumidor. A Netshoes é líder na categoria de esportes e teve resultados significativamente melhores do que no ano passado. Em maio, a Época Cosméticos obteve o 1º lugar de loja online mais lembrada na categoria de beleza pela pesquisa Top of Mind da Ebit/Nielsen e neste primeiro trimestre, Netshoes, Zattini e Época conquistaram o selo RA1000 do ReclameAqui pela excelência no atendimento.

A frente dos serviços financeiros digitais ou fintech é uma das que mais avançaram no Magalu neste início de 2021. Hoje, mais de 3 milhões de clientes usam o MagaluPay, a carteira digital da empresa, que vem ganhando sucessivas novas funcionalidades. Em abril, foi lançado o Cartão Magalu, cartão de crédito sem anuidade, com experiência digital e que oferece um dos mais atraentes programas de cashback do mercado: 4% das compras no Magalu, pagos diretamente na conta digital. Emitido pela LuizaCred, o cartão é integrado ao Superapp, no qual os clientes podem solicitar o cartão, consultar gastos, verificar limite disponível e gerar faturas. Apenas três semanas após o lançamento, mais de 100.000 cartões já haviam sido emitidos e se somam aos atuais 5,5 milhões de Cartão Luiza emitidos.

A adoção do PIX pelo MagaluPay permitiu que os clientes possam receber e enviar dinheiro de forma instantânea, cadastrar chaves, pagar contas e fazer compras no Magalu de forma ainda mais fácil e rápida. Hoje, o PIX também está disponível no check-out do e-commerce. A funcionalidade reduz custos de transação e melhora a eficiência logística, uma vez que os pedidos pagos são aprovados na hora e elimina-se a necessidade de reservar o estoque (como acontece nos pagamentos por boletos, que demoram dias para serem compensados).

Novos serviços financeiros digitais também foram direcionados aos sellers do marketplace. O volume de transações processadas (TPV) do Magalu Pagamentos superou a marca de 2,7 bilhões de reais e operações de empréstimo por meio de FIDC foram iniciadas no primeiro trimestre. Mais de 75.000 parceiros conectados ao ecossistema Magalu -- entre sellers do marketplace e restaurantes -- passarão a ter acesso a crédito de forma rápida e simplificada.

A compra da Hub Fintech, aprovada sem restrições pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e que aguarda a aprovação do Banco Central, será a espinha dorsal tecnológica e regulatória de todas as nossas iniciativas *fintech*. Após a integração com a Hub, os clientes do MagaluPay -- pessoas físicas e jurídicas -- passarão a contar com uma das mais completas plataformas de produtos e serviços financeiros do mercado, gratuita e totalmente integrada ao SuperApp. Com a conta digital, os clientes poderão realizar compras, depósitos, transferências, pagamentos, saques e serviços como recargas de celular e vale-transporte. Além disso, passarão a ter um cartão pré-pago que reflete o saldo da conta digital, permitindo também transações no mundo físico.

No vetor de publicidade digital, o Magalu Ads cresceu em alcance e relevância, de forma orgânica e por meio de aquisições. Em abril, o site de tecnologia Canaltech superou a marca de 25 milhões de visitantes únicos. Steal the Look, uma das maiores plataformas de conteúdo digital de moda, beleza e decoração do país, e Jovem Nerd, maior plataforma multimídia e de entretenimento voltada para o público nerd e geek do país, acabam de ser agregadas ao ecossistema. Em breve, todo esse conteúdo será integrado ao SuperApp, contribuindo para aumentar a frequência, o tempo de uso do aplicativo e a parcela de tráfego orgânico.

O Magalu é *app first.* Simplesmente porque o cliente é cada vez mais *app first*. Com mais de 31 milhões de usuários ativos mensais, o SuperApp deve ser o ponto de convergência para que o cliente compre, realize transações financeiras, peça comida pronta, consuma conteúdo e tenha acesso a uma gama cada vez maior de serviços. O SuperApp do Magalu necessariamente está em constante evolução, fazendo com a experiência do usuário seja melhor e mais completa. Para melhorar o sistema de buscas e aprimorar as recomendações nas diversas categorias, a companhia adquiriu em abril a Smarthint, um dos maiores sistemas de busca inteligente e de recomendação de compra para e-commerce do Brasil.

… E a evolução do ESG.

No Magalu, ao longo de mais de 60 anos, fizemos questão de nunca nos tornar uma organização ensimesmada, alheia ao que acontece da porta para fora. É o que hoje se classifica como ESG. Nossa única certeza nessa área é a de que nossa trajetória como agente ambiental, social e de governança não tem ponto de chegada. É uma evolução constante. Assim tem sido em 2021. No campo social, a pandemia continua a gerar enormes demandas. Nos primeiros três meses do ano, direcionamos recursos para mitigar os impactos da covid-19 em algumas das populações e grupos mais vulneráveis. As doações foram canalizadas para a construção de uma usina de produção de oxigênio, em Manaus, para a doação de mais de 20 respiradores e outros equipamentos hospitalares para mais de uma dezena de hospitais públicos e para a distribuição de mais de 1.000 tablets para alunos de escolas públicas e de 3.000 cestas básicas.

Como ocorre há quatro anos, em março, a companhia promoveu ações para dar mais visibilidade ao combate à violência contra a mulher, uma das bandeiras da companhia. Foi adicionada mais uma funcionalidade ao SuperApp: o botão de denúncias de violência contra a mulher passou a oferecer acesso ao projeto Justiceiras, um serviço multidisciplinar de acolhimento e apoio a vítimas. No mesmo período, foram anunciadas as primeiras 20 entidades contempladas para receber os aportes financeiros e mentoria de gestão de um fundo de 2,6 milhões de reais, criado para apoiar entidades de todo o Brasil que trabalham com o tema.

Para avançar na promoção da diversidade e inclusão, o Magalu lançou a 2ª edição do LUIZA <CODE>, um programa para formação de mulheres em tecnologia. Foram selecionadas 105 profissionais --- 50% delas mulheres negras.

Em maio, o Magalu comemora 10 anos como empresa de capital aberto. Com exceção dos nossos valores corporativos, somos hoje uma organização absolutamente diferente daquela que, em 2011, fez seu IPO e, assim, dividiu com milhares de acionistas seu destino. Nesse período, o número de lojas físicas dobrou. O e-commerce que, na época, representava apenas 11% das vendas totais, hoje é líder no mercado formal brasileiro. Cerca de 70% de tudo o que o Magalu vende hoje passa por nossos canais digitais. As vendas do primeiro trimestre passaram de 1,7 bilhão para 12,5 bilhões de reais. Em 10 anos, a ação do Magalu valorizou 3.570%, um fenômeno não só no país. Em 2011, crescíamos sozinhos. Hoje, crescemos com milhares de outros empreendedores brasileiros. Nossas bases estão sólidas e nosso propósito, mais forte que nunca. Estamos prontos para avançar de forma ética, sustentável, responsável com as pessoas e com a sociedade. Estamos prontos para digitalizar o varejo brasileiro!

Mais uma vez, agradecemos a companhia de nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas, e fornecedores nesta jornada.

A DIRETORIA

R$ milhões (exceto quando indicado)	1T21	1T20	Var(%)
Vendas Totais[1] (incluindo marketplace)	12.472,7	7.662,5	62,8%
Receita Bruta	10.118,4	6.486,3	56,0%
Receita Líquida	8.252,8	5.234,7	57,7%
Lucro Bruto	2.070,1	1.420,5	45,7%
Margem Bruta	25,1%	27,1%	-2,0 pp
EBITDA	695,6	332,6	109,1%
Margem EBITDA	8,4%	6,4%	2,0 pp
Lucro Líquido	258,6	30,8	739,7%
Margem Líquida	3,1%	0,6%	2,5 pp
EBITDA - Ajustado	427,2	273,9	56,0%
Margem EBITDA Ajustado	5,2%	5,2%	0,0 pp
Lucro Líquido - Ajustado	81,5	(8,0)	-
Margem Líquida - Ajustado	1,0%	-0,2%	1,2 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-0,5%	-4,5%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	3,7%	6,7%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	121,5%	47,5%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	114,4%	72,6%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	70,3%	53,3%	16,9 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.310	1.156	154 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	670.197	647.171	3,6%

(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 1T20, os resultados do 1T21 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes, incluindo ganhos relacionados à reversão de provisões tributárias. Tais provisões estavam relacionadas às diferenças de alíquotas de ICMS nas vendas interestaduais (DIFAL) que, até então, eram cobradas pelos estados de destino. Em fev/21, o Supremo Tribunal Federal considerou tais cobranças como inconstitucional. O Magalu e suas controladas contestavam o recolhimento, provisionando os devidos valores e os depositando judicialmente.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	1T21 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	1T21	AV
Receita Bruta	10.118,4	122,6%	-	10.118,4	122,6%
Impostos e Cancelamentos	(1.865,6)	-22,6%	-	(1.865,6)	-22,6%
Receita Líquida	8.252,8	100,0%	-	8.252,8	100,0%
Custo Total	(6.182,7)	-74,9%	-	(6.182,7)	-74,9%
Lucro Bruto	2.070,1	25,1%	-	2.070,1	25,1%
Despesas com Vendas	(1.420,2)	-17,2%	-	(1.420,2)	-17,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(225,6)	-2,7%	-	(225,6)	-2,7%
Perda em Liquidação Duvidosa	(33,8)	-0,4%	-	(33,8)	-0,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,7	0,2%	268,4	282,1	3,4%
Equivalência Patrimonial	23,0	0,3%	-	23,0	0,3%
Total de Despesas Operacionais	(1.642,9)	-19,9%	268,4	(1.374,5)	-16,7%
EBITDA	427,2	5,2%	268,4	695,6	8,4%
Depreciação e Amortização	(178,3)	-2,2%	-	(178,3)	-2,2%
EBIT	248,8	3,0%	268,4	517,3	6,3%
Resultado Financeiro	(170,3)	-2,1%	-	(170,3)	-2,1%
Lucro Operacional	78,5	1,0%	268,4	346,9	4,2%
IR / CS	3,0	0,0%	(91,3)	(88,3)	-1,1%
Lucro Líquido	81,5	1,0%	177,2	258,6	3,1%

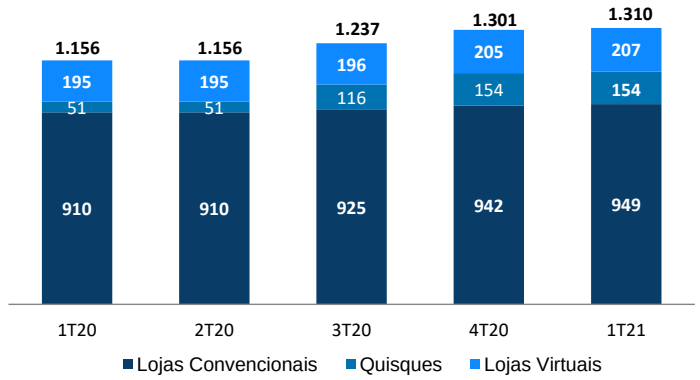
| Ajustes eventos não recorrentes

Ajustes	1T21
Provisão para riscos tributários	330,7
Honorários especialistas	(49,4)
Despesas pré-operacionais de lojas	(1,6)
Outras despesas não recorrentes	(11,2)
Ajustes - EBITDA	**268,4**
IR / CS	(91,3)
Ajustes - Lucro Líquido	**177,2**

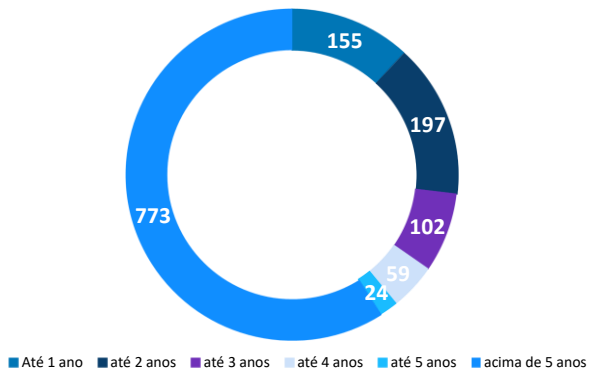
| DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 1T21 com 1.310 lojas, sendo 949 convencionais, 207 virtuais e 154 quiosques (parceria com as Lojas Marisa). No 1T21, a Companhia inaugurou 11 novas unidades e fechou 2 quiosques. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 155 novas lojas (34 na Região Sul, 55 no Sudeste, 26 no Centro Oeste, 34 no Nordeste e 6 no Norte). Da base total, 41% das lojas estão em processo maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

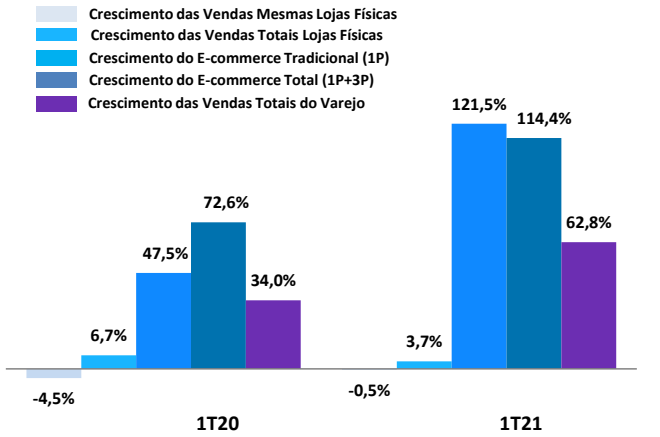


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)

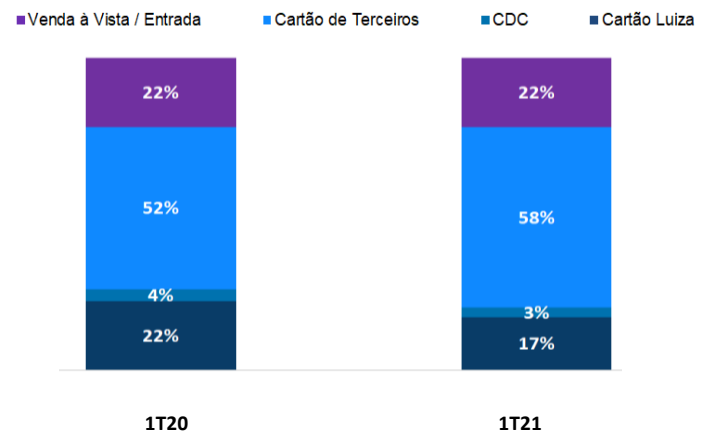


As vendas totais do Magalu aumentaram 62,8% no 1T21, reflexo do crescimento de 114,4% no e-commerce total e de 3,7% das lojas físicas, que foram impactadas pelo fechamento temporário ao longo do trimestre e que se intensificou em março, em função do agravamento da covid-19 no Brasil.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



Mix de Vendas Financiadas (em %)



A participação do Cartão Luiza diminuiu de 22% para 17% no 1T21 comparado ao mesmo período de 2020 em função da maior participação no e-commerce nas vendas totais.

| Receita Bruta

R$ milhões	1T21	1T20	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	9.567,3	6.134,0	56,0%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	463,0	315,3	46,8%
Receita Bruta - Varejo	**10.030,3**	**6.449,3**	**55,5%**
Receita Bruta - Outros Serviços	229,3	65,7	249,2%
Eliminações Inter-companhias	(141,2)	(28,7)	392,8%
Receita Bruta - Total	**10.118,4**	**6.486,3**	**56,0%**

No 1T21, a receita bruta total cresceu 56,0% para R$10,1 bilhões. O acelerado crescimento do e-commerce e a excelente performance das lojas físicas abertas contribuíram para a evolução da receita bruta no trimestre. A receita de serviços aumentou 46,8% no 1T21, especialmente devido ao crescimento do Marketplace e do Magalu Pagamentos.

| Receita Líquida

R$ milhões	1T21	1T20	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	7.792,5	4.916,9	58,5%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	423,3	288,1	46,9%
Receita Líquida - Varejo	**8.215,8**	**5.204,9**	**57,8%**
Receita Líquida - Outros Serviços	178,2	58,5	204,7%
Eliminações Inter-companhias	(141,2)	(28,7)	392,8%
Receita Líquida - Total	**8.252,8**	**5.234,7**	**57,7%**

No 1T21, a receita líquida total evoluiu 57,7% para R$8,3 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total.

| Lucro Bruto

R$ milhões	1T21	1T20	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.739,0	1.143,5	52,1%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	423,3	288,1	46,9%
Lucro Bruto - Varejo	**2.162,3**	**1.431,6**	**51,0%**
Lucro Bruto - Outros Serviços	45,5	14,5	214,3%
Eliminações Inter-companhias	(137,7)	(25,6)	438,1%
Lucro Bruto - Total	**2.070,1**	**1.420,5**	**45,7%**
Margem Bruta - Total	**25,1%**	**27,1%**	**-2,0 pp**

No 1T21, o lucro bruto cresceu 45,7% para R$2,1 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 25,1%. A variação da margem bruta foi reflexo, principalmente, da maior participação do e-commerce tradicional (1P) nas vendas.

| Despesas Operacionais

R$ milhões	1T21 Ajustado	% RL	1T20 Ajustado	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(1.420,2)	-17,2%	(938,3)	-17,9%	51,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(225,6)	-2,7%	(194,6)	-3,7%	15,9%
Subtotal	**(1.645,8)**	**-19,9%**	**(1.132,9)**	**-21,6%**	**45,3%**
Perdas em Liquidação Duvidosa	(33,8)	-0,4%	(30,0)	-0,6%	12,7%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,7	0,2%	13,8	0,3%	-1,2%
Total de Despesas Operacionais Ajustadas	**(1.665,9)**	**-20,2%**	**(1.149,1)**	**-22,0%**	**45,0%**

| Despesas com Vendas

No 1T21, as despesas com vendas totalizaram R$1.420,2 milhões, equivalentes a 17,2% da receita líquida, 0,7 p.p. menor que no 1T20, principalmente devido ao forte crescimento das vendas. Vale ressaltar que a Companhia conseguiu diluir as despesas com vendas mesmo considerando que as lojas ficaram fechadas por um período mais longo, e que o Magalu continua investindo em maior nível de serviço, especialmente em atendimento e logística.

| Despesas Gerais e Administrativas

No 1T21, as despesas gerais e administrativas totalizaram R$225,6 milhões, equivalentes a 2,7% da receita líquida, o menor patamar histórico. Em relação ao 1T20, houve uma redução de 1,0 p.p., principalmente devido ao forte crescimento das vendas.

| Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R$33,8 milhões no 1T21.

| Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R$ milhões	1T21	% RL	1T20	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,1)	0,0%	(0,1)	0,0%	137,1%
Apropriação de Receita Diferida	13,8	0,2%	13,9	0,3%	-0,6%
Subtotal - Ajustado	**13,7**	**0,2%**	**13,8**	**0,3%**	**-1,2%**
Créditos tributários	-	0,0%	44,3	0,8%	-
Provisão para riscos tributários	330,7	4,0%	30,9	0,6%	971,4%
Honorários especialistas	(49,4)	-0,6%	(7,8)	-0,1%	536,1%
Despesas pré-operacionais de lojas	(1,6)	0,0%	(1,9)	0,0%	-15,8%
Outras despesas não-recorrentes	(11,2)	-0,1%	(6,7)	-0,1%	66,3%
Subtotal - Não Recorrente	**268,4**	**3,3%**	**58,8**	**1,1%**	**356,8%**
Total	**282,1**	**3,4%**	**72,6**	**1,4%**	**288,6%**

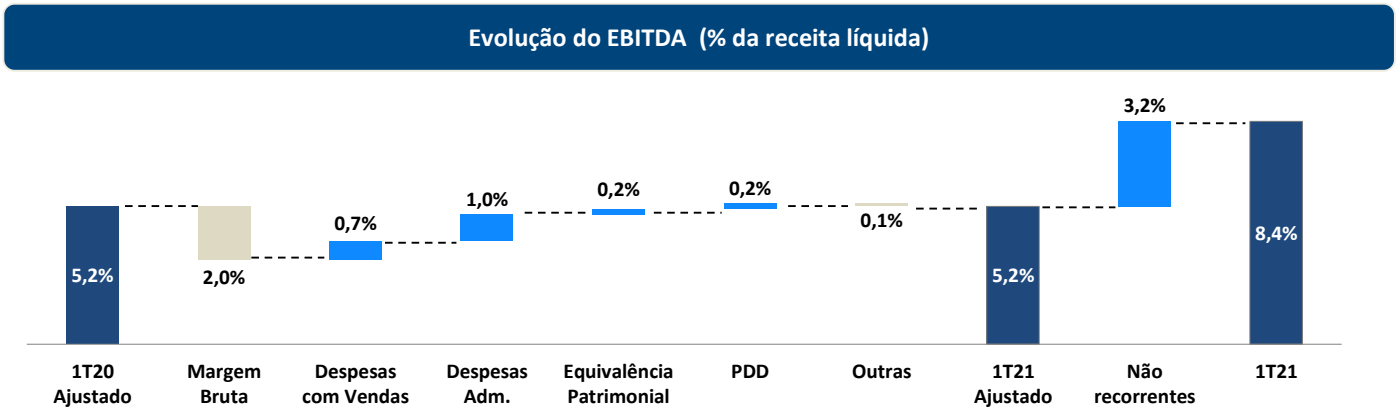
No 1T21, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R$13,7 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R$13,8 milhões.

| Equivalência Patrimonial

No 1T21, o resultado da equivalência patrimonial foi R$23,0 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R$17,9 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R$5,1 milhões.

| EBITDA

No 1T21, o EBITDA ajustado atingiu R$427,2 milhões, crescendo 56,0% versus o 1T20. O elevado crescimento das vendas totais, incluindo as lojas físicas, o e-commerce com estoque próprio e o marketplace, contribuíram para a evolução do EBITDA. Mesmo com as lojas fechadas por um período mais longo e com maiores investimentos em nível de serviço, a margem EBITDA ajustada ficou estável no patamar de 5,2% no 1T21.



| Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R$ milhões)	1T21	% RL	1T20	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(157,5)	-1,9%	(101,0)	-1,9%	56,0%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(15,1)	-0,2%	(10,7)	-0,2%	40,5%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(71,1)	-0,9%	(22,4)	-0,4%	217,2%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(42,3)	-0,5%	(38,0)	-0,7%	11,4%
Outras Despesas e Impostos	(29,1)	-0,4%	(29,9)	-0,6%	-2,6%
Receitas Financeiras	33,6	0,4%	49,8	1,0%	-32,5%
Rendimento de Aplicações Financeiras	2,8	0,0%	1,9	0,0%	49,9%
Outras Receitas Financeiras	30,8	0,4%	47,9	0,9%	-35,7%
Subtotal: Resultado Financeiro Líquido	(123,9)	-1,5%	(51,2)	-1,0%	142,0%
Juros Arrendamento Mercantil	(46,4)	-0,6%	(43,2)	-0,8%	7,4%
Resultado Financeiro Líquido Total	(170,3)	-2,1%	(94,4)	-1,8%	80,4%

No 1T21, as despesas financeiras líquidas totalizaram R$170,3 milhões, equivalentes a 2,1% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 0,3 p.p. devido ao aumento da taxa de juros na economia brasileira. Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, o resultado financeiro líquido foi de R$123,9 milhões no 1T21, equivalente a 1,5% da receita líquida.

| Lucro líquido

Considerando o crescimento de vendas e do EBITDA, o lucro líquido ajustado alcançou R$81,5 milhões no 1T21, com margem de 1,0%. Incluindo os resultados não recorrentes, o lucro líquido foi de R$258,6 milhões no período.

| Capital de Giro

R$ milhões	Dif 12UM	mar-21	dez-20	set-20	jun-20	mar-20
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	42,0	823,3	914,6	706,3	680,8	781,3
(+) Estoques	2.732,9	6.808,4	5.927,2	5.005,9	4.198,2	4.075,5
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(58,1)	19,0	80,6	71,3	80,4	77,1
(+) Impostos a Recuperar	18,0	895,4	716,1	932,0	748,9	877,4
(+) Outros Ativos	40,1	183,6	160,8	88,5	100,2	143,5
(+) Ativos Circulantes Operacionais	2.775,0	8.729,8	7.799,3	6.804,0	5.808,6	5.954,8
(-) Fornecedores	2.937,9	7.070,5	8.501,4	6.104,3	5.334,0	4.132,7
(-) Repasses e Outros Depósitos	520,7	756,7	718,5	627,3	639,3	235,9
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	116,9	380,2	359,7	444,7	329,0	263,3
(-) Impostos a Recolher	34,2	211,2	401,3	299,6	206,4	176,9
(-) Partes Relacionadas	(16,7)	36,2	130,3	109,8	103,4	52,8
(-) Receita Diferida	0,1	43,1	43,0	43,0	43,1	43,0
(-) Outras Contas a Pagar	586,7	1.133,7	1.203,7	1.084,1	806,2	547,0
(-) Passivos Circulantes Operacionais	4.179,9	9.631,5	11.357,9	8.712,7	7.461,3	5.451,6
(=) Capital de Giro Ajustado	(1.404,9)	(901,8)	(3.558,5)	(1.908,7)	(1.652,7)	503,2
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	-2,3%	-2,3%	-9,9%	-6,1%	-6,1%	2,0%

Em mar/21, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R$901,8 milhões, melhorando R$1,4 bilhão em relação ao ano anterior. Essa variação contribuiu para a forte geração de caixa nos últimos 12 meses.

Vale mencionar que o giro dos estoques aumentou de 96 dias no 1T20 para 99 dias no 1T21 devido, principalmente, ao fechamento das lojas físicas por um período mais longo em mar/21 comparado com mar/20. No mesmo período, o prazo médio de pagamentos ficou praticamente estável, passando de 91 dias para 90 dias. Com a reabertura das lojas físicas, o giro dos estoques tem melhorado rapidamente, seguindo a mesma tendência do ano passado.

| Investimentos

R$ milhões	1T21	%	1T20	%	Var(%)
Lojas Novas	28,9	18%	35,9	34%	-20%
Reformas	16,3	10%	5,3	5%	207%
Tecnologia	71,7	45%	35,8	34%	100%
Logística	19,0	12%	16,1	15%	19%
Outros	24,4	15%	12,2	12%	99%
Total	160,4	100%	105,4	100%	52%

No 1T21, os investimentos somaram R$160,4 milhões, incluindo a abertura de lojas, investimentos em tecnologia e logística. No 1T21, foram inauguradas 11 novas lojas – incluindo os quiosques dentro das Lojas Marisa.

| Estrutura de Capital

R$ milhões	Dif 12UM	mar-21	dez-20	set-20	jun-20	mar-20
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(841,0)	(847,5)	(1.667,2)	(1.659,0)	(1.650,8)	(6,5)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	25,1	(822,3)	(19,6)	(16,6)	(14,0)	(847,4)
(=) Endividamento Bruto	(815,9)	(1.669,8)	(1.686,8)	(1.675,6)	(1.664,8)	(853,8)
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	251,0	639,9	1.681,4	1.190,4	1.103,5	388,9
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(1.485,9)	745,4	1.221,8	1.725,6	1.878,8	2.231,3
(+) Caixa e Aplicações Financeiras	(1.234,9)	1.385,3	2.903,2	2.916,0	2.982,3	2.620,2
(=) Caixa Líquido	(2.050,8)	(284,5)	1.216,4	1.240,4	1.317,5	1.766,3
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	1.525,3	2.891,0	3.847,3	3.327,6	3.705,3	1.365,7
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	965,8	1.614,9	2.249,0	1.308,3	782,6	649,2
(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito	2.491,0	4.505,9	6.096,3	4.635,9	4.487,9	2.014,9
(=) Caixa Líquido Ajustado	440,2	4.221,4	7.312,7	5.876,3	5.805,4	3.781,2
Endividamento de Curto Prazo / Total	50%	51%	99%	99%	99%	1%
Endividamento de Longo Prazo / Total	-50%	49%	1%	1%	1%	99%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	111,3	1.659,3	1.506,0	1.478,4	1.314,7	1.548,0
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado Pró-forma	0,1 x	2,5 x	4,9 x	4,0 x	4,4 x	2,4 x
Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito	1.256,1	5.891,2	8.999,5	7.551,9	7.470,2	4.635,1

Nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou sua posição de caixa líquido ajustado em R$0,4 bilhão, passando de uma posição de caixa líquido ajustado de R$3,8 bilhões em mar/20 para R$4,2 bilhões em mar/21, em função da forte geração operacional.

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição total de caixa de R$5,9 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R$1,4 bilhão mais R$4,5 bilhões em recebíveis de cartão de crédito.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R$ milhões)	1T21	AV	1T20	AV	Var(%)
Receita Bruta	10.118,4	122,6%	6.486,3	123,9%	56,0%
Impostos e Cancelamentos	(1.865,6)	-22,6%	(1.251,5)	-23,9%	49,1%
Receita Líquida	8.252,8	100,0%	5.234,7	100,0%	57,7%
Custo Total	(6.182,7)	-74,9%	(3.814,3)	-72,9%	62,1%
Lucro Bruto	2.070,1	25,1%	1.420,5	27,1%	45,7%
Despesas com Vendas	(1.420,2)	-17,2%	(938,3)	-17,9%	51,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(225,6)	-2,7%	(194,6)	-3,7%	15,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(33,8)	-0,4%	(30,0)	-0,6%	12,7%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	282,1	3,4%	72,6	1,4%	288,6%
Equivalência Patrimonial	23,0	0,3%	2,4	0,0%	839,0%
Total de Despesas Operacionais	(1.374,5)	-16,7%	(1.087,9)	-20,8%	26,4%
EBITDA	695,6	8,4%	332,6	6,4%	109,1%
Depreciação e Amortização	(178,3)	-2,2%	(174,8)	-3,3%	2,0%
EBIT	517,3	6,3%	157,8	3,0%	227,8%
Resultado Financeiro	(170,3)	-2,1%	(94,4)	-1,8%	80,4%
Lucro Operacional	346,9	4,2%	63,4	1,2%	447,5%
IR / CS	(88,3)	-1,1%	(32,6)	-0,6%	171,1%
Lucro Líquido	258,6	3,1%	30,8	0,6%	739,7%

Cálculo do EBITDA

Lucro Líquido	258,6	3,1%	30,8	0,6%	739,7%
(+/-) IR / CS	88,3	1,1%	32,6	0,6%	171,1%
(+/-) Resultado Financeiro	170,3	2,1%	94,4	1,8%	80,4%
(+) Depreciação e amortização	178,3	2,2%	174,8	3,3%	2,0%
EBITDA	695,6	8,4%	332,6	6,4%	109,1%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	695,6	8,4%	332,6	6,4%	109,1%
Resultado Não Recorrente	(268,4)	-3,3%	(58,8)	-1,1%	356,8%
EBITDA Ajustado	427,2	5,2%	273,9	5,2%	56,0%

Lucro Líquido	258,6	3,1%	30,8	0,6%	739,7%
Resultado Não Recorrente	(177,2)	0,0%	(38,8)	-0,7%	356,8%
Lucro Líquido Ajustado	81,5	1,0%	(8,0)	-0,2%	-

* 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 n° 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)	1T21 Ajustado	AV	1T20 Ajustado	AV	Var(%)
Receita Bruta	10.118,4	122,6%	6.486,3	123,9%	56,0%
Impostos e Cancelamentos	(1.865,6)	-22,6%	(1.251,5)	-23,9%	49,1%
Receita Líquida	8.252,8	100,0%	5.234,7	100,0%	57,7%
Custo Total	(6.182,7)	-74,9%	(3.814,3)	-72,9%	62,1%
Lucro Bruto	2.070,1	25,1%	1.420,5	27,1%	45,7%
Despesas com Vendas	(1.420,2)	-17,2%	(938,3)	-17,9%	51,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(225,6)	-2,7%	(194,6)	-3,7%	15,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(33,8)	-0,4%	(30,0)	-0,6%	12,7%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	13,7	0,2%	13,8	0,3%	-1,2%
Equivalência Patrimonial	23,0	0,3%	2,4	0,0%	839,0%
Total de Despesas Operacionais	(1.642,9)	-19,9%	(1.146,6)	-21,9%	43,3%
EBITDA	427,2	5,2%	273,9	5,2%	56,0%
Depreciação e Amortização	(178,3)	-2,2%	(174,8)	-3,3%	2,0%
EBIT	248,8	3,0%	99,0	1,9%	151,3%
Resultado Financeiro	(170,3)	-2,1%	(94,4)	-1,8%	80,4%
Lucro Operacional	78,5	1,0%	4,6	0,1%	1606,5%
IR / CS	3,0	0,0%	(12,6)	-0,2%	-
Lucro Líquido	81,5	1,0%	(8,0)	-0,2%	-

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	mar/21	dez/20	set/20	jun/20	mar/20
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	639,9	1.681,4	1.190,4	1.103,5	388,9
Títulos e Valores Mobiliários	745,4	1.221,8	1.725,6	1.878,8	2.231,3
Contas a Receber - Cartão de Crédito	2.891,0	3.847,3	3.327,6	3.705,3	1.365,7
Contas a Receber - Outros	823,3	914,6	706,3	680,8	781,3
Estoques	6.808,4	5.927,2	5.005,9	4.198,2	4.075,5
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	1.614,9	2.249,0	1.308,3	782,6	649,2
Partes Relacionadas - Outros	19,0	80,6	71,3	80,4	77,1
Tributos a Recuperar	895,4	716,1	932,0	748,9	877,4
Outros Ativos	183,6	160,8	88,5	100,2	143,5
Total do Ativo Circulante	14.621,0	16.798,8	14.355,9	13.278,8	10.589,9
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Contas a Receber	17,0	16,1	13,4	10,6	14,2
Tributos a Recuperar	690,3	787,9	765,5	1.185,6	1.217,5
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	128,3	196,7	119,2	73,1	18,9
Depósitos Judiciais	980,6	843,9	760,5	656,5	599,4
Outros Ativos	4,9	6,3	13,5	12,1	11,3
Investimentos em Controladas	381,8	386,7	382,9	318,6	288,0
Direito de Uso	2.472,6	2.465,5	2.381,2	2.362,1	2.292,4
Imobilizado	1.308,0	1.258,2	1.152,7	1.099,5	1.103,2
Intangível	2.006,1	1.887,0	1.869,8	1.561,7	1.575,5
Total do Ativo não Circulante	7.989,6	7.848,4	7.458,9	7.279,9	7.120,2
TOTAL DO ATIVO	22.610,6	24.647,2	21.814,8	20.558,6	17.710,1

PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	mar/21	dez/20	set/20	jun/20	mar/20
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	7.070,5	8.501,4	6.104,3	5.334,0	4.132,7
Repasses e outros depósitos	756,7	718,5	627,3	639,3	235,9
Empréstimos e Financiamentos	847,5	1.667,2	1.659,0	1.650,8	6,5
Salários, Férias e Encargos Sociais	380,2	359,7	444,7	329,0	263,3
Tributos a Recolher	211,2	401,3	299,6	206,4	176,9
Partes Relacionadas	36,2	130,3	109,8	103,4	52,8
Arrendamento Mercantil	353,7	351,2	348,0	333,8	330,6
Receita Diferida	43,1	43,0	43,0	43,1	43,0
Dividendos a Pagar	40,0	40,0	0,1	123,6	123,6
Outras Contas a Pagar	1.133,7	1.203,7	1.084,1	806,2	547,0
Total do Passivo Circulante	10.872,7	13.416,1	10.719,8	9.569,4	5.912,2
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	822,3	19,6	16,6	14,0	847,4
Arrendamento Mercantil	2.191,9	2.175,2	2.082,4	2.063,7	1.981,2
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	21,1	24,8	28,1	26,4	32,6
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.131,2	1.379,9	1.274,0	1.112,3	1.065,7
Receita Diferida	287,4	301,3	315,2	328,9	342,9
Outras Contas a Pagar	13,4	5,0	2,0	-	-
Total do Passivo não Circulante	4.467,2	3.905,8	3.718,4	3.545,4	4.269,8
TOTAL DO PASSIVO	15.339,9	17.321,9	14.438,2	13.114,8	10.182,0
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	5.952,3	5.952,3	5.952,3	5.952,3	5.952,3
Reserva de Capital	421,7	390,6	348,2	257,4	304,5
Ações em Tesouraria	(943,5)	(603,7)	(299,9)	(129,1)	(175,9)
Reserva Legal	123,0	123,0	109,0	109,0	109,0
Reserva de Retenção de Lucros	1.451,9	1.451,9	1.102,7	1.301,8	1.301,8
Ajuste de Avaliação Patrimonial	6,6	11,2	(7,9)	(13,7)	5,6
Lucros Acumulados	258,6	-	172,2	(33,7)	30,8
Total do Patrimônio Líquido	7.270,7	7.325,3	7.376,6	7.443,8	7.528,1
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	22.610,6	24.647,2	21.814,8	20.558,6	17.710,1

ANEXO IV
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R$ milhões)	1T21	1T20	mar/21 12UM	mar/20 12UM
Lucro Líquido	**258,6**	**30,8**	**619,5**	**820,5**
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	69,0	30,8	(57,8)	243,7
Depreciação e Amortização	178,3	174,8	706,0	557,9
Juros sobre Empréstimos Provisionados	62,4	53,4	237,4	227,9
Equivalência Patrimonial	(23,0)	(2,4)	(140,4)	(29,0)
Dividendos Recebidos	29,5	24,8	32,1	26,8
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	54,0	(79,1)	200,1	211,6
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	(257,2)	33,6	(8,3)	490,4
Resultado na Venda de Ativos	0,3	0,1	2,2	(2,1)
Apropriação da Receita Diferida	(13,9)	(13,9)	(56,6)	(54,3)
Despesas com Plano de Ações e Opções	26,1	22,3	114,5	102,1
Lucro Líquido Ajustado	**384,2**	**275,1**	**1.648,7**	**2.595,6**
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	55,9	(20,5)	(134,0)	(196,1)
Estoques	(900,5)	(158,4)	(2.807,5)	(1.490,9)
Tributos a Recuperar	(81,6)	(92,7)	486,3	(1.545,4)
Depósito judiciais	(136,8)	-	(410,5)	(220,9)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	33,3	(18,2)	86,6	151,8
Variação nos Ativos Operacionais	**(1.029,6)**	**(289,9)**	**(2.779,1)**	**(3.301,4)**
Fornecedores	(1.431,0)	(1.802,6)	2.935,3	738,9
Outras Contas a Pagar	(477,5)	(331,8)	873,5	(92,2)
Variação nos Passivos Operacionais	**(1.908,5)**	**(2.134,5)**	**3.808,8**	**646,7**
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	**(2.554,0)**	**(2.149,2)**	**2.678,4**	**(59,1)**
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(160,6)	(105,4)	(599,1)	(546,5)
Investimento em Controlada	(37,1)	(29,9)	(114,8)	(421,8)
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	**(197,7)**	**(135,3)**	**(713,9)**	**(968,3)**
Captação de Empréstimos e Financiamentos	800,0	-	1.601,1	798,9
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(805,4)	(4,1)	(824,0)	(608,9)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(27,6)	(0,3)	(28,1)	(41,4)
Pagamento de arrendamento mercantil	(72,5)	(80,8)	(281,9)	(239,4)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(51,3)	(47,5)	(201,4)	(178,6)
Pagamento de Dividendos	-	-	(299,4)	(182,0)
Ações em Tesouraria	(199,8)	(92,4)	(674,7)	48,0
Recursos provenientes da emissão de ações	-	-	-	4.300,0
Pagamento de gastos com emissão de ações	-	-	-	(67,6)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos	**(356,6)**	**(225,0)**	**(708,4)**	**3.829,1**
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	8.999,5	7.144,6	4.635,1	1.833,4
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	5.891,2	4.635,1	5.891,2	4.635,1
Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários	**(3.108,3)**	**(2.509,5)**	**1.256,1**	**2.801,7**

Nota: A diferença entre a Demonstração de Fluxo de Caixa e a Demonstração de Fluxo de Caixa Gerencial Ajustado refere-se basicamente a:
(i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.
(ii) tratamento do Recebíveis de Cartão de Crédito como Caixa.

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

CAPITAL INVESTIDO (R$MM)	mar-21	dez-20	set-20	jun-20	mar-20	dez-19
(=) Capital de Giro	3.250,5	2.186,6	2.379,2	2.501,4	2.187,5	218,2
(+) Contas a receber	17,0	16,1	13,4	10,6	14,2	16,8
(+) IR e CS diferidos	128,3	196,7	119,2	73,1	18,9	12,7
(+) Impostos a recuperar	690,3	787,9	765,5	1.185,6	1.217,5	1.137,8
(+) Depósitos judiciais	980,6	843,9	760,5	656,5	599,4	570,1
(+) Outros ativos	4,9	6,3	13,5	12,1	11,3	11,0
(+) Invest. contr. em conjunto	381,8	386,7	382,9	318,6	288,0	305,1
(+) Direito de Uso	2.472,6	2.465,5	2.381,2	2.362,1	2.292,4	2.273,8
(+) Imobilizado	1.308,0	1.258,2	1.152,7	1.099,5	1.103,2	1.076,7
(+) Intangível	2.006,1	1.887,0	1.869,8	1.561,7	1.575,5	1.545,6
(+) Ativos não circulantes operacionais	7.989,6	7.848,4	7.458,9	7.279,9	7.120,2	6.949,7
(-) Provisão para contingências	1.131,2	1.379,9	1.274,0	1.112,3	1.065,7	1.037,1
(-) Arrendamento Mercantil	2.191,9	2.175,2	2.082,4	2.063,7	1.981,2	1.949,8
(-) Receita diferida	287,4	301,3	315,2	328,9	342,9	356,8
(+) IR e CS diferidos	21,1	24,8	28,1	26,4	32,6	39,0
(-) Outras contas a pagar	13,4	5,0	2,0	-	-	2,0
(-) Passivos não circulantes operacionais	3.644,9	3.886,2	3.701,8	3.531,4	3.422,4	3.384,7
(=) Capital Fixo	4.344,7	3.962,2	3.757,1	3.748,5	3.697,8	3.565,0
(=) Capital Investido Total	7.595,2	6.148,8	6.136,3	6.249,9	5.885,3	3.783,2
(+) Dívida Líquida	284,5	(1.216,4)	(1.240,4)	(1.317,5)	(1.766,3)	(3.905,3)
(+) Dividendos a Pagar	40,0	40,0	0,1	123,6	123,6	123,6
(+) Patrimônio Líquido	7.270,7	7.325,3	7.376,6	7.443,8	7.528,1	7.564,9
(=) Financiamento Total	7.595,2	6.148,8	6.136,3	6.249,9	5.885,3	3.783,2

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R$MM)	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20	4T19
Receitas Financeiras	33,6	31,9	56,1	45,6	49,8	22,9
Despesas Financeiras	(203,9)	(150,7)	(158,8)	(140,2)	(144,2)	(210,9)
Despesas Financeiras Líquidas	(170,3)	(118,8)	(102,7)	(94,6)	(94,4)	(188,0)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	113,3	78,5	47,1	53,9	60,4	93,0
Despesas Financeiras Ajustadas	(57,0)	(40,4)	(55,6)	(40,6)	(34,1)	(95,0)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	19,4	13,7	18,9	13,8	11,6	32,3
Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos	(37,6)	(26,6)	(36,7)	(26,8)	(22,5)	(62,7)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R$MM)	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20	4T19
EBITDA	695,6	504,7	546,1	143,7	332,6	499,1
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(113,3)	(78,5)	(47,1)	(53,9)	(60,4)	(93,0)
Depreciação	(178,3)	(186,2)	(169,2)	(172,3)	(174,8)	(122,3)
IR/CS correntes e diferidos	(88,3)	19,9	(68,2)	58,5	(32,6)	(20,8)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(19,4)	(13,7)	(18,9)	(13,8)	(11,6)	(32,3)
Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)	296,3	246,1	242,7	(37,7)	53,3	230,7
Capital Investido	7.595,2	6.148,8	6.136,3	6.249,9	5.885,3	3.783,2
ROIC Anualizado	16%	16%	16%	-2%	4%	24%
Lucro Líquido	258,6	219,5	206,0	(64,5)	30,8	168,0
Patrimônio Líquido	7.270,7	7.325,3	7.376,6	7.443,8	7.528,1	7.564,9
ROE Anualizado	14%	12%	11%	-3%	2%	9%
Juros de Antecipação do Cartão Luiza	42,3	28,2	19,1	30,1	38,0	66,7
Juros de Antecipação de Cartão de Terceiros	71,1	50,2	28,0	23,8	22,4	26,3
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	113,3	78,5	47,1	53,9	60,4	93,0

ANEXO VI
ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS[1] E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Abertura Vendas Totais	1T21	A.V.(%)	1T20	A.V.(%)	Crescimento Total
Lojas Virtuais	291,5	2,3%	269,9	3,5%	8,0%
Lojas Convencionais	3.418,6	27,4%	3.306,1	43,1%	3,4%
Subtotal - Lojas Físicas	3.710,1	29,7%	3.576,0	46,7%	3,7%
E-commerce Tradicional (1P)	6.324,4	50,7%	2.855,0	37,3%	121,5%
Marketplace (3P)[2]	2.438,2	19,5%	1.231,5	16,1%	98,0%
Subtotal - E-commerce Total	8.762,6	70,3%	4.086,5	53,3%	114,4%
Vendas Totais	12.472,7	100,0%	7.662,5	100,0%	62,8%

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

Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar/21	Part(%)	mar/20	Part(%)	Crescimento Total
Lojas Virtuais	207	15,8%	195	16,9%	12
Lojas Convencionais	949	72,4%	910	78,7%	39
Quisques	154	11,8%	51	4,4%	103
Total	1.310	100,0%	1.156	100,0%	154
Área total de vendas (m²)	670.197	100,0%	647.171	100,0%	3,6%

[2] O valor de vendas processadas do marketplace e na plataforma AiQFome (administradas pela Companhia ou por licenciados) de 01 de janeiro a 31 de março de 2021 no montante de R$2.438,2 milhões, que estão somados as vendas totais apresentadas nesse relatório, foi objeto de Asseguração Limitada Independente por nossos auditores externos e está disponível em nosso site. Os demais componentes das vendas totais do trimestre estão no escopo da revisão das informações trimestrais por nossos auditores independentes.

ANEXO VII
FINTECH MAGALU

| Indicadores Operacionais

As iniciativas em fintech no Magalu integram: (i) a conta digital MagaluPay; (ii) o crédito ao consumidor final por meio do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, ambos emitidos pela Luizacred; (iii) a subadquirência e a antecipação de recebíveis através do Magalu Pagamentos; (iv) o crédito para o seller com o FIDC Magalu.

Lançado no começo de 2020, o MagaluPay já alcançou a marca de 2,9 milhões de contas abertas no final do 1T21. Nesse trimestre, novas funcionalidades foram adicionadas, com destaque para o PIX na conta digital, permitindo que os clientes possam receber e enviar dinheiro de forma instantânea, cadastrar chaves, pagar contas e fazer compras no Magalu de forma ainda mais fácil e rápida.

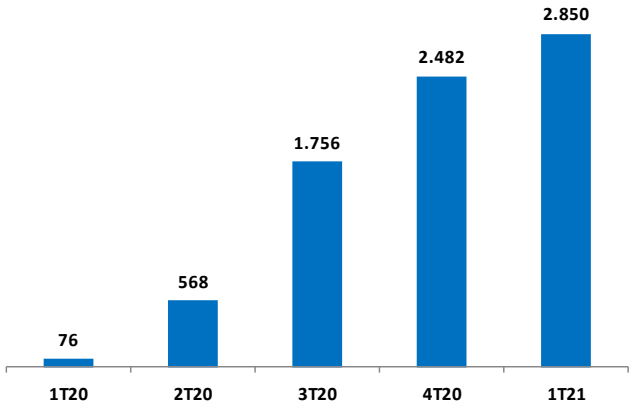
A compra da Hub Fintech, aprovada sem restrições pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e que aguarda a aprovação do Banco Central, será a espinha dorsal tecnológica e regulatória de todas as nossas iniciativas *fintech*. Após a integração com a Hub, os clientes do MagaluPay -- pessoas físicas e jurídicas -- passarão a contar com uma das mais completas plataformas de produtos e serviços financeiros do mercado, gratuita e totalmente integrada ao SuperApp.

Vale dizer que o PIX também está disponível como meio de pagamento no check-out do e-commerce, reduzindo custos de transação e melhorando a eficiência logística. Com o PIX, os pedidos pagos são aprovados na hora, eliminando a necessidade da reserva de estoque, como acontece com os boletos, que podem demorar dias para serem compensados.

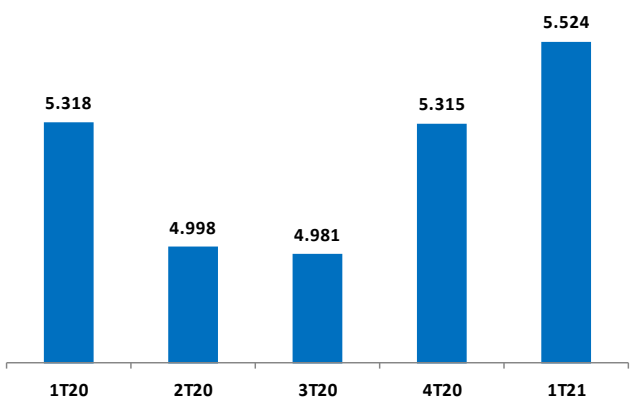
Em abril lançamos o Cartão Magalu, um cartão de crédito totalmente voltado para o público digital. O Cartão Magalu não tem anuidade e oferece um dos mais atraentes programas de cashback do mercado: 4% das compras no Magalu, pagos diretamente na conta digital. Emitido pela LuizaCred, o cartão é integrado ao Superapp, no qual os clientes podem solicitar o cartão, consultar gastos, verificar limite disponível e gerar faturas. Três semanas após o lançamento, mais de 100 mil cartões já haviam sido emitidos.

Em mar/21, a base total de cartões de crédito emitidos pela Luizacred foi de 5,5 milhões de cartões (+3,9% *versus* mar/20). As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, aumentaram 12,6% no 1T21 e atingiram R$1,7 bilhão. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 18,6% no 1T21 para R$6,5 bilhões. A carteira de cartão de crédito da Luizacred alcançou R$12,3 bilhões ao final do 1T21, um aumento de 7,3% em relação ao 1T20.

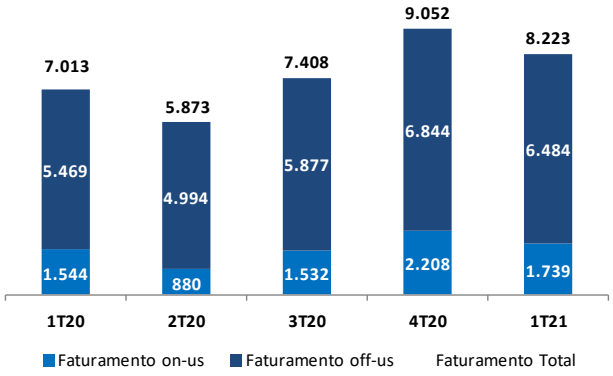
Evolução do Número de Contas MagaluPay (em quantidade, mil)



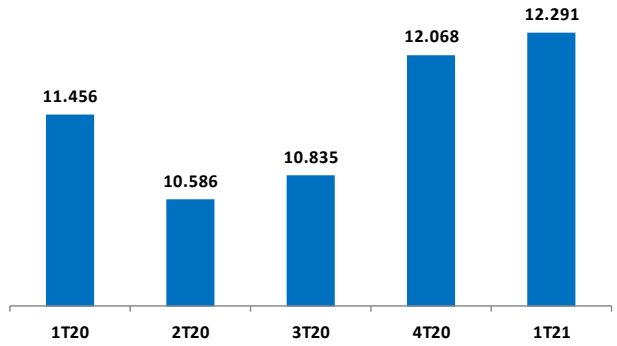
Evolução da Base de Cartões de Crédito (em quantidade, mil)



Faturamento Cartão de Crédito (em R$ milhares)



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



Novos serviços financeiros digitais também foram direcionados aos sellers do marketplace. O volume total de transações processadas no Magalu Pagamentos (TPV) superou R$2,7 bilhões no 1T21. Além disso, iniciamos as operações de empréstimo para mais de 150 sellers neste trimestre por meio do FIDC Magalu Pagamentos. Em breve, mais de 75 mil parceiros conectados ao ecossistema Magalu -- entre sellers do marketplace e restaurantes da AiQFome – passarão a ter acesso a crédito de forma rápida e simplificada.

ANEXO VIII
LUIZACRED

| Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

R$ milhões	1T21	AV	1T20	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	321,2	100,0%	397,6	100,0%	-19,2%
Cartão	318,9	99,3%	383,6	96,5%	-16,9%
CDC	0,9	0,3%	9,5	2,4%	-90,9%
EP	1,4	0,4%	4,5	1,1%	-68,3%
Despesas da Intermediação Financeira	(256,2)	-79,8%	(356,0)	-89,5%	-28,0%
Operações de Captação no Mercado	(18,0)	-5,6%	(52,0)	-13,1%	-65,5%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(238,2)	-74,2%	(304,0)	-76,5%	-21,6%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	**65,0**	**20,2%**	**41,6**	**10,5%**	**56,1%**
Receitas de Prestação de Serviços	254,3	79,2%	230,2	57,9%	10,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(259,4)	-80,8%	(255,3)	-64,2%	1,6%
- Despesas de Pessoal	(3,2)	-1,0%	(5,4)	-1,4%	-40,4%
- Outras Despesas Administrativas	(201,7)	-62,8%	(198,9)	-50,0%	1,4%
- Depreciação e Amortização	(2,9)	-0,9%	(3,0)	-0,8%	-1,7%
- Despesas Tributárias	(34,8)	-10,8%	(35,3)	-8,9%	-1,7%
- Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(16,7)	-5,2%	(12,6)	-3,2%	32,3%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	**59,9**	**18,6%**	**16,5**	**4,1%**	**263,4%**
Imposto de Renda e Contribuição Social	(24,1)	-7,5%	(6,9)	-1,7%	249,5%
Lucro Líquido	**35,7**	**11,1%**	**9,6**	**2,4%**	**273,5%**

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

R$ milhões	1T21	AV	1T20	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	321,2	100,0%	397,6	100,0%	-19,2%
Cartão	318,9	99,3%	383,6	96,5%	-16,9%
CDC	0,9	0,3%	9,5	2,4%	-90,9%
EP	1,4	0,4%	4,5	1,1%	-68,3%
Despesas da Intermediação Financeira	(156,4)	-48,7%	(326,9)	-82,2%	-52,2%
Operações de Captação no Mercado	(18,0)	-5,6%	(52,0)	-13,1%	-65,5%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(138,4)	-43,1%	(274,9)	-69,1%	-49,7%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	**164,8**	**51,3%**	**70,7**	**17,8%**	**133,0%**
Receitas de Prestação de Serviços	254,3	79,2%	230,2	57,9%	10,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(259,4)	-80,8%	(255,3)	-64,2%	1,6%
- Despesas de Pessoal	(3,2)	-1,0%	(5,4)	-1,4%	-40,4%
- Outras Despesas Administrativas	(201,7)	-62,8%	(198,9)	-50,0%	1,4%
- Depreciação e Amortização	(2,9)	-0,9%	(3,0)	-0,8%	-1,7%
- Despesas Tributárias	(34,8)	-10,8%	(35,3)	-8,9%	-1,7%
- Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(16,7)	-5,2%	(12,6)	-3,2%	32,3%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	**159,7**	**49,7%**	**45,6**	**11,5%**	**250,5%**
Imposto de Renda e Contribuição Social	(64,1)	-19,9%	(18,5)	-4,7%	245,5%
Lucro Líquido	**95,6**	**29,8%**	**27,0**	**6,8%**	**253,9%**

| Receitas da Intermediação Financeira

No 1T21, as receitas da intermediação financeira atingiram R$321,2 milhões, 19,2% menor que no 1T20, influenciadas pela melhoria na qualidade da carteira de crédito e consequente maior recebimento das faturas em dia.

| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 2,2% da carteira total em mar/21, melhorando 1,1 p.p. em relação à mar/20, em função de uma política de crédito mais assertiva e todos os esforços de cobrança realizados pelas lojas e centrais de cobrança.

A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) também apresentou uma forte melhora e atingiu 5,0% em mar/21, menor patamar histórico, uma redução de 3,2 p.p. em relação a mar/20 e de 1,5 p.p. comparado a dez/20, reflexo também da política de crédito mais assertiva e do aumento dos recebimentos.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 1,9% da carteira total no 1T21, uma forte redução em relação ao patamar de 2,6% no 1T20, em função do melhor nível de atraso da carteira já observado. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 216% em mar/21 comparado a 175% em mar/20.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar-21		dez-20		set-20		jun-20		mar-20	
000 a 014 dias	11.414	92,7%	11.137	92,1%	9.743	89,6%	9.318	87,5%	10.229	88,6%
015 a 030 dias	81	0,7%	45	0,4%	49	0,5%	48	0,4%	112	1,0%
031 a 060 dias	87	0,7%	53	0,4%	56	0,5%	62	0,6%	115	1,0%
061 a 090 dias	104	0,8%	74	0,6%	92	0,8%	183	1,7%	151	1,3%
091 a 120 dias	77	0,6%	76	0,6%	92	0,8%	182	1,7%	122	1,1%
121 a 150 dias	67	0,5%	69	0,6%	83	0,8%	151	1,4%	117	1,0%
151 a 180 dias	61	0,5%	74	0,6%	140	1,3%	129	1,2%	113	1,0%
180 a 360 dias	415	3,4%	565	4,7%	619	5,7%	573	5,4%	592	5,1%
Carteira de Crédito (R$ milhões)	**12.306**	**100,0%**	**12.092**	**100,0%**	**10.872**	**100,0%**	**10.646**	**100,0%**	**11.551**	**100,0%**
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	182		169		168		160		147	
Carteira Total em IFRS 9 (R$ milhões)	**12.488**		**12.261**		**11.040**		**10.806**		**11.697**	
Atraso de 15 a 90 Dias	272	2,2%	171	1,4%	196	1,8%	292	2,7%	378	3,3%
Atraso Maior 90 Dias	620	5,0%	784	6,5%	933	8,6%	1.036	9,7%	944	8,2%
Atraso Total	**892**	7,3%	**955**	7,9%	**1.130**	10,4%	**1.328**	12,5%	**1.322**	11,4%
PDD sobre Carteira de Crédito	1.026		1.093		1.193		1.361		1.362	
PDD sobre Limite Disponível	316		284		274		302		293	
PDD Total em IFRS 9	**1.342**		**1.377**		**1.467**		**1.662**		**1.655**	
Índice de Cobertura da Carteira	165%		139%		128%		131%		144%	
Índice de Cobertura Total	216%		176%		157%		161%		175%	

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.

| Resultado Bruto da Intermediação Financeira

A margem bruta da intermediação financeira no 1T21 foi de 20,2%, representando um aumento de 9,7 p.p. em relação ao 1T20, influenciada, principalmente, pela redução da carteira vencida e, consequentemente, menor volume de provisões.

| Receita de Serviços e Outras Despesas/Receitas Operacionais

As receitas de serviços cresceram 10,5% no 1T21, alcançando R$254,3 milhões, em função do aumento da carteira e do crescimento do faturamento. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram apenas 1,6%, representando R$259,4 milhões, devido a maior eficiência operacional da Luizacred.

| Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 1T21, o resultado operacional totalizou R$59,9 milhões, representando 18,6% da receita da intermediação financeira, um aumento de 14,5 p.p. em relação ao 1T20. No 1T21, a Luizacred apresentou um lucro de R$35,7 milhões, com ROE de 18,2%.

De acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, considerando as provisões mínimas pela Lei nº 2682, o lucro líquido da Luizacred totalizou R$95,6 milhões no 1T21.

| Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R$1.070,8 milhões em mar/21. 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 Magazine Luiza era de R$805,7 milhões.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Videoconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)

14 de maio de 2021 (sexta-feira)
11h00 – Horário de Brasília
10h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Acesso Videoconferência

Para participantes no Brasil:
Telefone para conexão: +55 (11) 3181-8565
Código de conexão: Magazine Luiza

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
Estagiária

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 1.300 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 1.500 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 70% 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.