

## Destaques do 4T20 e 2020

- Vendas totais cresceram 66% no 4T20, atingindo R\$14,9 bilhões (R\$43,5 bilhões em 2020)
- E-commerce cresceu 121% no 4T20, atingindo R\$9,5 bilhões e 64% das vendas totais
- Vendas nas lojas físicas evoluíram 16% no total (11% nas mesmas lojas)
- EBITDA ajustado atingiu R\$524 milhões no 4T20 (margem de 5,2%)
- Lucro líquido ajustado de R\$232 milhões no 4T20, com 40% de crescimento
- Geração de caixa operacional de R\$2,1 bilhões no 4T20 (R\$3,1 bilhões em 2020)



**Ganho consistente de participação de mercado.** No 4T20, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram expressivos 66,1% para R\$14,9 bilhões, reflexo do aumento de 120,7% no e-commerce total e de 15,7% nas lojas físicas (10,9% no conceito mesmas lojas). O excelente desempenho das vendas levou o Magalu a atingir, no 4T20, a maior participação de mercado para o trimestre desde a sua fundação, com uma expansão de 5,1 p.p. comparada com o 4T19, segundo a GFK.



**E-commerce continua em ritmo muito acelerado.** No 4T20, o e-commerce formal brasileiro cresceu 32,2%, segundo o E-bit. O Magalu foi além, cresceu muito mais que o mercado, e consolidou a liderança no e-commerce formal. No período, as vendas do e-commerce avançaram expressivos 120,7% e representaram 63,8% das vendas totais. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 119,8% e o marketplace contribuiu com R\$2,6 bilhões, crescendo 122,9%. O forte ganho de *marketshare* foi impulsionado pela excelente performance do app, com 33 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 físicas, o forte crescimento das vendas online refletiu em uma maior participação do e-commerce nas vendas totais -- que passou de 48,0% no 4T19 para 63,8% no 4T20 -- e, por consequência, a margem bruta ajustada diminuiu de 28,6% no 4T19 para 24,7% no 4T20.



**Despesas atingem um dos menores percentuais da história.** Com o forte crescimento de vendas, o percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida atingiu apenas 19,7% no 4T20, um dos menores patamares históricos. As despesas operacionais ajustadas diminuíram 1,4 p.p. em relação ao 4T19. Esse resultado reforça a importância da eficiência proporcionada pelo modelo de negócio multicanal do Magalu.



**EBITDA e lucro líquido.** No 4T20, o crescimento das vendas e a diluição das despesas operacionais foram fundamentais para a evolução do EBITDA ajustado, que atingiu R\$523,8 milhões no 4T20. Por outro lado, os investimentos em nível de serviço impactaram a margem EBITDA ajustada que passou de 7,8% no 4T19 para 5,2% no 4T20. O lucro líquido ajustado atingiu R\$232,1 milhões, um crescimento de 39,8% comparado ao 4T19.



**Forte geração de caixa operacional.** O fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, atingiu expressivos R\$2,1 bilhões no 4T20. Nos últimos 12 meses, a geração de caixa ajustada foi de R\$3,1 bilhões, aumentando 104%. Os resultados positivos e a variação do capital de giro, com destaque para a gestão dos estoques, 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\$1,0 bilhão, passando de R\$6,3 bilhão em dez/19 para R\$7,3 bilhões em dez/20. A Companhia encerrou o 4T20 com uma posição total de caixa de R\$9,0 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,9 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$6,1 bilhões.



MGLU3: R\$ 23,10 por ação  
Total de Ações: 6.498.926.848  
Valor de Mercado: R\$ 150,1 bilhões



**Videoconferência**  
09 de março de 2021 (Terça-feira)  
11:00 no horário de Brasília: +55 (11) 3181-8565  
09:00 no horário dos EUA (EST): +1 412 717 9627



**Relações com Investidores**  
Tel. +55 11 3504-2727  
[www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri)  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

## Destaques do 3T20

**MGLU**  
B3 LISTED NM

- Vendas totais cresceram 81% no 3T20, atingindo R\$12,4 bilhões
- E-commerce cresceu 148%, atingindo R\$8,2 bilhões e 66% das vendas totais
- Vendas nas lojas físicas evoluíram 18% no total, com forte ganho de participação de mercado
- EBITDA ajustado avançou 41%, para R\$561 milhões (margem de 6,8%)
- Lucro líquido ajustado de R\$216 milhões, com 70% de crescimento
- Geração de caixa operacional de R\$884 milhões, crescendo 328%



**Maior crescimento trimestral da história.** No 3T20, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P) cresceram expressivos 81,2% para R\$12,4 bilhões, reflexo do aumento de 148,5% no e-commerce total e de 18,3% nas lojas físicas (7,2% no conceito mesmas lojas), mesmo com parte das lojas ainda fechadas em julho e agosto. O excelente desempenho das lojas levou o Magalu a atingir, no 3T20, a maior participação de mercado desde a sua fundação, com uma expansão de 5,4 p.p. comparada com o 3T19, segundo a GFK.



**E-commerce continua em ritmo muito acelerado, mesmo com a reabertura do varejo físico.** No 3T20, e-commerce formal brasileiro cresceu 43,5% no 3T20, segundo o E-bit. O Magalu foi além, cresceu mais que o triplo do mercado, e consolidou a liderança no e-commerce formal. No período, as vendas do e-commerce da companhia avançaram expressivos 148,5% e representaram 66,3% das vendas totais. No e-commerce tradicional (1P), as vendas evoluíram 149,5% e o marketplace contribuiu com R\$2,1 bilhões, crescendo 145,4%. O forte ganho de *marketshare* foi impulsionado pela excelente performance do app, que contou com 30 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 reabertura e excelente performance das lojas físicas, o forte crescimento das vendas online refletiu em uma maior participação do e-commerce nas vendas totais - que passou de 48,3% no 3T19 para 66,3% no 3T20 - e, por consequência, a margem bruta ajustada diminuiu de 30,6% no 3T19 para 26,2% no 3T20.



**Despesas atingem um dos menores percentuais da história.** Com o forte crescimento de vendas e a volta da multicanalidade, o percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida atingiu 20,3% no 3T20, um dos menores patamares históricos. As despesas operacionais ajustadas diminuíram 2,4 p.p. em relação ao 3T19 e 3,4 p.p. em relação ao 2T20. Esse resultado comprova a importância da multicanalidade e o quanto ela contribui para a eficiência do modelo de negócio do Magalu.



**EBITDA e lucro líquido.** No 3T20, o crescimento das vendas e a diluição das despesas operacionais foram fundamentais para o crescimento de 41,2% do EBITDA ajustado, que passou de R\$397,5 milhões do 3T19 para R\$561,2 milhões no 3T20. Por outro lado, os investimentos em nível de serviço impactaram a margem EBITDA ajustada que passou de 8,2% no 3T19 para 6,8% no 3T20. Com a volta da multicanalidade, a margem EBITDA ajustada aumentou 4,2 p.p. comparada ao 2T20, quando a maior parte das lojas ficou fechada em função da pandemia do covid-19. No 3T20, o lucro líquido ajustado atingiu R\$215,9 milhões, um crescimento de 69,6% comparado ao 3T19.



**Forte geração de caixa operacional.** O fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, atingiu expressivos R\$883,8 milhões no 3T20, crescendo 328,4%. Nos últimos 12 meses, a geração de caixa ajustada foi de R\$2,7 bilhões, aumentando 244,8% em relação aos 12 meses anteriores. Os resultados positivos e a variação do capital de giro, com destaque para a gestão dos estoques, 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\$5,3 bilhões, passando de R\$0,6 bilhão em set/19 para R\$5,9 bilhões em set/20, em função da geração de caixa da Companhia, dos investimentos e aquisições realizados, bem como da oferta subsequente de ações concluída em nov/19. A Companhia encerrou o 3T20 com uma posição total de caixa de R\$7,6 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,9 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$4,7 bilhões.



**MGLU3:** R\$ 26,45 por ação  
**Total de Ações:** 6.498.926.848  
**Valor de Mercado:** R\$ 171,9 bilhões



**Videoconferência**  
10 de novembro de 2020 (Terça-feira)  
**11:00 no horário de Brasília:** +55 (11) 3181-8565  
**09:00 no horário dos EUA (EST):** +1 412 717 9627



**Relações com Investidores**  
Tel. +55 11 3504-2727  
[www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri)  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

## | MENSAGEM DA DIRETORIA

### O que passou – e o que vem pela frente no Magalu

No Magalu, nos orgulhamos de nossa capacidade inata de mudar. Paradoxalmente, a zona de conforto nunca nos deixou à vontade ao longo de nossos 63 anos de história. Aprendemos que sempre haverá desafios e que, cada vez que eles são vencidos, nos tornamos mais fortes. Em mais de seis décadas, tivemos a oportunidade de ver quase tudo. Mas nada comparado ao cenário que se desenhou a partir de março de 2020.

A maior pandemia em mais de um século nos obrigou a viver muitos anos em apenas um. E, como todas as empresas, como cada indivíduo, o Magalu foi colocado à prova. Neste espaço, dedicado a fazer um balanço de 2020 e a apontar direções à frente, queremos propor um olhar para tudo o que nossos mais de 40.000 colaboradores fizeram ao longo de um ano que ainda não terminou. Foi um período épico e de resultados extraordinários, mas sobretudo de profundas e inexoráveis mudanças no mercado e no nosso modelo de negócio. O que aconteceu nos últimos meses será a base para entender o futuro do ecossistema digital multicanal do Magalu e as enormes oportunidades que vamos explorar com ele.

#### 2020, 20 de março.

Nesse dia, o Magalu passou a travar sua guerra contra as ameaças e efeitos da covid-19. Pela primeira vez em mais de seis décadas, todas as lojas físicas da empresa fecharam suas portas. Milhares de funcionários foram mandados para suas casas. Três prioridades foram adotadas de forma emergencial: a saúde e a segurança de todas as pessoas que se relacionavam com a empresa, a garantia de continuidade das operações e a manutenção dos empregos. Uma estava diretamente ligada às outras. Se falhássemos em uma, provavelmente falharíamos em todas.

O que se viu, a partir do mês de março, foram ações em série, executadas em meses que pareciam ser anos. Para garantir que nenhum colaborador fosse demitido, o Magalu reduziu os salários dos diretores e conselheiros, implementou a medida provisória 936, que permitiu a suspensão de contratos de trabalho e a redução de jornada e salários, e renegociou contratos de aluguel e de prestação de serviços. O caixa, que já era de 7 bilhões de reais, foi reforçado por uma emissão de 800 milhões de reais em debêntures.

#### **"COM A PANDEMIA, O ECOSSISTEMA DIGITAL DO MAGALU PASSOU A SER MAIS EXIGIDO E FUNDAMENTAL DO QUE NUNCA"**

Nosso propósito de digitalizar o Brasil nunca se mostrou tão fundamental. A digitalização era a única forma de, naquele momento, reativar negócios, preservar empregos e contribuir para o combate da desigualdade, que foi aprofundada pela pandemia. Acreditamos que, num mundo cada vez mais conectado, não existe inclusão social sem inclusão digital.

Em abril, lançamos o Parceiro Magalu, uma plataforma digital intuitiva que ajuda empresas ainda analógicas, que tiveram de fechar suas portas em função da pandemia, a vender online. Em menos de um ano -- de abril de 2020 até hoje -- 14.000 parceiros se integraram ao ecossistema do Magalu. Foram 14.000 portas digitais abertas. Sem o Parceiro Magalu, muitos desses negócios não sobreviveriam. A digitalização é um movimento que a pandemia acelerou, e que vai se fortalecer ao final da covid-19.

Para garantir que nossos clientes tivessem acesso a itens de primeira necessidade, sem sair de suas casas, reforçamos o #TemNoMagalu com milhares de novos itens, com ênfase nos produtos de mercado: alimentos não perecíveis e produtos de higiene e limpeza, entregues com isenção da cobrança de frete. Hoje, a categoria mercado já representa mais de 40% dos itens vendidos no e-commerce do Magalu.

Em 2020, a multicanalidade do Magalu somada à rápida expansão da Logbee tornou possível o crescimento do *ship-from-store*, decisivo para que o Magalu garantisse a entrega mais rápida, em qualquer lugar do país. As lojas físicas foram transformadas em *dark stores*, nas quais os itens comprados no SuperApp Magalu eram estocados antes de percorrer a última milha até as casas dos clientes. No quarto trimestre de 2020, 45% de todas as entregas do nosso e-commerce foram feitas em até 24 horas.

Todas essas ações coordenadas geraram resultados tangíveis. No segundo trimestre, as vendas totais do Magalu cresceram 49% e o e-commerce avançou 182%. O terceiro trimestre trouxe o maior crescimento da história da companhia: 81%, graças à força do digital e à reabertura de parte das lojas físicas. Nesse período do ano, o Magalu pode, finalmente, começar a olhar para fora e, assim, dar prosseguimento à estratégia de construir, peça a peça, seu grande ecossistema digital de compra e venda.

**"EM 2020, AS VENDAS TOTAIS DO MAGALU CRESCERAM 60%. APENAS NO QUARTO TRIMESTRE, O E-COMMERCE AVANÇOU 120%"**

Em apenas seis meses -- de julho a dezembro -- foram adquiridas dez empresas -- ou dez peças que se encaixavam perfeitamente no quebra-cabeças criado por nós. (Em fevereiro, o Magalu já havia comprado a Estante Virtual, reforçando o pilar do TemNoMagalu, com um catálogo de milhões de livros novos e usados.)

A Hubsales permitiu que fábricas passassem a vender diretamente ao consumidor pela plataforma do Magalu. O site de tecnologia Canaltech e a plataforma de mídia da InLoco aceleraram a estratégia de Ads da empresa. Com o AiQFome, entramos no mercado de delivery de alimentação e reforçamos a recorrência no SuperApp. A GFL reforça nossa logística *last mile*. E com a Stoq, passamos a oferecer soluções de PDV para os varejistas. A aquisição da ComSchool permite que ofereçamos formação digital para nossos 47 000 sellers. E entramos com força no mercado de pagamentos ao adquirir a Hub Fintech.

No último trimestre do ano, mesmo com a abertura plena das lojas físicas, o e-commerce continuou a crescer em ritmo acelerado, mais do que dobrando de tamanho comparado ao ano anterior (120% de crescimento sobre um aumento de 93% no mesmo período de 2019). As vendas no conceito mesmas lojas avançaram 11% nos últimos três meses de 2020, a despeito da redução pela metade do auxílio emergencial. Geramos 2 bilhões de reais de caixa no período (3 bilhões de reais no ano). E aumentamos em 40% o lucro líquido.

A emergência econômica e sanitária trazida pela pandemia de covid-19 fez com que, para os investidores de todo o mundo, 2020 também fosse um ano marcado por três letras: ESG (*Environmental, Social and Governance*). Rapidamente, preocupações relacionadas ao meio-ambiente, ao bem-estar da sociedade e aos padrões de governança tornaram-se imperativos para companhias de todo o mundo. A tragédia que vem ceifando milhões de vidas -- mais de 260.000 apenas no Brasil, até o momento -- enfatizou a necessidade de as empresas se empenharem não só para entregar valor no longo prazo a seus acionistas, mas a todos os seus *stakeholders*.

Acreditamos que, ao garantir que o Magalu seja uma empresa sustentável e profundamente conectada a seus *stakeholders*, daremos melhores retornos no curto e, sobretudo, no longo prazo a nossos *acionistas*. Temos consciência que a responsabilidade assumida por uma companhia da dimensão do Magalu é imensa e não se esgota. Essa responsabilidade só ficou ainda maior desde março do ano passado.

Nesse período, focamos sobretudo no S (social) de nossas ações de ESG. Assumimos o compromisso de não demitir nos meses mais críticos da pandemia, incluímos milhares de empreendedores na nossa plataforma digital e trabalhamos para tentar mitigar crises aprofundadas pela covid. O aumento dos casos de violência doméstica -- uma epidemia brasileira -- foi uma delas. No Dia Internacional da Mulher, em março, o SuperApp ganhou um botão de denúncias permanente. A nova versão do botão permite o acesso via chat ao Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos. Em 2020, o número de denúncias feitas pelo dispositivo aumentou mais de 800% em relação ao ano anterior. Em agosto, as famílias Trajano e Garcia, controladoras do Magalu, e a companhia doaram 40 milhões de reais para ações de combate aos efeitos da pandemia (meses antes, os controladores já haviam doado outros 10 milhões de reais).

Ser sustentável também significa ser diverso, refletir entre quatro paredes a realidade da sociedade na qual se está inserido. Recentemente, após uma pesquisa, chegamos à conclusão de que tínhamos um problema. Pessoas negras formavam mais de 50% do total dos nossos quadros de funcionários -- mas apenas 14% da liderança. Nos últimos anos, havíamos tentado abrir as portas do Magalu para negros e negras por meio do programa de trainee. Não resolveu. Percebemos que esses jovens profissionais nem sequer se candidatavam.

## 4T20

Por isso, em 2020, decidimos abrir um programa de trainees exclusivo para negros. Nossa pretensão nunca foi servir de exemplo para quem quer que fosse. Jamais tivemos a arrogância de achar que o Magalu resolveria a questão do racismo no Brasil. Nossa intenção era resolver o nosso problema. Mais de 22.000 jovens de todo o país se inscreveram. Um capital humano extraordinário. Dezenove deles venceram as etapas de seleção. São profissionais bem-formados, cheios de energia e resilientes -- pessoas para quem, em quase todos os casos, faltava apenas uma porta aberta. Essa foi a primeira etapa. Nossa missão só será bem-sucedida quando esses jovens se tornarem executivos e escalarem a hierarquia do Magalu.

Todas essas ações geraram reconhecimento por parte da sociedade. Segundo pesquisa da consultoria global Interbrand, o Magalu conquistou o nono lugar entre as marcas mais valiosas do Brasil, com o maior crescimento entre todos os participantes da pesquisa. E em diversas pesquisas fomos consideradas uma das marcas que melhor lidou com a pandemia.

Fizemos muito em 2020. Nossa equipe foi heróica e está sendo reconhecida por isso. Mas, por mais cruel que possa parecer, o passado nos credencia, mas não garante o nosso futuro. O que mais importa é o que faremos amanhã, e depois de amanhã, e ainda depois. Nós estamos preparados para fazer muito. E vamos fazer cada vez melhor!

### 2020 foi um ano de enormes conquistas. Há muito mais a conquistar daqui em diante.

Mais do que um ano de colheita, 2020 foi um período de semear nosso ecossistema digital. As sementes que plantamos no ano passado, orgânicas e inorgânicas, nos credenciaram a explorar quatro grandes vetores de crescimento -- ou o que o mercado chama de TAMs -- *Total Addressable Markets*. Todos a serem explorados dentro -- ou nas adjacências -- de um ecossistema que tem como principal propósito a digitalização do varejo brasileiro. São mercados nos quais a companhia já fincou bandeiras e continuará a investir estrategicamente. Não estamos falando de iniciativas estanques, mas de negócios que se encadeiam, se potencializam quando combinados e que refletem a estratégia multidimensional do Magalu. É sobretudo nesse gigantesco mar de oportunidades que vamos navegar nos próximos anos.

**1. NOVAS CATEGORIAS.** Hoje o Magalu possui 26 milhões de itens disponíveis em sua plataforma, das mais diversas categorias, de estoque próprio ou de *sellers* do seu marketplace. Crescemos e crescemos e crescemos. E ainda assim há um mercado de 1,2 trilhão de reais em vendas no varejo e de mais 200 bilhões de reais em alimentação fora de casa para conquistar. Além de continuar crescendo nas categorias principais, que nos trouxeram até aqui, enxergamos três grandes frentes de oportunidades:

**1.1. Produtos de Supermercado.** Na categoria de mercado, o Magalu acaba de adquirir a VipCommerce, uma plataforma de e-commerce *white-label* criada para atender o varejo alimentar, permitindo que supermercados e atacarejos vendam online. Com a inserção da empresa no nosso ecossistema, será possível combinar a categoria de mercado do Magalu (1P) à oferta de milhares de supermercados espalhados pelo Brasil e oferecer ao consumidor uma cesta completa de produtos -- inclusive perecíveis. O segmento de FMCG ("*Fast Moving Consumer Goods*") é um mercado de mais de 500 bilhões de reais por ano no Brasil. Estimamos que as vendas online da categoria superem os 60 bilhões de reais nos próximos anos.

**1.2. Delivery de Restaurantes.** A AiQFome, comprada no início de setembro, está presente em 450 cidades, de 21 estados brasileiros. Nesse raio geográfico, ainda limitado, o AiQFome gera um GMV anualizado de quase de 1 bilhão de reais. Seus clientes compram, em média, três vezes ao mês no aplicativo da empresa, gerando 2 milhões de pedidos mensais. O mercado brasileiro de delivery de refeições movimentou 18 bilhões de reais no ano passado. Se levarmos em conta todo o mercado de alimentação fora de casa, o mercado potencial é de 196 bilhões de reais. Existe, portanto, muito terreno a conquistar.

**1.3. Moda e Beleza.** A outra frente é a de estilo de vida, formada pelas categorias moda e beleza. Em moda, a aquisição da Netshoes e Zattini em 2019 marcou a entrada do Magalu no e-commerce da categoria, com um marketshare relevante. Com a Hubsales, adquirida em 2020, levaremos a digitalização a pólos industriais de moda, conectando fabricantes diretamente ao consumidor final por meio do nosso marketplace. A Época Cosméticos, adquirida em 2013, cresceu exponencialmente nos últimos anos e atingiu liderança online nas categorias de perfumes, make e skincare. As categorias de moda e beleza, juntas, formam um mercado extremamente pulverizado, ainda pouco digitalizado e com tamanho total de 223 bilhões de reais anuais. Seu potencial online pode chegar a 67 bilhões em um futuro próximo.

- 2. RETAIL TECH – MaaS.** A estratégia, aqui, é nos tornarmos o sistema operacional do varejo brasileiro. O Magalu se tornou o grande exemplo de transformação digital ao demonstrar sua capacidade de desenvolver tecnologia -- feita sob medida para quem leva produtos e serviços ao consumidor final. Com iniciativas como o Parceiro Magalu, o Magalu Pagamentos, o Magalu Entregas e os PDVs (pontos de vendas) da recém adquirida Stoq, o Magalu levará soluções de tecnologia e serviços para sellers e para outros milhões de varejistas e restaurantes que ainda não fazem parte da nossa plataforma -- muitos deles com operações ainda 100% analógicas. Hoje existem no Brasil 5,7 milhões de varejistas formais. Apenas 47.000 deles vendem online por meio de nosso marketplace. No setor de restaurantes, há mais de 1,6 milhão de estabelecimentos no país. Cerca de 20.000 deles fazem parte da plataforma da AiQFome.
- 3. FINTECH.** No Brasil, em 2020, foram transacionados 2 trilhões de reais em meios eletrônicos de pagamento, que incluem cartões de crédito, débito e pré-pago. Desse total, cerca de 41 bilhões de reais em TPV passaram pelo ecossistema Magalu no último ano -- uma pequena fração diante do potencial da companhia. Como parte das nossas iniciativas nesse mercado, há pouco mais de um ano, lançamos o Magalu Pay, nossa conta digital, totalmente multicanal e integrada ao SuperApp. De lá para cá, 2,7 milhões de contas foram criadas. Foi só o primeiro passo. Em dezembro, o Magalu comprou a Hub Fintech, uma plataforma completa de serviços para contas digitais e cartão pré-pago. A Hub já tem 4 milhões de contas e cartões, que movimentaram cerca de 7 bilhões de reais em 2020. A partir de agora, Magalu Pay, Hub e Luizacred passarão a ser conectados, abrindo espaço para a criação e a oferta de serviços financeiros digitais -- cartão pré-pago, cartão de crédito, empréstimos para pessoas físicas e jurídicas, seguros e *cashback* -- para nossos clientes e sellers (incluindo os restaurantes da AiQFome). Tudo feito no mesmo ambiente: o SuperApp.
- 4. PUBLICIDADE DIGITAL.** Em 2020, segundo dados da eMarketer, o mercado de publicidade movimentou 48 bilhões de reais. Anúncios digitais, que contam com a assertividade dos algoritmos e chegam no lugar certo e na hora certa a cada consumidor, de acordo com suas preferências, necessidades e ocasião, tiveram investimentos que no ano passado já ultrapassaram 40% do total. Não há dúvidas de que o caminho da publicidade digital é para o alto, em grande velocidade.

No Magalu, temos o anunciante (nós e nossos sellers) e a audiência (milhões de clientes nos dispositivos digitais de Magalu, Netshoes, Zattini, Época e Estante Virtual) nas mãos. Para aumentar ainda mais a audiência e a eficácia do Magalu Ads compramos, há cerca de seis meses, o site especializado em conteúdo de tecnologia Canaltech e a plataforma de mídia online da Inloco. A partir de agora, o MagaluAds passará a contar com uma plataforma própria, simples e intuitiva, que ajudará a descomplicar a publicidade online e permitirá que milhares de sellers e fornecedores do Magalu tenham autonomia para investir e acelerar suas vendas. O serviço oferecido pelo MagaluAds será uma forma adicional de monetizar a audiência total do Magalu.

Estamos em posição privilegiada para aproveitar essas oportunidades. Temos um Superapp que já conta com 33 milhões de usuários mensais, por meio do qual a grande maioria dos negócios será gerada e concluída. Não precisaremos gastar tempo e energia para erguer uma operação multicanal. Ela está pronta e madura. Hoje estamos dando novos saltos na nossa multicanalidade. Vamos conectar as lojas umbilicalmente ao marketplace. Em 2021, começaremos a transformar parte de nossos pontos físicos em espaços de exposição, venda, recebimento e entrega de várias categorias de produtos do marketplace. A loja de tijolo e argamassa que tão bem serve ao 1P colocará todas as suas funcionalidades -- exposição dos itens mais procurados na região, estoque, recebimento e entrega -- a serviço do 3P. Nossas lojas também funcionarão como um ponto de captação e de desenvolvimento de sellers locais, expandindo exponencialmente a plataforma.

Para fomentar todo o ecossistema, 2021 será o ano da logística. O ano do #PiscouChegou. Vamos acelerar significativamente os investimentos para converter nossas mais de 1 300 lojas em pontos de apoio logístico para os sellers, aumentar o número de CDs e *cross dockings* -- 63 unidades no final de 2020 -- e automatizar essa infraestrutura. Logística, distribuição e entrega dos produtos vendidos pelos parceiros do marketplace serão um espelho perfeito do que já acontece com a operação dos produtos próprios.



## 4T20

Iniciamos o ano em ritmo acelerado, com o e-commerce crescendo triplo dígito baixo nos dois primeiros meses de 2021<sup>1</sup>. Mas a pandemia, infelizmente, ainda não é uma página virada. As medidas de isolamento social -- que se acentuaram no início de março -- terão impacto direto na performance das lojas no curto prazo. Com os pontos físicos fechados<sup>2</sup>, deixamos de contar com a contribuição das vendas das lojas, ao mesmo tempo em que continuamos a arcar com boa parte das suas despesas fixas. Os efeitos temporários sobre a rentabilidade são inevitáveis. Por outro lado, as vendas nos canais digitais tendem a continuar fortes.

Continuamos confiantes com nossas perspectivas. Nossa estrutura de capital é mais robusta do que nunca. Nossas equipes estão mais preparadas para lidar com as medidas de isolamento e nosso modelo de negócio se provou muito resiliente à pandemia. E, apesar de estarmos prontos para encarar um presente ainda muito desafiador, continuamos olhando para o longo prazo, como se exige de uma companhia que persegue a perenidade.

Agradecemos profundamente nossos colaboradores, que continuam a atravessar conosco dias turbulentos. E a todos os nossos investidores, fornecedores, parceiros. Nosso muito obrigado a nossos milhões de clientes, espalhados por todo o Brasil, por acreditarem que podemos, sobretudo quando é mais necessário, fazer parte de suas vidas.

**A DIRETORIA**

---

<sup>1</sup> Informações preliminares não auditadas ou revisadas por nossos auditores independentes.

<sup>2</sup> 823 lojas fechadas em 08 de março de 2021.

R\$ milhões (exceto quando indicado)	4T20	4T19	Var(%)	12M20	12M19	Var(%)
Vendas Totais <sup>(1)</sup> (incluindo marketplace)	14.932,2	8.988,1	66,1%	43.516,7	27.270,7	59,6%
Receita Bruta	12.463,7	7.868,3	58,4%	36.116,0	24.377,1	48,2%
Receita Líquida	10.065,8	6.385,0	57,6%	29.177,1	19.886,3	46,7%
Lucro Bruto	2.485,6	1.825,4	36,2%	7.520,0	5.554,0	35,4%
Margem Bruta	24,7%	28,6%	-3,9 pp	25,8%	27,9%	-2,1 pp
EBITDA	504,7	499,1	1,1%	1.527,1	1.775,5	-14,0%
Margem EBITDA	5,0%	7,8%	-2,8 pp	5,2%	8,9%	-3,7 pp
Lucro Líquido	219,5	168,0	30,6%	391,7	921,8	-57,5%
Margem Líquida	2,2%	2,6%	-0,4 pp	1,3%	4,6%	-3,3 pp
Lucro Bruto - Ajustado	2.485,6	1.825,4	36,2%	7.520,0	5.790,0	29,9%
Margem Bruta - Ajustado	24,7%	28,6%	-3,9 pp	25,8%	29,1%	-3,3 pp
EBITDA - Ajustado	523,8	496,2	5,6%	1.506,0	1.659,7	-9,3%
Margem EBITDA Ajustado	5,2%	7,8%	-2,6 pp	5,2%	8,3%	-3,1 pp
Lucro Líquido - Ajustado	232,1	166,1	39,8%	377,8	504,2	-25,1%
Margem Líquida - Ajustado	2,3%	2,6%	-0,3 pp	1,3%	2,5%	-1,2 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	10,9%	12,6%	-	-7,4%	7,8%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	15,7%	26,1%	-	0,6%	17,9%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	119,8%	68,6%	-	122,6%	51,4%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	120,7%	92,8%	-	130,7%	76,0%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	63,8%	48,0%	15,8 pp	65,6%	45,3%	20,2 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.301	1.112	189 lojas	1.301	1.112	189 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	666.089	648.227	2,8%	666.089	648.227	2,8%

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



## | Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 4T19, os resultados do 4T20 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as despesas e receitas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	4T20 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	4T20	AV
<b>Receita Bruta</b>	12.463,7	123,8%	-	12.463,7	123,8%
Impostos e Cancelamentos	(2.397,9)	-23,8%	-	(2.397,9)	-23,8%
<b>Receita Líquida</b>	10.065,8	100,0%	-	10.065,8	100,0%
Custo Total	(7.580,2)	-75,3%	-	(7.580,2)	-75,3%
<b>Lucro Bruto</b>	2.485,6	24,7%	-	2.485,6	24,7%
Despesas com Vendas	(1.675,4)	-16,6%	-	(1.675,4)	-16,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(289,5)	-2,9%	-	(289,5)	-2,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(33,7)	-0,3%	-	(33,7)	-0,3%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	12,7	0,1%	(19,1)	(6,4)	-0,1%
Equivalência Patrimonial	24,1	0,2%	-	24,1	0,2%
Total de Despesas Operacionais	(1.961,8)	-19,5%	(19,1)	(1.980,9)	-19,7%
<b>EBITDA</b>	523,8	5,2%	(19,1)	504,7	5,0%
Depreciação e Amortização	(186,2)	-1,9%	-	(186,2)	-1,9%
<b>EBIT</b>	337,5	3,4%	(19,1)	318,4	3,2%
Resultado Financeiro	(118,8)	-1,2%	-	(118,8)	-1,2%
<b>Lucro Operacional</b>	218,7	2,2%	(19,1)	199,6	2,0%
IR / CS	13,4	0,1%	6,5	19,9	0,2%
<b>Lucro Líquido</b>	232,1	2,3%	(12,6)	219,5	2,2%

## | Ajustes eventos não recorrentes

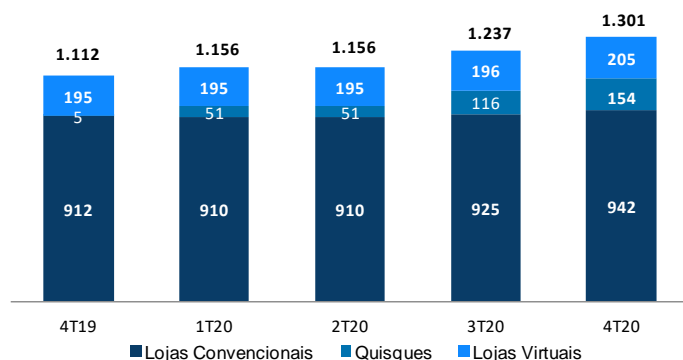
Ajustes	4T20	12M20
Créditos tributários	(0,2)	56,5
Provisão para riscos tributários	1,7	35,4
Honorários especialistas	(8,0)	(27,8)
Despesas pré-operacionais de lojas	(2,4)	(9,5)
Outras despesas não recorrentes	(10,2)	(33,4)
<b>Ajustes - EBITDA</b>	<b>(19,1)</b>	<b>21,1</b>
IR / CS	6,5	(7,2)
<b>Ajustes - Lucro Líquido</b>	<b>(12,6)</b>	<b>13,9</b>

## 4T20

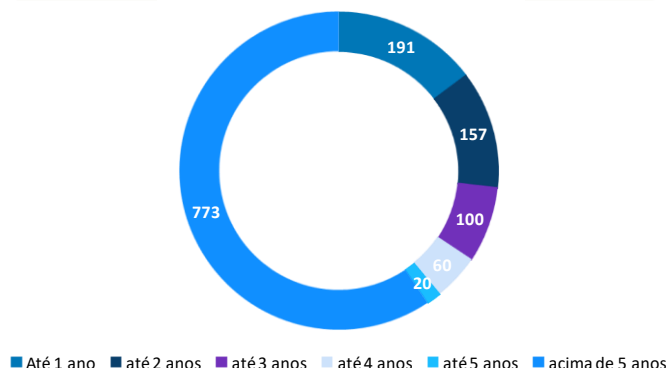
## | DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 4T20 com 1.301 lojas, sendo 942 convencionais, 205 virtuais e 154 quiosques (parceria com as Lojas Marisa). No 4T20, a Companhia inaugurou 64 novas unidades. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 191 novas lojas (32 na Região Sul, 97 no Sudeste, 26 no Centro Oeste, 30 no Nordeste e 6 no Norte). Da base total, 41% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

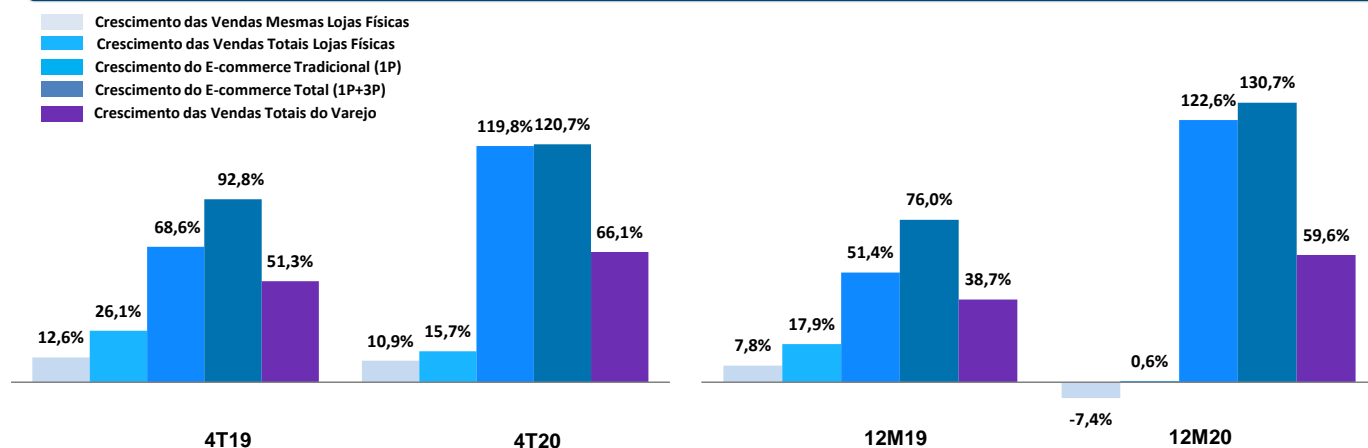


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



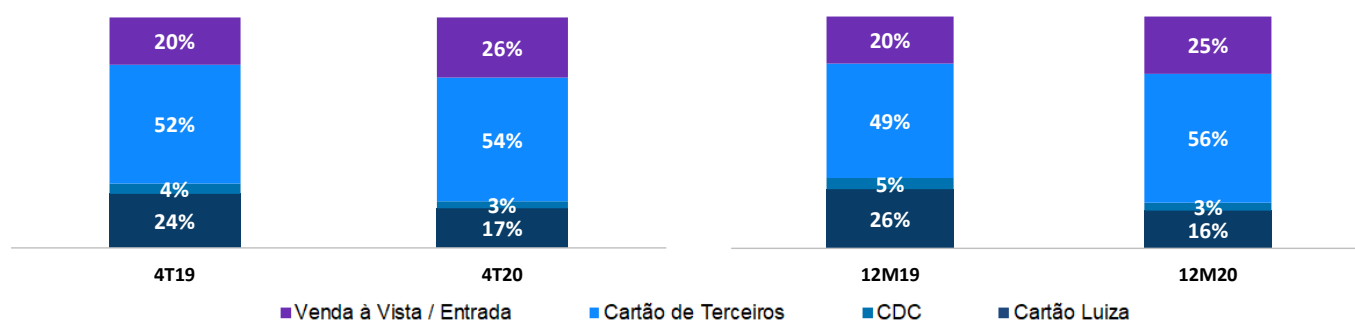
As vendas totais do varejo aumentaram 66,1% no 4T20, reflexo do crescimento de 120,7% no e-commerce total e de 15,7% das lojas físicas. Nos 12M20, as vendas totais cresceram 59,6%.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



A participação do Cartão Luiza diminuiu de 24% para 17% no 4T20 comparado ao mesmo período de 2019 em função da maior participação no e-commerce nas vendas totais.

Mix de Vendas Financiadas (em %)



## | Receita Bruta

R\$ milhões	4T20	4T19	Var(%)	12M20	12M19	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	11.796,8	7.488,8	57,5%	34.176,9	23.141,0	47,7%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	550,4	362,5	51,8%	1.638,5	1.132,1	44,7%
<b>Receita Bruta - Varejo</b>	<b>12.347,3</b>	<b>7.851,3</b>	<b>57,3%</b>	<b>35.815,4</b>	<b>24.273,1</b>	<b>47,6%</b>
Receita Bruta - Outros Serviços	230,9	51,8	346,1%	516,8	159,1	224,8%
Eliminações Inter-companhias	(114,5)	(34,7)	229,5%	(216,2)	(55,1)	292,5%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>12.463,7</b>	<b>7.868,3</b>	<b>58,4%</b>	<b>36.116,0</b>	<b>24.377,1</b>	<b>48,2%</b>

No 4T20, a receita bruta total cresceu 58,4% para R\$12,5 bilhões. O acelerado crescimento do e-commerce e a excelente performance das lojas físicas no trimestre contribuíram para a evolução da receita bruta. A receita de serviços aumentou 51,8% no 4T20, especialmente devido ao crescimento do Marketplace e do Magalu Pagamentos. Nos 12M20, a receita bruta cresceu 48,2% para R\$36,1 bilhões.

## | Receita Líquida

R\$ milhões	4T20	4T19	Var(%)	12M20	12M19	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	9.476,8	6.049,5	56,7%	27.453,4	18.786,2	46,1%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	502,0	324,3	54,8%	1.491,4	1.012,5	47,3%
<b>Receita Líquida - Varejo</b>	<b>9.978,8</b>	<b>6.373,8</b>	<b>56,6%</b>	<b>28.944,8</b>	<b>19.798,7</b>	<b>46,2%</b>
Receita Líquida - Outros Serviços	201,5	46,0	338,4%	448,5	142,7	214,2%
Eliminações Inter-companhias	(114,5)	(34,7)	229,5%	(216,2)	(55,1)	292,5%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>10.065,8</b>	<b>6.385,0</b>	<b>57,6%</b>	<b>29.177,1</b>	<b>19.886,3</b>	<b>46,7%</b>

No 4T20, a receita líquida total evoluiu 57,6% para R\$10,1 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total. Nos 12M20, a receita líquida cresceu 46,7% para R\$29,2 bilhões.

## | Lucro Bruto

R\$ milhões	4T20	4T19	Var(%)	12M20	12M19 Ajustado	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.043,6	1.515,0	34,9%	6.141,0	4.762,4	28,9%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	502,0	324,3	54,8%	1.491,4	1.012,5	47,3%
<b>Lucro Bruto - Varejo</b>	<b>2.545,6</b>	<b>1.839,3</b>	<b>38,4%</b>	<b>7.632,4</b>	<b>5.774,9</b>	<b>32,2%</b>
Lucro Bruto - Outros Serviços	49,5	17,2	187,9%	92,9	55,3	67,8%
Eliminações Inter-companhias	(109,6)	(31,1)	252,4%	(205,3)	(40,3)	409,1%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>2.485,6</b>	<b>1.825,4</b>	<b>36,2%</b>	<b>7.520,0</b>	<b>5.790,0</b>	<b>29,9%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>24,7%</b>	<b>28,6%</b>	<b>-3,9 pp</b>	<b>25,8%</b>	<b>29,1%</b>	<b>-3,3 pp</b>

No 4T20, o lucro bruto cresceu 36,2% para R\$2,5 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 24,7%. A variação da margem bruta foi reflexo, principalmente, da maior participação do e-commerce tradicional (1P) nas vendas. Nos 12M20, o lucro bruto cresceu 29,9% para R\$7,5 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 25,8%.

## | Despesas Operacionais

R\$ milhões	4T20		4T19			12M20		12M19		
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	Var(%)	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(1.675,4)	-16,6%	(1.135,0)	-17,8%	47,6%	(5.162,6)	-17,7%	(3.444,1)	-17,3%	49,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(289,5)	-2,9%	(203,4)	-3,2%	42,4%	(906,8)	-3,1%	(701,6)	-3,5%	29,2%
<b>Subtotal</b>	<b>(1.964,9)</b>	<b>-19,5%</b>	<b>(1.338,3)</b>	<b>-21,0%</b>	<b>46,8%</b>	<b>(6.069,4)</b>	<b>-20,8%</b>	<b>(4.145,7)</b>	<b>-20,8%</b>	<b>46,4%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(33,7)	-0,3%	(30,2)	-0,5%	11,6%	(118,1)	-0,4%	(76,0)	-0,4%	55,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	12,7	0,1%	20,9	0,3%	-39,2%	53,7	0,2%	64,8	0,3%	-17,2%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(1.985,9)</b>	<b>-19,7%</b>	<b>(1.347,6)</b>	<b>-21,1%</b>	<b>47,4%</b>	<b>(6.133,8)</b>	<b>-21,0%</b>	<b>(4.156,8)</b>	<b>-20,9%</b>	<b>47,6%</b>

## | Despesas com Vendas

No 4T20, as despesas com vendas totalizaram R\$1.675,4 milhões, equivalentes a 16,6% da receita líquida, 1,2 p.p. menor que no 4T19, principalmente devido ao forte crescimento das vendas. Vale ressaltar que a Companhia conseguiu diluir as despesas com vendas mesmo investindo em maior nível de serviço, especialmente em atendimento e logística.

Nos 12M20, as despesas com vendas totalizaram R\$5.162,6 milhões, equivalentes a 17,7% da receita líquida (+0,4 p.p. *versus* os 12M19).

## | Despesas Gerais e Administrativas

No 4T20, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$289,5 milhões, equivalentes a 2,9% da receita líquida, uma redução de 0,3 p.p. em relação ao 4T19 devido, principalmente, ao forte crescimento das vendas.

Nos 12M20, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$906,8 milhões, equivalentes a 3,1% da receita líquida (-0,4 p.p. *versus* os 12M19).

## | Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$33,7 milhões no 4T20 e R\$118,1 nos 12M20.

## | Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	4T20	% RL	4T19	% RL	Var(%)	12M20	% RL	12M19	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(1,4)	0,0%	2,8	0,0%	-151,0%	(3,3)	0,0%	7,2	0,0%	-146,2%
Apropriação de Receita Diferida	14,1	0,1%	13,6	0,2%	3,9%	57,0	0,2%	53,1	0,3%	7,4%
Outros	-	0,0%	4,5	0,1%	-	-	0,0%	4,5	0,0%	-
<b>Subtotal - Ajustado</b>	<b>12,7</b>	<b>0,1%</b>	<b>20,9</b>	<b>0,3%</b>	<b>-39,2%</b>	<b>53,7</b>	<b>0,2%</b>	<b>64,8</b>	<b>0,3%</b>	<b>-17,2%</b>
Créditos tributários	(0,2)	0,0%	-	0,0%	-	56,4	0,2%	812,0	4,1%	-93,0%
Provisão para riscos tributários	1,7	0,0%	6,0	0,1%	-71,1%	35,4	0,1%	(240,7)	-1,2%	-114,7%
Honorários especialistas	(8,0)	-0,1%	(5,6)	-0,1%	43,2%	(27,8)	-0,1%	(149,6)	-0,8%	-81,4%
Despesas pré-operacionais de lojas	(2,4)	0,0%	(0,9)	0,0%	156,7%	(9,5)	0,0%	(21,2)	-0,1%	-55,2%
Outras despesas não-recorrentes	(10,2)	-0,1%	3,5	0,1%	-393,7%	(33,4)	-0,1%	(48,6)	-0,2%	-31,2%
<b>Subtotal - Não Recorrente</b>	<b>(19,1)</b>	<b>-0,2%</b>	<b>2,9</b>	<b>0,0%</b>	<b>-759,6%</b>	<b>21,1</b>	<b>0,1%</b>	<b>351,8</b>	<b>1,8%</b>	<b>-94,0%</b>
<b>Total</b>	<b>(6,4)</b>	<b>-0,1%</b>	<b>23,8</b>	<b>0,4%</b>	<b>-127,1%</b>	<b>74,7</b>	<b>0,3%</b>	<b>416,7</b>	<b>2,1%</b>	<b>-82,1%</b>

No 4T20, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$12,7 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$14,1 milhões. Nos 12M20, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$53,7 milhões.

## | Equivalência Patrimonial

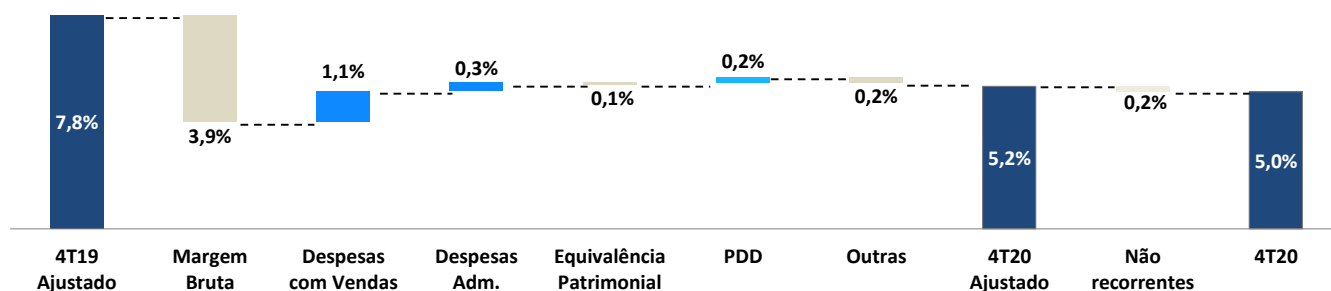
No 4T20, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$24,1 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$26,4 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência negativa de R\$2,3 milhões. Nos 12M20, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$119,9 milhões.

## | EBITDA

No 4T20, o EBITDA ajustado atingiu R\$523,8 milhões. 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. Entretanto, os investimentos em nível de serviço influenciaram a margem EBITDA ajustada, que passou de 7,8% no 4T19 para 5,2% no 4T20.

Nos 12M20, o EBITDA ajustado atingiu R\$1.506,0 milhões, equivalente a uma margem de 5,2%.

## Evolução do EBITDA (% da receita líquida)



## | Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	4T20	% RL	4T19	% RL	Var(%)	12M20	% RL	12M19	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(111,9)	-1,1%	(147,1)	-2,3%	-23,9%	(414,4)	-1,4%	(592,4)	-3,0%	-30,0%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(9,6)	-0,1%	(15,5)	-0,2%	-37,8%	(46,6)	-0,2%	(56,4)	-0,3%	-17,4%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(50,2)	-0,5%	(26,3)	-0,4%	90,7%	(124,5)	-0,4%	(139,5)	-0,7%	-10,8%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(28,2)	-0,3%	(66,7)	-1,0%	-57,7%	(115,4)	-0,4%	(262,8)	-1,3%	-56,1%
Outras Despesas e Impostos	(23,8)	-0,2%	(38,6)	-0,6%	-38,2%	(128,0)	-0,4%	(133,7)	-0,7%	-4,3%
<b>Receitas Financeiras</b>	38,8	0,4%	38,4	0,6%	0,8%	183,4	0,6%	674,4	3,4%	-72,8%
Rendimento de Aplicações Financeiras	5,6	0,1%	3,7	0,1%	51,6%	19,0	0,1%	8,5	0,0%	121,8%
Outras Receitas Financeiras	33,2	0,3%	34,8	0,5%	-4,5%	164,4	0,6%	665,8	3,3%	-75,3%
<b>Subtotal: Resultado Financeiro Líquido</b>	(73,2)	-0,7%	(108,7)	-1,7%	-32,7%	(231,1)	-0,8%	81,9	0,4%	-382,0%
Juros Arrendamento Mercantil	(45,6)	-0,5%	(79,3)	-1,2%	-42,5%	(179,4)	-0,6%	(152,4)	-0,8%	17,8%
<b>Resultado Financeiro Líquido Total</b>	(118,8)	-1,2%	(188,0)	-2,9%	-36,8%	(410,5)	-1,4%	(70,4)	-0,4%	483,0%
(-) Atualização Monetária Créditos Tributários	-	-	-	0,0%	-	-	-	522,5	2,6%	-
(-) Despesas e Impostos / Não-recorrentes	-	-	-	0,0%	-	-	-	(61,9)	-0,3%	-
<b>Resultado Financeiro Líquido Total Ajustado</b>	(118,8)	-1,2%	(188,0)	-2,9%	-36,8%	(410,5)	-1,4%	(531,1)	-2,7%	-22,7%

No 4T20, a despesa financeira líquida totalizou R\$118,8 milhões, equivalente a 1,2% da receita líquida. Em relação à receita líquida, a despesa financeira melhorou 1,7 p.p. comparado ao 4T19 devido, principalmente, à redução da taxa de juros e à melhor estrutura de capital. Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, o resultado financeiro líquido foi de R\$73,2 milhões no 4T20, equivalente a 0,7% da receita líquida.

Nos 12M20, a despesa financeira líquida foi de R\$410,5 milhões, equivalente a 1,4% da receita líquida (+1,3 p.p. versus 12M19 ajustado).

## 4T20

## | Lucro líquido

Considerando o crescimento do EBITDA e a diluição das despesas financeiras, o lucro líquido ajustado alcançou R\$232,1 milhões no 4T20, com margem de 2,3%, um crescimento de 39,8% comparado ao 4T19. Nos 12M20, o lucro líquido ajustado totalizou R\$377,8 milhões.

## | Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	dez-20	set-20	jun-20	mar-20	dez-19
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	120,5	914,6	706,3	680,8	781,3	794,0
(+) Estoques	2.125,5	5.927,2	5.005,9	4.198,2	4.075,5	3.801,8
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(19,9)	80,6	71,3	80,4	77,1	100,6
(+) Impostos a Recuperar	(148,0)	716,1	932,0	748,9	877,4	864,1
(+) Outros Ativos	24,5	160,8	88,5	100,2	143,5	136,3
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>2.102,6</b>	<b>7.799,3</b>	<b>6.804,0</b>	<b>5.808,6</b>	<b>5.954,8</b>	<b>5.696,8</b>
(-) Fornecedores	2.566,5	8.501,4	6.104,3	5.334,0	4.132,7	5.934,9
(-) Repasses e Outros Depósitos	718,5	718,5	627,3	639,3	235,9	-
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	5,0	359,7	444,7	329,0	263,3	354,7
(-) Impostos a Recolher	49,3	401,3	299,6	206,4	176,9	352,0
(-) Partes Relacionadas	(21,8)	130,3	109,8	103,4	52,8	152,1
(-) Receita Diferida	(0,0)	43,0	43,0	43,1	43,0	43,0
(-) Outras Contas a Pagar	501,9	1.203,7	1.084,1	806,2	547,0	701,7
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>3.819,4</b>	<b>11.357,9</b>	<b>8.712,7</b>	<b>7.461,3</b>	<b>5.451,6</b>	<b>7.538,5</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>(1.716,8)</b>	<b>(3.558,5)</b>	<b>(1.908,7)</b>	<b>(1.652,7)</b>	<b>503,2</b>	<b>(1.841,7)</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>-2,3%</b>	<b>-9,9%</b>	<b>-6,1%</b>	<b>-6,1%</b>	<b>2,0%</b>	<b>-7,6%</b>

Em dez/20, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$3.558,5 milhões, contribuindo de forma significativa para a forte geração de caixa no trimestre, com destaque para a disciplina no giro dos estoques, que melhorou de 75 dias para 70 dias. No mesmo período, o prazo médio de pagamentos passou de 98 dias para 90 dias, mantendo a cobertura dos estoques.

Nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$1.716,8 milhões para a geração de caixa operacional.

## | Investimentos

R\$ milhões	4T20	%	4T19	%	Var(%)	12M20	%	12M19	%	Var(%)
Lojas Novas	24,1	11%	57,2	44%	-58%	93,1	17%	179,2	34%	-48%
Reformas	18,7	9%	9,1	7%	105%	33,3	6%	47,3	9%	-29%
Tecnologia	49,7	23%	34,4	26%	45%	197,4	36%	118,8	23%	66%
Logística	76,1	35%	23,9	18%	218%	138,1	25%	131,3	25%	5%
Outros	46,2	22%	6,2	5%	648%	81,9	15%	45,0	9%	82%
<b>Total</b>	<b>214,8</b>	<b>100%</b>	<b>130,8</b>	<b>100%</b>	<b>64%</b>	<b>543,9</b>	<b>100%</b>	<b>521,5</b>	<b>100%</b>	<b>4%</b>

No 4T20, os investimentos somaram R\$214,8 milhões, incluindo a abertura de lojas, investimentos em tecnologia e logística. No 4T20, foram inauguradas com 64 novas lojas – incluindo os quiosques dentro das Lojas Marisa.

## | Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	dez-20	set-20	jun-20	mar-20	dez-19
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(1.657,2)	(1.667,2)	(1.659,0)	(1.650,8)	(6,5)	(10,0)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	819,3	(19,6)	(16,6)	(14,0)	(847,4)	(838,9)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>(837,9)</b>	<b>(1.686,8)</b>	<b>(1.675,6)</b>	<b>(1.664,8)</b>	<b>(853,8)</b>	<b>(848,8)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	1.375,6	1.681,4	1.190,4	1.103,5	388,9	305,7
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(3.226,4)	1.221,8	1.725,6	1.878,8	2.231,3	4.448,2
(+) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	(0,2)	-	-	-	-	0,2
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>(1.851,0)</b>	<b>2.903,2</b>	<b>2.916,0</b>	<b>2.982,3</b>	<b>2.620,2</b>	<b>4.754,1</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>(2.688,9)</b>	<b>1.216,4</b>	<b>1.240,4</b>	<b>1.317,5</b>	<b>1.766,3</b>	<b>3.905,3</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	1.726,3	3.847,3	3.327,6	3.705,3	1.365,7	2.121,0
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	1.979,5	2.249,0	1.308,3	782,6	649,2	269,5
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>3.705,8</b>	<b>6.096,3</b>	<b>4.635,9</b>	<b>4.487,9</b>	<b>2.014,9</b>	<b>2.390,5</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>1.016,9</b>	<b>7.312,7</b>	<b>5.876,3</b>	<b>5.805,4</b>	<b>3.781,2</b>	<b>6.295,8</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	98%	99%	99%	99%	1%	1%
Endividamento de Longo Prazo / Total	-98%	1%	1%	1%	99%	99%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	(153,7)	1.506,0	1.478,4	1.314,7	1.548,0	1.659,7
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado Pró-forma</b>	<b>1,1 x</b>	<b>4,9 x</b>	<b>4,0 x</b>	<b>4,4 x</b>	<b>2,4 x</b>	<b>3,8 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>1.854,9</b>	<b>8.999,5</b>	<b>7.551,9</b>	<b>7.470,2</b>	<b>4.635,1</b>	<b>7.144,6</b>

Nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou sua posição de caixa líquido ajustado em R\$1,0 bilhão, passando de uma posição de caixa líquido ajustado de R\$6,3 bilhões em dez/19 para R\$7,3 bilhões em dez/20, em função da forte geração de caixa da Companhia que alcançou R\$3,1 bilhões, dos investimentos e aquisições realizados.

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição total de caixa de R\$9,0 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,9 bilhões mais R\$6,1 bilhões em recebíveis de cartão de crédito.



## ANEXO I

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	4T20	AV	4T19	AV	Var(%)	12M20	AV	12M19	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	12.463,7	123,8%	7.868,3	123,2%	58,4%	36.116,0	123,8%	24.377,1	122,6%	48,2%
Impostos e Cancelamentos	(2.397,9)	-23,8%	(1.483,3)	-23,2%	61,7%	(6.938,9)	-23,8%	(4.490,8)	-22,6%	54,5%
<b>Receita Líquida</b>	10.065,8	100,0%	6.385,0	100,0%	57,6%	29.177,1	100,0%	19.886,3	100,0%	46,7%
Custo Total	(7.580,2)	-75,3%	(4.559,6)	-71,4%	66,2%	(21.657,2)	-74,2%	(14.332,3)	-72,1%	51,1%
<b>Lucro Bruto</b>	2.485,6	24,7%	1.825,4	28,6%	36,2%	7.520,0	25,8%	5.554,0	27,9%	35,4%
Despesas com Vendas	(1.675,4)	-16,6%	(1.135,0)	-17,8%	47,6%	(5.162,6)	-17,7%	(3.444,1)	-17,3%	49,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(289,5)	-2,9%	(203,4)	-3,2%	42,4%	(906,8)	-3,1%	(701,6)	-3,5%	29,2%
Perda em Liquidação Duvidosa	(33,7)	-0,3%	(30,2)	-0,5%	11,6%	(118,1)	-0,4%	(76,0)	-0,4%	55,4%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	(6,4)	-0,1%	23,8	0,4%	-127,1%	74,7	0,3%	416,7	2,1%	-82,1%
Equivalência Patrimonial	24,1	0,2%	18,4	0,3%	31,1%	119,9	0,4%	26,6	0,1%	350,7%
Total de Despesas Operacionais	(1.980,9)	-19,7%	(1.326,3)	-20,8%	49,4%	(5.992,9)	-20,5%	(3.778,4)	-19,0%	58,6%
<b>EBITDA</b>	504,7	5,0%	499,1	7,8%	1,1%	1.527,1	5,2%	1.775,5	8,9%	-14,0%
Depreciação e Amortização	(186,2)	-1,9%	(122,3)	-1,9%	52,3%	(702,5)	-2,4%	(487,0)	-2,4%	44,3%
<b>EBIT</b>	318,4	3,2%	376,8	5,9%	-15,5%	824,6	2,8%	1.288,6	6,5%	-36,0%
Resultado Financeiro	(118,8)	-1,2%	(188,0)	-2,9%	-36,8%	(410,5)	-1,4%	(70,4)	-0,4%	483,0%
<b>Lucro Operacional</b>	199,6	2,0%	188,8	3,0%	5,7%	414,1	1,4%	1.218,2	6,1%	-66,0%
IR / CS	19,9	0,2%	(20,8)	-0,3%	-195,7%	(22,4)	-0,1%	(296,3)	-1,5%	-92,5%
<b>Lucro Líquido</b>	219,5	2,2%	168,0	2,6%	30,6%	391,7	1,3%	921,8	4,6%	-57,5%

#### Cálculo do EBITDA

<b>Lucro Líquido</b>	219,5	2,2%	168,0	2,6%	30,6%	391,7	1,3%	921,8	4,6%	-57,5%
(+/-) IR / CS	(19,9)	-0,2%	20,8	0,3%	-	22,4	0,1%	296,3	1,5%	-92,5%
(+/-) Resultado Financeiro	118,8	1,2%	188,0	2,9%	-36,8%	410,5	1,4%	70,4	0,4%	483,0%
(+) Depreciação e amortização	186,2	1,9%	122,3	1,9%	52,3%	702,5	2,4%	487,0	2,4%	44,3%
<b>EBITDA</b>	504,7	5,0%	499,1	7,8%	1,1%	1.527,1	5,2%	1.775,5	8,9%	-14,0%

#### Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

<b>EBITDA</b>	504,7	5,0%	499,1	7,8%	1,1%	1.527,1	5,2%	1.775,5	8,9%	-14,0%
Resultado Não Recorrente	19,1	0,2%	(2,9)	0,0%	-	(21,1)	-0,1%	(115,8)	-0,6%	-81,8%
<b>EBITDA Ajustado</b>	523,8	5,2%	496,2	7,8%	5,6%	1.506,0	5,2%	1.659,7	8,3%	-9,3%

<b>Lucro Líquido</b>	219,5	2,2%	168,0	2,6%	30,6%	391,7	1,3%	921,8	4,6%	-57,5%
Resultado Não Recorrente	12,6	0,0%	(1,9)	0,0%	-	(13,9)	0,0%	(417,7)	-2,1%	-96,7%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	232,1	2,3%	166,1	2,6%	39,8%	377,8	1,3%	504,2	2,5%	-25,1%

\* 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)	4T20 Ajustado	AV	4T19 Ajustado	AV	Var(%)	12M20 Ajustado	AV	12M19 Ajustado	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	12.463,7	123,8%	7.868,3	123,2%	58,4%	36.116,0	123,8%	24.377,1	122,6%	48,2%
Impostos e Cancelamentos	(2.397,9)	-23,8%	(1.483,3)	-23,2%	61,7%	(6.938,9)	-23,8%	(4.490,8)	-22,6%	54,5%
<b>Receita Líquida</b>	10.065,8	100,0%	6.385,0	100,0%	57,6%	29.177,1	100,0%	19.886,3	100,0%	46,7%
Custo Total	(7.580,2)	-75,3%	(4.559,6)	-71,4%	66,2%	(21.657,2)	-74,2%	(14.096,3)	-70,9%	53,6%
<b>Lucro Bruto</b>	2.485,6	24,7%	1.825,4	28,6%	36,2%	7.520,0	25,8%	5.790,0	29,1%	29,9%
Despesas com Vendas	(1.675,4)	-16,6%	(1.135,0)	-17,8%	47,6%	(5.162,6)	-17,7%	(3.444,1)	-17,3%	49,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(289,5)	-2,9%	(203,4)	-3,2%	42,4%	(906,8)	-3,1%	(701,6)	-3,5%	29,2%
Perda em Liquidação Duvidosa	(33,7)	-0,3%	(30,2)	-0,5%	11,6%	(118,1)	-0,4%	(76,0)	-0,4%	55,4%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	12,7	0,1%	20,9	0,3%	-39,2%	53,7	0,2%	64,8	0,3%	-17,2%
Equivalência Patrimonial	24,1	0,2%	18,4	0,3%	31,1%	119,9	0,4%	26,6	0,1%	350,7%
Total de Despesas Operacionais	(1.961,8)	-19,5%	(1.329,2)	-20,8%	47,6%	(6.013,9)	-20,6%	(4.130,2)	-20,8%	45,6%
<b>EBITDA</b>	523,8	5,2%	496,2	7,8%	5,6%	1.506,0	5,2%	1.659,7	8,3%	-9,3%
Depreciação e Amortização	(186,2)	-1,9%	(122,3)	-1,9%	52,3%	(702,5)	-2,4%	(487,0)	-2,4%	44,3%
<b>EBIT</b>	337,5	3,4%	373,9	5,9%	-9,7%	803,5	2,8%	1.172,7	5,9%	-31,5%
Resultado Financeiro	(118,8)	-1,2%	(188,0)	-2,9%	-36,8%	(410,5)	-1,4%	(531,1)	-2,7%	-22,7%
<b>Lucro Operacional</b>	218,7	2,2%	185,9	2,9%	17,7%	393,0	1,3%	641,6	3,2%	-38,7%
IR / CS	13,4	0,1%	(19,8)	-0,3%	-167,6%	(15,2)	-0,1%	(137,5)	-0,7%	-88,9%
<b>Lucro Líquido</b>	232,1	2,3%	166,1	2,6%	39,8%	377,8	1,3%	504,2	2,5%	-25,1%

### ANEXO III

#### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	dez/20	set/20	jun/20	mar/20	dez/19
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.681,4	1.190,4	1.103,5	388,9	305,7
Títulos e Valores Mobiliários	1.221,8	1.725,6	1.878,8	2.231,3	4.448,2
Contas a Receber - Cartão de Crédito	3.847,3	3.327,6	3.705,3	1.365,7	2.121,0
Contas a Receber - Outros	914,6	706,3	680,8	781,3	794,0
Estoques	5.927,2	5.005,9	4.198,2	4.075,5	3.801,8
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	2.249,0	1.308,3	782,6	649,2	269,5
Partes Relacionadas - Outros	80,6	71,3	80,4	77,1	100,6
Tributos a Recuperar	716,1	932,0	748,9	877,4	864,1
Outros Ativos	160,8	88,5	100,2	143,5	136,3
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>16.798,8</b>	<b>14.355,9</b>	<b>13.278,8</b>	<b>10.589,9</b>	<b>12.841,2</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Títulos e Valores Mobiliários	-	-	-	-	0,2
Contas a Receber	16,1	13,4	10,6	14,2	16,8
Tributos a Recuperar	787,9	765,5	1.185,6	1.217,5	1.137,8
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	196,7	119,2	73,1	18,9	12,7
Depósitos Judiciais	843,9	760,5	656,5	599,4	570,1
Outros Ativos	6,3	13,5	12,1	11,3	11,0
Investimentos em Controladas	386,7	382,9	318,6	288,0	305,1
Direito de Uso	2.465,5	2.381,2	2.362,1	2.292,4	2.273,8
Imobilizado	1.258,2	1.152,7	1.099,5	1.103,2	1.076,7
Intangível	1.887,0	1.869,8	1.561,7	1.575,5	1.545,6
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>7.848,4</b>	<b>7.458,9</b>	<b>7.279,9</b>	<b>7.120,2</b>	<b>6.949,9</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>24.647,2</b>	<b>21.814,8</b>	<b>20.558,6</b>	<b>17.710,1</b>	<b>19.791,1</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	8.501,4	6.104,3	5.334,0	4.132,7	5.934,9
Repasse e Outros Depósitos	718,5	627,3	639,3	235,9	-
Empréstimos e Financiamentos	1.667,2	1.659,0	1.650,8	6,5	10,0
Salários, Férias e Encargos Sociais	359,7	444,7	329,0	263,3	354,7
Tributos a Recolher	401,3	299,6	206,4	176,9	352,0
Partes Relacionadas	130,3	109,8	103,4	52,8	152,1
Arrendamento Mercantil	351,2	348,0	333,8	330,6	330,6
Receita Diferida	43,0	43,0	43,1	43,0	43,0
Dividendos a Pagar	40,0	0,1	123,6	123,6	123,6
Outras Contas a Pagar	1.203,7	1.084,1	806,2	547,0	701,7
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>13.416,1</b>	<b>10.719,8</b>	<b>9.569,4</b>	<b>5.912,2</b>	<b>8.002,6</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	19,6	16,6	14,0	847,4	838,9
Arrendamento Mercantil	2.175,2	2.082,4	2.063,7	1.981,2	1.949,8
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	24,8	28,1	26,4	32,6	39,0
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.379,9	1.274,0	1.112,3	1.065,7	1.037,1
Receita Diferida	301,3	315,2	328,9	342,9	356,8
Outras Contas a Pagar	5,0	2,0	-	-	2,0
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>3.905,8</b>	<b>3.718,4</b>	<b>3.545,4</b>	<b>4.269,8</b>	<b>4.223,5</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>17.321,9</b>	<b>14.438,2</b>	<b>13.114,8</b>	<b>10.182,0</b>	<b>12.226,1</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	5.952,3	5.952,3	5.952,3	5.952,3	5.952,3
Reserva de Capital	390,6	348,2	257,4	304,5	323,3
Ações em Tesouraria	(603,7)	(299,9)	(129,1)	(175,9)	(124,5)
Reserva Legal	123,0	109,0	109,0	109,0	109,0
Reserva de Retenção de Lucros	1.451,9	1.102,7	1.301,8	1.301,8	1.301,8
Ajuste de Avaliação Patrimonial	11,2	(7,9)	(13,7)	5,6	3,2
Lucros Acumulados	-	172,2	(33,7)	30,8	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>7.325,3</b>	<b>7.376,6</b>	<b>7.443,8</b>	<b>7.528,1</b>	<b>7.564,9</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>24.647,2</b>	<b>21.814,8</b>	<b>20.558,6</b>	<b>17.710,1</b>	<b>19.791,1</b>

## ANEXO IV

## DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	4T20	4T19	12M20	12M19
<b>Lucro Líquido</b>	<b>219,5</b>	<b>168,0</b>	<b>391,7</b>	<b>921,8</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(71,5)	20,8	(96,0)	244,2
Depreciação e Amortização	186,2	122,3	702,5	487,0
Juros sobre Empréstimos Provisionados	57,8	87,2	228,5	203,7
Equivalência Patrimonial	(24,1)	(18,4)	(119,9)	(26,6)
Dividendos Recebidos	-	-	27,4	21,2
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	58,5	35,4	67,0	331,9
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	100,8	57,2	282,5	452,1
Resultado na Venda de Ativos	-	(0,8)	1,9	(5,0)
Apropriação da Receita Diferida	(13,9)	(13,3)	(56,6)	(53,3)
Despesas com Plano de Ações e Opções	39,6	28,6	110,6	84,4
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>552,8</b>	<b>487,0</b>	<b>1.539,6</b>	<b>2.661,5</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(215,2)	(101,6)	(210,5)	(256,8)
Estoques	(950,4)	(916,0)	(2.065,5)	(1.026,6)
Tributos a Recuperar	193,5	19,3	475,2	(1.467,1)
Depósito judiciais	(273,7)	(220,9)	(273,7)	(220,9)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	156,8	192,6	35,2	88,2
<b>Variação nos Ativos Operacionais</b>	<b>(1.089,0)</b>	<b>(1.026,6)</b>	<b>(2.039,4)</b>	<b>(2.883,3)</b>
Fornecedores	2.399,7	2.132,1	2.563,6	1.409,9
Outras Contas a Pagar	267,0	152,1	1.019,2	312,8
<b>Variação nos Passivos Operacionais</b>	<b>2.666,7</b>	<b>2.284,2</b>	<b>3.582,8</b>	<b>1.722,7</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>2.130,5</b>	<b>1.744,5</b>	<b>3.083,1</b>	<b>1.501,0</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(214,8)	(130,8)	(543,8)	(521,5)
Investimento em Controlada	(36,2)	(6,1)	(107,6)	(407,1)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(251,0)</b>	<b>(136,9)</b>	<b>(651,4)</b>	<b>(928,6)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	1,1	(3,8)	801,1	798,9
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(2,0)	(297,3)	(22,6)	(607,0)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(0,1)	(4,6)	(0,8)	(52,3)
Pagamento de arrendamento mercantil	(75,6)	(26,5)	(290,2)	(214,3)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(50,6)	(79,2)	(197,6)	(152,4)
Pagamento de Dividendos	-	-	(299,4)	(182,0)
Ações em Tesouraria	(304,8)	(44,2)	(567,4)	141,4
Recursos provenientes da emissão de ações	-	4.300,0	-	4.300,0
Pagamento de gastos com emissão de ações	-	(67,6)	-	(67,6)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>(431,9)</b>	<b>3.776,8</b>	<b>(576,8)</b>	<b>3.964,8</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	7.551,9	1.760,2	7.144,6	2.607,4
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	8.999,5	7.144,6	8.999,5	7.144,6
<b>Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>1.447,6</b>	<b>5.384,4</b>	<b>1.854,9</b>	<b>4.537,2</b>

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

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	4T20	3T20	2T20	1T20	4T19
Receitas Financeiras	38,8	56,1	45,6	42,9	22,9
Despesas Financeiras	(157,6)	(158,8)	(140,2)	(137,3)	(210,9)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	<b>(118,8)</b>	<b>(102,7)</b>	<b>(94,6)</b>	<b>(94,4)</b>	<b>(188,0)</b>
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	78,5	47,1	53,9	60,4	93,0
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	<b>(40,4)</b>	<b>(55,6)</b>	<b>(40,6)</b>	<b>(34,1)</b>	<b>(95,0)</b>
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	13,7	18,9	13,8	11,6	32,3
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	<b>(26,6)</b>	<b>(36,7)</b>	<b>(26,8)</b>	<b>(22,5)</b>	<b>(62,7)</b>

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

## ANEXO VI

### ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS<sup>3</sup> E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Abertura Vendas Totais	4T20	A.V.(%)	4T19	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	389,3	2,6%	350,1	3,9%	11,2%
Lojas Convencionais	5.014,3	33,6%	4.319,6	48,1%	16,1%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>5.403,6</b>	<b>36,2%</b>	<b>4.669,7</b>	<b>52,0%</b>	<b>15,7%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	6.946,8	46,5%	3.160,3	35,2%	119,8%
Marketplace (3P)	2.581,9	17,3%	1.158,1	12,9%	122,9%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>9.528,6</b>	<b>63,8%</b>	<b>4.318,4</b>	<b>48,0%</b>	<b>120,7%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>14.932,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>8.988,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>66,1%</b>

Abertura Vendas Totais	12M20	A.V.(%)	12M19	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	1.131,2	2,6%	1.119,2	4,1%	1,1%
Lojas Convencionais	13.859,9	31,8%	13.785,8	50,6%	0,5%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>14.991,1</b>	<b>34,4%</b>	<b>14.905,0</b>	<b>54,7%</b>	<b>0,6%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	20.786,2	47,8%	9.338,7	34,2%	122,6%
Marketplace (3P)	7.739,4	17,8%	3.027,0	11,1%	155,7%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>28.525,6</b>	<b>65,6%</b>	<b>12.365,7</b>	<b>45,3%</b>	<b>130,7%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>43.516,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>27.270,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>59,6%</b>

<sup>(1)</sup> 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	dez/20	Part(%)	dez/19	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	205	15,8%	195	17,5%	10
Lojas Convencionais	942	72,4%	912	82,0%	30
Quisques	154	11,8%	5	0,4%	149
<b>Total</b>	<b>1.301</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.112</b>	<b>100,0%</b>	<b>189</b>

<b>Área total de vendas (m²)</b>	<b>666.089</b>	<b>100,0%</b>	<b>648.227</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>
----------------------------------	----------------	---------------	----------------	---------------	-------------

<sup>3</sup> O valor de vendas processadas do marketplace e na plataforma AiQFome (administradas pela Companhia ou por licenciados) de 01 de outubro a 31 de dezembro de 2020 no montante de R\$2.581,9 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 LUIZACRED

### | Indicadores Operacionais

A Luizacred é uma *joint-venture* entre o Magalu e o Itaú Unibanco, responsável pelo financiamento de parte representativa das vendas da Companhia. Na financeira, os principais papéis do Magalu são vendas, gestão dos colaboradores e o atendimento aos clientes, ao passo que o Itaú Unibanco é responsável pelo *funding* da Luizacred, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Em dez/20, a base total de cartões da Luizacred foi de 5,3 milhões de cartões emitidos (+1,8% *versus* dez/19). As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, aumentaram 6,1% no 4T20 e atingiram R\$2,2 bilhões.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$12,1 bilhões ao final do 4T20, um aumento de 4,7% em relação ao 4T19. A carteira do Cartão Luiza cresceu 5,7% para R\$12,1 bilhões, enquanto a carteira de CDC foi de R\$18 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de foco no Cartão Luiza.

R\$ milhões	4T20	4T19	Var(%)	12M20	12M19	Var(%)
<b>Base Total de Cartões (mil)</b>	<b>5.315</b>	<b>5.220</b>	<b>1,8%</b>	<b>5.315</b>	<b>5.220</b>	<b>1,8%</b>
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	2.208	2.082	6,1%	6.164	6.708	-8,1%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	6.844	6.028	13,5%	23.183	20.390	13,7%
<b>Subtotal - Cartão Luiza</b>	<b>9.052</b>	<b>8.109</b>	<b>11,6%</b>	<b>29.347</b>	<b>27.098</b>	<b>8,3%</b>
Faturamento CDC	0	7	-100,0%	3	115	-97,7%
Faturamento Empréstimo Pessoal	2	6	-63,4%	12	37	-68,4%
<b>Faturamento Total Luizacred</b>	<b>9.055</b>	<b>8.123</b>	<b>11,5%</b>	<b>29.361</b>	<b>27.250</b>	<b>7,7%</b>
Carteira Cartão	12.068	11.414	5,7%	12.068	11.414	5,7%
Carteira CDC	18	118	-84,6%	18	118	-84,6%
Carteira Empréstimo Pessoal	6	17	-66,0%	6	17	-66,0%
<b>Carteira de Crédito</b>	<b>12.092</b>	<b>11.549</b>	<b>4,7%</b>	<b>12.092</b>	<b>11.549</b>	<b>4,7%</b>

A concessão de crédito da Luizacred é feita seguindo políticas e critérios estabelecidos pela área de Modelagem e Políticas de Crédito do Itaú Unibanco. As políticas são definidas com base em modelos estatísticos, proprietários, usando como critério de decisão o modelo de Risk Adjusted Return on Capital (RAROC).



## | Demonstração de Resultados em IFRS

R\$ milhões	4T20	AV	4T19	AV	Var(%)	12M20	AV	12M19	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	252,4	100,0%	416,4	100,0%	-39,4%	1.296,1	100,0%	1.600,7	100,0%	-19,0%
Cartão	249,1	98,7%	394,6	94,8%	-36,9%	1.265,8	97,7%	1.477,4	92,3%	-14,3%
CDC	1,7	0,7%	16,1	3,9%	-89,7%	19,1	1,5%	94,1	5,9%	-79,7%
EP	1,6	0,7%	5,6	1,3%	-70,6%	11,1	0,9%	29,2	1,8%	-61,8%
Despesas da Intermediação Financeira	(151,8)	-60,1%	(331,4)	-79,6%	-54,2%	(876,2)	-67,6%	(1.411,9)	-88,2%	-37,9%
Operações de Captação no Mercado	(17,2)	-6,8%	(59,4)	-14,3%	-71,0%	(126,8)	-9,8%	(254,3)	-15,9%	-50,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(134,6)	-53,3%	(272,0)	-65,3%	-50,5%	(749,4)	-57,8%	(1.157,6)	-72,3%	-35,3%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>100,6</b>	<b>39,9%</b>	<b>84,9</b>	<b>20,4%</b>	<b>18,5%</b>	<b>419,9</b>	<b>32,4%</b>	<b>188,8</b>	<b>11,8%</b>	<b>122,4%</b>
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(12,2)	-4,8%	(25,7)	-6,2%	-52,5%	(76,8)	-5,9%	(119,4)	-7,5%	-35,7%
Receitas de Prestação de Serviços	241,6	95,7%	239,6	57,5%	0,8%	900,8	69,5%	851,5	53,2%	5,8%
Despesas de Pessoal	(1,9)	-0,7%	(8,7)	-2,1%	-78,2%	(17,0)	-1,3%	(33,8)	-2,1%	-49,8%
Outras Despesas Administrativas	(198,4)	-78,6%	(195,3)	-46,9%	1,6%	(766,0)	-59,1%	(723,8)	-45,2%	5,8%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,2%	(3,0)	-0,7%	-0,2%	(12,0)	-0,9%	(11,9)	-0,7%	0,5%
Despesas Tributárias	(31,6)	-12,5%	(37,2)	-8,9%	-15,2%	(132,2)	-10,2%	(135,7)	-8,5%	-2,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(18,9)	-7,5%	(21,1)	-5,1%	-10,4%	(50,5)	-3,9%	(65,6)	-4,1%	-23,1%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>88,4</b>	<b>35,0%</b>	<b>59,2</b>	<b>14,2%</b>	<b>49,3%</b>	<b>343,0</b>	<b>26,5%</b>	<b>69,4</b>	<b>4,3%</b>	<b>394,4%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(35,7)	-14,1%	(24,4)	-5,9%	46,1%	(138,2)	-10,7%	(29,1)	-1,8%	375,5%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>52,7</b>	<b>20,9%</b>	<b>34,8</b>	<b>8,4%</b>	<b>51,5%</b>	<b>204,9</b>	<b>15,8%</b>	<b>40,3</b>	<b>2,5%</b>	<b>408,0%</b>

## | Demonstração de Resultados pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central

R\$ milhões	4T20	AV	4T19	AV	Var(%)	12M20	AV	12M19	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	252,4	100,0%	416,4	100,0%	-39,4%	1.296,1	100,0%	1.600,7	100,0%	-19,0%
Cartão	249,1	98,7%	394,6	94,8%	-36,9%	1.265,8	97,7%	1.476,5	92,2%	-14,3%
CDC	1,7	0,7%	16,1	3,9%	-89,7%	19,1	1,5%	94,1	5,9%	-79,7%
EP	1,6	0,7%	5,6	1,3%	-70,6%	11,1	0,9%	30,1	1,9%	-63,0%
Despesas da Intermediação Financeira	(126,7)	-50,2%	(339,2)	-81,5%	-62,6%	(1.035,9)	-79,9%	(1.297,3)	-81,0%	-20,1%
Operações de Captação no Mercado	(17,2)	-6,8%	(59,4)	-14,3%	-71,0%	(126,8)	-9,8%	(254,3)	-15,9%	-50,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(109,5)	-43,4%	(279,8)	-67,2%	-60,9%	(909,1)	-70,1%	(1.043,0)	-65,2%	-12,8%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>125,7</b>	<b>49,8%</b>	<b>77,2</b>	<b>18,5%</b>	<b>62,9%</b>	<b>260,2</b>	<b>20,1%</b>	<b>303,4</b>	<b>19,0%</b>	<b>-14,2%</b>
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(12,2)	-4,8%	(25,7)	-6,2%	-52,5%	(76,8)	-5,9%	(119,4)	-7,5%	-35,7%
Receitas de Prestação de Serviços	241,6	95,7%	239,6	57,5%	0,8%	900,8	69,5%	851,5	53,2%	5,8%
Despesas de Pessoal	(1,9)	-0,7%	(8,7)	-2,1%	-78,2%	(17,0)	-1,3%	(33,8)	-2,1%	-49,8%
Outras Despesas Administrativas	(198,4)	-78,6%	(195,3)	-46,9%	1,6%	(766,0)	-59,1%	(723,8)	-45,2%	5,8%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,2%	(3,0)	-0,7%	-0,2%	(12,0)	-0,9%	(11,9)	-0,7%	0,5%
Despesas Tributárias	(31,6)	-12,5%	(37,2)	-8,9%	-15,2%	(132,2)	-10,2%	(135,7)	-8,5%	-2,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(18,9)	-7,5%	(21,1)	-5,1%	-10,4%	(50,5)	-3,9%	(65,6)	-4,1%	-23,1%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>113,5</b>	<b>45,0%</b>	<b>51,5</b>	<b>12,4%</b>	<b>120,5%</b>	<b>183,4</b>	<b>14,1%</b>	<b>184,0</b>	<b>11,5%</b>	<b>-0,3%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(45,7)	-18,1%	(21,3)	-5,1%	114,4%	(74,3)	-5,7%	(74,9)	-4,7%	-0,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>67,8</b>	<b>26,8%</b>	<b>30,1</b>	<b>7,2%</b>	<b>124,8%</b>	<b>109,0</b>	<b>8,4%</b>	<b>109,1</b>	<b>6,8%</b>	<b>0,0%</b>

## 4T20

## | Receitas da Intermediação Financeira

No 4T20, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$252,4 milhões, 39,4% menor que no 4T19, influenciadas pelo menor ritmo de crescimento do Cartão Luiza em função da pandemia e pela melhoria dos indicadores da carteira em atraso.

## | Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 1,4% da carteira total em dez/20, o menor patamar da história, melhorando 1,0 p.p. em relação a dez/19 e 0,4 p.p. comparado a set/20, em função de uma política de crédito conservadora e todos 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 6,5% em dez/20, uma redução de 1,7 p.p. em relação a dez/19 e de 2,1 p.p. comparado a set/20, reflexo também da política de crédito conservadora e do aumento dos recebimentos.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 1,1% da carteira total no 4T20, uma forte redução em relação ao patamar de 2,4% no 4T19, em função do melhor nível de atraso da carteira já observado. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 176% em dez/20 comparado a 170% em dez/19.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	dez-20		set-20		jun-20		mar-20		dez-19	
000 a 014 dias	11.137	92,1%	9.743	89,6%	9.318	87,5%	10.229	88,6%	10.322	89,4%
015 a 030 dias	45	0,4%	49	0,5%	48	0,4%	112	1,0%	67	0,6%
031 a 060 dias	53	0,4%	56	0,5%	62	0,6%	115	1,0%	81	0,7%
061 a 090 dias	74	0,6%	92	0,8%	183	1,7%	151	1,3%	128	1,1%
091 a 120 dias	76	0,6%	92	0,8%	182	1,7%	122	1,1%	123	1,1%
121 a 150 dias	69	0,6%	83	0,8%	151	1,4%	117	1,0%	116	1,0%
151 a 180 dias	74	0,6%	140	1,3%	129	1,2%	113	1,0%	110	1,0%
180 a 360 dias	565	4,7%	619	5,7%	573	5,4%	592	5,1%	602	5,2%
<b>Carteira de Crédito (R\$ milhões)</b>	<b>12.092</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.872</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.646</b>	<b>100,0%</b>	<b>11.551</b>	<b>100,0%</b>	<b>11.549</b>	<b>100,0%</b>
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	169		168		160		147		133	
<b>Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)</b>	<b>12.261</b>		<b>11.040</b>		<b>10.806</b>		<b>11.697</b>		<b>11.682</b>	
Atraso de 15 a 90 Dias	171	1,4%	196	1,8%	292	2,7%	378	3,3%	275	2,4%
Atraso Maior 90 Dias	784	6,5%	933	8,6%	1.036	9,7%	944	8,2%	951	8,2%
<b>Atraso Total</b>	<b>955</b>	<b>7,9%</b>	<b>1.130</b>	<b>10,4%</b>	<b>1.328</b>	<b>12,5%</b>	<b>1.322</b>	<b>11,4%</b>	<b>1.227</b>	<b>10,6%</b>
PDD sobre Carteira de Crédito	1.093		1.193		1.361		1.362		1.335	
PDD sobre Limite Disponível	284		274		302		293		280	
<b>PDD Total em IFRS 9</b>	<b>1.377</b>		<b>1.467</b>		<b>1.662</b>		<b>1.655</b>		<b>1.614</b>	
Índice de Cobertura da Carteira	139%		128%		131%		144%		140%	
<b>Índice de Cobertura Total</b>	<b>176%</b>		<b>157%</b>		<b>161%</b>		<b>175%</b>		<b>170%</b>	

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.

**4T20****| Resultado Bruto da Intermediação Financeira**

A margem bruta da intermediação financeira no 4T20 foi de 39,9%, representando um aumento de 19,5 p.p. em relação ao 4T19, influenciada, principalmente, pela redução da carteira vencida e, consequentemente, menor volume de provisões em IFRS.

**| Outras Despesas/Receitas Operacionais**

As outras despesas operacionais totalizaram R\$12,2 milhões no 4T20, uma redução de 52,5% em relação ao 4T19, devido, principalmente, ao crescimento da receita de prestação de serviços.

O índice de eficiência operacional da Luizacred foi de 50% no 4T20, mesmo com a redução de receita provocada pela pandemia.

**| Resultado Operacional e Lucro Líquido**

No 4T20, o resultado operacional totalizou R\$88,4 milhões, representando 35,0% da receita da intermediação financeira, um aumento de 20,8 p.p. em relação ao 4T19. No 4T20, a Luizacred apresentou um lucro de R\$52,7 milhões, com ROE de 30,2%.

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\$67,8 milhões no 4T20.

**| Patrimônio Líquido**

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$975,2 milhões em dez/20. 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\$769,9 milhões.

## VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Videoconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)

09 de março de 2021 (terça-feira)

11h00 – Horário de Brasília

09h00 – 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 Ozório**

Analista RI

**Natassia Lima**

Analista RI

**Tiemi Akiyama**

Estagiária

Tel.: +55 11 3504-2727

[ri@magazineluiza.com.br](mailto: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 mais de 60% 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.