

Destaques do 2T20

Vendas totais aumentaram 49% no 2T20, crescendo 85% em jun/20
E-commerce cresceu 182%, atingindo R\$6,7 bilhões e 78% das vendas totais
Marketplace cresceu 214%, representando 27% do e-commerce total
Geração de caixa operacional de R\$2,2 bilhões no 2T20
Posição de caixa líquido de R\$5,8 bilhões em jun/20

- **Crescimento maior do que na pré-pandemia.** No 2T20, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P) cresceram 49,1% para R\$8,6 bilhões, reflexo do aumento de 181,9% no e-commerce total e queda de 45,1% nas lojas físicas, mesmo com apenas 36% das lojas abertas em média no trimestre. Em jun/20, já com 64% das lojas abertas, o crescimento total das vendas foi 85%. Com isso, a Companhia, pela primeira vez desde sua fundação, atingiu a liderança no seu setor no trimestre.
- **E-commerce cresceu aproximadamente o triplo do mercado.** Em função dos novos hábitos de consumo durante a pandemia, o e-commerce formal brasileiro cresceu 70,4% no 2T20, segundo o E-bit. O Magalu foi além, cresceu 2,6x o mercado, e assumiu a liderança do e-commerce formal. Nesse período, as vendas do e-commerce da Companhia avançaram expressivos 181,9% e representaram 78,5% das vendas totais. No e-commerce tradicional (1P), as vendas evoluíram 171,5% e o marketplace contribuiu com vendas adicionais de R\$1,8 bilhão, crescendo 214,2%. O ganho de marketshare foi impulsionado pela excelente performance do app, que já alcançou a marca de 30 milhões de usuários ativos mensais. Também contribuíram a evolução do marketplace, a entrega mais rápida do varejo e o crescimento das novas categorias, com destaque para a Netshoes, a Época Cosméticos e a categoria de mercado.
- **Margem bruta reflete maior participação do e-commerce.** Com o fechamento temporário das lojas físicas e a maior participação do e-commerce nas vendas totais -- que passou de 41,5% no 2T19 para 78,5% no 2T20 --, a margem bruta ajustada diminuiu de 29,3% no 2T19 para 25,8% no 2T20. Em jun/20, com a abertura progressiva das lojas, a margem bruta subiu para 28,0%.
- **Despesas atingem menor percentual da história com reabertura das lojas.** O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida aumentou de 20,5% no 2T19 para 23,6% no 2T20. Isso foi reflexo do compromisso da Companhia de não fazer demissões no período e de não fechar permanentemente nenhuma unidade. Para atenuar esse efeito, a Companhia 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. Em jun/20, com o maior número de lojas abertas, a expansão do *ship-from-store* e o retorno do Retira Loja, o percentual das despesas em relação à receita líquida caiu para 20,2%, um dos menores patamares históricos.
- **EBITDA e lucro líquido evoluíram significativamente ao longo do trimestre.** No 2T20, a margem EBITDA ajustada passou de 8,8% no 2T19 para 2,6% no 2T20. No mesmo período, o resultado líquido ajustado passou de um lucro de R\$85,2 milhões para um prejuízo de R\$62,2 milhões. Vale ressaltar a evolução desse resultado ao longo do trimestre. Em abril, o resultado foi bastante impactado pelas lojas fechadas na maior do tempo. Em maio, com a aceleração do e-commerce e a reabertura gradual das lojas, o resultado já foi próximo do *breakeven*. Em junho, essa tendência se acentuou e a Companhia obteve lucro líquido de R\$93 milhões.
- **Maior geração de caixa trimestral da história.** O fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, foi um dos maiores destaques, atingindo R\$2,2 bilhões no 2T20 e R\$2,0 bilhões nos últimos 12 meses. A variação do capital de giro contribuiu de forma significativa para essa geração de caixa. Com o crescimento das vendas, o giro dos estoques também melhorou ao longo dos meses, atingindo menos de 60 dias em jun/20, um dos melhores índices dos últimos anos. Ao mesmo tempo, a Companhia aumentou o prazo médio de compras e expandiu o Magalu Pagamentos, que também contribuiu para o capital de giro.
- **Posição de caixa líquido e sólida estrutura de capital.** Nos últimos 12 meses, a posição de caixa líquido ajustado aumentou em R\$5,0 bilhões, passando de R\$0,8 bilhão em jun/19 para R\$5,8 bilhões em jun/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 2T20 com uma posição total de caixa de R\$7,5 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$3,0 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$4,5 bilhões.

MENSAGEM DA DIRETORIA

No mundo do varejo, todo dia é dia de superação. Mas nenhum período da história de mais de 60 anos do Magalu pode ser comparado ao segundo trimestre de 2020. A crise provocada pela pandemia de covid-19 foi repentina, profunda e disseminada. Um cenário de caos. Foi em meio a um quadro como esse que o Magalu fez história. Assim como a Guerra do Golfo foi um *turning point* para a CNN, assim como a Primavera Árabe foi decisiva para o Twitter, a pandemia, com toda a sua carga de tragédia, mostrou que o Magalu era a empresa mais preparada para encarar os novos tempos que se seguiram a ela. Tínhamos o modelo para o momento. E a maturidade digital necessária para uma quase instantânea recuperação em V. Em questão de dias, e mesmo com todas as suas lojas físicas fechadas, o Magalu passou a vender mais do que em trimestres ditos normais. Foi épico. E foi a vitória de uma equipe aguerrida e comprometida e de um modelo de negócio que vem sendo consistentemente construído ao longo dos últimos anos.

Sáímos do trimestre da covid-19 mais fortes perante o cliente, os investidores e a sociedade. E saímos, também, maiores. Para usar uma metáfora futebolística, o Magalu ficou com a tríplice coroa.

A primeira taça levantada: neste trimestre, nos tornamos os maiores varejistas em vendas do setor de bens duráveis. O Magalu atingiu 8,6 bilhões¹ de reais em vendas totais, um crescimento de 49% em relação ao resultado do mesmo período de 2019. Mesmo com o ônus de ter uma parte considerável das unidades físicas fechadas nesses três meses, a companhia nunca cresceu com tanta velocidade. E o ritmo vem se acelerando conforme as lojas reabrem, uma prova cabal de que o nome desse jogo é multicanalidade.

A segunda taça: o Magalu conquistou o primeiro lugar no e-commerce formal brasileiro. Sem abrir mão da nossa ética empresarial, que exige que qualquer parceiro siga a legislação à risca e emita nota fiscal, a operação digital triplicou de tamanho em relação ao mesmo período do ano passado. Entre abril e junho de 2020, muito impulsionado pelo marketplace, o e-commerce do Magalu vendeu mais do que a soma das receitas do online e das lojas físicas do segundo trimestre de 2019. O crescimento foi de 182%, o maior da história da empresa. O marketplace, com seus 32.000 *sellers*, avançou impressionantes 214%.

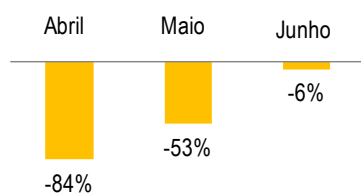
Enfim, nosso terceiro troféu: a Netshoes tornou-se, neste período, a maior vendedora de artigos esportivos do Brasil -- mesmo sem operação física.

Os resultados deste histórico segundo trimestre do Magalu não devem ser vistos como uma fotografia, e sim como um filme. Abril foi o mês do choque, durante o qual foi necessário analisar cenários, adequar rotas e tomar medidas extremas, porém necessárias, como o fechamento das mais de 1.100 lojas físicas. Em maio, as unidades foram gradativamente reabertas, fazendo com que o resultado final se aproximasse do *breakeven*. Em junho, com uma média de 64% das lojas funcionando e o e-commerce a toda força, as vendas totais cresceram 85%. A operação digital avançou 206% e o lucro líquido atingiu 93 milhões de reais.

¹ O valor de vendas processadas do marketplace (GMV) de 01 de abril a 30 de junho de 2020 no montante de R\$1.831,1 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.

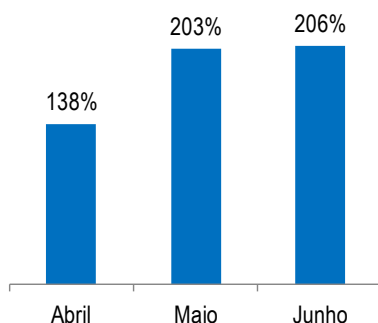
Crescimento vendas nas lojas físicas [% yoy]

Reabertura gradual das lojas pós fechamento temporário



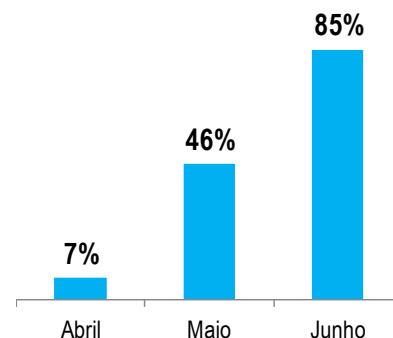
Crescimento vendas do e-commerce [% yoy]

Crescimento exponencial do online no Magalu: triplicando em maio e junho



Crescimento vendas totais [% yoy]

Forte aceleração das vendas totais



Resultados mensais - 2º trimestre

em R\$ milhões, exceto %

	Abril	Maio	Junho	2T20
Vendas Totais	1.883	3.022	3.661	8.567
Crescimento YoY	7%	46%	85%	49%
Margem Bruta	22,9%	24,6%	28,0%	25,8%
Margem EBITDA	-10,0%	3,2%	7,8%	2,6%
Lucro (Prejuízo) Líquido	(148)	(9)	93	(64)
Margem Líquida	-13,1%	-0,5%	3,7%	-1,2%

O ganho de escala e de participação de mercado do Magalu, que se mantém em ritmo exponencial, não foi conquistado com sacrifício do caixa. Ao contrário. Entre abril e junho, a companhia gerou um caixa operacional de 2,2 bilhões de reais -- o maior já registrado em um trimestre. Tal geração de caixa é uma espécie de garantia de sustentabilidade do crescimento.

Pilares Reforçados

Essas conquistas -- comemoradas com entusiasmo pelo nosso time de mais de 35.000 colaboradores -- são resultado do fortalecimento de cada um dos pilares estratégicos da companhia que, progressivamente, se torna uma loja de todas as coisas. Um lugar -- real ou virtual -- onde clientes de todo o Brasil compram de sabão em pó e álcool em gel até o celular mais sofisticado do mercado, administram suas contas digitais e têm acesso a informações e serviços.

Em um deles -- novas categorias -- o Magalu deu ênfase especial aos produtos de mercado, fundamentais no dia-a-dia das famílias que, por um bom tempo, tiveram de permanecer isoladas. No segundo trimestre, mais de 3 milhões de itens desse tipo foram vendidos. No ano do #temnomagalu, mercado se tornou a categoria líder no e-commerce da empresa em quantidade de itens vendidos. O sortimento com estoque próprio cresceu e a companhia passou a comprar diretamente de fornecedores como Unilever, Ambev, Procter & Gamble, Coca-Cola Femsa e Heineken. O número de marcas disponíveis dobrou em relação aos três primeiros meses deste ano.

Os artigos esportivos e de moda, sob a responsabilidade da Netshoes, foram outro destaque. A empresa foi a campeã de vendas do setor num período em que o cliente precisou transferir a atividade física das academias para dentro das casas. E chegou ao final do trimestre com lucro líquido pela primeira vez em sua trajetória, confirmando antecipadamente as sinergias previstas na combinação dos seus negócios com o ecossistema do Magalu. Fenômeno semelhante ocorreu com a categoria de beleza e cuidados pessoais. Entre abril e junho, a Época Cosméticos cresceu 167%, apresentou lucro e superou 1 milhão de clientes ativos.

O marketplace foi a grande estrela do período -- não apenas pelo crescimento inédito, acima de qualquer outro do mercado --, mas sobretudo pela inclusão de mais de 6.000 *sellers* que, ao ligaram-se à nossa plataforma, uniram seus estoques aos do Magalu e puderam acessar mais de 27 milhões de clientes ativos pelos nossos canais digitais. Entre esses *sellers*, estão os Parceiros Magalu, empresas na maioria MEI, com faturamento anual de até 81.000 reais, até então 100% analógicas e, portanto, limitadas a fronteiras físicas e temporais. Hoje, nossos Parceiros Magalu "abrem" suas portas digitais sete dias por semana, 24 horas por dia, para consumidores de todo o país.

A expansão da oferta de produtos -- própria e de terceiros -- e as mudanças nos hábitos de consumo levaram a transformações na logística, de forma a garantir a entrega mais rápida do mercado, com custos competitivos. Com as lojas parcialmente fechadas, o Magalu acelerou sua estratégia de *ship-from-store*. Graças à contribuição dessa nova modalidade, cerca de 35% das entregas totais passaram a ser realizadas em até 24 horas -- uma conveniência especialmente importante em tempos de pandemia. Esse desempenho, aliás, tende a melhorar com o retorno total do Retira Loja no terceiro trimestre. Para dar velocidade às entregas, sobretudo de itens de mercado, 700 das mais de 1.100 lojas físicas foram convertidas em *dark stores* para essa categoria. Os itens mais vendidos nos canais online passaram a ser estocados nessas unidades e, posteriormente, coletados pela Logbee para que a última milha até o cliente fosse percorrida. A Malha Luiza também cresceu e passou a reunir 4.000 micro transportadores e motoristas da Logbee.

A partir de abril, as lojas físicas começaram a reabrir. No segundo trimestre, em média, 36% das unidades operaram. Essas lojas apresentaram um surpreendente crescimento de 25% nas vendas, quando considerados os critérios de *same store sales* e mesmos dias. O Mobile Vendas Remoto, versão do aplicativo que permite ao vendedor atender o cliente de forma remota por meio das redes sociais, impulsionou as vendas nas lojas físicas. Essa retomada das lojas físicas não se deu às custas das vendas e do reforço das plataformas online e é extremamente relevante para a rentabilidade da companhia.

No SuperApp, as operações realizadas pelos clientes ficam cada vez mais integradas e potencializadas. No início do ano, o MagaluPay -- a conta digital multicanal da companhia -- ficou disponível. Em julho, foi lançada uma agressiva campanha de cashback, na qual os clientes podem receber dinheiro de volta comprando no Magalu e ativando sua conta digital, de forma rápida, simples e intuitiva. A partir do lançamento do cashback, milhares de clientes -- das lojas físicas e do e-commerce -- já receberam dinheiro de volta nas suas compras, ajudando o MagaluPay a superar a marca de 1 milhão de contas abertas no prazo de poucas semanas.

O período crítico da pandemia foi especialmente importante para o pilar *Magalu as a Service* (MaaS). Foi por meio dele que milhares de *sellers* e pequenos empreendedores puderam avançar ou iniciar o processo de digitalização dos negócios. Para muitos deles, o MaaS foi um fator de sobrevivência num momento em que operar analogicamente estava fora de questão. Por meio do Magalu Pagamentos, o *seller* pode vender a prazo e antecipar seus recebíveis automaticamente. Desde seu lançamento, o serviço já processou mais de 3 bilhões de reais em transações financeiras (TPV). E 85% dos *sellers* aderiram ao Magalu Entregas, sendo que 800 deles já adotaram o modelo de *cross docking*.

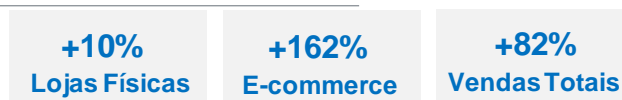
O pilar do MaaS foi recentemente reforçado por aquisições em série. No final de julho, o Magalu anunciou a compra da Hubsales, entrando no segmento *Factory to Consumers* (F2C) e integrará produtores de diversos polos industriais. Assim, além de digitalizar o varejo, a companhia se transforma também num vetor de digitalização de parte do setor industrial brasileiro. Dias depois, o Magalu fechou a aquisição do site de conteúdo de tecnologia Canaltech e da plataforma Inloco Media. As operações marcam a estreia da companhia no segmento de publicidade online, combinando a geração de conteúdo e a audiência com a plataforma para venda de mídia digital. Por meio do MagaluAds, milhares de parceiros do Magalu -- *sellers* do marketplace e fornecedores -- poderão promover suas marcas e produtos de forma, ao mesmo tempo, segmentada e abrangente. Será possível ampliar a divulgação de milhões de produtos disponíveis na plataforma do Magalu e acelerar a monetização de sua audiência digital,

formada por cerca de 80 milhões de visitantes únicos ao mês (número sob análise de sobreposição). Com a expansão do MaaS, o Magalu progressivamente vai se consolidando como o sistema operacional do varejo brasileiro.

Otimismo e compromisso renovado

O terceiro trimestre começou com um mês de julho espetacular. As vendas totais cresceram 82%. O e-commerce avançou 162%, com as vendas da Netshoes já na base de comparação. E o Magalu voltou -- ainda que parcialmente -- à configuração que o levou à liderança de mercado: uma simbiose virtuosa de online e offline. As vendas nas lojas físicas cresceram 10% no mês, quando comparadas a julho de 2019, mesmo com uma média de apenas 73% das lojas abertas.

Crescimento vendas de julho [% yoy]



A evolução dos resultados, mês após mês, nos deixa otimistas para o que virá pela frente. Acreditamos em um 2020, em todos os sentidos, excepcional para a companhia. Seguindo a mesma tendência dos últimos anos, vamos reinvestir parte dos ganhos obtidos com o novo patamar de vendas em iniciativas para gerar mais valor para nossos clientes. Vamos contratar mais de 2 mil funcionários para reforçar nosso time de atendimento e nossa logística. Além disso, continuaremos investindo nas novas categorias, no SuperApp e no Magalu Pay.

Estamos extremamente orgulhosos do que conseguimos realizar num período de tantas incertezas, dificuldades e temores. Mas nenhum indicador ou recorde nos emociona tanto quando constatar que o Magalu, a despeito e por causa da crise, tem cumprido seu propósito como companhia. Nesses três meses nos quais tantas pequenas empresas fecharam suas portas, o Magalu contribuiu com seu modelo de negócio para digitalizar empreendedores de todo o Brasil -- os agora chamados Parceiros Magalu. Cerca 350.000 de pessoas físicas se cadastraram na plataforma da companhia para obter renda com a venda digital de nossos produtos e dos estoques dos *sellers*.

Nossa contribuição social voltou-se, assim, para dentro e para fora dos muros da empresa. Em meio ao pânico do início da crise, assumimos o compromisso público de não demitir nenhum de nossos funcionários. Ao mesmo tempo, apoiamos nossos pequenos fornecedores, em especial microtransportadores que, com dificuldades de caixa, tornaram-se vulneráveis aos efeitos econômicos da crise. O combate à violência contra a mulher é uma de nossas causas mais importantes. Diante das evidências de aumento dos casos de agressão, durante a quarentena, relançamos o botão de denúncias instalado no SuperApp -- um atalho para que mulheres vítimas de violência possam informar as autoridades. Desde abril, as famílias controladoras e o Magalu anunciaram a doação de 50 milhões de reais para auxílio às vítimas da pandemia. Os recursos estão sendo investidos na compra de equipamentos para hospitais, no financiamento de ONGs e na aquisição de cestas básicas. Na frente ambiental, o Magalu fechou um acordo para que, a partir do final deste ano, 214 lojas passem a operar exclusivamente com energia solar. Até o início de 2021, outras 300 lojas, instaladas em mais de 10 estados brasileiros, também adotarão o mesmo sistema.

O drama da pandemia -- que, em nenhum momento, pode ser minimizado -- nos deu a convicção de que nossa missão de digitalizar o varejo e incluir o maior número de brasileiros neste novo mundo é o único caminho a ser seguido. O futuro chegou mais rápido e de forma mais dolorosa do que imaginávamos. Mas está aqui e é preciso abraçá-lo. O Magalu é uma empresa que há quase 63 anos conta com a confiança do brasileiro. Durante esses primeiros meses de pandemia da covid-19 nos tornamos uma das marcas mais admiradas do país. Esse é o calor humano típico do brasileiro. Calor humano que faz parte da nossa essência e que nos faz, sempre, retribuir à altura tudo aquilo que recebemos.

Mais uma vez, agradecemos aos nossos clientes, colaboradores, *sellers*, parceiros e fornecedores todo o apoio e a confiança recebidos nesse período.

A DIRETORIA

Magalu
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2020

R\$ milhões (exceto quando indicado)	2T20	2T19	Var(%)	1S20	1S19	Var(%)
Vendas Totais ¹ (incluindo marketplace)	8.566,5	5.747,0	49,1%	16.229,0	11.465,0	41,6%
Receita Bruta	6.816,6	5.196,2	31,2%	13.302,8	10.509,4	26,6%
Receita Líquida	5.568,2	4.308,1	29,3%	10.803,0	8.637,1	25,1%
Lucro Bruto	1.435,2	1.092,2	31,4%	2.855,7	2.303,7	24,0%
Margem Bruta	25,8%	25,4%	0,4 pp	26,4%	26,7%	-0,3 pp
EBITDA	143,7	379,9	-62,2%	476,4	775,3	-38,6%
Margem EBITDA	2,6%	8,8%	-6,2 pp	4,4%	9,0%	-4,6 pp
Lucro Líquido	(64,5)	386,6	-116,7%	(33,7)	518,7	-106,5%
Margem Líquida	-1,2%	9,0%	-10,2 pp	-0,3%	6,0%	-6,3 pp
Lucro Bruto - Ajustado	1.435,2	1.264,2	13,5%	2.855,7	2.475,7	15,4%
Margem Bruta - Ajustado	25,8%	29,3%	-3,5 pp	26,4%	28,7%	-2,3 pp
EBITDA - Ajustado	147,2	380,5	-61,3%	421,1	766,1	-45,0%
Margem EBITDA Ajustado	2,6%	8,8%	-6,2 pp	3,9%	8,9%	-5,0 pp
Lucro Líquido - Ajustado	(62,2)	85,2	-173,1%	(70,2)	210,8	-133,3%
Margem Líquida - Ajustado	-1,1%	2,0%	-3,1 pp	-0,7%	2,4%	-3,1 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-50,9%	0,3%	-	-27,7%	4,1%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	-45,1%	8,8%	-	-19,3%	12,2%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	171,5%	30,9%	-	107,3%	32,1%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	181,9%	56,2%	-	127,5%	53,1%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	78,5%	41,5%	37,0 pp	66,6%	41,4%	25,2 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.157	987	170 lojas	1.157	987	170 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	647.171	585.341	10,6%	647.171	585.341	10,6%

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

⁽²⁾ Vendas do e-commerce incluem as vendas da Netshoes.

Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 2T19, os resultados do 2T20 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando provisões as despesas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	2T20 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	2T20	AV
Receita Bruta	6.816,6	122,4%	-	6.816,6	122,4%
Impostos e Cancelamentos	(1.248,3)	-22,4%	-	(1.248,3)	-22,4%
Receita Líquida	5.568,2	100,0%	-	5.568,2	100,0%
Custo Total	(4.133,0)	-74,2%	-	(4.133,0)	-74,2%
Lucro Bruto	1.435,2	25,8%	-	1.435,2	25,8%
Despesas com Vendas	(1.116,3)	-20,0%	-	(1.116,3)	-20,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(182,0)	-3,3%	-	(182,0)	-3,3%
Perda em Liquidação Duvidosa	(29,1)	-0,5%	-	(29,1)	-0,5%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	12,0	0,2%	(3,5)	8,5	0,2%
Equivalência Patrimonial	27,5	0,5%	-	27,5	0,5%
Total de Despesas Operacionais	(1.288,0)	-23,1%	(3,5)	(1.291,5)	-23,2%
EBITDA	147,2	2,6%	(3,5)	143,7	2,6%
Depreciação e Amortização	(172,3)	-3,1%	-	(172,3)	-3,1%
EBIT	(25,0)	-0,4%	(3,5)	(28,5)	-0,5%
Resultado Financeiro	(94,6)	-1,7%	-	(94,6)	-1,7%
Lucro Operacional	(119,6)	-2,1%	(3,5)	(123,1)	-2,2%
IR / CS	57,3	1,0%	1,2	58,5	1,1%
Lucro Líquido	(62,2)	-1,1%	(2,3)	(64,5)	-1,2%

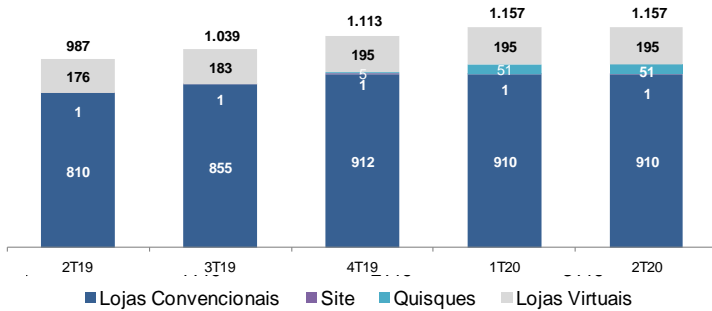
Ajustes eventos não recorrentes

Ajustes	2T20	1S20
Créditos tributários	12,0	56,3
Provisão para riscos tributários	3,0	33,8
Honorários especialistas	(7,7)	(15,5)
Despesas pré-operacionais de lojas	(2,0)	(3,9)
Outras despesas não recorrentes	(8,7)	(15,4)
Ajustes - EBITDA	(3,5)	55,3
IR / CS	1,2	(18,8)
Ajustes - Lucro Líquido	(2,3)	36,5

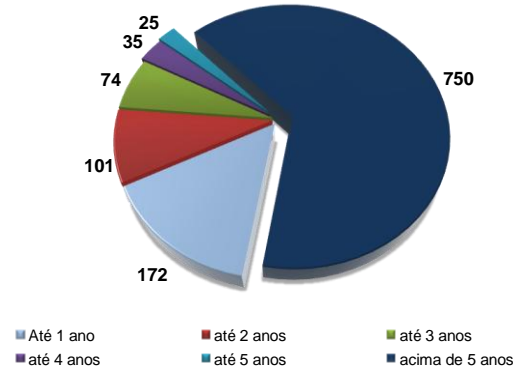
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 2T20 com 1.157 lojas, sendo 910 convencionais, 195 virtuais, 51 quiosques (parceria com as Lojas Marisa) e o e-commerce. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 172 novas lojas (19 na Região Sul, 64 no Sudeste, 26 no Centro Oeste, 14 no Nordeste e 49 no Norte). Da base total, 35% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

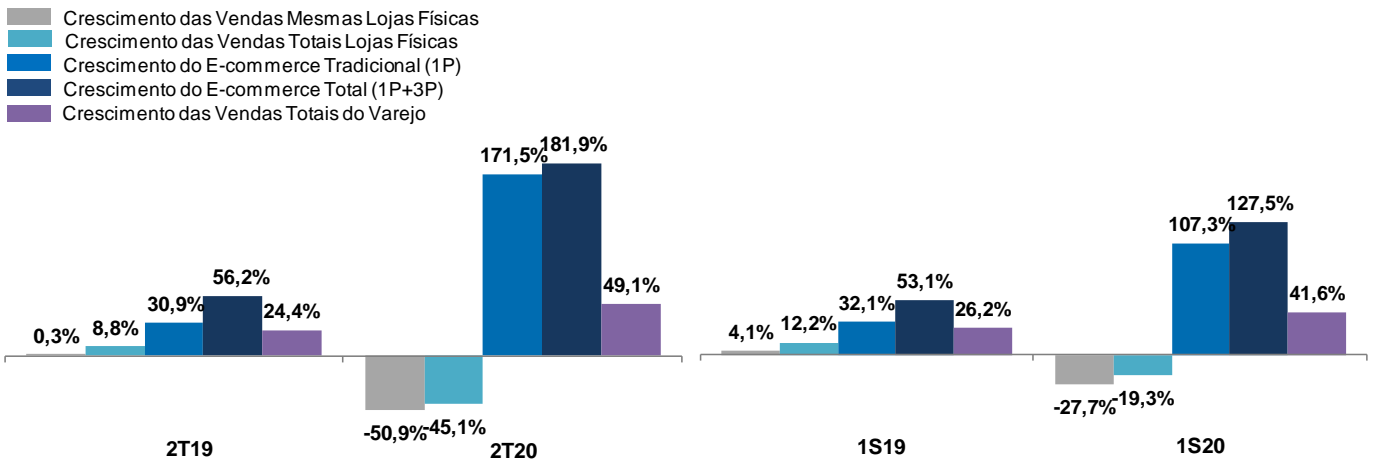


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



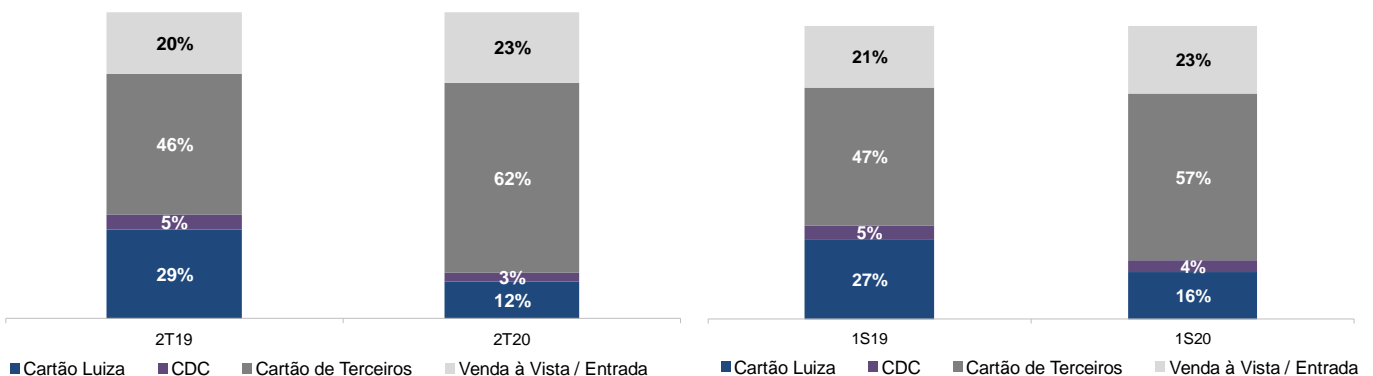
As vendas totais do varejo aumentaram 49,1% no 2T20, reflexo do crescimento de 181,9% no e-commerce total e queda de 45,1% das lojas físicas, que ficaram temporariamente fechadas em função da pandemia do novo coronavírus e que foram reabertas de forma gradual durante o trimestre. No 1S20, as vendas totais cresceram 41,6%.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



A participação do Cartão Luiza diminuiu de 29% para 12% no 2T20 comparado ao mesmo período de 2019 em função do fechamento temporário das lojas e do aumento da participação no e-commerce nas vendas totais.

Mix de Vendas Financiadas (em %)



Receita Bruta

R\$ milhões	2T20	2T19	Var(%)	1S20	1S19	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	6.428,9	4.906,9	31,0%	12.562,8	9.966,9	26,0%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	324,6	259,9	24,9%	639,9	488,8	30,9%
Receita Bruta - Varejo	6.753,5	5.166,8	30,7%	13.202,8	10.455,7	26,3%
Receita Bruta - Outros Serviços	80,6	34,6	132,7%	146,3	64,6	126,3%
Eliminações Inter-companhias	(17,5)	(5,3)	231,4%	(46,2)	(10,9)	323,3%
Receita Bruta - Total	6.816,6	5.196,2	31,2%	13.302,8	10.509,4	26,6%

No 2T20, a receita bruta total cresceu 31,2% para R\$6,8 bilhões. O acelerado crescimento do e-commerce, incluindo a Netshoes, e a reabertura gradual das lojas físicas no trimestre contribuíram para evolução da receita bruta. O forte crescimento foi alcançado mesmo com apenas 36% das lojas abertas, em média, no período. Apesar do fechamento temporário das lojas físicas, a receita de serviços aumentou 24,9% no 2T20, especialmente devido ao crescimento do Marketplace e do Magalu Pagamentos. No 1S20, a receita bruta cresceu 26,6% para R\$13,3 bilhões.

Receita Líquida

R\$ milhões	2T20	2T19	Var(%)	1S20	1S19	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	5.222,8	4.049,9	29,0%	10.139,7	8.152,9	24,4%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	294,2	232,1	26,7%	582,2	436,3	33,5%
Receita Líquida - Varejo	5.516,9	4.281,9	28,8%	10.721,9	8.589,1	24,8%
Receita Líquida - Outros Serviços	68,8	31,4	118,9%	127,3	58,9	116,3%
Eliminações Inter-companhias	(17,5)	(5,3)	231,4%	(46,2)	(10,9)	323,3%
Receita Líquida - Total	5.568,2	4.308,1	29,3%	10.803,0	8.637,1	25,1%

No 2T20, a receita líquida total evoluiu 29,3% para R\$5,6 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total. No 1S20, a receita líquida cresceu 25,1% para R\$10,8 bilhões.

Lucro Bruto

R\$ milhões	2T19		Var(%)	1S19		Var(%)
	2T20	Ajustado		1S20	Ajustado	
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.148,2	1.020,5	12,5%	2.291,8	2.019,5	13,5%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	294,2	232,1	26,7%	582,2	436,3	33,5%
Lucro Bruto - Varejo	1.442,4	1.252,6	15,2%	2.874,0	2.455,8	17,0%
Lucro Bruto - Outros Serviços	9,0	13,4	-33,0%	23,4	23,6	-0,7%
Eliminações Inter-companhias	(16,1)	(1,7)	831,6%	(41,7)	(3,7)	1018,2%
Lucro Bruto - Total	1.435,2	1.264,2	13,5%	2.855,7	2.475,7	15,4%
Margem Bruta - Total	25,8%	29,3%	-3,5 pp	26,4%	28,7%	-2,3 pp

No 2T20, o lucro bruto cresceu 13,5% para R\$1,4 bilhão, equivalente a uma margem bruta de 25,8%. A variação da margem bruta foi reflexo, principalmente, da maior participação do e-commerce tradicional (1P) nas vendas. No 1S20, o lucro bruto cresceu 15,4% para R\$2,9 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 26,4%.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T20		2T19		Var(%)	1S20		1S19		Var(%)
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL		Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	
Despesas com Vendas	(1.116,3)	-20,0%	(726,2)	-16,9%	53,7%	(2.054,6)	-19,0%	(1.419,2)	-16,4%	44,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(182,0)	-3,3%	(154,8)	-3,6%	17,5%	(376,6)	-3,5%	(291,1)	-3,4%	29,4%
Subtotal	(1.298,3)	-23,3%	(881,0)	-20,5%	47,4%	(2.431,2)	-22,5%	(1.710,3)	-19,8%	42,2%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(29,1)	-0,5%	(13,2)	-0,3%	120,6%	(59,1)	-0,5%	(25,6)	-0,3%	130,8%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	12,0	0,2%	13,0	0,3%	-7,7%	25,8	0,2%	28,7	0,3%	-10,1%
Total de Despesas Operacionais	(1.315,4)	-23,6%	(881,2)	-20,5%	49,3%	(2.464,5)	-22,8%	(1.707,2)	-19,8%	44,4%

Despesas com Vendas

No 2T20, as despesas com vendas totalizaram R\$1.116,3 milhões, equivalentes a 20,0% da receita líquida, 3,1 p.p. maior que no 2T19. Esse aumento reflete o compromisso da Companhia de não fazer demissões no período e de não fechar permanentemente nenhuma unidade. Para atenuar esse efeito, a Companhia 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. No 1S20, as despesas com vendas totalizaram R\$2.054,6 milhões, equivalentes a 19,0% da receita líquida (+2,6 p.p. *versus* o 1S19).

Despesas Gerais e Administrativas

No 2T20, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$182,0 milhões, equivalentes a 3,3% da receita líquida, uma redução de 0,3 p.p. em relação ao 2T19 devido, principalmente, ao forte crescimento das vendas e às diversas medidas de contenção de despesas implementadas pela Companhia. No 1S20, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$376,6 milhões, equivalentes a 3,5% da receita líquida.

Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$29,1 milhões no 2T20 e R\$59,1 no 1S20.

Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	2T20	% RL	2T19	% RL	Var(%)	1S20	% RL	1S19	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(1,8)	0,0%	0,1	0,0%	-	(1,9)	0,0%	3,0	0,0%	-
Apropriação de Receita Diferida	13,8	0,2%	12,9	0,3%	7,3%	27,7	0,3%	25,7	0,3%	7,6%
Subtotal - Ajustado	12,0	0,2%	13,0	0,3%	-7,7%	25,8	0,2%	28,7	0,3%	-10,1%
Créditos tributários	12,0	0,2%	571,1	13,3%	-97,9%	56,3	0,5%	571,1	6,6%	-90,1%
Provisão para riscos tributários	3,0	0,1%	(246,0)	-5,7%	-	33,8	0,3%	(230,0)	-2,7%	-
Honorários especialistas	(7,7)	-0,1%	(115,2)	-2,7%	-93,3%	(15,5)	-0,1%	(115,2)	-1,3%	-86,6%
Despesas pré-operacionais de lojas	(2,0)	0,0%	(1,7)	0,0%	18,0%	(3,9)	0,0%	(7,9)	-0,1%	-50,4%
Outras despesas não-recorrentes	(8,7)	-0,2%	(36,7)	-0,9%	-76,3%	(15,4)	-0,1%	(36,7)	-0,4%	-57,9%
Subtotal - Não Recorrente	(3,5)	-0,1%	171,4	4,0%	-	55,3	0,5%	181,2	2,1%	-69,5%
Total	8,5	0,2%	184,4	4,3%	-95,4%	81,1	0,8%	209,9	2,4%	-61,4%

No 2T20, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$12,0 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$13,8 milhões. No 1S20, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$25,8 milhões.

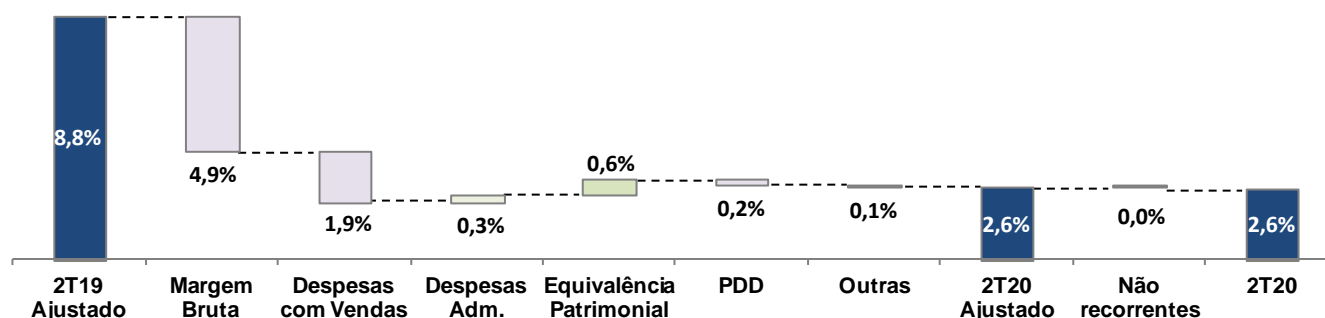
Equivalência Patrimonial

No 2T20, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$27,5 milhões, composto da seguinte forma: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$12,5 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$15,0 milhões. No 1S20, o resultado da equivalência patrimonial foi R\$29,9 milhões.

EBITDA

No 2T20, o EBITDA ajustado atingiu R\$147,2 milhões. O elevado crescimento das vendas do e-commerce, incluindo o marketplace, contribuiu novamente para o EBITDA. Entretanto, a perda de vendas decorrente do fechamento temporário das lojas físicas influenciou a margem EBITDA ajustada, que passou de 8,8% no 2T19 para 2,6% no 2T20. No 1S20, o EBITDA ajustado atingiu R\$421,1 milhões, equivalente a uma margem de 3,9%.

Evolução do EBITDA (% da receita líquida)



Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	2T20	% RL	2T19	% RL	Var(%)	1S20	% RL	1S19	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(96,8)	-1,7%	(177,3)	-4,1%	-45,4%	(190,9)	-1,8%	(293,0)	-3,4%	-34,8%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(14,8)	-0,3%	(14,7)	-0,3%	0,3%	(25,5)	-0,2%	(21,7)	-0,3%	17,7%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(23,8)	-0,4%	(46,6)	-1,1%	-48,9%	(46,2)	-0,4%	(83,8)	-1,0%	-44,9%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(30,1)	-0,5%	(75,5)	-1,8%	-60,1%	(68,1)	-0,6%	(131,9)	-1,5%	-48,4%
Outras Despesas e Impostos	(28,1)	-0,5%	(40,4)	-0,9%	-30,5%	(51,1)	-0,5%	(55,5)	-0,6%	-8,0%
Receitas Financeiras	45,6	0,8%	479,7	11,1%	-90,5%	88,5	0,8%	517,7	6,0%	-82,9%
Rendimento de Aplicações Financeiras	6,4	0,1%	2,3	0,1%	176,1%	8,2	0,1%	3,7	0,0%	120,0%
Outras Receitas Financeiras	39,2	0,7%	477,4	11,1%	-91,8%	80,3	0,7%	513,9	6,0%	-84,4%
Subtotal: Resultado Financeiro Líquido	(51,2)	-0,9%	302,4	7,0%	-116,9%	(102,4)	-0,9%	224,7	2,6%	-145,6%
Juros Arrendamento Mercantil	(43,3)	-0,8%	(46,4)	-1,1%	-6,7%	(86,5)	-0,8%	(67,7)	-	-
Resultado Financeiro Líquido Total	(94,6)	-1,7%	256,0	5,9%	-136,9%	(189,0)	-1,7%	157,1	1,8%	-220,3%
(-) Atualização Monetária Créditos Tributários	-	-	459,9	10,7%	-	-	-	459,9	5,3%	-
(-) Despesas e Impostos / Não-recorrentes	-	-	(58,9)	-1,4%	-	-	-	(58,9)	-0,7%	-
Resultado Financeiro Líquido Total Ajustado	(94,6)	-1,7%	(144,9)	-3,4%	-34,8%	(189,0)	-1,7%	(243,9)	-2,8%	-22,5%

No 2T20, a despesa financeira líquida totalizou R\$94,6 milhões, equivalente a 1,7% da receita líquida. Em relação à receita líquida, a despesa financeira melhorou 1,7 p.p. comparado ao 2T19 ajustado 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\$51,2 milhões no 2T20, equivalente a 0,9% da receita líquida. No 1S20, a despesa financeira líquida foi de R\$189,0, equivalente a 1,7% da receita líquida (-1,1 p.p. versus 1S19 ajustado).

Lucro líquido

O resultado líquido ajustado foi negativo em R\$62,2 milhões no 2T20 em função, principalmente, do fechamento temporário das lojas físicas no trimestre. Vale ressaltar a evolução desse resultado ao longo do trimestre. Em abril, o resultado foi bastante impactado pelas lojas fechadas na maior do tempo. Em maio, com a aceleração do e-commerce e a reabertura gradual das lojas, o resultado já foi próximo do *breakeven*. Em junho, essa tendência se acentuou e a Companhia obteve lucro líquido de R\$93 milhões.

Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-20	mar-20	dez-19	set-19	jun-19
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	37,2	680,8	781,3	794,0	733,0	643,6
(+) Estoques	1.641,8	4.198,2	4.075,5	3.801,8	2.885,7	2.556,3
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	22,4	80,4	77,1	100,6	81,8	58,1
(+) Impostos a Recuperar	36,2	748,9	877,4	864,1	745,7	712,7
(+) Outros Ativos	(12,5)	100,2	143,5	136,3	145,1	112,7
(+) Ativos Circulantes Operacionais	1.725,2	5.808,6	5.954,8	5.696,8	4.591,3	4.083,4
(-) Fornecedores	1.938,1	5.334,0	4.132,7	5.934,9	3.802,8	3.395,9
(-) Repasses e outros depósitos	639,3	639,3	235,9	-	-	-
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	26,7	329,0	263,3	354,7	349,8	302,3
(-) Impostos a Recolher	32,2	206,4	176,9	352,0	208,8	174,2
(-) Partes Relacionadas	(9,6)	103,4	52,8	152,1	125,6	113,1
(-) Arrendamento Mercantil	-	-	-	-	-	-
(-) Receita Diferida	0,0	43,1	43,0	43,0	43,0	43,0
(-) Outras Contas a Pagar	117,8	806,2	547,0	701,7	688,2	688,4
(-) Passivos Circulantes Operacionais	2.744,5	7.461,3	5.451,6	7.538,5	5.218,3	4.716,7
(=) Capital de Giro Ajustado	(1.019,4)	(1.652,7)	503,2	(1.841,7)	(627,0)	(633,3)
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	-3,0%	-6,1%	2,0%	-7,6%	-2,8%	-3,1%

Em jun/20, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$1.652,7 milhões, contribuindo de forma significativa para a forte geração de caixa no trimestre. O giro médio dos estoques subiu de 72 dias no 2T19 para 91 dias no 2T20, influenciado pelo fechamento temporário das lojas físicas. No mesmo período, o prazo médio de pagamento subiu de 93 dias para 113 dias.

Vale destacar que, com o crescimento das vendas, o giro dos estoques melhorou substancialmente ao longo dos meses, atingindo menos de 60 dias em jun/20 -- o menor patamar dos últimos anos. Adicionalmente, os crescimentos do marketplace e do Magalu Pagamentos contribuíram para a geração de caixa.

Nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$1.019,4 milhões para a geração de caixa operacional.

Investimentos

R\$ milhões	2T20	%	2T19	%	Var(%)	1S20	%	1S19	%	Var(%)
Lojas Novas	11,9	17%	18,2	15%	-35%	47,8	27%	27,3	13%	75%
Reformas	3,2	5%	21,7	17%	-85%	8,6	5%	29,9	15%	-71%
Tecnologia	42,7	61%	30,8	25%	39%	78,5	45%	51,8	25%	52%
Logística	9,7	14%	39,2	31%	-75%	25,7	15%	74,6	36%	-65%
Outros	2,0	3%	14,6	12%	-86%	14,2	8%	21,2	10%	-33%
Total	69,5	100%	124,4	100%	-44%	174,9	100%	204,8	100%	-15%

No 2T20, os investimentos somaram R\$69,5 milhões, incluindo a abertura de lojas, investimentos em tecnologia e logística. Em função da pandemia do covid-19, as novas lojas previstas para o 2T20, como as que serão inauguradas em Brasília e parte dos quiosques em parceria com as Lojas Marisa, foram postergadas para o 3T20.

Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-20	mar-20	dez-19	set-19	jun-19
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(1.607,5)	(1.650,8)	(6,5)	(10,0)	(313,4)	(43,3)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	1.106,4	(14,0)	(847,4)	(838,9)	(832,7)	(1.120,4)
(=) Endividamento Bruto	(501,1)	(1.664,8)	(853,8)	(848,8)	(1.146,1)	(1.163,7)
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	477,8	1.103,5	388,9	305,7	221,8	625,7
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	1.437,7	1.878,8	2.231,3	4.448,2	238,7	441,1
(+) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	(0,3)	-	-	0,2	0,3	0,3
(+) Caixa e Aplicações Financeiras	1.915,3	2.982,3	2.620,2	4.754,1	460,8	1.067,1
(=) Caixa Líquido	1.414,1	1.317,5	1.766,3	3.905,3	(685,3)	(96,6)
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	2.888,1	3.705,3	1.365,7	2.121,0	1.142,0	817,2
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	714,4	782,6	649,2	269,5	157,4	68,2
(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito	3.602,5	4.487,9	2.014,9	2.390,5	1.299,4	885,4
(=) Caixa Líquido Ajustado	5.016,6	5.805,4	3.781,2	6.295,8	614,1	788,8
Endividamento de Curto Prazo / Total	95%	99%	1%	1%	27%	4%
Endividamento de Longo Prazo / Total	-95%	1%	99%	99%	73%	96%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	(80,5)	1.314,7	1.548,0	1.659,7	1.511,8	1.395,2
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado Pró-forma	3,9 x	4,4 x	2,4 x	3,8 x	0,4 x	0,6 x
Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito	5.517,7	7.470,2	4.635,1	7.144,6	1.760,2	1.952,5

Nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou sua posição de caixa líquido ajustado em R\$5,0 bilhões, passando de uma posição de caixa líquido ajustado de R\$788,8 milhões em jun/19 para R\$5.805,4 milhões em jun/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 trimestre com uma posição total de caixa de R\$7,5 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$3,0 bilhões mais R\$4,5 bilhões em recebíveis de cartão de crédito.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T20	AV	2T19	AV	Var(%)	6M20	AV	6M19	AV	Var(%)
Receita Bruta	6.816,6	122,4%	5.196,2	120,6%	31,2%	13.302,8	123,1%	10.509,4	121,7%	26,6%
Impostos e Cancelamentos	(1.248,3)	-22,4%	(888,1)	-20,6%	40,6%	(2.499,9)	-23,1%	(1.872,3)	-21,7%	33,5%
Receita Líquida	5.568,2	100,0%	4.308,1	100,0%	29,3%	10.803,0	100,0%	8.637,1	100,0%	25,1%
Custo Total	(4.133,0)	-74,2%	(3.215,9)	-74,6%	28,5%	(7.947,3)	-73,6%	(6.333,4)	-73,3%	25,5%
Lucro Bruto	1.435,2	25,8%	1.092,2	25,4%	31,4%	2.855,7	26,4%	2.303,7	26,7%	24,0%
Despesas com Vendas	(1.116,3)	-20,0%	(726,2)	-16,9%	53,7%	(2.054,6)	-19,0%	(1.419,2)	-16,4%	44,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(182,0)	-3,3%	(154,8)	-3,6%	17,5%	(376,6)	-3,5%	(291,1)	-3,4%	29,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(29,1)	-0,5%	(13,2)	-0,3%	120,6%	(59,1)	-0,5%	(25,6)	-0,3%	130,8%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,5	0,2%	184,4	4,3%	-95,4%	81,1	0,8%	209,9	2,4%	-61,4%
Equivalência Patrimonial	27,5	0,5%	(2,5)	-0,1%	-	29,9	0,3%	(2,4)	0,0%	-
Total de Despesas Operacionais	(1.291,5)	-23,2%	(712,3)	-16,5%	81,3%	(2.379,3)	-22,0%	(1.528,4)	-17,7%	55,7%
EBITDA	143,7	2,6%	379,9	8,8%	-62,2%	476,4	4,4%	775,3	9,0%	-38,6%
Depreciação e Amortização	(172,3)	-3,1%	(96,8)	-2,2%	77,9%	(347,1)	-3,2%	(200,8)	-2,3%	72,9%
EBIT	(28,5)	-0,5%	283,1	6,6%	-	129,3	1,2%	574,5	6,7%	-
Resultado Financeiro	(94,6)	-1,7%	256,0	5,9%	-	(189,0)	-1,7%	157,1	1,8%	-
Lucro Operacional	(123,1)	-2,2%	539,1	12,5%	-	(59,7)	-0,6%	731,6	8,5%	-
IR / CS	58,5	1,1%	(152,4)	-3,5%	-	26,0	0,2%	(212,8)	-2,5%	-
Lucro Líquido	(64,5)	-1,2%	386,6	9,0%	-	(33,7)	-0,3%	518,7	6,0%	-

Cálculo do EBITDA

Lucro Líquido	(64,5)	-1,2%	386,6	9,0%	-	(33,7)	-0,3%	518,7	6,0%	-
(+/-) IR / CS	(58,5)	-1,1%	152,4	3,5%	-	(26,0)	-0,2%	212,8	2,5%	-
(+/-) Resultado Financeiro	94,6	1,7%	(256,0)	-5,9%	-	189,0	1,7%	(157,1)	-1,8%	-
(+) Depreciação e amortização	172,3	3,1%	96,8	2,2%	77,9%	347,1	3,2%	200,8	2,3%	72,9%
EBITDA	143,7	2,6%	379,9	8,8%	-62,2%	476,4	4,4%	775,3	9,0%	-38,6%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	143,7	2,6%	379,9	8,8%	-62,2%	476,4	4,4%	775,3	9,0%	-38,6%
Resultado Não Recorrente	3,5	0,1%	0,6	0,0%	496,2%	(55,3)	-0,5%	(9,2)	-0,1%	498,2%
EBITDA Ajustado	147,2	2,6%	380,5	8,8%	-61,3%	421,1	3,9%	766,1	8,9%	-45,0%

Lucro Líquido	(64,5)	-1,2%	386,6	9,0%	-	(33,7)	-0,3%	518,7	6,0%	-
Resultado Não Recorrente	2,3	0,0%	(301,5)	-7,0%	-	(36,5)	-0,3%	(307,9)	-3,6%	-88,2%
Lucro Líquido Ajustado	(62,2)	-1,1%	85,2	2,0%	-173,1%	(70,2)	-0,7%	210,8	2,4%	-

* 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 e efeito dos lançamentos do IFRS 16. No caso do ajuste acima identificado este refere-se a créditos tributários, aquisição da Netshoes, 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)	2T20	AV	2T19	AV	Var(%)	1S20	AV	1S19	AV	Var(%)
	Ajustado		Ajustado			Ajustado		Ajustado		
Receita Bruta	6.816,6	122,4%	5.196,2	120,6%	31,2%	13.302,8	123,1%	10.509,4	121,7%	26,6%
Impostos e Cancelamentos	(1.248,3)	-22,4%	(888,1)	-20,6%	40,6%	(2.499,9)	-23,1%	(1.872,3)	-21,7%	33,5%
Receita Líquida	5.568,2	100,0%	4.308,1	100,0%	29,3%	10.803,0	100,0%	8.637,1	100,0%	25,1%
Custo Total	(4.133,0)	-74,2%	(3.043,9)	-70,7%	35,8%	(7.947,3)	-73,6%	(6.161,4)	-71,3%	29,0%
Lucro Bruto	1.435,2	25,8%	1.264,2	29,3%	13,5%	2.855,7	26,4%	2.475,7	28,7%	15,4%
Despesas com Vendas	(1.116,3)	-20,0%	(726,2)	-16,9%	53,7%	(2.054,6)	-19,0%	(1.419,2)	-16,4%	44,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(182,0)	-3,3%	(154,8)	-3,6%	17,5%	(376,6)	-3,5%	(291,1)	-3,4%	29,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(29,1)	-0,5%	(13,2)	-0,3%	120,6%	(59,1)	-0,5%	(25,6)	-0,3%	130,8%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	12,0	0,2%	13,0	0,3%	-7,7%	25,8	0,2%	28,7	0,3%	-10,1%
Equivalência Patrimonial	27,5	0,5%	(2,5)	-0,1%	-	29,9	0,3%	(2,4)	0,0%	-
Total de Despesas Operacionais	(1.288,0)	-23,1%	(883,7)	-20,5%	45,7%	(2.434,6)	-22,5%	(1.709,6)	-19,8%	42,4%
EBITDA	147,2	2,6%	380,5	8,8%	-61,3%	421,1	3,9%	766,1	8,9%	-45,0%
Depreciação e Amortização	(172,3)	-3,1%	(96,8)	-2,2%	77,9%	(347,1)	-3,2%	(200,8)	-2,3%	72,9%
EBIT	(25,0)	-0,4%	283,7	6,6%	-	74,0	0,7%	565,3	6,5%	-86,9%
Resultado Financeiro	(94,6)	-1,7%	(144,9)	-3,4%	-34,8%	(189,0)	-1,7%	(243,9)	-2,8%	-22,5%
Lucro Operacional	(119,6)	-2,1%	138,7	3,2%	-	(115,0)	-1,1%	321,4	3,7%	-
IR / CS	57,3	1,0%	(53,6)	-1,2%	-	44,8	0,4%	(110,6)	-1,3%	-
Lucro Líquido	(62,2)	-1,1%	85,2	2,0%	-	(70,2)	-0,7%	210,8	2,4%	-

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	jun/20	mar/20	dez/19	set/19	jun/19
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.103,5	388,9	305,7	221,8	625,7
Títulos e Valores Mobiliários	1.878,8	2.231,3	4.448,2	238,7	441,1
Contas a Receber - Cartão de Crédito	3.705,3	1.365,7	2.121,0	1.142,0	817,2
Contas a Receber - Outros	680,8	781,3	794,0	733,0	643,6
Estoques	4.198,2	4.075,5	3.801,8	2.885,7	2.556,3
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	782,6	649,2	269,5	157,4	68,2
Partes Relacionadas - Outros	80,4	77,1	100,6	81,8	58,1
Tributos a Recuperar	748,9	877,4	864,1	745,7	712,7
Outros Ativos	100,2	143,5	136,3	145,1	112,7
Total do Ativo Circulante	13.278,8	10.589,9	12.841,2	6.351,2	6.035,6
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Títulos e Valores Mobiliários	-	-	0,2	0,3	0,3
Contas a Receber	10,6	14,2	16,8	11,7	11,3
Tributos a Recuperar	1.185,6	1.217,5	1.137,8	1.275,5	944,6
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	73,1	18,9	12,7	14,2	27,0
Depósitos Judiciais	656,5	599,4	570,1	518,2	480,1
Outros Ativos	12,1	11,3	11,0	36,4	34,7
Investimentos em Controladas	318,6	288,0	305,1	305,0	293,6
Direito de Uso	2.362,1	2.292,4	2.273,8	2.168,2	1.804,9
Imobilizado	1.099,5	1.103,2	1.076,7	1.016,1	941,2
Intangível	1.561,7	1.575,5	1.545,6	1.556,0	1.509,5
Total do Ativo não Circulante	7.279,9	7.120,2	6.949,9	6.901,6	6.047,0
TOTAL DO ATIVO	20.558,6	17.710,1	19.791,1	13.252,8	12.082,7
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	5.334,0	4.132,7	5.934,9	3.802,8	3.395,9
Repasse e Outros Depósitos	639,3	235,9	-	-	-
Empréstimos e Financiamentos	1.650,8	6,5	10,0	313,4	43,3
Salários, Férias e Encargos Sociais	329,0	263,3	354,7	349,8	302,3
Tributos a Recolher	206,4	176,9	352,0	208,8	174,2
Partes Relacionadas	103,4	52,8	152,1	125,6	113,1
Arrendamento Mercantil	333,8	330,6	330,6	213,1	212,6
Receita Diferida	43,1	43,0	43,0	43,0	43,0
Dividendos a Pagar	123,6	123,6	123,6	112,0	-
Outras Contas a Pagar	806,2	547,0	701,7	688,2	688,4
Total do Passivo Circulante	9.569,4	5.912,2	8.002,6	5.856,8	4.972,6
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	14,0	847,4	838,9	832,7	1.120,4
Arrendamento Mercantil	2.063,7	1.981,2	1.949,8	1.991,2	1.621,3
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	26,4	32,6	39,0	65,3	58,1
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.112,3	1.065,7	1.037,1	941,0	813,0
Receita Diferida	328,9	342,9	356,8	370,5	384,3
Outras Contas a Pagar	-	-	2,0	1,8	1,9
Total do Passivo não Circulante	3.545,4	4.269,8	4.223,5	4.202,4	3.999,1
TOTAL DO PASSIVO	13.114,8	10.182,0	12.226,1	10.059,2	8.971,7
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	5.952,3	5.952,3	5.952,3	1.719,9	1.719,9
Reserva de Capital	257,4	304,5	323,3	296,3	268,1
Ações em Tesouraria	(129,1)	(175,9)	(124,5)	(80,4)	(9,5)
Reserva Legal	109,0	109,0	109,0	65,6	65,6
Reserva de Retenção de Lucros	1.301,8	1.301,8	1.301,8	434,9	546,9
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(13,7)	5,6	3,2	3,4	1,2
Lucros Acumulados	(33,7)	30,8	-	753,8	518,7
Total do Patrimônio Líquido	7.443,8	7.528,1	7.564,9	3.193,6	3.110,9
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	20.558,6	17.710,1	19.791,1	13.252,8	12.082,7

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

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	2T20	2T19	1S20	1S19	jun/20 12UM	jun/19 12UM
Lucro Líquido	(64,5)	386,6	(33,7)	518,7	369,4	827,9
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(80,1)	128,2	(49,3)	159,5	35,4	169,1
Depreciação e Amortização	172,3	96,8	347,1	200,8	633,3	288,1
Juros sobre Empréstimos Provisionados	58,8	61,7	112,2	90,9	225,1	111,4
Equivalência Patrimonial	(27,5)	2,5	(29,9)	2,4	(58,9)	(22,4)
Dividendos Recebidos	2,6	2,1	27,4	21,2	27,4	36,9
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	56,2	204,1	(22,9)	245,3	63,7	317,2
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	48,2	264,0	81,7	259,3	274,6	301,5
Resultado na Venda de Ativos	1,8	(0,1)	1,9	(3,0)	(0,1)	(3,2)
Apropriação da Receita Diferida	(13,9)	(13,1)	(27,8)	(26,0)	(55,1)	(81,5)
Despesas com Plano de Ações e Opções	25,0	22,4	47,3	26,9	104,7	38,1
Lucro Líquido Ajustado	178,8	1.155,1	453,9	1.496,1	1.619,4	1.983,2
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	32,7	37,7	12,1	(43,6)	(201,1)	(162,0)
Estoques	(143,7)	(57,6)	(302,1)	248,2	(1.577,0)	(475,3)
Tributos a Recuperar	160,4	(1.108,0)	67,7	(1.122,5)	(276,9)	(1.182,9)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	2,4	66,8	(15,8)	(14,9)	(133,6)	(17,8)
Varição nos Ativos Operacionais	51,8	(1.061,1)	(238,1)	(932,8)	(2.188,5)	(1.838,0)
Fornecedores	1.201,3	2,6	(601,3)	(1.129,1)	1.937,7	226,2
Outras Contas a Pagar	786,2	42,8	454,4	116,0	651,2	297,5
Varição nos Passivos Operacionais	1.987,5	45,4	(146,9)	(1.013,1)	2.588,9	523,7
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	2.218,1	139,3	68,9	(449,8)	2.019,7	668,8
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(69,5)	(124,4)	(174,9)	(204,8)	(491,6)	(447,7)
Investimento em Controlada	11,3	(385,5)	(18,6)	(400,7)	(25,0)	(397,2)
Aumento de Capital em Controlada	-	-	-	-	-	(30,0)
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	(58,2)	(509,9)	(193,5)	(605,4)	(516,6)	(875,0)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	800,0	800,0	800,0	800,0	798,9	800,0
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(14,6)	(283,4)	(18,7)	(285,6)	(340,2)	(416,1)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(0,2)	(20,6)	(0,5)	(31,8)	(21,0)	(49,7)
Pagamento de arrendamento mercantil	(65,9)	(34,6)	(146,7)	(90,2)	(270,7)	(90,2)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	(48,9)	(45,9)	(96,4)	(67,2)	(181,6)	(67,2)
Pagamento de Dividendos	-	(182,0)	-	(182,0)	-	(182,0)
Ações em Tesouraria	4,8	256,1	(87,6)	257,2	(203,3)	237,1
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	675,2	489,7	450,2	400,3	4.014,6	232,0
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	4.635,1	1.833,4	7.144,6	2.607,4	1.952,5	1.926,6
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	7.470,2	1.952,5	7.470,2	1.952,5	7.470,2	1.952,5
Varição no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários	2.835,1	119,1	325,6	(654,9)	5.517,7	25,9

Nota: A diferença entre a Demonstração de Fluxo de Caixa e a Demonstração de Fluxo de Caixa Gerencial Ajustado refere-se basicamente a:

- (i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.
- (ii) tratamento do Recebíveis de Cartão de Crédito como Caixa.

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

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	jun-20	mar-20	dez-19	set-19	jun-19
(=) Capital de Giro	2.501,4	2.187,5	218,2	459,3	39,4
(+) Contas a receber	10,6	14,2	16,8	11,7	11,3
(+) IR e CS diferidos	73,1	18,9	12,7	14,2	27,0
(+) Impostos a recuperar	1.185,6	1.217,5	1.137,8	1.275,5	944,6
(+) Depósitos judiciais	656,5	599,4	570,1	518,2	480,1
(+) Outros ativos	12,1	11,3	11,0	36,4	34,7
(+) Invest. contr. em conjunto	318,6	288,0	305,1	305,0	293,6
(+) Direito de Uso	2.362,1	2.292,4	2.273,8	2.168,2	1.804,9
(+) Imobilizado	1.099,5	1.103,2	1.076,7	1.016,1	941,2
(+) Intangível	1.561,7	1.575,5	1.545,6	1.556,0	1.509,5
(+) Ativos não circulantes operacionais	7.279,9	7.120,2	6.949,7	6.901,3	6.046,8
(-) Provisão para contingências	1.112,3	1.065,7	1.037,1	941,0	813,0
(-) Arrendamento Mercantil	2.063,7	1.981,2	1.949,8	1.991,2	1.621,3
(-) Receita diferida	328,9	342,9	356,8	370,5	384,3
(+) IR e CS diferidos	26,4	32,6	39,0	65,3	58,1
(-) Outras contas a pagar	-	-	2,0	1,8	1,9
(-) Passivos não circulantes operacionais	3.531,4	3.422,4	3.384,7	3.369,7	2.878,7
(=) Capital Fixo	3.748,5	3.697,8	3.565,0	3.531,6	3.168,1
(=) Capital Investido Total	6.249,9	5.885,3	3.783,2	3.990,9	3.207,5
(+) Dívida Líquida	(1.317,5)	(1.766,3)	(3.905,3)	685,3	96,6
(+) Dividendos a Pagar	123,6	123,6	123,6	112,0	-
(+) Patrimônio Líquido	7.443,8	7.528,1	7.564,9	3.193,6	3.110,9
(=) Financiamento Total	6.249,9	5.885,3	3.783,2	3.990,9	3.207,5

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	2T20	1T20	4T19	3T19	2T19
Receitas Financeiras	45,6	42,9	22,9	96,2	479,7
Despesas Financeiras	(140,2)	(137,3)	(210,9)	(135,7)	(223,7)
Despesas Financeiras Líquidas	(94,6)	(94,4)	(188,0)	(39,5)	256,0
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	53,9	60,4	93,0	93,6	122,1
Despesas Financeiras Ajustadas	(40,6)	(34,1)	(95,0)	54,1	378,1
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	13,8	11,6	32,3	(18,4)	(128,5)
Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos	(26,8)	(22,5)	(62,7)	35,7	249,5

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	2T20	1T20	4T19	3T19	2T19
EBITDA	143,7	332,6	499,1	501,2	379,9
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(53,9)	(60,4)	(93,0)	(93,6)	(122,1)
Depreciação	(172,3)	(174,8)	(122,3)	(163,9)	(96,8)
IR/CS correntes e diferidos	58,5	(32,6)	(20,8)	(62,7)	(152,4)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(13,8)	(11,6)	(32,3)	18,4	128,5
Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)	(37,7)	53,3	230,7	199,4	137,1
Capital Investido	6.249,9	5.885,3	3.783,2	3.990,9	3.207,5
ROIC Anualizado	-2%	4%	24%	20%	17%
Lucro Líquido	(64,5)	30,8	168,0	235,1	386,6
Patrimônio Líquido	7.443,8	7.528,1	7.564,9	3.193,6	3.110,9
ROE Anualizado	-3%	2%	9%	29%	50%

ANEXO VI
ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS² E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Abertura Vendas Totais	2T20	A.V.(%)	2T19	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	182,0	2,1%	256,8	4,5%	-29,1%
Lojas Convencionais	1.662,8	19,4%	3.106,1	54,0%	-46,5%
Subtotal - Lojas Físicas	1.844,8	21,5%	3.362,9	58,5%	-45,1%
E-commerce Tradicional (1P)	4.890,6	57,1%	1.801,3	31,3%	171,5%
Marketplace (3P)	1.831,1	21,4%	582,8	10,1%	214,2%
Subtotal - E-commerce Total	6.721,7	78,5%	2.384,1	41,5%	181,9%
Vendas Totais	8.566,5	100,0%	5.747,0	100,0%	49,1%

Abertura Vendas Totais	1S20	A.V.(%)	1S19	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	451,8	2,8%	499,1	4,4%	-9,5%
Lojas Convencionais	4.968,9	30,6%	6.214,3	54,2%	-20,0%
Subtotal - Lojas Físicas	5.420,8	33,4%	6.713,3	58,6%	-19,3%
E-commerce Tradicional (1P)	7.745,6	47,7%	3.736,4	32,6%	107,3%
Marketplace (3P)	3.062,6	18,9%	1.015,2	8,9%	201,7%
Subtotal - E-commerce Total	10.808,2	66,6%	4.751,6	41,4%	127,5%
Vendas Totais	16.229,0	100,0%	11.465,0	100,0%	41,6%

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

Número de Lojas por Canal - Final do Período	jun-20	Part(%)	jun-19	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	195	16,9%	176	17,8%	19
Lojas Convencionais	910	78,7%	810	82,1%	100
Quisques	51	4,4%		0,0%	51
Subtotal - Lojas Físicas	1.156	99,9%	986	99,9%	170
Ecommerce	1	0,1%	1	0,1%	-
Total	1.157	100,0%	987	100,0%	170
Área total de vendas (m²)	647.171	100%	585.341	100%	10,6%

² O valor de vendas processadas do marketplace (GMV) de 01 de abril a 30 de junho de 2020 no montante de R\$1.831,1 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 Magazine Luiza 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 jun/20, a base total de cartões da Luizacred foi de 5,0 milhões de cartões emitidos (+7,8% *versus* jun/19). As vendas dentro das lojas para clientes do Cartão Luiza, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, diminuíram 43,7% no 2T20, devido ao fechamento temporário das lojas físicas em função da pandemia do novo coronavírus no Brasil, e que reabriram de forma gradual durante o trimestre.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$10,6 bilhões ao final do 2T20, um aumento de 11,6% em relação ao 2T19. A carteira do Cartão Luiza cresceu 13,6% para R\$10,6 bilhões, enquanto a carteira de CDC foi de R\$50 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de foco no Cartão Luiza.

R\$ milhões	2T20	2T19	Var(%)	1S20	1S19	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	4.998	4.638	7,8%	4.998	4.638	7,8%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	880	1.562	-43,7%	2.424	2.993	-19,0%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	4.994	4.784	4,4%	10.462	9.045	15,7%
Subtotal - Cartão Luiza	5.873	6.347	-7,5%	12.886	12.038	7,0%
Faturamento CDC	0	31	-100,0%	3	76	-96,6%
Faturamento Empréstimo Pessoal	1	11	-90,1%	7	24	-70,7%
Faturamento Total Luizacred	5.874	6.389	-8,0%	12.895	12.138	6,2%
Carteira Cartão	10.586	9.321	13,6%	10.586	9.321	13,6%
Carteira CDC	50	194	-74,0%	50	194	-74,0%
Carteira Empréstimo Pessoal	9	26	-64,3%	9	26	-64,3%
Carteira de Crédito	10.646	9.542	11,6%	10.646	9.542	11,6%

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).

Magalu
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2020

Demonstração de Resultados em IFRS

R\$ milhões	2T20	AV	2T19	AV	Var(%)	1S20	AV	1S19	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	387,3	100,0%	408,7	100,0%	-5,2%	784,9	100,0%	774,4	100,0%	1,4%
Cartão	379,2	97,9%	375,3	91,8%	1,0%	762,8	97,2%	701,0	90,5%	8,8%
CDC	5,0	1,3%	25,2	6,2%	-80,3%	14,5	1,8%	56,8	7,3%	-74,5%
EP	3,1	0,8%	8,2	2,0%	-61,9%	7,6	1,0%	16,5	2,1%	-53,8%
Despesas da Intermediação Financeira	(312,9)	-80,8%	(394,1)	-96,4%	-20,6%	(668,9)	-85,2%	(726,8)	-93,9%	-8,0%
Operações de Captação no Mercado	(38,2)	-9,9%	(64,2)	-15,7%	-40,6%	(90,1)	-11,5%	(124,0)	-16,0%	-27,3%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(274,8)	-70,9%	(329,9)	-80,7%	-16,7%	(578,8)	-73,7%	(602,8)	-77,8%	-4,0%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	74,4	19,2%	14,6	3,6%	407,7%	116,0	14,8%	47,6	6,1%	143,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(32,5)	-8,4%	(27,6)	-6,7%	17,8%	(57,6)	-7,3%	(61,7)	-8,0%	-6,6%
Receitas de Prestação de Serviços	211,4	54,6%	206,6	50,5%	2,3%	441,5	56,3%	397,3	51,3%	11,1%
Despesas de Pessoal	(4,9)	-1,3%	(7,8)	-1,9%	-36,9%	(10,3)	-1,3%	(14,7)	-1,9%	-29,6%
Outras Despesas Administrativas	(190,4)	-49,2%	(174,7)	-42,7%	9,0%	(389,4)	-49,6%	(343,2)	-44,3%	13,5%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,8%	(3,0)	-0,7%	0,7%	(6,0)	-0,8%	(5,9)	-0,8%	1,1%
Despesas Tributárias	(34,5)	-8,9%	(34,0)	-8,3%	1,3%	(69,8)	-8,9%	(64,4)	-8,3%	8,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(11,0)	-2,8%	(14,7)	-3,6%	-25%	(23,6)	-3,0%	(30,8)	-4,0%	-23,4%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	41,9	10,8%	(12,9)	-3,2%	-424,2%	58,4	7,4%	(14,1)	-1,8%	-514,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(16,9)	-4,4%	5,0	1,2%	-440,7%	(23,8)	-3,0%	5,2	0,7%	-553,8%
Lucro Líquido	25,0	6,4%	(8,0)	-1,9%	-414,0%	34,6	4,4%	(8,8)	-1,1%	-490,7%

Demonstração de Resultados pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central

R\$ milhões	2T20	AV	2T19	AV	Var(%)	1S20	AV	1S19	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	387,3	100,0%	408,7	100,0%	-5,2%	784,9	100,0%	774,4	100,0%	1,4%
Cartão	379,2	97,9%	375,3	91,8%	1,0%	762,8	97,2%	701,0	90,5%	8,8%
CDC	5,0	1,3%	25,2	6,2%	-80,3%	14,5	1,8%	56,8	7,3%	-74,5%
EP	3,1	0,8%	8,2	2,0%	-61,9%	7,6	1,0%	16,5	2,1%	-53,8%
Despesas da Intermediação Financeira	(351,0)	-90,6%	(322,5)	-78,9%	8,8%	(677,9)	-86,4%	(594,3)	-76,7%	14,1%
Operações de Captação no Mercado	(38,2)	-9,9%	(64,2)	-15,7%	-40,6%	(90,1)	-11,5%	(124,0)	-16,0%	-27,3%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(312,9)	-80,8%	(258,3)	-63,2%	21,1%	(587,8)	-74,9%	(470,3)	-60,7%	25,0%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	36,3	9,4%	86,2	21,1%	-57,9%	107,0	13,6%	180,0	23,3%	-40,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(32,5)	-8,4%	(27,6)	-6,7%	17,8%	(57,6)	-7,3%	(61,7)	-8,0%	-6,6%
Receitas de Prestação de Serviços	211,4	54,6%	206,6	50,5%	2,3%	441,5	56,3%	397,3	51,3%	11,1%
Despesas de Pessoal	(4,9)	-1,3%	(7,8)	-1,9%	-36,9%	(10,3)	-1,3%	(14,7)	-1,9%	-29,6%
Outras Despesas Administrativas	(190,4)	-49,2%	(174,7)	-42,7%	9,0%	(389,4)	-49,6%	(343,2)	-44,3%	13,5%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,8%	(3,0)	-0,7%	0,7%	(6,0)	-0,8%	(5,9)	-0,8%	1,1%
Despesas Tributárias	(34,5)	-8,9%	(34,0)	-8,3%	1,3%	(69,8)	-8,9%	(64,4)	-8,3%	8,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(11,0)	-2,8%	(14,7)	-3,6%	-25%	(23,6)	-3,0%	(30,8)	-4,0%	-23,4%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	3,8	1,0%	58,7	14,4%	-93,5%	49,4	6,3%	118,3	15,3%	-58,3%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(1,7)	-0,4%	(23,7)	-5,8%	-92,9%	(20,2)	-2,6%	(47,7)	-6,2%	-57,6%
Lucro Líquido	2,1	0,5%	35,0	8,6%	-93,9%	29,1	3,7%	70,6	9,1%	-58,7%

Comparativo: Resultado em IFRS x Banco Central

R\$ milhões	2T20	AV	2T19	AV	Var(%)	1S20	AV	1S19	AV	Var(%)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(38,1)	-9,8%	71,6	17,5%	-	(9,0)	-1,1%	132,4	17,1%	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	15,2	3,9%	(28,6)	-7,0%	-	3,6	0,5%	(53,0)	-6,8%	-
Lucro Líquido	(22,8)	-5,9%	43,0	10,5%	-	(5,4)	-0,7%	79,5	10,3%	-

Receitas da Intermediação Financeira

No 2T20, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$387,3 milhões, 5,2% menor que no 2T19, influenciadas, principalmente, pela queda do faturamento do Cartão Luiza dentro do Magalu, em função do fechamento temporário das lojas físicas, e também do menor crescimento do faturamento fora do Magalu, devido ao volume reduzido dos gastos dos clientes durante o período em função do isolamento social.

Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 2,7% da carteira total em jun/20, melhorando 0,5 p.p. em relação a jun/19 e 0,6 p.p. comparado a mar/20, em função de uma política de crédito conservadora e enormes esforços de cobrança realizados pelas lojas e centrais de cobrança.

Já a carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 9,7% em jun/20, um aumento de 1,2 p.p. em relação a jun/19, em função, principalmente, do fechamento temporário das lojas físicas.

Durante o 2T20, com a reabertura gradual das lojas, o recebimento das faturas evoluiu substancialmente ao longo dos meses, atingindo níveis acima do observado pré-pandemia e minimizando o impacto nos indicadores de inadimplência e nas provisões, com destaque para a melhoria na carteira vencida de curto prazo.

A despesa de PDD líquida de recuperação representou 2,6% da carteira total no 2T20, uma redução em relação ao patamar de 3,5% no 2T19. O índice de cobertura da carteira foi de 161% em jun/20 comparado a 168% em jun/19.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	jun/20		mar/20		dez/19		set/19		jun/19	
000 a 014 dias	9.318	87,5%	10.229	88,6%	10.322	89,4%	9.151	88,5%	8.428	88,3%
015 a 030 dias	48	0,4%	112	1,0%	67	0,6%	65	0,6%	70	0,7%
031 a 060 dias	62	0,6%	115	1,0%	81	0,7%	88	0,9%	91	1,0%
061 a 090 dias	183	1,7%	151	1,3%	128	1,1%	122	1,2%	141	1,5%
091 a 120 dias	182	1,7%	122	1,1%	123	1,1%	133	1,3%	124	1,3%
121 a 150 dias	151	1,4%	117	1,0%	116	1,0%	118	1,1%	140	1,5%
151 a 180 dias	129	1,2%	113	1,0%	110	1,0%	122	1,2%	107	1,1%
180 a 360 dias	573	5,4%	592	5,1%	602	5,2%	536	5,2%	440	4,6%
Carteira de Crédito (R\$ milhões)	10.646	100,0%	11.551	100,0%	11.549	100,0%	10.336	100,0%	9.542	100,0%
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	160		147		133		126		120	
Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)	10.806		11.697		11.682		10.462		9.661	
Atraso de 15 a 90 Dias	292	2,7%	378	3,3%	275	2,4%	275	2,7%	302	3,2%
Atraso Maior 90 Dias	1.036	9,7%	944	8,2%	951	8,2%	910	8,8%	811	8,5%
Atraso Total	1.328	12,5%	1.322	11,4%	1.227	10,6%	1.185	11,5%	1.113	11,7%
PDD sobre Carteira de Crédito	1.361		1.362		1.335		1.260		1.097	
PDD sobre Limite Disponível	302		293		280		279		265	
PDD Total em IFRS 9	1.662		1.655		1.614		1.539		1.363	
Índice de Cobertura da Carteira	131%		144%		140%		138%		135%	
Índice de Cobertura Total	161%		175%		170%		169%		168%	

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 2T20 foi de 19,2%, representando um aumento de 15,6 p.p. em relação ao 2T19, influenciada, principalmente, pela redução da carteira vencida no curto prazo e, conseqüentemente, menor volume de provisões em IFRS.

Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$32,5 milhões no 2T20, um aumento de 17,8% em relação ao 2T19, devido, principalmente, a desaceleração crescimento da receita de prestação de serviços em função dos impactos da pandemia do novo coronavírus.

O índice de eficiência operacional da Luizacred se manteve em 40% no 2T20, mesmo com a redução de receita provocada pela pandemia.

Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 2T20, o resultado operacional totalizou R\$41,9 milhões, representando 10,8% da receita da intermediação financeira, um aumento de 14,0 p.p. em relação ao 2T19. No 2T20, a Luizacred apresentou um lucro de R\$25,0 milhões, com ROE de 16,3%.

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\$2,1 milhões no 2T20.

Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$921,2 milhões em jun/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\$625,5 milhões.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS
Videoconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)

18 de agosto de 2020 (terça-feira)

11h00 – Horário de Brasília

10h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Acesso Videoconferência

HD Web Phone:

Acesso HD Magalu

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

Kenny Damazio

Coordenadora RI

Lucas Ozório

Analista RI

Tel.: +55 11 3504-2727

ri@magazineluiza.com.br

Sobre o Magazine Luiza

Magazine Luiza, ou Magalu, é uma empresa de tecnologia e logística voltada para o varejo. A partir de um varejista tradicional do interior de São Paulo com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia transformou-se em uma empresa de tecnologia, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes. O Magalu possui uma forte presença geográfica, com dezessete centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.150 lojas distribuídas em 18 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 1.300 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 a maior parte 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.