



magazineluiza

Magazine Luiza

movimento
#abraçenovo

Janeiro 2016

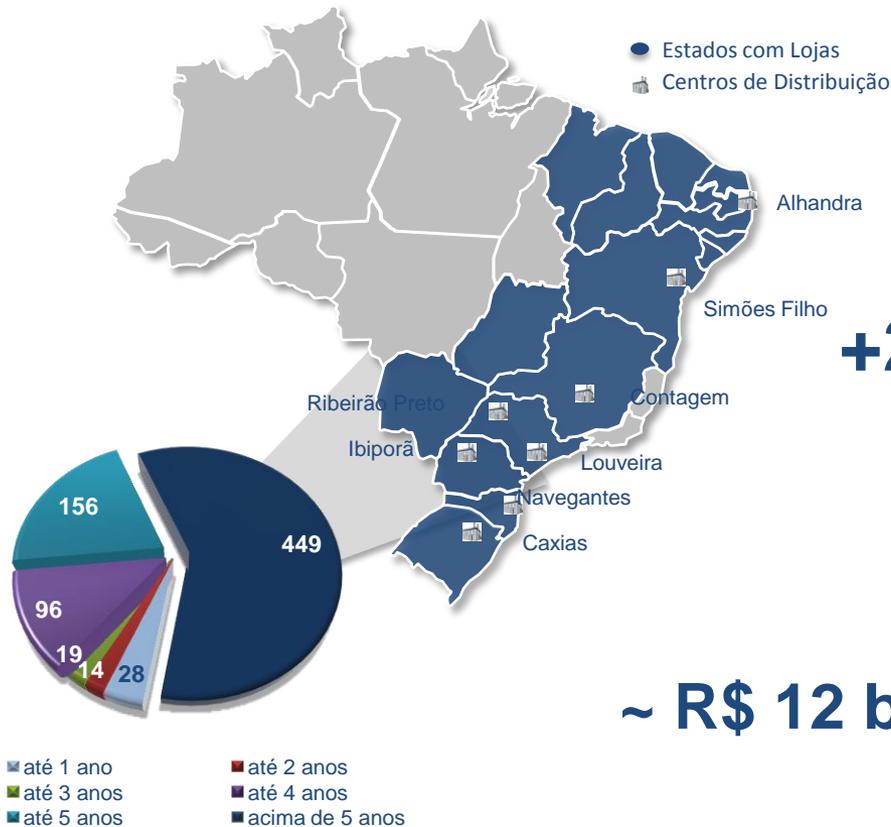
Magazine Luiza

Visão Geral

Abrace o Novo

Desempenho Financeiro

Quem somos?



786 lojas

+20 mil funcionários

44 MM de clientes

~ R\$ 12 bilhões receita bruta

Foco na **classe C**

Valorização das **pessoas e inovação**



Estrutura Societária

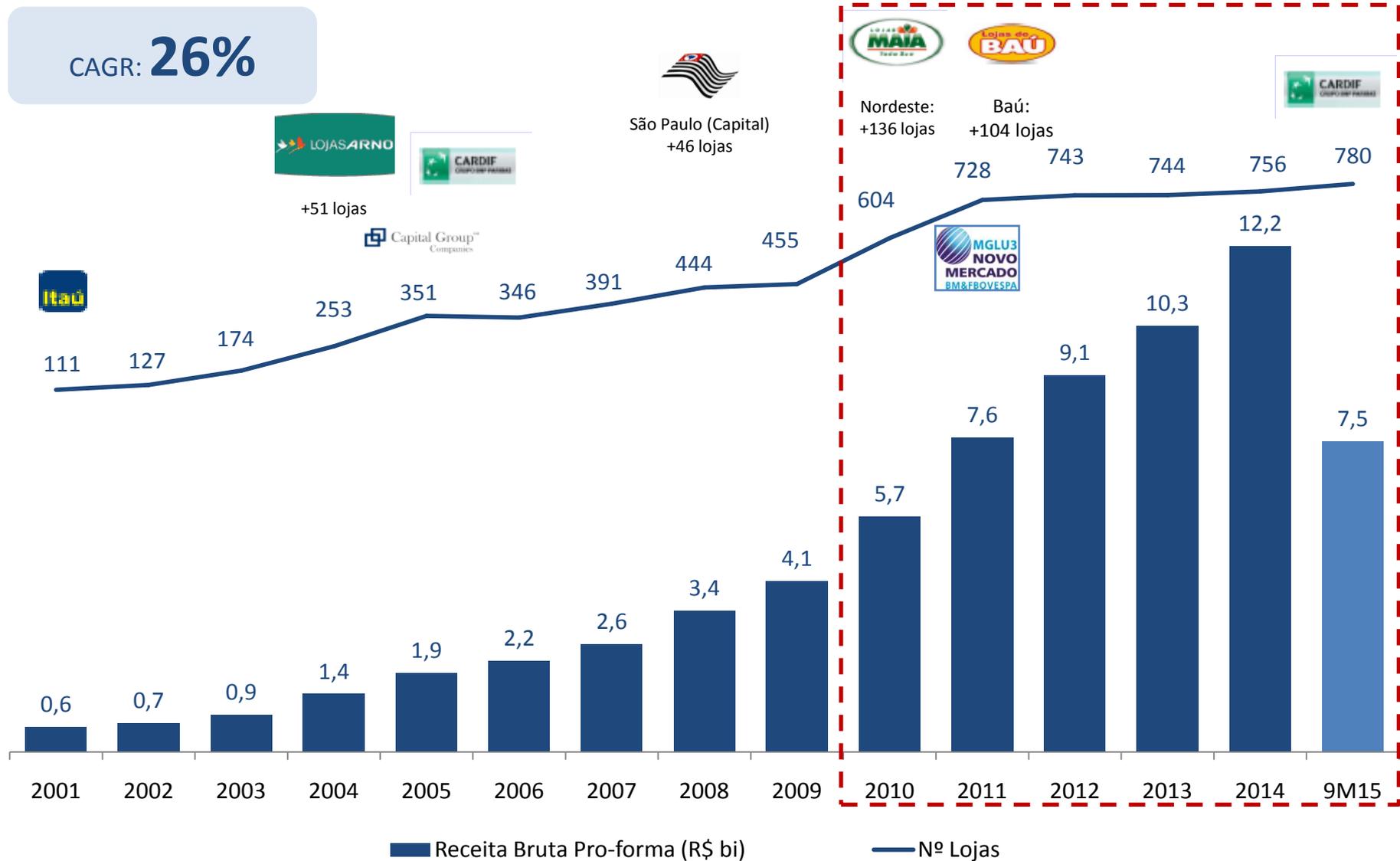


(1) Joint-Venture com Itaú Unibanco

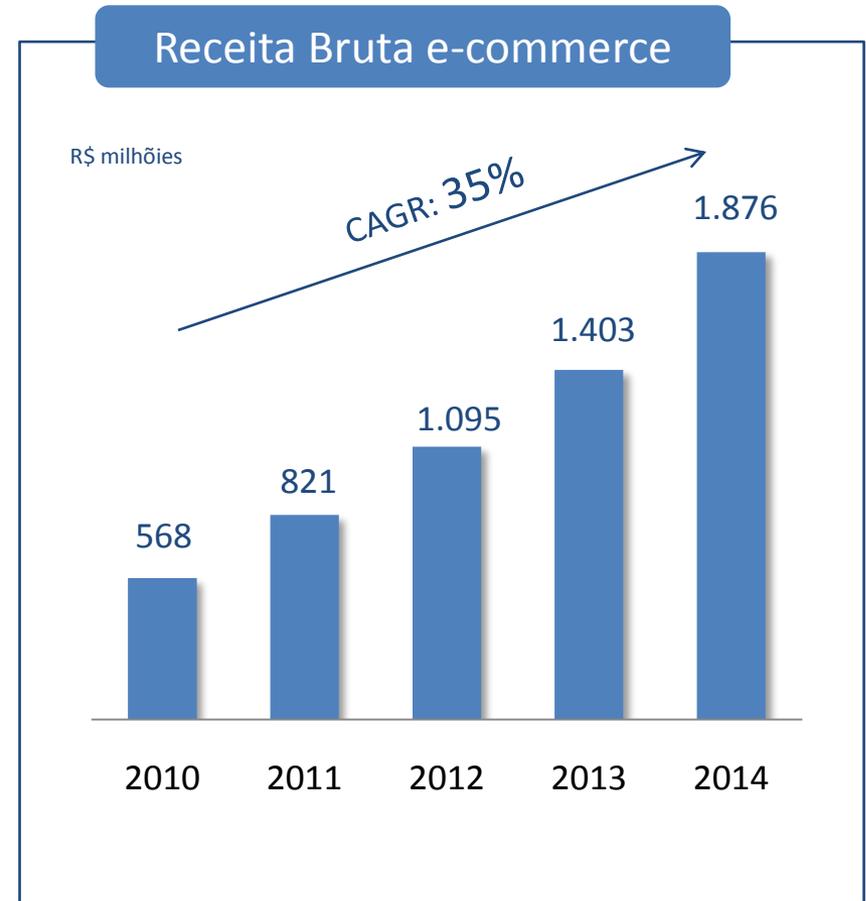
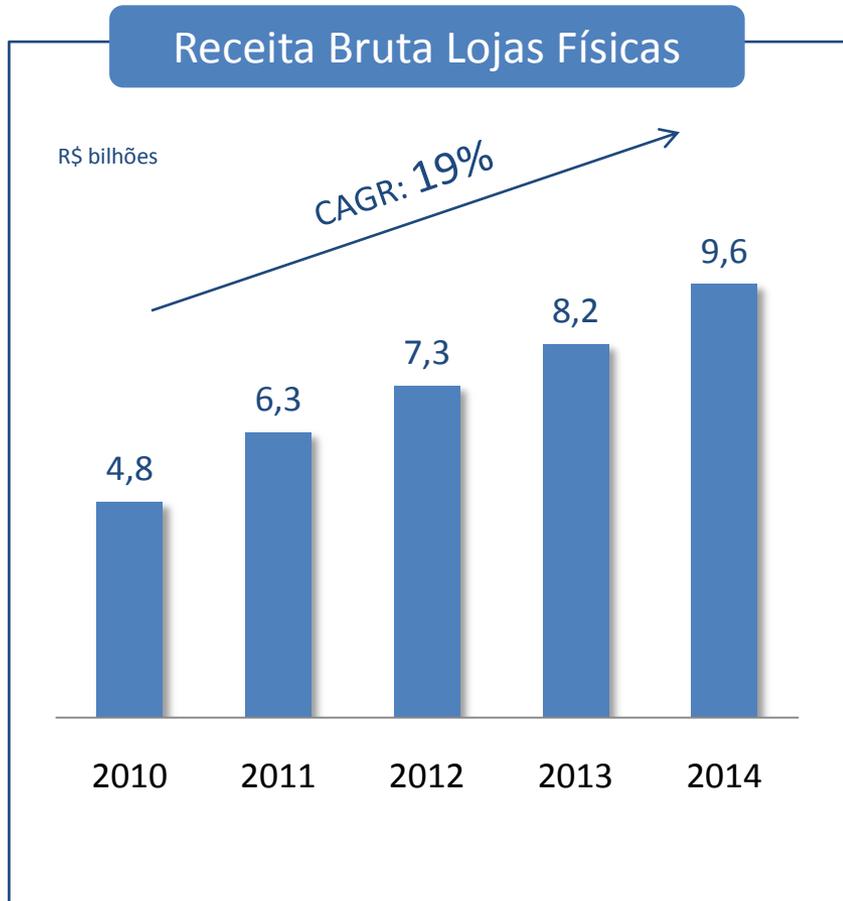
(2) Joint-Venture com Cardif

Crescimento

CAGR: **26%**



Forte crescimento *online* e *offline*



Magazine Luiza

Visão Geral

Abrace o Novo

Desempenho Financeiro

Transformação Digital no Brasil

Nós temos uma grande e jovem população...



200 milhões de pessoas



50% com menos de 30 anos



50% estão conectadas

...e uma das mídias sociais mais ativas do mundo...



100 milhões



100 milhões

Transformação Digital no Brasil

...um sistema bancário bem desenvolvido...



86 milhões com cartão de crédito ativo



4 bancos entre os top 20 downloads

...presente em um mercado novo , com grande potencial

Mercado de U\$18 bilhões



CAGR 2010 – 2014:

25%



=



+



+



Mas temos desafios...



Problemas de infraestrutura



Alta e complexa estrutura de impostos:
35% do PIB

COFINS / CPMF / PIS / ISS / IPI / IR / ICMS



Custo de Capital de Giro | Vendas sem
Juros | Selic > 14%

Operação Multicanal

Plataforma única de operação



Servindo múltiplos canais



Lojas convencionais



Lojas virtuais



E-commerce



Televendas



Mobile

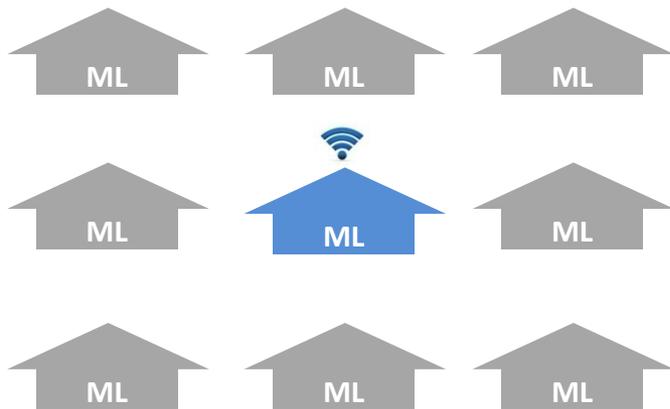


magazine você

Movimento #abraceonovo

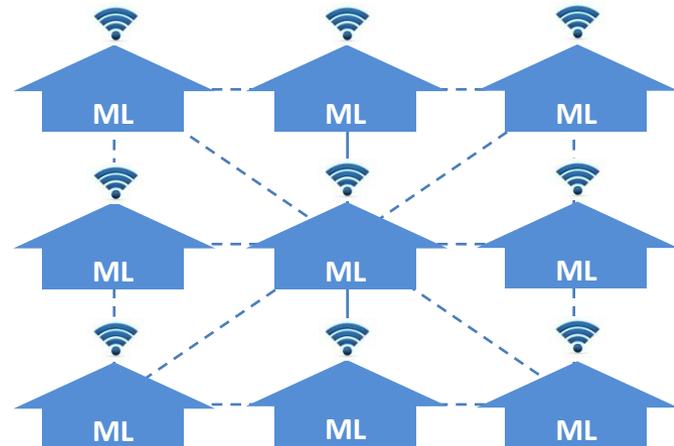
De:

Empresa Tradicional com
uma área digital



Para:

Empresa Digital com
pontos físicos e calor humano



Transformação Digital no Magazine Luiza

Pilares:

- 1  Inclusão digital
- 2  Digitalização das lojas físicas
- 3  Multicanalidade
- 4  Transformar o site em uma plataforma digital
- 5  Cultura digital



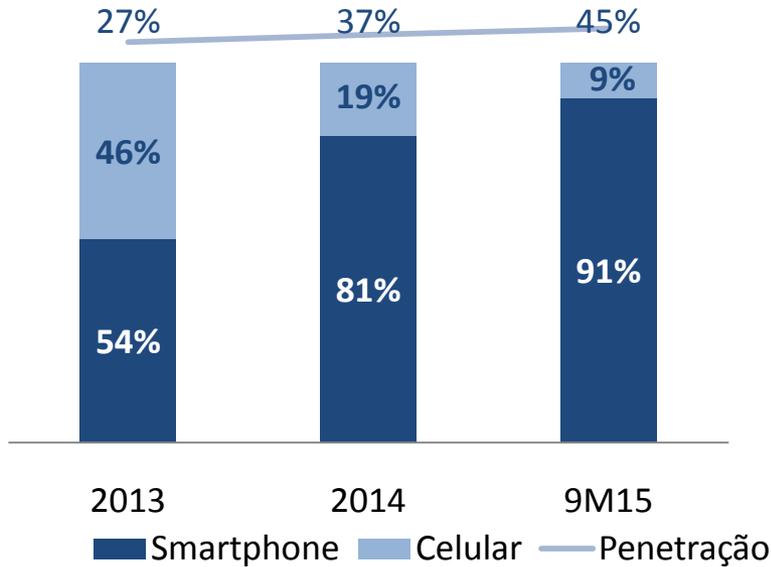
movimento
#abraceonovo

1

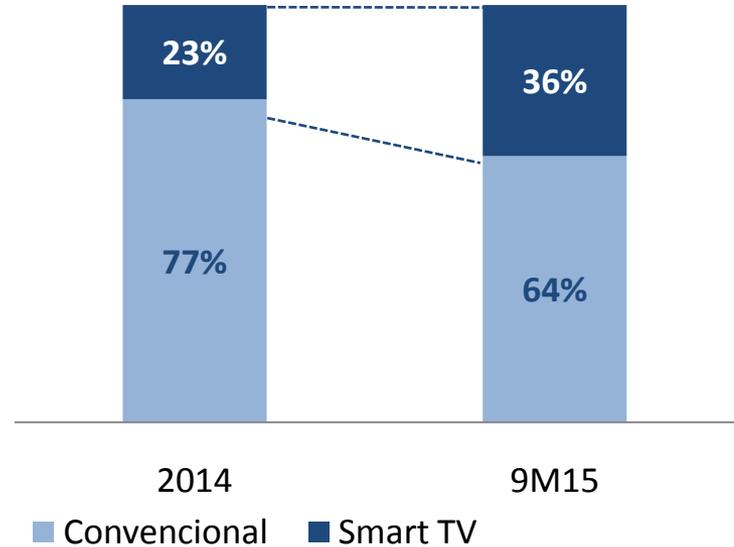


Inclusão digital

Celular x Smartphone



TVs



Fonte: Ibope para penetração, GFK para mercado

Mobitech alavancando venda na categoria tecnologia



1



Inclusão digital

Lu como âncora

lu explica Aqui eu vou te dar as melhores dicas para você fazer a compra certa. Vem com a Lu, vem!

Conteúdos por categoria ▾

busque por termos, ex.: hdmí, bluetooth...

Vem me conhecer! Clique.

Blog da lu Aqui eu trago novidades e tudo o que vejo de mais legal sobre tendências e tecnologia. Olha só.

lu ajuda 24 horas
Teu suas dúvidas com os especialistas em tecnologia

YouTube Enviar

Inicio
Meu canal
Em alta
Inscrições
Histórico
Assistir mais tarde

lu explica Como comprar e usar tecnologia.

Magazine Luiza



Digitalização das lojas

Mobile Vendas



- 180 lojas implantadas em 2015
- Importante redução no tempo de venda
- Aumento da produtividade
- 100% das lojas implantados até 2016
- Wi-Fi já disponível em 200 lojas

Mídia social para ativar lojas físicas



- 780 lojas com fan pages
- Tamboreen: fácil gestão
- Gerentes criam suas próprias páginas

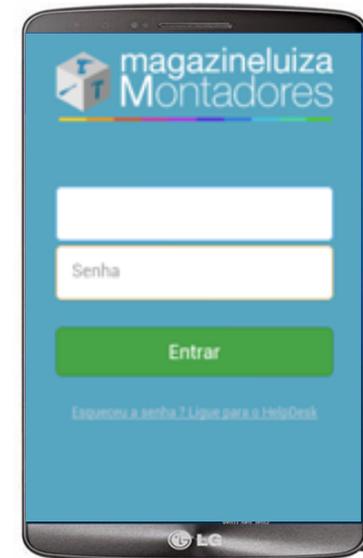
CRM 2.0



- 1 milhão de e-mails personalizados
- Ofertas customizadas
- Histórico de navegação no site disponível nas lojas



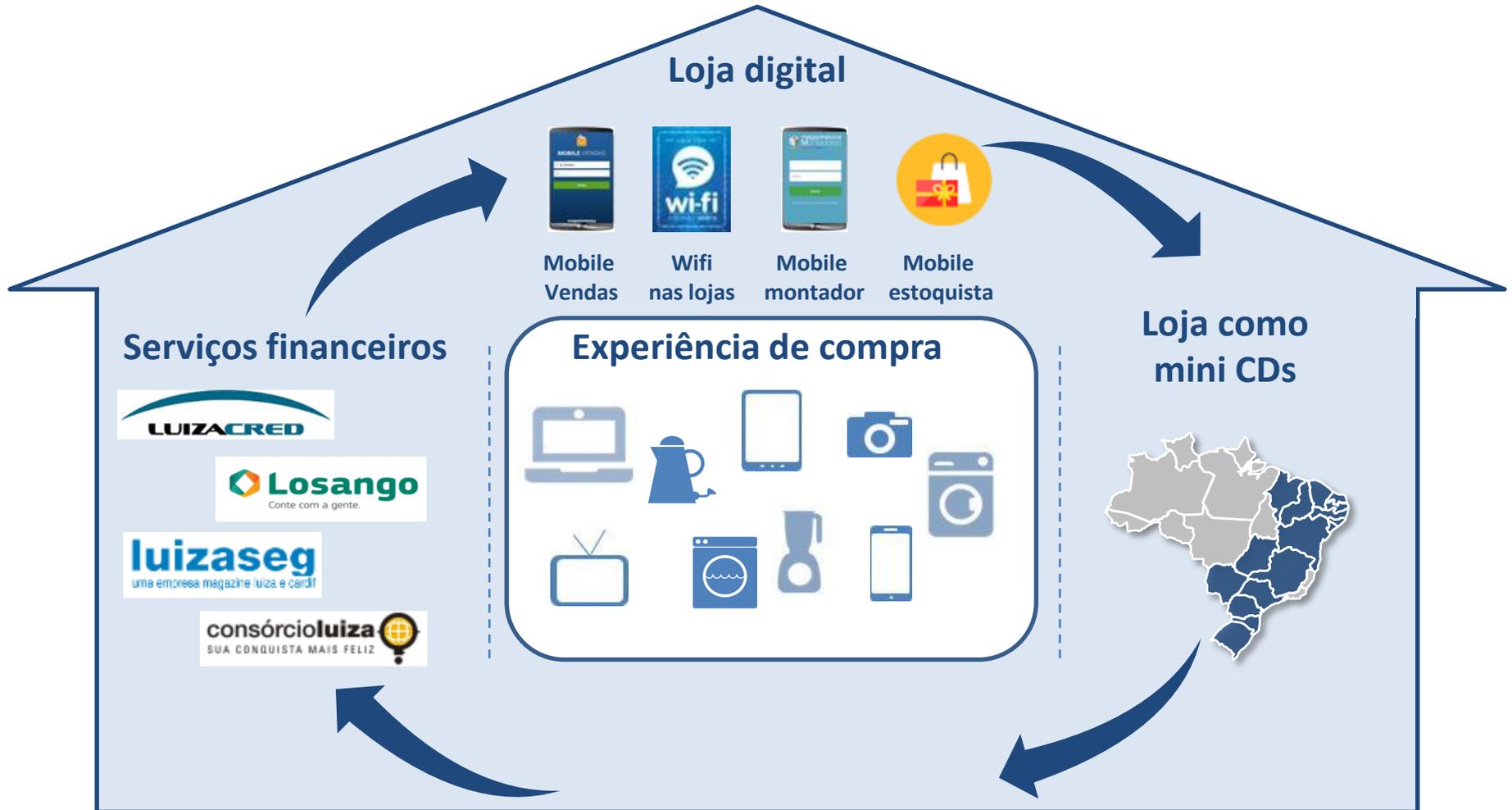
Mobile Montador



- Disponível na capital de SP desde Set/15
- Aumento de 50% na produtividade
- 100% das lojas implantadas até 2016



Multicanalidade



3 Novas opções da multicanalidade

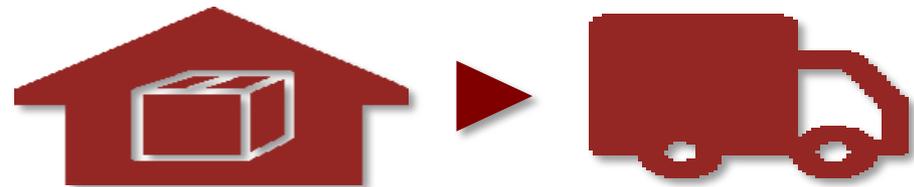
Todos os produtos do site / market place disponíveis para as lojas



Compra no site e
Retira na loja



Compra no site e
Entrega com estoque das
lojas





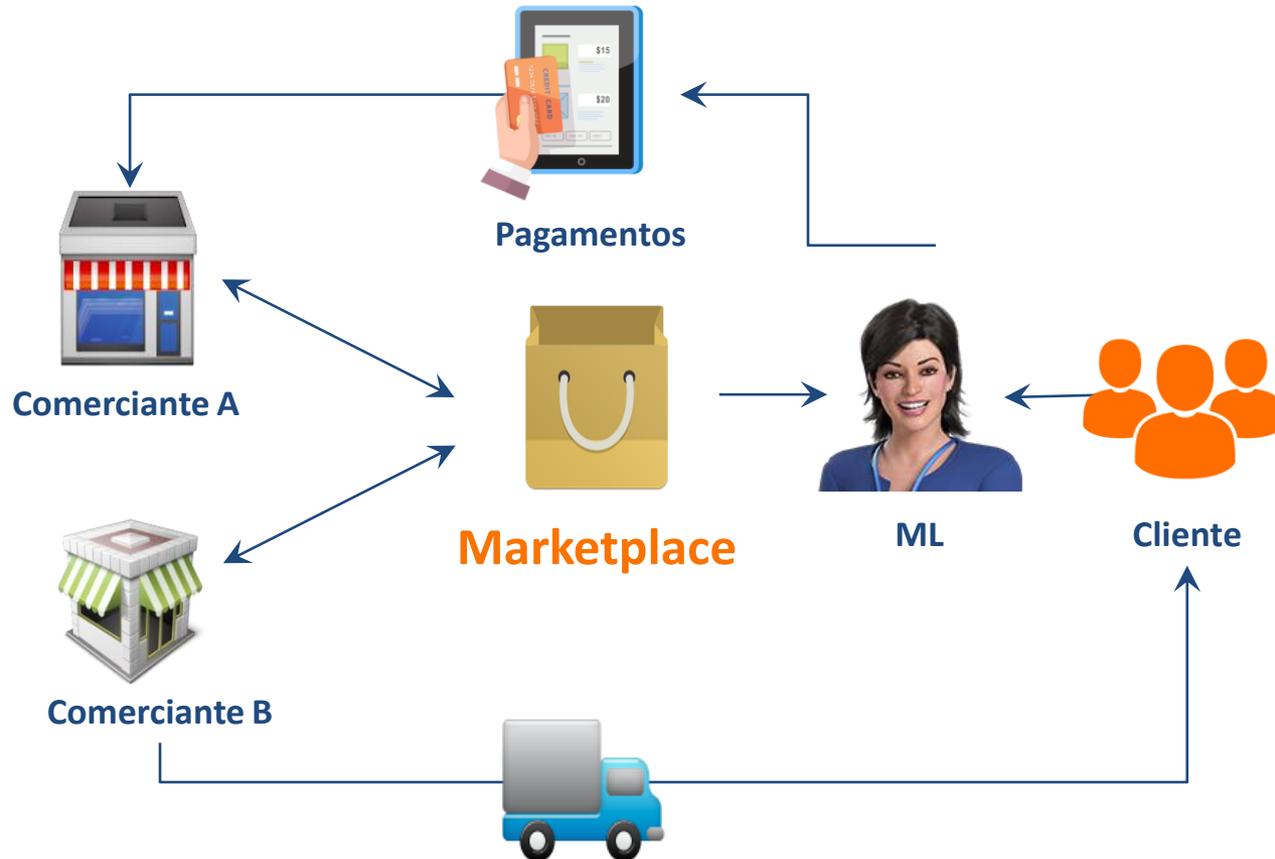
Novo App



- Facilidades:
 - ✓ Lista de Favoritos
 - ✓ Comprar com apenas 1 toque
 - ✓ Fotografar ou cadastrar o número do cartão de crédito
 - ✓ Localizar lojas mais próximas e produtos disponíveis nessas lojas
- App totalmente personalizado
- Frete grátis (promoção)



Market Place



- Plataforma amigável
- Comissão flexível
- Amplitude de sortimento
- Gestão de margem

5

Cultura Digital

O Luizalabs é um laboratório de Tecnologia e Inovação com o objetivo de criar produtos e serviços com foco no varejo, oferecendo aos clientes mais benefícios e uma melhor experiência de compra.



Projetos



Magazine Luiza

Visão Geral

Abrace o Novo

Desempenho Financeiro

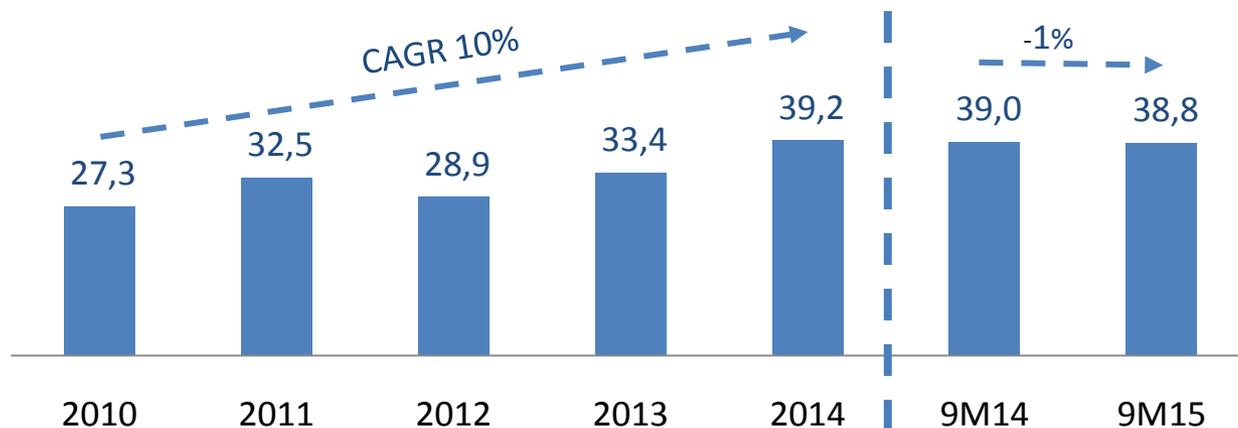
Losango



- Este acordo permite a oferta do crédito direto ao consumidor (CDC) nas lojas do Magazine Luiza pela Losango
- A primeira oferta de CDC aos clientes do Magazine Luiza deve ser feita necessariamente pela Luizacred
- A Losango poderá aprovar, sob a sua responsabilidade, o CDC dos clientes não aprovados pela Luizacred
- As vendas pela Losango têm representado, diariamente, entre 3% e 6% das vendas das lojas físicas

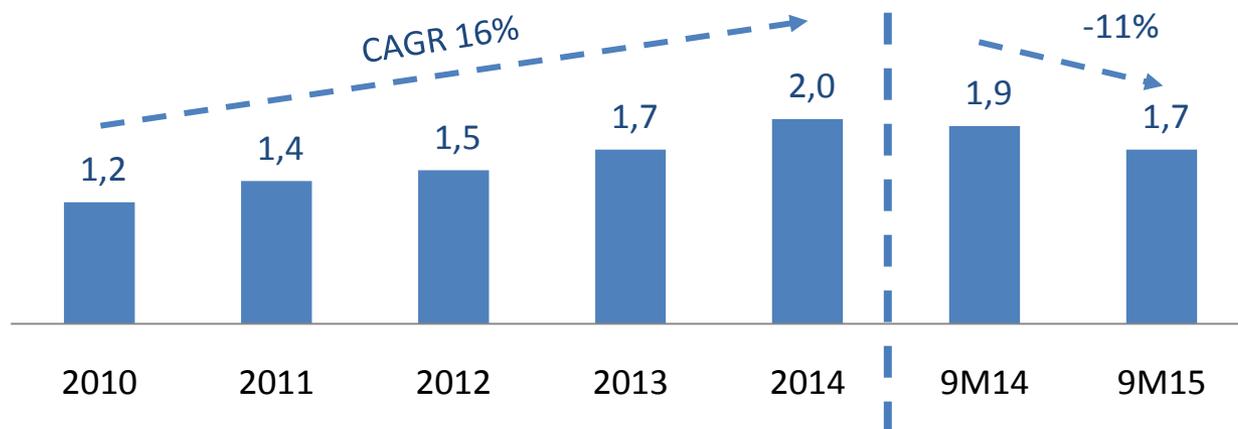
Indicadores de produtividade

Receita por funcionário (R\$ mil / mês)



- Nos últimos anos, a produtividade por funcionário tem crescido bem acima da inflação. Porém em 2015 a produtividade ficou basicamente estável, a despeito da queda de vendas.

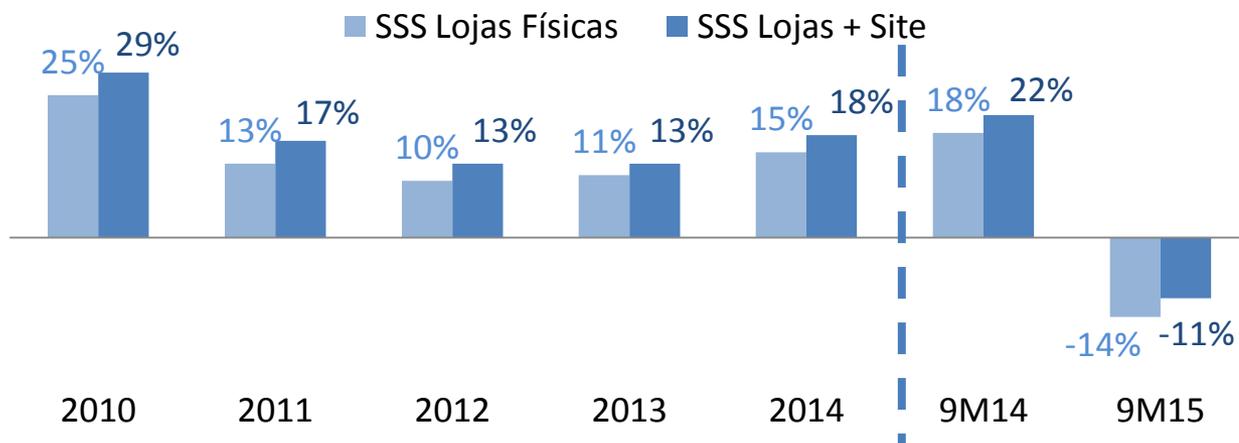
Receita por m² (R\$ mil / mês)



- Nos últimos anos, a receita por m² tem crescido em dois dígitos médios. Porém, em 2015 apresentamos uma redução neste indicador por conta do menor desempenho de vendas.

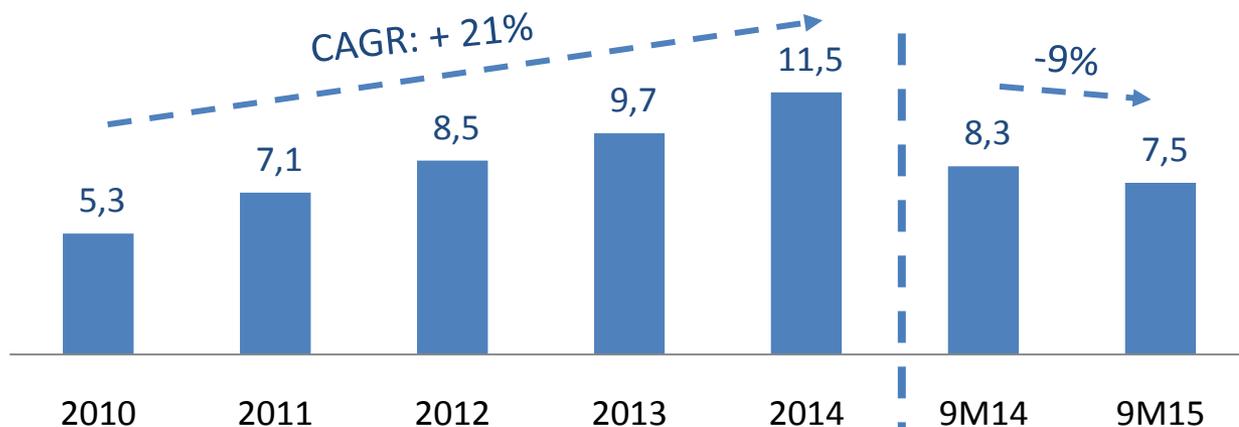
Vendas: importante alavanca de resultados

Desempenho de Vendas Mesmas Lojas



- Forte base de comparação: tanto no e-commerce (SSS de +39,7%,) quanto nas lojas físicas (SSS de +18,4%)
- Bom desempenho do e-commerce no 3T15
- Efeito CDC no 3T15 impactou o SSS em cerca de 4,8%.

Evolução da Receita Bruta (R\$ Bi)



- Receita bruta de R\$ 10,8 bilhões nos últimos 12 meses com taxa de CAGR de 21%.
- Evolução da receita de serviços para 4,9% da receita bruta do varejo nos 9M15 contra uma participação de 4,5% nos 9M14

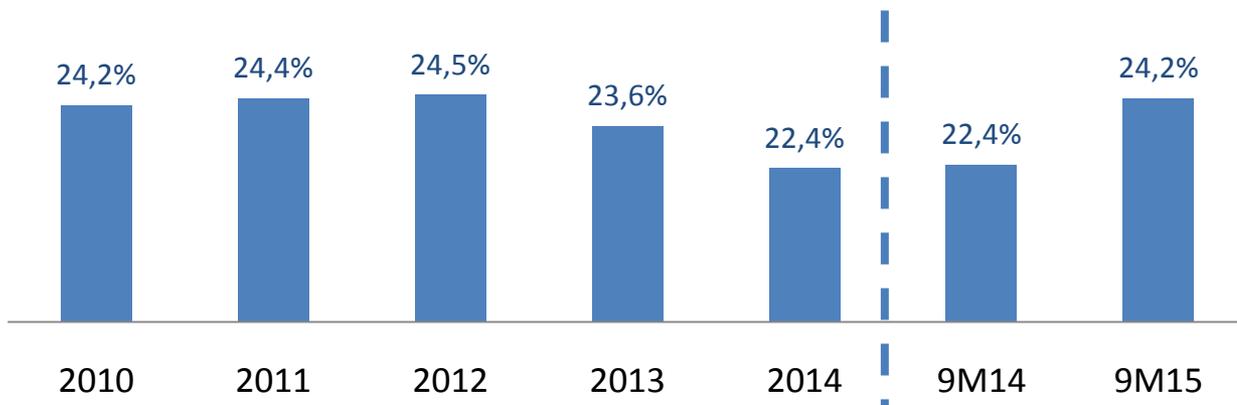
Evolução de margens e controle de despesas

Evolução da Margem Bruta



- Margem bruta aumentou 1,2 p.p. nos 9M15 para 28,8%, em função de:
 - (i) reflexo de melhor mix de vendas, (ii) cobrança de frete e montagem, (iii) aumento da participação de serviços e (iv) melhor negociação com fornecedores

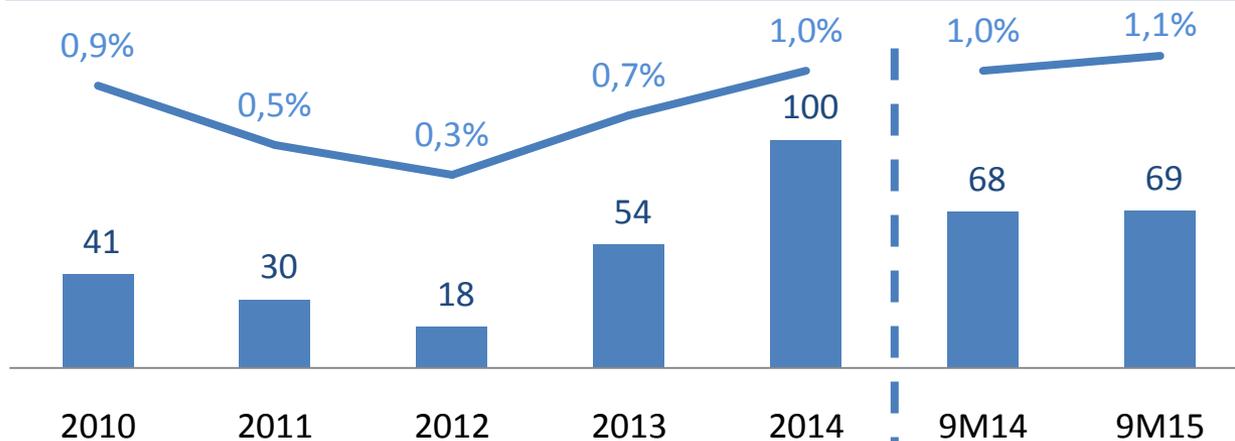
Despesas de vendas, gerais e administrativas (% das vendas líquidas)



- Aumento de 1,8%, devido menor volume de vendas em 9M15.
- Nos 9M15 aumento nas despesas reflete menor diluição de despesas.

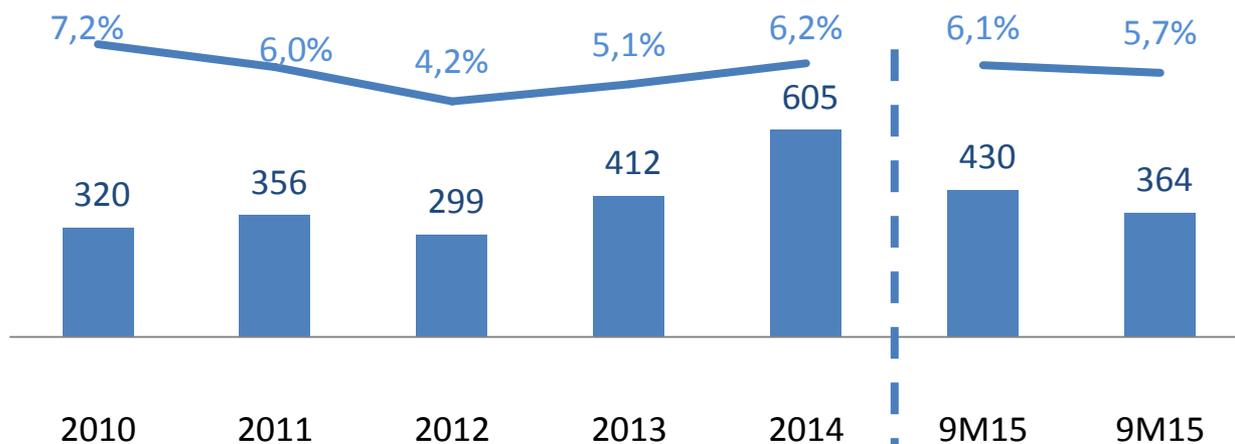
Equivalência patrimonial e EBITDA

Equivalência Patrimonial (R\$ MM)



- Luizacred: Lucro de R\$34,5 milhões com ROE de 24,9%
- Luizaseg: Lucro de R\$7,7 milhões com ROE de 33,4%
- Política de crédito bastante conservadora

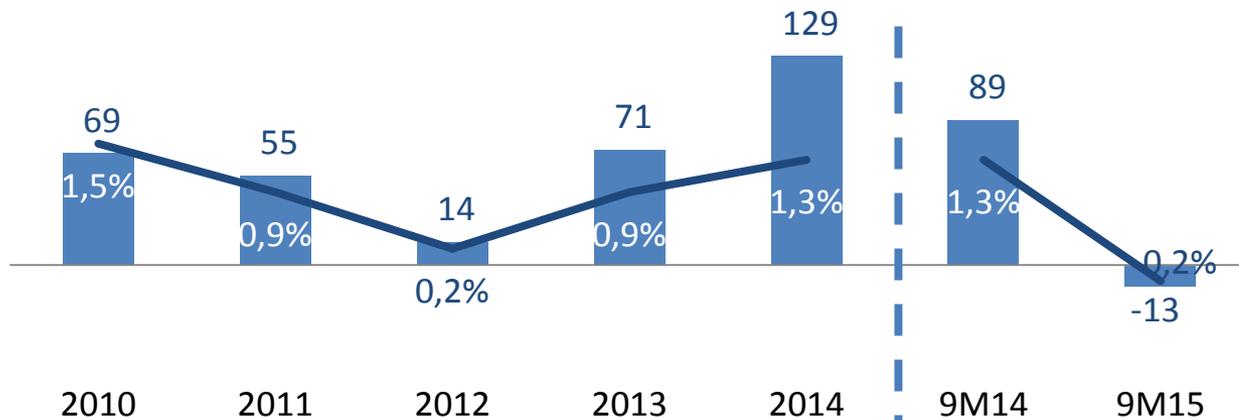
Evolução do EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustado (R\$ MM)



- Redução da margem EBITDA em 0,4 p.p. versus 9M14 para 5,7% nos 9M15
- Fatores que contribuíram:
 - Menor desempenho de vendas
 - Menor diluição das despesas

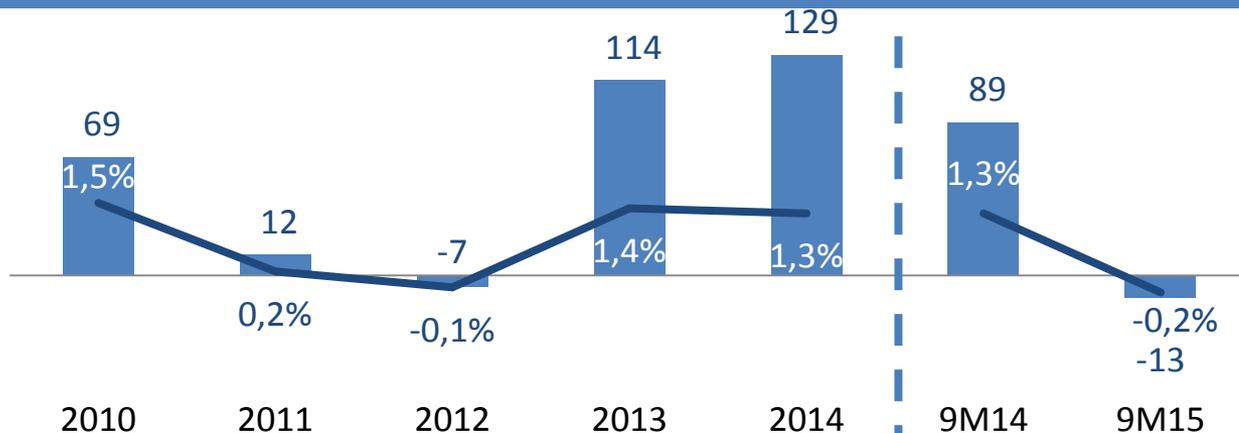
Evolução do lucro líquido e margem líquida

Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



- Rentabilidade impactada pelo aumento das despesas financeiras em função da maior taxa de juros no período e desempenho de vendas

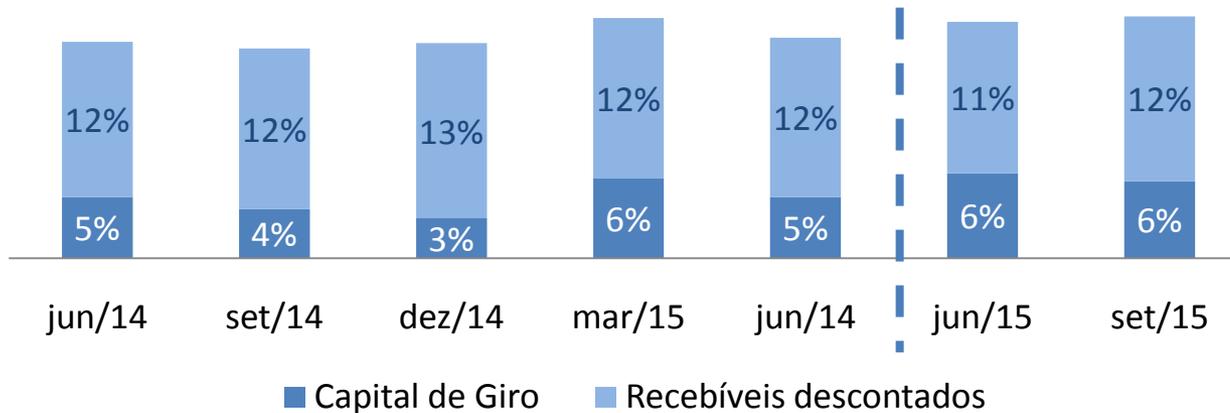
Lucro Líquido (R\$ MM)



- Prejuízo Líquido de R\$13,3 milhões, com margem líquida de -0,2%

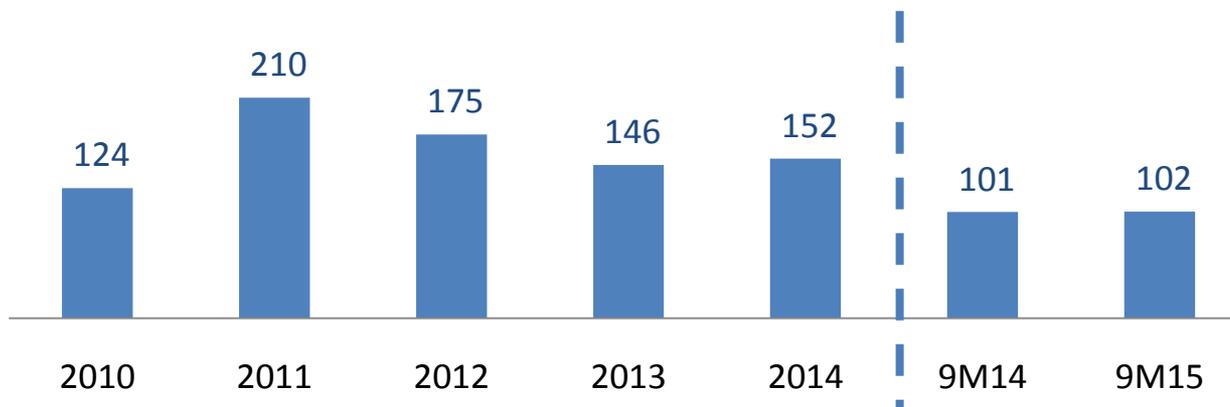
Capital de Giro e Investimentos

Capital de Giro (% da Receita Bruta)



- Melhoria de R\$127,0 milhões no 3T15 em função de redução dos estoques e aumento do prazo de compras

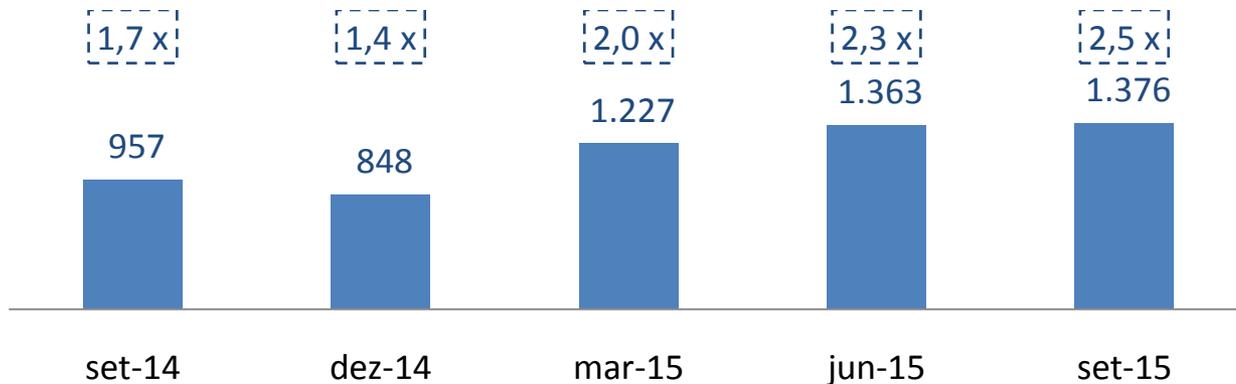
Investimentos (R\$ MM)



- Aproximadamente R\$700 milhões investidos nos últimos 4 anos
- Abertura de 18 novas lojas no 3T15 e 24 lojas nos 9M15
- Aproximadamente 25% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação

Dívida Líquida e Resultado Financeiro

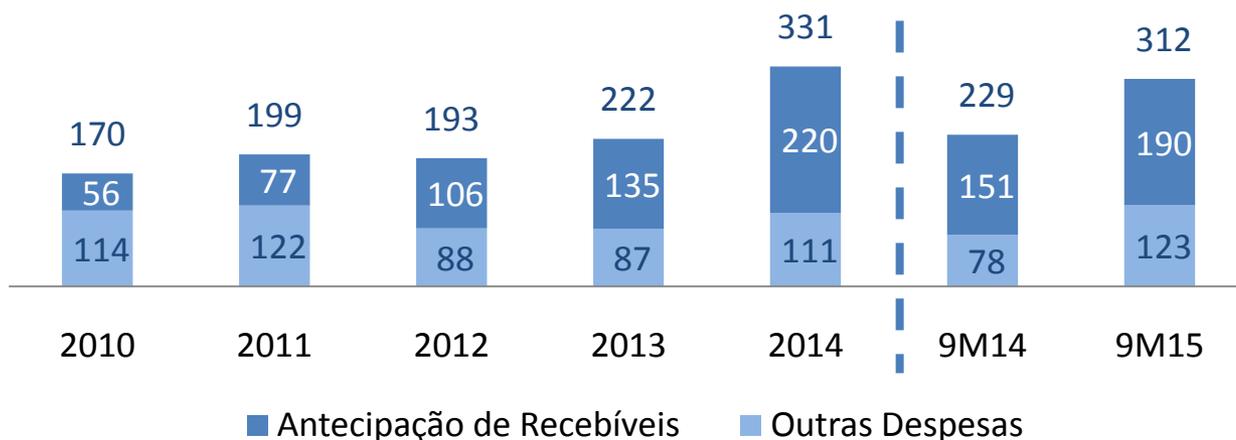
Dívida Líquida (R\$ MM)



- Dívida líquida estável em relação a jun-15 favorecido pelo fluxo de caixa das atividades operacionais no valor de R\$93,5 milhões.
- Alavancagem de 2,5x deve reverter para abaixo de 2x até final do ano

☐ Dívida Líquida / EBITDA

Resultado Financeiro (R\$ MM)



- Aumentou para R\$117,5 milhões no 3T15 em função de maior CDI e pelos juros de antecipação

Destques Luizacred

NPL (% da carteira)



- Índice de cobertura basicamente estável no patamar de 118% em set/15
- Manutenção do conservadorismo nas políticas de concessão de crédito e acompanhamento da carteira

Lucro Líquido (R\$ MM)



- O lucro líquido da Luizacred reduziu 7,2% nos 9M15 versus 9M14 para R\$115,3 milhões

ROE



- Luizacred: ROE de 25%

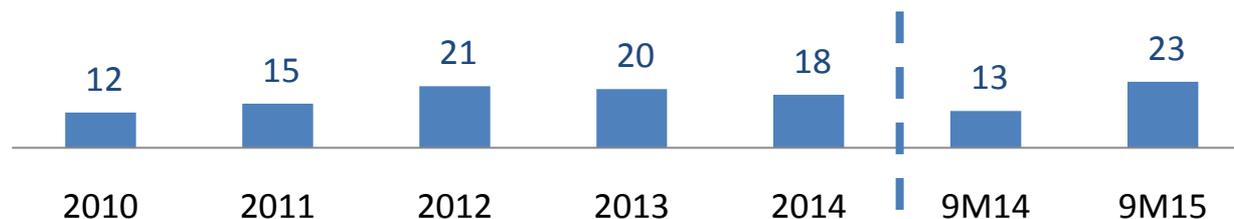
Destques Luizaseg

Caixa e Aplicações (R\$ MM)



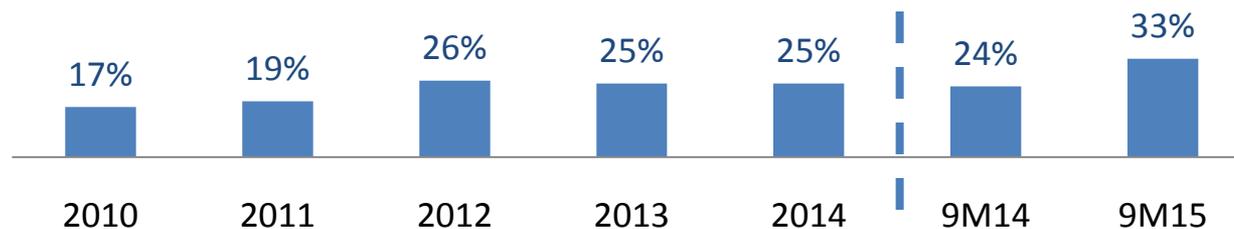
- Geração de caixa em torno de R\$ 20 MM nos últimos 12 meses

Lucro Líquido (R\$ MM)



- Lucro de R\$7,7 milhões no 3T15.

ROE



- Luizaseg: ROE de 33%

Expectativas para 2016

- Fortalecer a estratégia multicanal e a transformação digital
- Continuar ganhando participação de mercado
- Consolidar as lojas do Nordeste
- Manter a competitividade comercial e a visibilidade na mídia
- Racionalizar as despesas operacionais
- Foco em rentabilizar a operação
- Melhorar a administração do capital de giro



<http://www.facebook.com/magazineluiza>



<http://www.twitter.com/magazineluiza>



<http://plus.google.com/+Magazineluiza>



Magazine Luiza



@magazineluiza

Roberto Bellissimo - CFO

Daniela Bretthauer – IRO

ri@magazineluiza.com.br

(55 11) 3504-2727