



---

magazineluiza

---

# Magazine Luiza

movimento  
**#abraceonovo**

Abril 2016

# Magazine Luiza

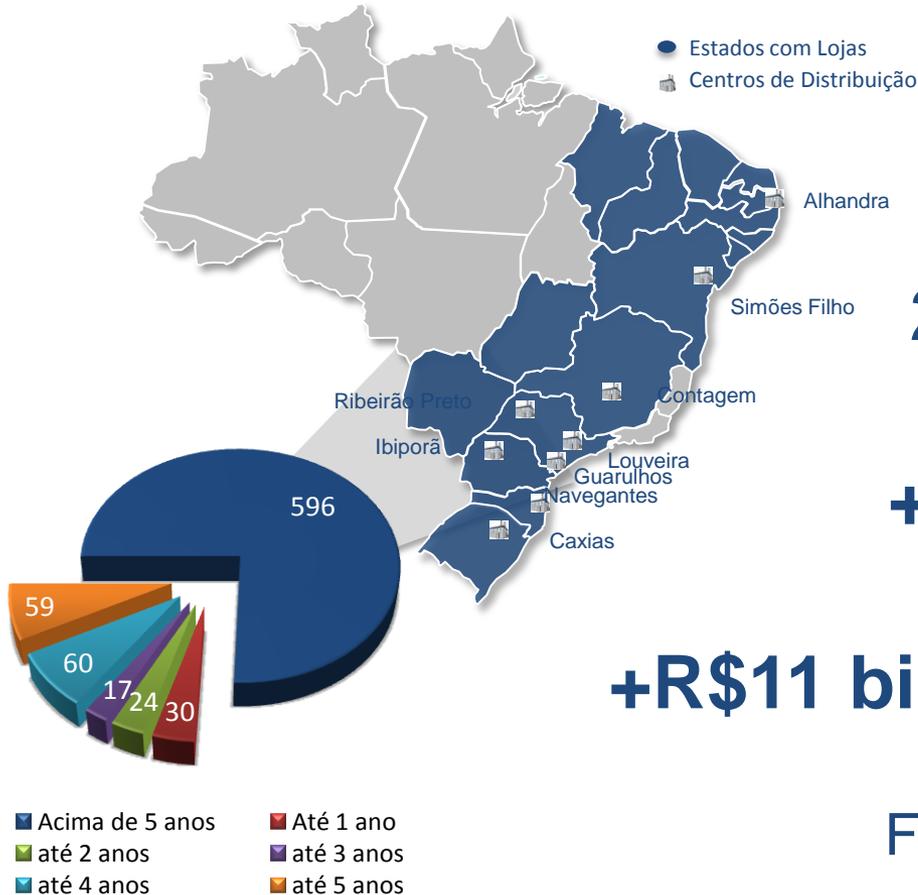
---

**Visão Geral**

Abrace o Novo

Desempenho Financeiro

# Quem somos?



**786** lojas

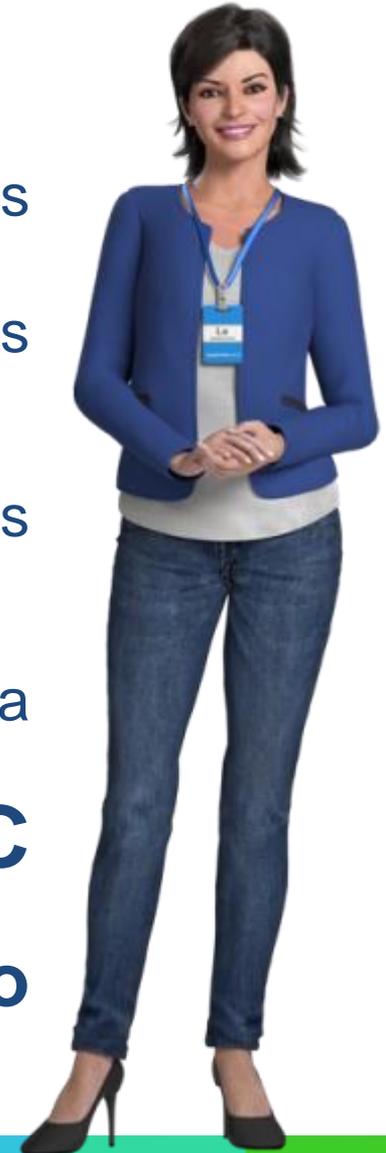
**20 mil** funcionários

**+45 MM** de clientes

**+R\$11 bilhões** receita bruta

Foco na **classe C**

Valorização das **pessoas e inovação**



# Estrutura Societária

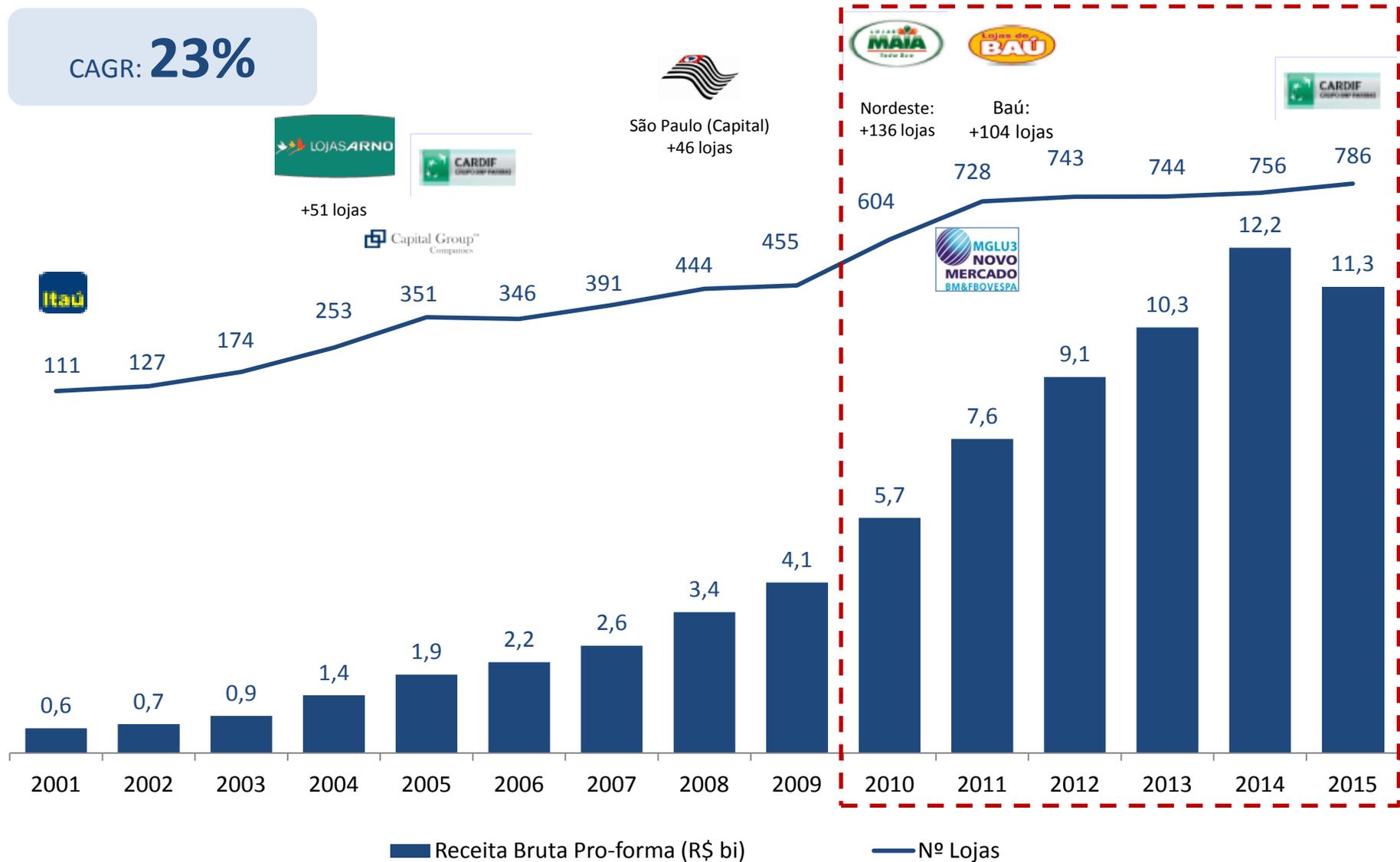


(1) Joint-Venture com Itaú Unibanco

(2) Joint-Venture com Cardif

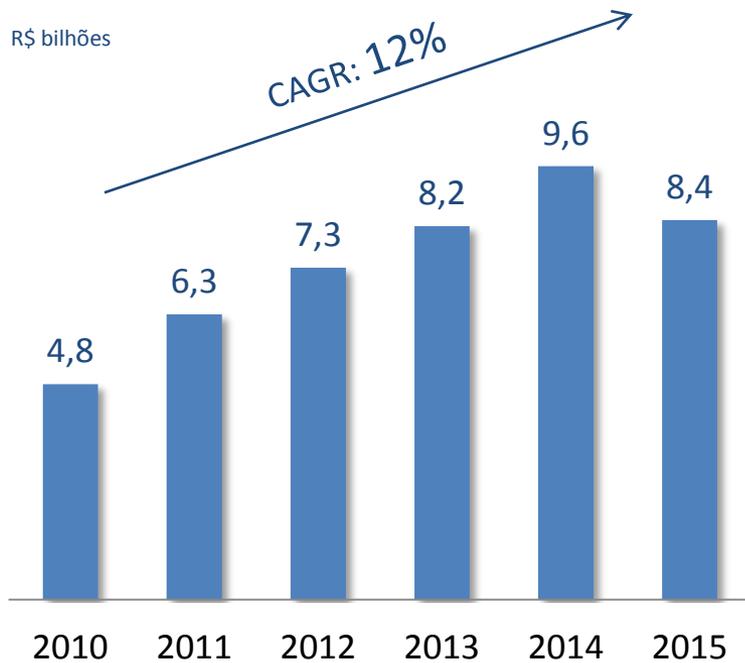
# Crescimento

CAGR: **23%**

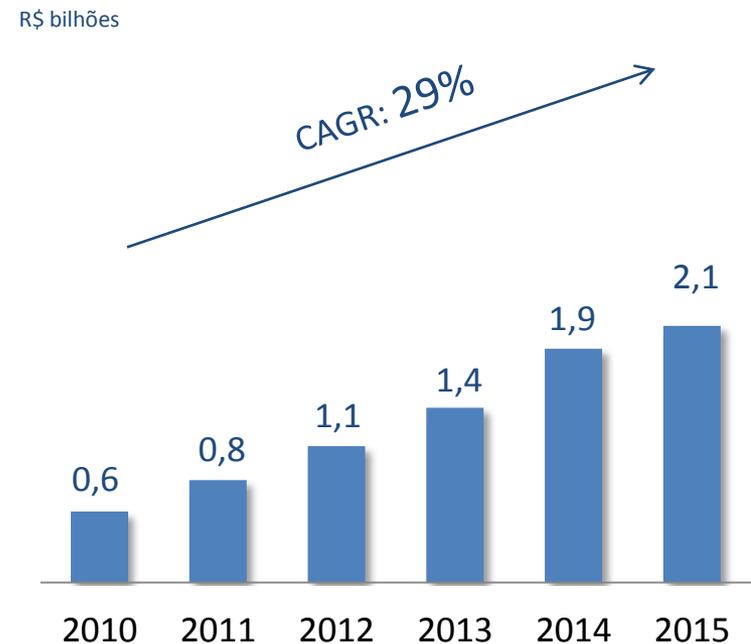


# Forte crescimento *online* e *offline*

## Receita Bruta Lojas Físicas



## Receita Bruta e-commerce



# Magazine Luiza

---

Visão Geral

**Transformação Digital**

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

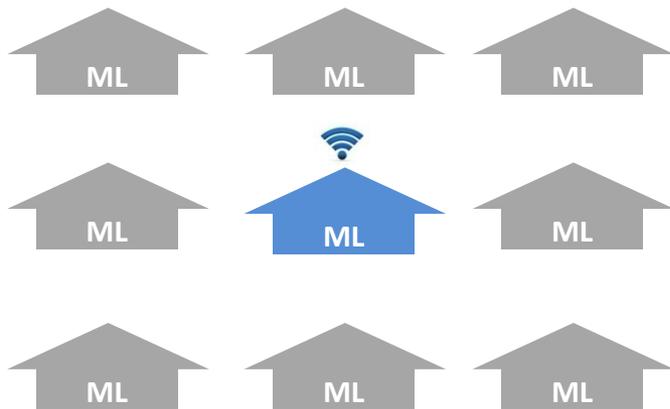


magazine você

# Movimento #abraçeonovo

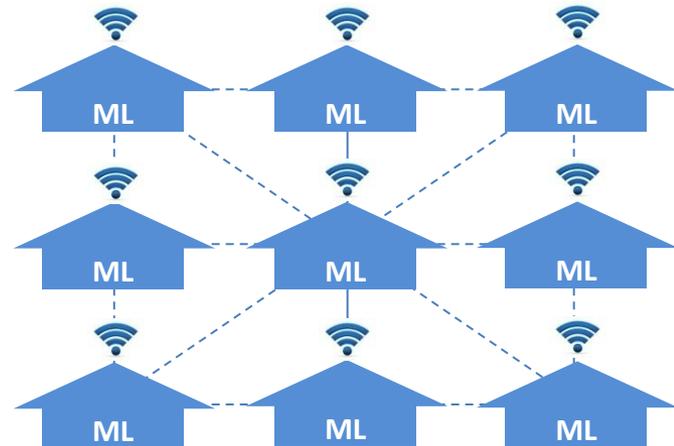
**De:**

Empresa Tradicional com  
uma área digital



**Para:**

Empresa Digital com  
pontos físicos e calor humano



# Transformação Digital no Magazine Luiza

## Pilares:

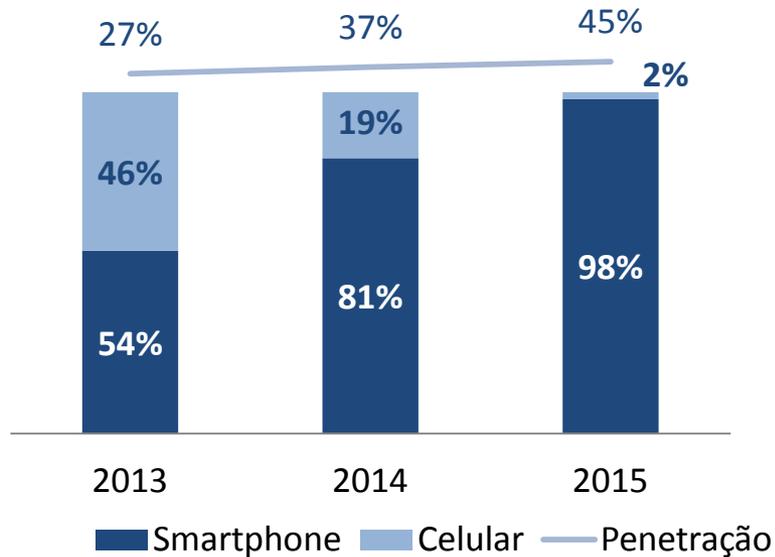
- 1  Inclusão digital
- 2  Digitalização das lojas físicas
- 3  Multicanalidade
- 4  Transformar o site em uma plataforma digital
- 5  Cultura digital





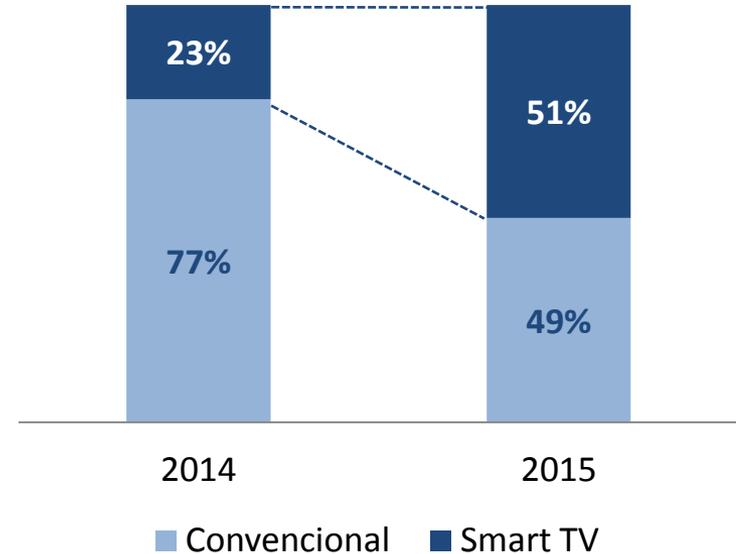
# Inclusão digital

## Celular x Smartphone



Fonte: Ibope para penetração, GFK para mercado

## TVs



## 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

- Início
- Meu canal
- Em alta
- Inscrições
- Histórico
- Assistir mais tarde

**lu explica** Como comprar e usar tecnologia.

Magazine Luiza

# 2

# 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

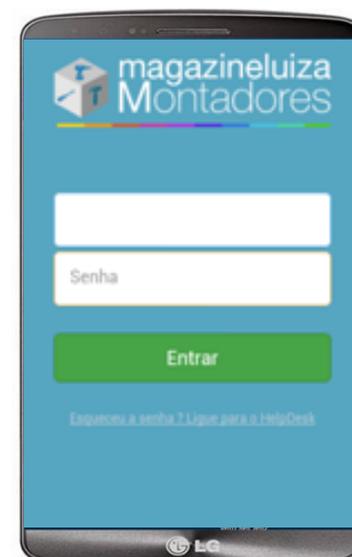
## CRM 2.0



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



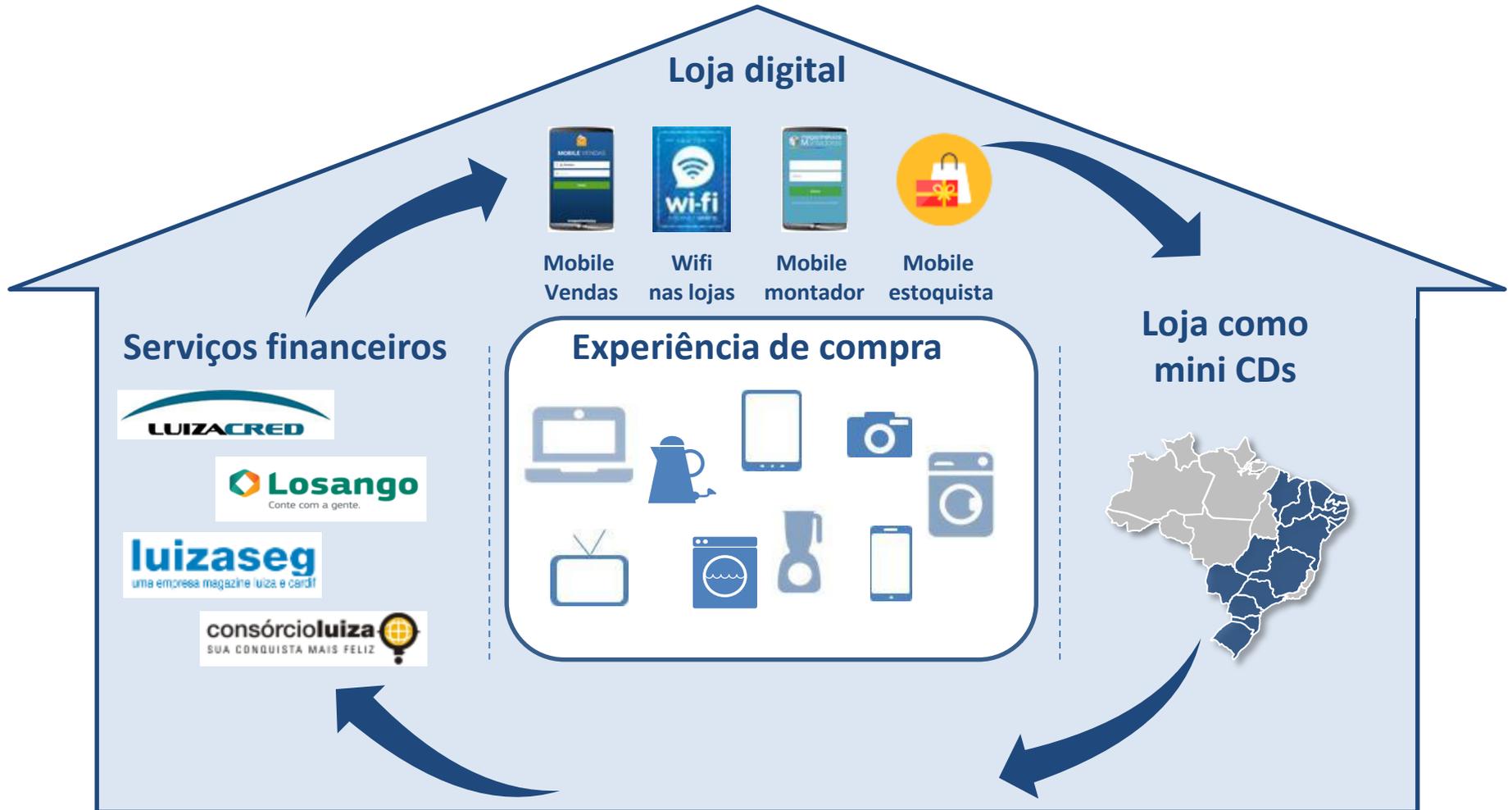
## Mobile Montador



- 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

---

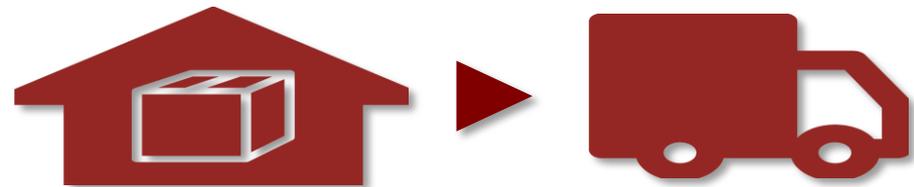
Todos os produtos do site / market place disponíveis para as lojas



Compra no site e  
Retira na loja



Compra no site e  
Entrega com estoque das  
lojas





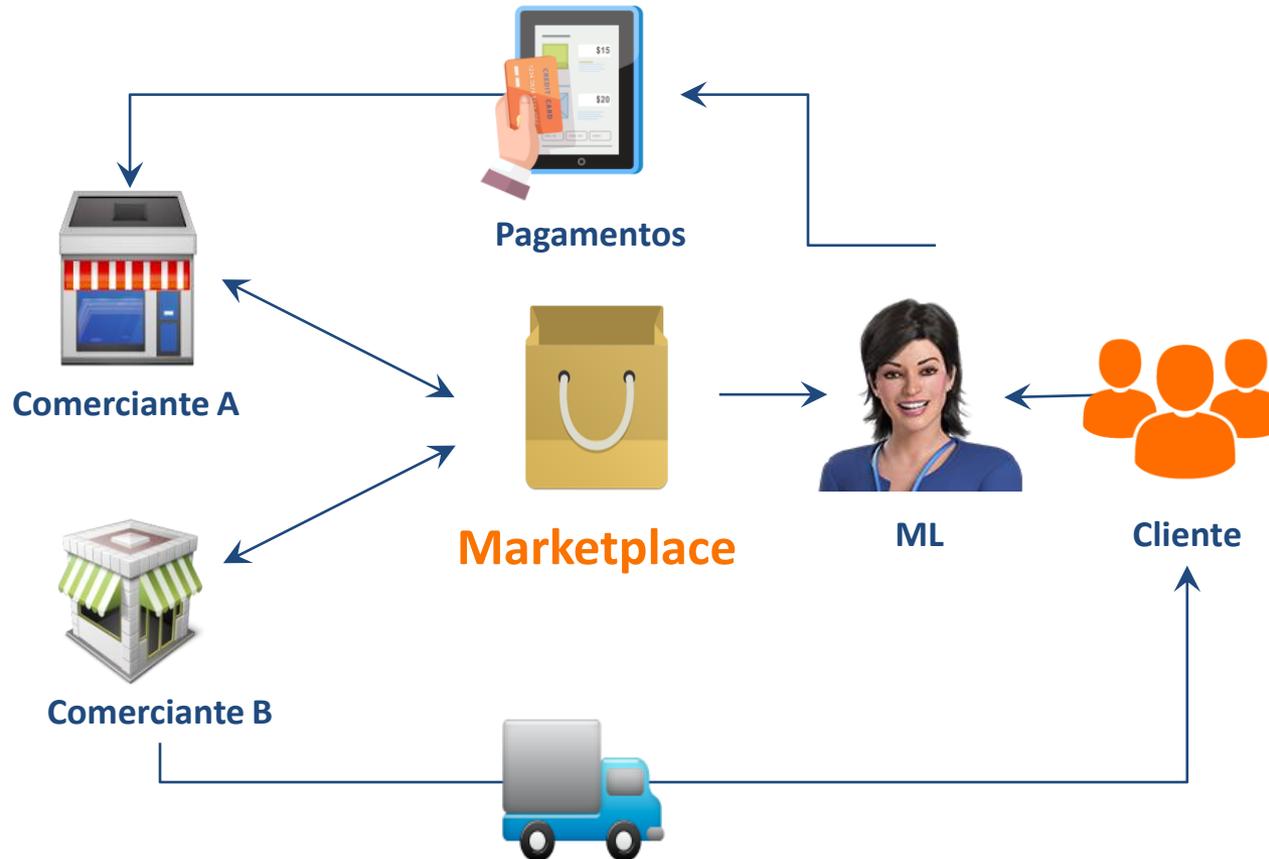
# Novo App



- 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

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



**Mobile Vendas**



clube de  
**ofertas da Lu**



meu salão  
virtual



# Magazine Luiza

---

Visão Geral

Abrace o Novo

**Desempenho Financeiro**

# Losango

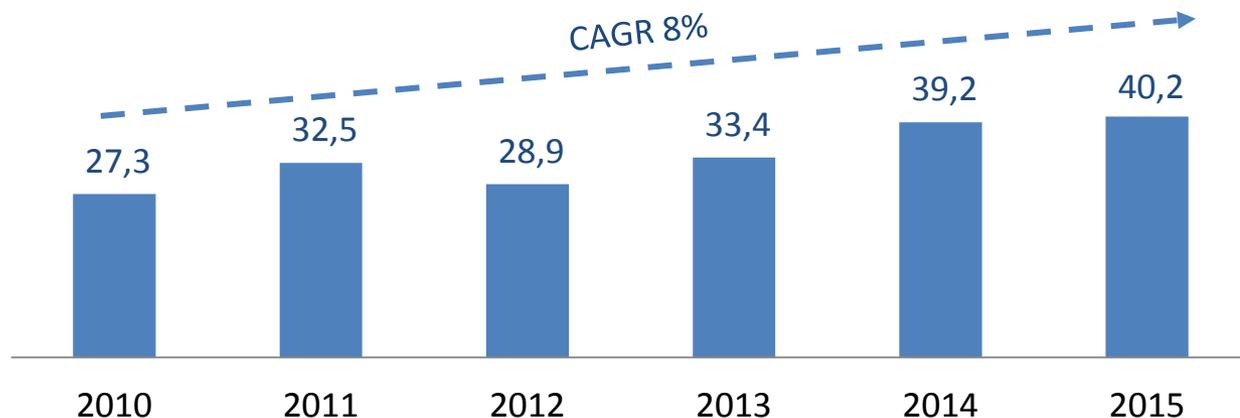
---



- 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

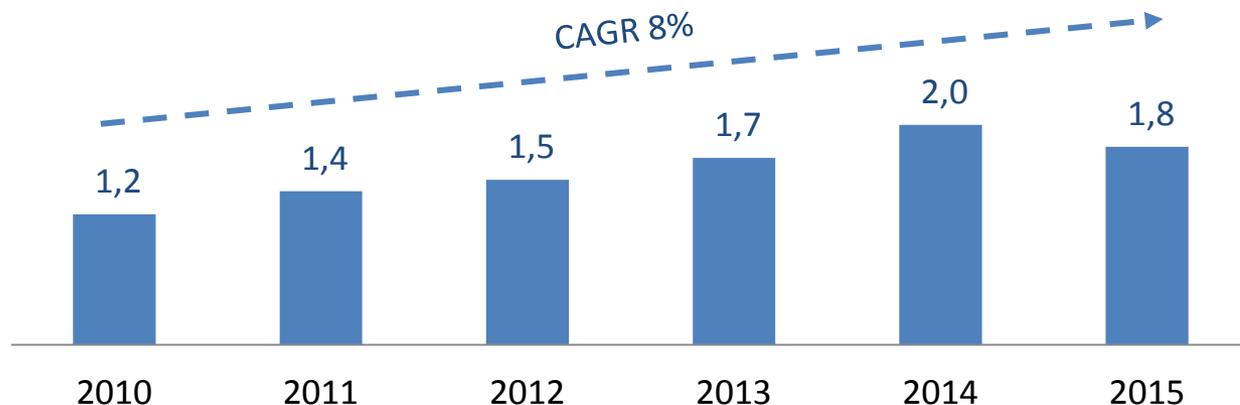
# Indicadores de produtividade

## Receita por funcionário (R\$ mil / mês)



- Nos últimos anos, a produtividade por funcionário cresceu acima da inflação
- Em 2015, mesmo em um cenário difícil em vendas, a produtividade melhorou em relação ao ano anterior

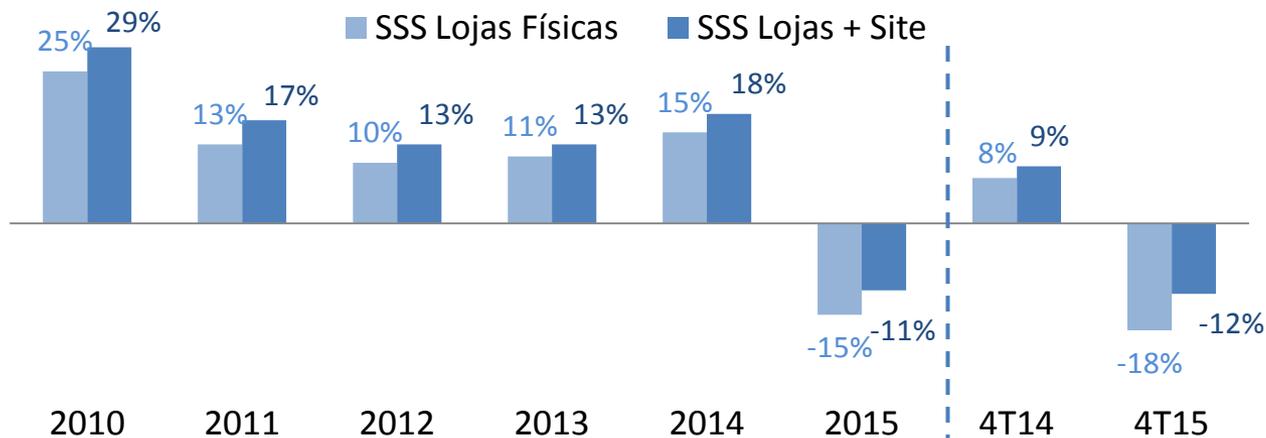
## Receita por m<sup>2</sup> (R\$ mil / mês)



- Nos últimos anos, a receita por m<sup>2</sup> cresceu em média 8%
- Em 2015, apresentamos uma redução neste indicador por conta do menor desempenho de vendas

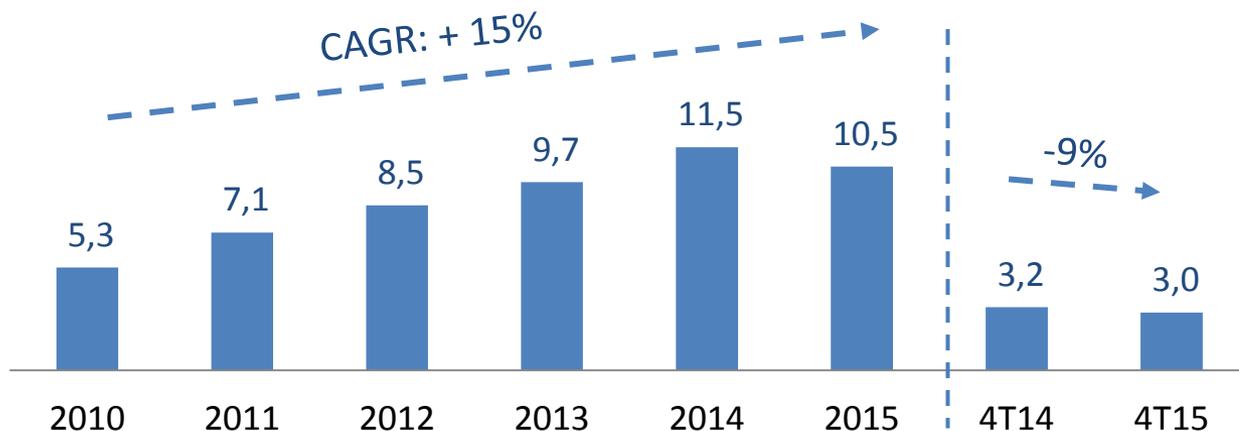
# Vendas: importante alavanca de resultados

## Desempenho de Vendas Mesmas Lojas



- 2015: forte base de comparação no site (+34%) e lojas físicas (+18%)
- 4T15: Bom desempenho do site em +10%
- CDC da Losango totalmente implementado em out/15

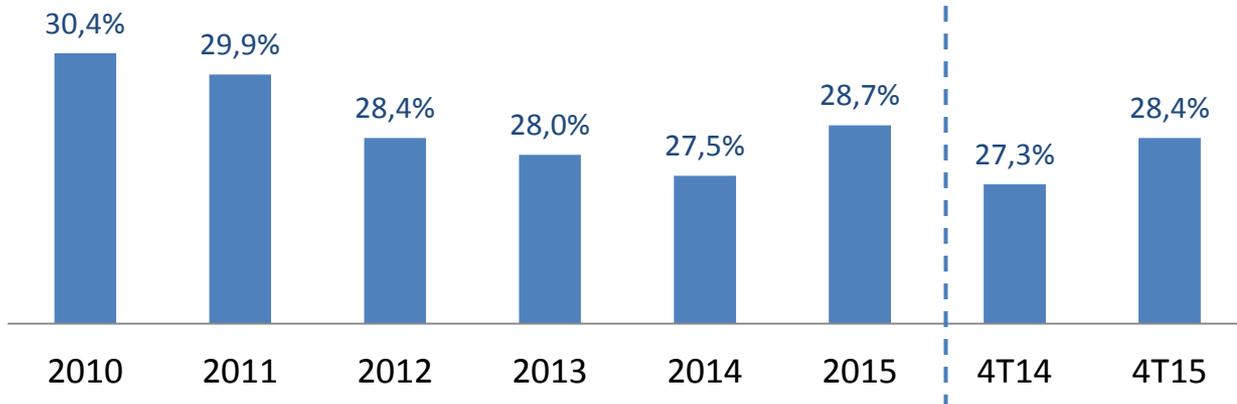
## Receita Bruta (R\$ Bi)



- 2015: receita bruta de R\$10,5 bilhões com CAGR de 15%
- 4T15: receita bruta de R\$3 milhões, queda de 9%
- Evolução da receita de serviços para 4,8% da receita do varejo em 2015 versus 4,5% em 2014

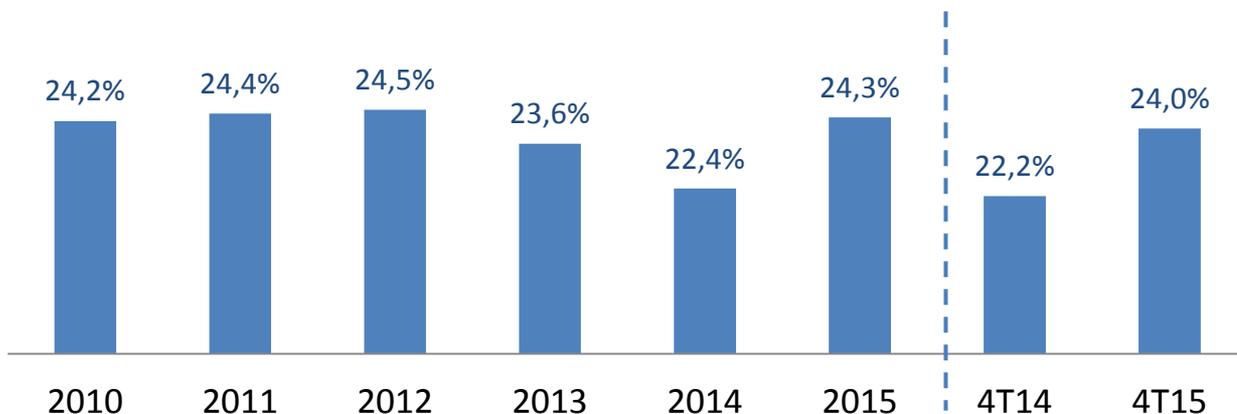
# Evolução de margens e controle de despesas

## Margem Bruta



- 2015: margem bruta aumentou 1,2 p.p. devido:
  - (i) melhor mix de vendas,
  - (ii) cobrança de frete e montagem, e
  - (iii) aumento da participação de serviços

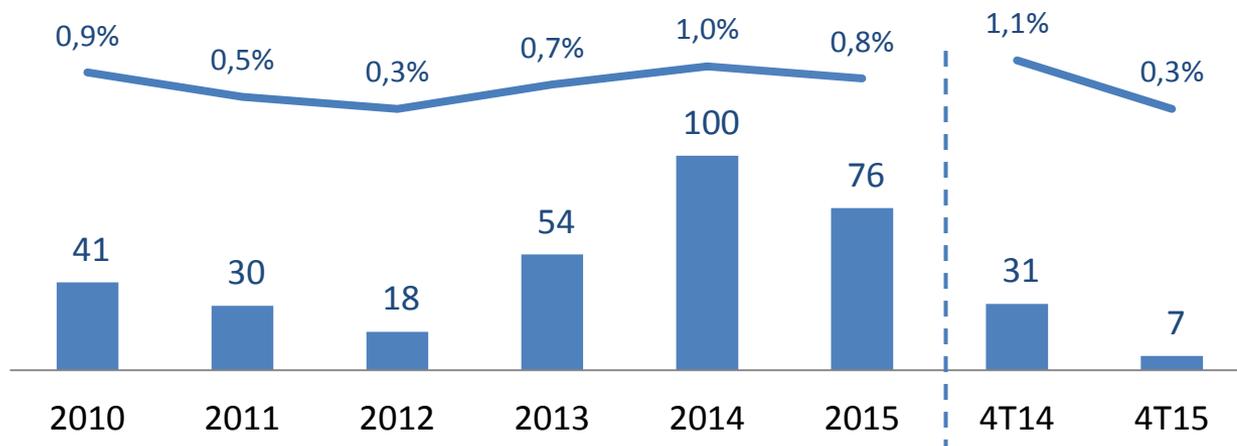
## Despesas de vendas, gerais e administrativas (% das vendas líquidas)



- 2015: SGA aumentou 1,9 p.p. devido menor volume de vendas no período
- Em termos nominais as despesas reduziram 0,4% *versus* 2014

# Equivalência patrimonial e EBITDA

## Equivalência Patrimonial (R\$ MM)



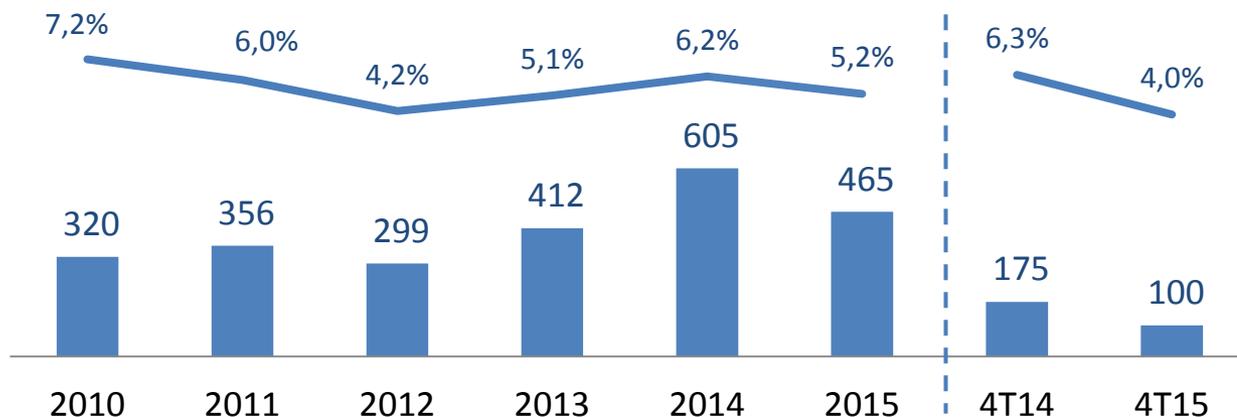
2015:

- Luizacred: lucro de R\$123MM
- Luizaseg: lucro de R\$28MM

4T15:

- Luizacred: lucro de R\$8MM
- Luizaseg: lucro de R\$5MM

## EBITDA Ajustado (R\$ MM)

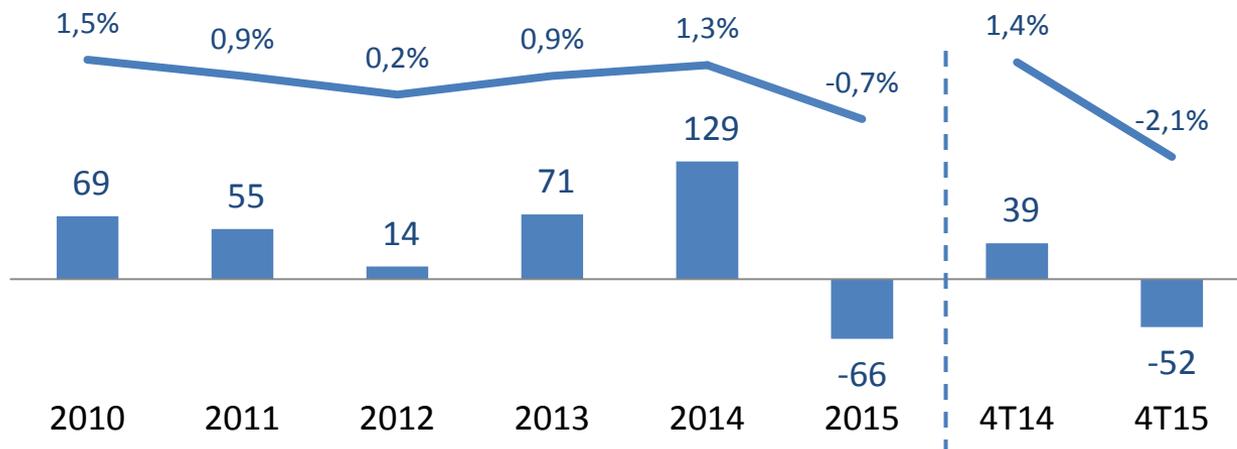


- 2015: redução da margem EBITDA em 1,0 p.p. *versus* 2014, em função de:

- Menor desempenho de vendas
- Menor diluição das despesas

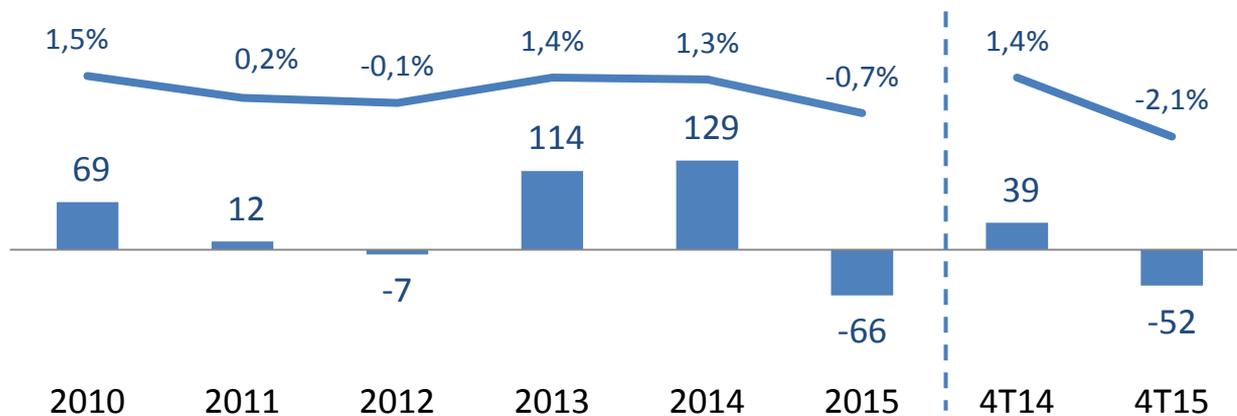
# Evolução do lucro líquido

## Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



- 2015: Rentabilidade impactada pelo:
  - desempenho de vendas,
  - menor diluição de despesas, e
  - aumento das despesas financeiras em função da maior taxa de juros no período

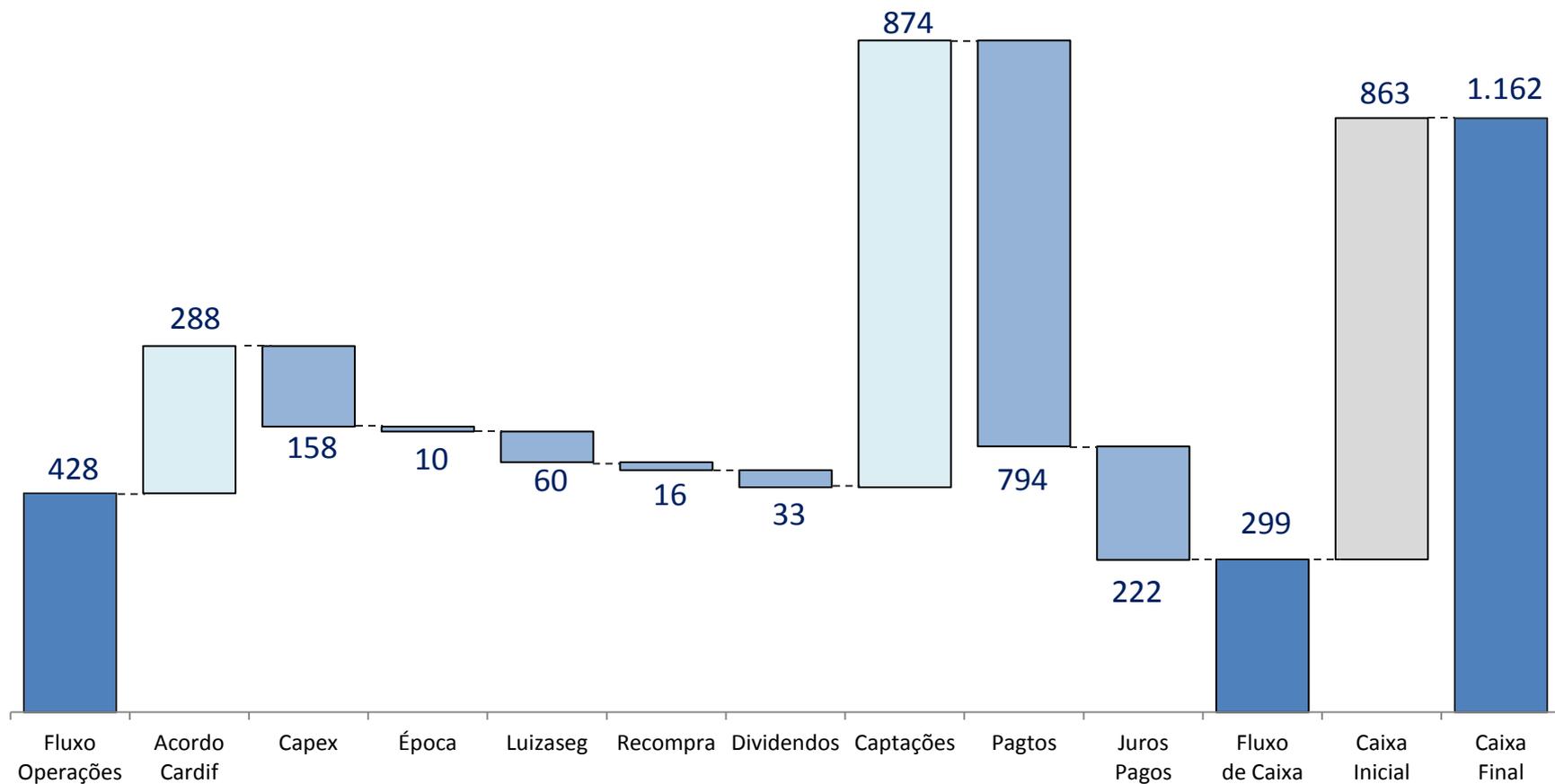
## Lucro Líquido (R\$ MM)



- 2015: Prejuízo de R\$66 milhões com margem líquida de -0,7%

# Demonstração do Fluxo de Caixa Ajustado

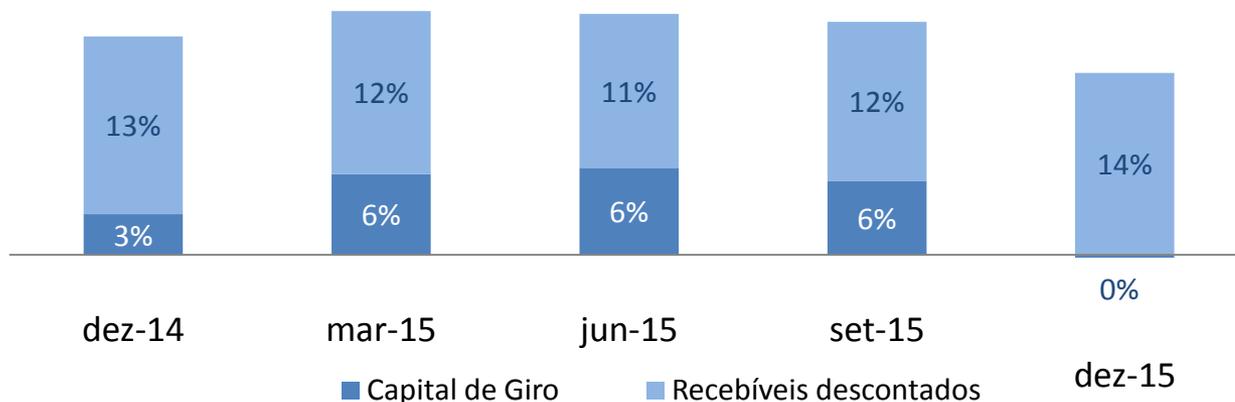
## Evolução do Fluxo de Caixa Ajustado\* (R\$ MM)



\*Ajustado considerando Títulos e Valores Mobiliários como Caixa e Equivalente de Caixa

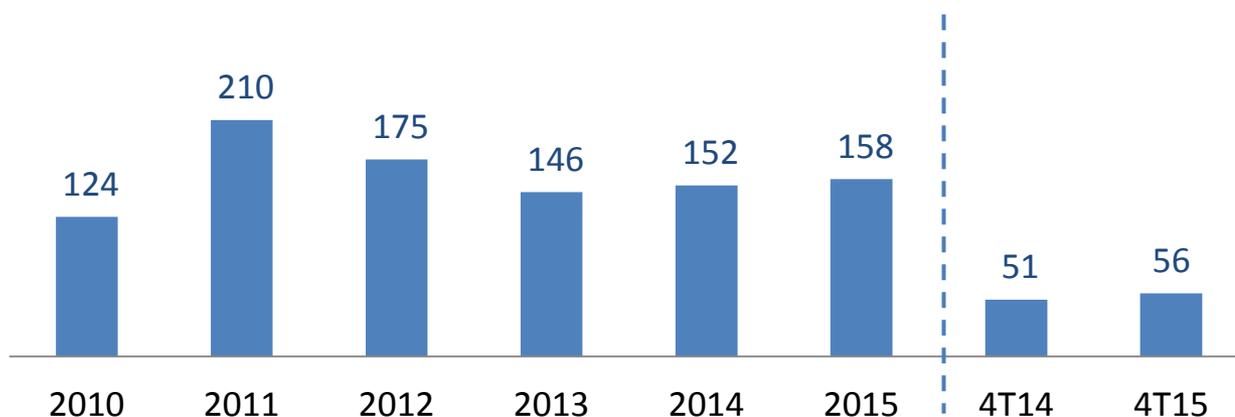
# Capital de Giro e Investimentos

## Capital de Giro (% da Receita Bruta)



- Melhoria de R\$612 milhões em dez/15, em função de redução do saldo de contas a receber e estoques, e aumento do prazo de compras e saldo de fornecedores

## Investimentos (R\$ MM)

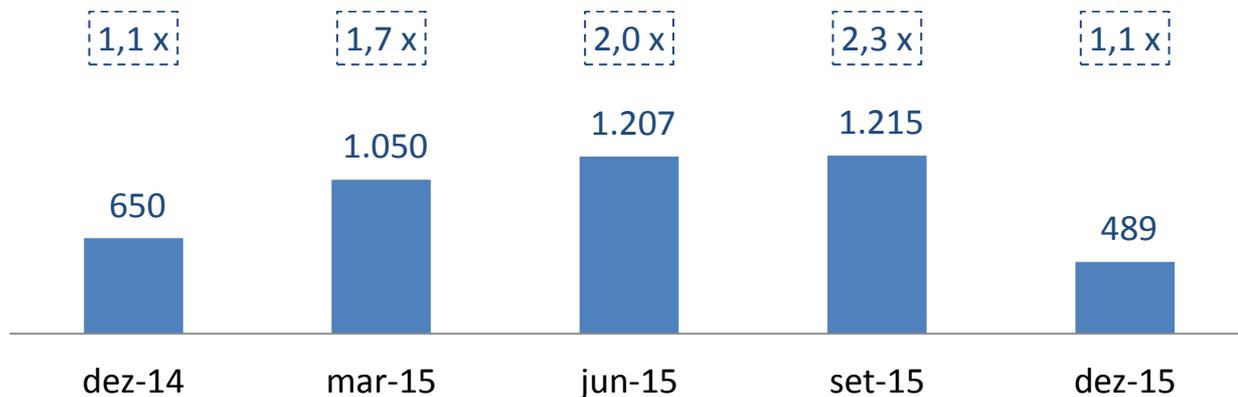


- Mais de R\$800 milhões investidos nos últimos 5 anos
- Abertura de 30 novas lojas em 2015
- Maiores investimentos em tecnologia e logística *versus* 2014

# Dívida Líquida Ajustada e Resultado Financeiro

\*Líquida de cartão de crédito não descontado

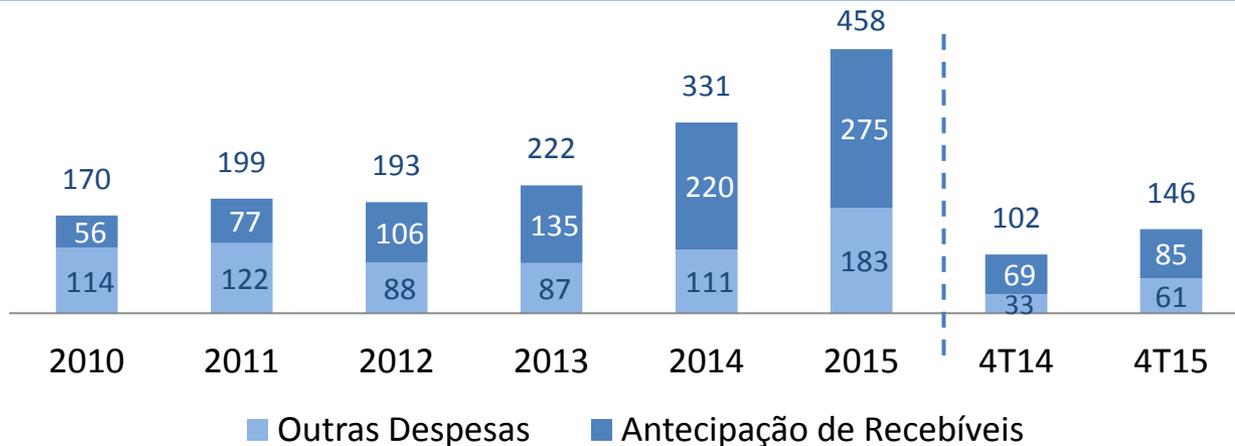
## Dívida Líquida Ajustada\* (R\$ MM)



- Redução da dívida líquida ajustada de R\$1,2 bilhão em set/15 para R\$489 milhões em dez/15
- Redução da alavancagem de 2,3x em set/15 para 1,1x em dez/15

□ Dívida Líquida Ajustada / EBITDA

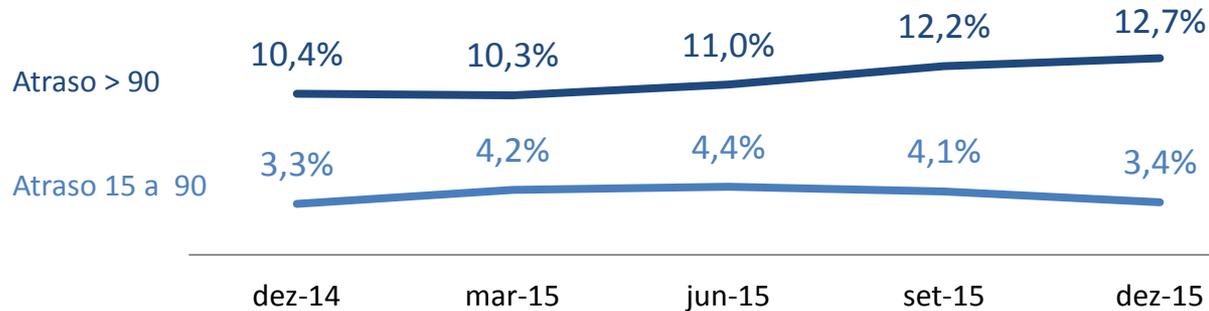
## Resultado Financeiro (R\$ MM)



- 2015: aumentou para R\$458 milhões em função de maior CDI e pelos juros de antecipação de recebíveis

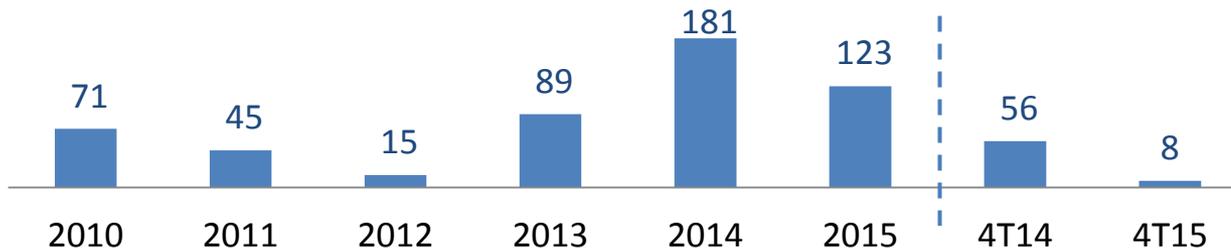
# Destques Luizacred

## NPL (% da carteira)



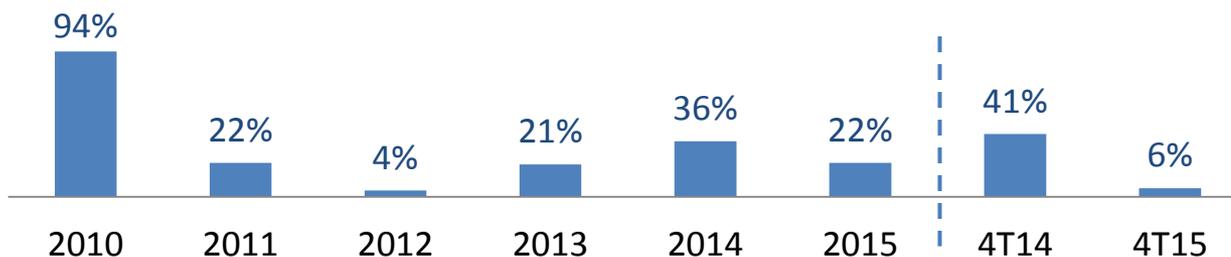
- Índice de cobertura basicamente estável no patamar de 118% em dez/15
- Manutenção do conservadorismo nas políticas de concessão de crédito e acompanhamento da carteira

## Lucro Líquido (R\$ MM)



- O lucro líquido reduziu para R\$8MM no 4T15 e R\$123MM em 2015

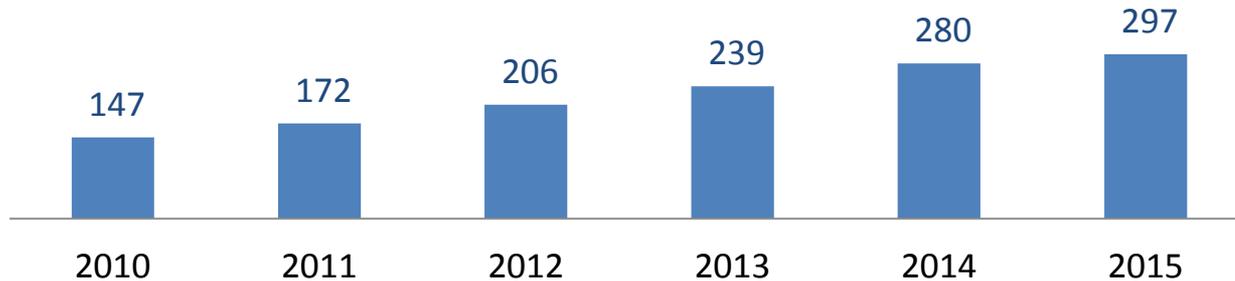
## ROE



- ROE de 22% em 2015

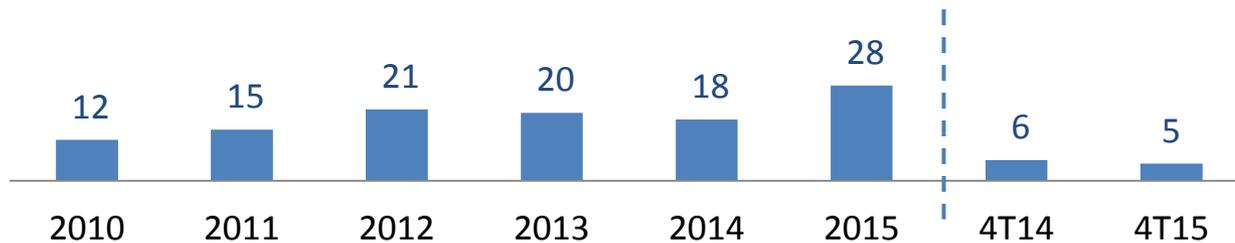
# Destques Luizaseg

## Caixa e Aplicações (R\$ MM)



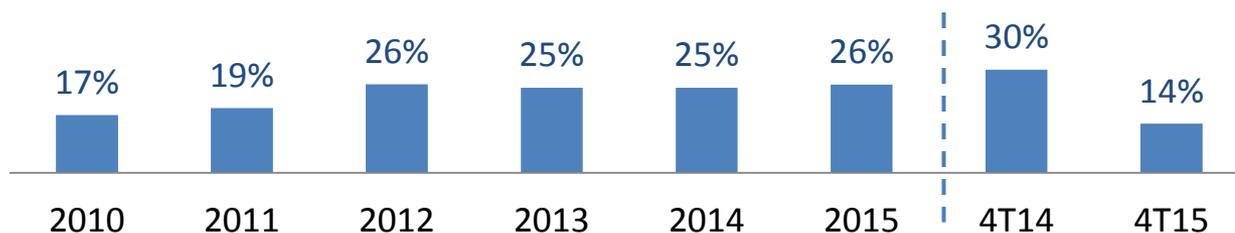
- Caixa e aplicações financeiras de R\$297 milhões em 2015

## Lucro Líquido (R\$ MM)



- Lucro líquido de R\$5MM no 4T15 e R\$28MM em 2015

## ROE



- ROE de 26% em 2015

# Expectativas para 2016

---

- Acelerar a implementação dos projetos de transformação digital
- Continuar ganhando participação de mercado de forma sustentável
- Foco nas iniciativas de redução das despesas operacionais
- Manutenção do conservadorismo na concessão de crédito
- Continuidade dos esforços para melhorar a geração de caixa
- Manter a empresa entre as melhores para se trabalhar no Brasil  
(com base no ranking elaborado pela GPTW)



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



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



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



Magazine Luiza



@magazineluiza