

## Destaques do 2T18

**E-commerce cresceu 66%, atingindo R\$1,5 bilhão e 33% das vendas totais**  
**Vendas nas lojas físicas evoluíram 34% no total (27% mesmas lojas)**  
**Vendas totais aumentaram 43%, alcançando R\$4,6 bilhões**  
**EBITDA cresceu 32% para R\$312 milhões, margem de 8,5%**  
**Lucro líquido cresceu 94% para R\$141 milhões, margem de 3,8%**  
**Posição de caixa líquido de R\$ 1,3 bilhão em jun/18**

- **Maior crescimento trimestral dos últimos 5 anos.** No 2T18, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P) cresceram 43,3% para R\$4,6 bilhões, reflexo do aumento de 66,1% no e-commerce total (sobre um crescimento de 60,8% no 2T17) e 34,1% nas lojas físicas (sobre alta de 17,0% no 2T17). Em mais um trimestre, o Magalu ganhou participação de mercado em todos os canais e nas principais categorias de produtos. Segundo dados do IBGE (PMC), nos cinco primeiros meses do ano as vendas nominais de móveis e eletro tiveram queda de 1,3%.
- **Crescimento acelerado no e-commerce.** As vendas do e-commerce cresceram 66,1% no 2T18, comparado ao crescimento do mercado de 13,2% (E-bit) e representaram 33,0% das vendas totais. No e-commerce tradicional, as vendas evoluíram 54,8% e o marketplace contribuiu com vendas adicionais de R\$ 150,0 milhões. O ganho de marketshare novamente foi resultado de: (i) aumento nas vendas pelas plataformas móveis, principalmente pelo app, que alcançou mais de 16 milhões de downloads, (ii) crescimento da taxa de conversão em todos os canais, (iii) maturação dos projetos de multicanalidade, com destaque para o Retira Loja e (iv) permanência do selo RA1000 de excelência em logística e atendimento.
- **Evolução do lucro bruto.** No 2T18, o lucro bruto cresceu 32,7%, atingindo R\$1.108,0 milhões. A margem bruta diminuiu 0,9 p.p. para 30,0%, como reflexo do: (i) aumento significativo na participação do e-commerce e (ii) leve redução da margem bruta dos canais em função da excelente performance da categoria de imagem antes e durante a Copa do Mundo.
- **Diluição significativa das despesas operacionais.** No 2T18, as despesas operacionais foram diluídas em 1,0 p.p. para 21,8% da receita líquida. Essa diluição reflete o forte crescimento nas vendas, a continuidade do programa de Orçamento Base Zero (OBZ) e Gestão Matricial de Despesas (GMD). Por outro lado, parte do crescimento nominal das despesas foi decorrente dos investimentos em marketing na aquisição de novos clientes e aumento do nível de serviço, incluindo logística e atendimento.
- **Forte crescimento do EBITDA, redução das despesas financeiras e evolução do lucro líquido.** No 2T18, o EBITDA cresceu 32,5% para R\$312,4 milhões (8,5% de margem). O elevado crescimento das vendas, a contribuição positiva do e-commerce e a diluição das despesas contribuíram para a evolução do EBITDA. Além disso, as despesas financeiras foram diluídas em 1,8 p.p. para 1,9% da receita líquida, resultado da redução significativa da dívida líquida e da queda do CDI. Com isso, a Companhia apresentou lucro líquido de R\$140,7 milhões (ROE de 26%).
- **Expressiva geração de caixa operacional e retorno sobre o capital investido.** O fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, atingiu R\$1,0 bilhão nos últimos 12 meses em função da melhoria dos resultados e da gestão do capital de giro. No mesmo período, a variação do capital de giro ajustada contribuiu em R\$0,2 bilhão para a geração de caixa operacional. Mais uma vez, a Companhia apresentou elevado crescimento, com alto retorno sobre o capital investido e forte geração de caixa. No 2T18, o ROIC anualizado atingiu 29%.
- **Redução da dívida líquida e otimização da estrutura de capital.** Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu a dívida líquida ajustada em R\$1,6 bilhão, que passou de uma dívida líquida de R\$0,3 bilhão em jun/17 para uma posição de caixa líquido de R\$1,3 bilhão em jun/18. Na mesma data, a Companhia tinha uma posição total de caixa de R\$1,9 bilhão, considerando caixa e aplicações financeiras e recebíveis de cartão de crédito disponíveis.

Magalu  
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2018

R\$ milhões (exceto quando indicado)	2T18	2T17	Var(%)	1S18	1S17	Var(%)
Vendas Totais <sup>1</sup> (incluindo marketplace)	4.618,8	3.224,0	43,3%	9.084,9	6.562,1	38,4%
Receita Bruta	4.487,3	3.217,2	39,5%	8.853,6	6.568,2	34,8%
Receita Líquida	3.696,2	2.699,2	36,9%	7.309,4	5.506,2	32,8%
Lucro Bruto	1.108,0	834,9	32,7%	2.151,4	1.667,4	29,0%
Margem Bruta	30,0%	30,9%	-0,9 pp	29,4%	30,3%	-0,9 pp
EBITDA	312,4	235,8	32,5%	612,9	467,7	31,1%
Margem EBITDA	8,5%	8,7%	-0,2 pp	8,4%	8,5%	-0,1 pp
Lucro Líquido	140,7	72,4	94,5%	288,2	130,9	120,2%
Margem Líquida	3,8%	2,7%	1,1 pp	3,9%	2,4%	1,5 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	27,1%	14,1%	-	21,4%	12,9%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	34,1%	17,0%	-	27,7%	15,1%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	54,8%	55,6%	-	54,2%	55,9%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	66,1%	60,8%	-	65,4%	59,6%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	33,0%	28,5%	4,6 pp	34,2%	28,6%	5,6 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	885	814	71 lojas	885	814	71 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	538.753	509.909	5,7%	538.753	509.909	5,7%

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

## MENSAGEM DA DIRETORIA

Em mais um trimestre, com planejamento e excelente capacidade de execução, vendemos mais, conquistamos novos clientes e aumentamos o nosso NPS (Net Promoter Score). Superando as expectativas, atingimos o maior crescimento trimestral de vendas dos últimos anos: 43% comparado ao segundo trimestre de 2017, com 27% de aumento nas vendas nas mesmas lojas físicas e 66% de crescimento no e-commerce. Com foco no nosso cliente e na estratégia de transformação digital, apresentamos, mais uma vez, ganho consistente de market share em todos os canais e categorias.

Iniciamos o segundo trimestre de 2018 animados com a perspectiva da Copa do Mundo e com uma expectativa positiva em relação à retomada do crescimento econômico do país, inflação e taxa de juros nos menores níveis em nossa história. A greve dos caminhoneiros, que surpreendeu a todos no final de maio, mostrou-se mais um desafio no caminho, e que poderia ter prejudicado o nosso desempenho no trimestre. Agindo de forma rápida e assertiva, superamos mais esse obstáculo.

Um destaque deste trimestre foi o início da Copa do Mundo de futebol, e com ela reforçamos a divulgação da campanha “Sai Zica”, que fez parte da nossa estratégia de marketing desde março até o final do campeonato. Nela, nossos consumidores foram convocados a trocar a TV do “7x1”. A campanha teve uma repercussão tão positiva que fomos notícia até na imprensa internacional. Além disso, fomos uma das marcas mais mencionadas no Twitter durante a Copa do Mundo, resultado da forte presença e atuação da Lu nas redes sociais. Na categoria de imagem (televisores), dobramos o nosso market share em comparação à Copa do Mundo de 2014 e crescemos mais que o dobro do mercado no primeiro semestre deste ano.

Outro evento que também marcou o trimestre foi a greve dos caminhoneiros no final de maio, que trouxe impactos significativos para os brasileiros e para diversos setores da economia. Essa situação adversa destacou ainda mais a excelência do nosso modelo de negócio, estrutura logística (Malha Luiza) e capacidade de resposta imediata do nosso time. Rapidamente criamos um Comitê de Crise e tomamos várias ações, como: pensando nas expectativas dos nossos clientes, aumentamos os prazos de entrega para os novos pedidos; lançamos a campanha “Vale a Pena Esperar”, e oferecemos frete grátis para os clientes que comprassem no período e esperariam um pouco mais pela entrega dos produtos; enviamos milhares de mensagens para os clientes com os novos prazos para os pedidos em rotas de entrega; direcionamos as campanhas de marketing para os produtos com estoque disponível nas lojas. Assim que a greve terminou, a Malha Luiza regularizou rapidamente o abastecimento das lojas e as entregas em atraso. Em 3 dias, 98% das lojas já tinham o abastecimento normalizado, enquanto as entregas pela Malha Luiza foram regularizadas em menos de 1 semana. Com isso, mantivemos o nosso cliente satisfeito e minimizamos os possíveis impactos no resultado do período.

Aceleramos os investimentos com foco no cliente no segundo trimestre, reforçando a nova fase que iniciamos esse ano. Reinvestimos sinergias, pensando no cliente e no seu valor a longo prazo, com objetivo de elevar exponencialmente a nossa base ativa e melhorar de forma significativa o nosso nível de serviço.

A plataforma online tem contribuído de forma expressiva para a conquista de novos clientes, principalmente através do marketplace com sua ampla oferta de produtos e categorias. Nossa plataforma já conta com mais de 2,6 milhões de SKUs oferecidos por mais de 1.500 parceiros de diversas categorias e portes. O marketplace atingiu R\$150 milhões em vendas no trimestre, representando 10% das vendas do e-commerce. No segundo trimestre, 19% dos clientes que compraram no nosso e-commerce adquiriram também algum item do Marketplace, em comparação com 7% no mesmo período do ano anterior. A maior parte desses clientes conectou-se na nossa plataforma por meio de dispositivos móveis, com destaque para o nosso app, que superou a marca de 16 milhões de downloads.

Aceleramos também o ritmo de abertura de lojas nesse trimestre, incluindo a entrada em novas regiões metropolitanas, como Goiânia-GO e São Luis-MA, onde tivemos uma excelente receptividade. No total, foram 27 inaugurações que contribuiriam para a aquisição de novos clientes e aumento da base de Cartão Luiza. Além disso, as lojas novas elevaram o nosso crescimento de vendas em 7 p.p..

Na Luizacred, dobramos a quantidade de novos cartões emitidos no segundo trimestre em comparação ao mesmo período do ano anterior. Esse é um movimento estratégico, dado que os clientes do Cartão Luiza possuem um elevado índice de recompra e maior frequência de compra, portanto geram mais valor a longo prazo. Com isso, a nossa base de clientes do Cartão Luiza está maior e possui mais limite de crédito à sua disposição. Se por um lado a emissão de novos cartões e a adoção do IFRS 9 aumenta as despesas e as provisões no curto prazo, temos a certeza de que esta base irá contribuir para o crescimento sustentável de vendas e para a rentabilidade da Companhia nos próximos anos.

Investimos também em melhorar ainda mais o nível de serviço que oferecemos aos nossos clientes. Durante o segundo trimestre, expandimos a Entrega Expressa - em até dois dias úteis na casa do cliente - de forma significativa. Aumentamos em 10 vezes a participação dessa modalidade nas entregas totais da Companhia, e já estamos oferecendo essa opção para os clientes de mais de 100 cidades do país, a partir dos nossos 11 centros de distribuição. A atuação da Logbee, startup de tecnologia aplicada à logística, adquirida em maio, está em forte expansão, complementando a Malha Luiza e contribuindo de forma decisiva para o avanço da modalidade de Entrega Expressa.

No segundo trimestre, abrimos também um novo centro de distribuição, em Goiás, com o objetivo de suportar a operação das lojas recém-inauguradas na região e oferecer os melhores prazos de entrega para os clientes. A Malha Luiza já conta com mais de 1.700 micro-transportadores, todos conectados através do Mobile Entregas e atendem mais de 80% das vendas da Companhia. As melhorias em logística, somadas aos baixos índices de ruptura (falta de produtos), em nossos centros de distribuição e lojas, tem proporcionado ao cliente uma entrega cada vez mais rápida e com ainda mais qualidade.

Além disso, investimos também em processos de troca ou cancelamento que agregam ainda mais na experiência do cliente no Magalu, inclusive no pós-venda. Neste trimestre, conseguimos reduzir em 60% o tempo médio para concluir a troca de um produto ou cancelamento de uma compra.

Além de continuar com o selo RA1000 para o e-commerce, incluindo a operação de marketplace, conquistamos também o selo para as lojas físicas, prova do nosso compromisso com o nível de serviço oferecido aos nossos clientes. Além disso, reduzimos em 48% o indicador que reflete a quantidade de reclamações formais pelo volume de pedidos da Companhia.

Não podemos deixar de destacar a atuação do Luizalabs em projetos de diferentes áreas em que a tecnologia faz a diferença, sempre com o objetivo de trazer benefícios concretos para o cliente e para o negócio. Entre eles, podemos citar o modelo de precificação dinâmica para o e-commerce e o piloto de aplicação do *Machine Learning* para previsão de demanda das lojas e centros de distribuição.

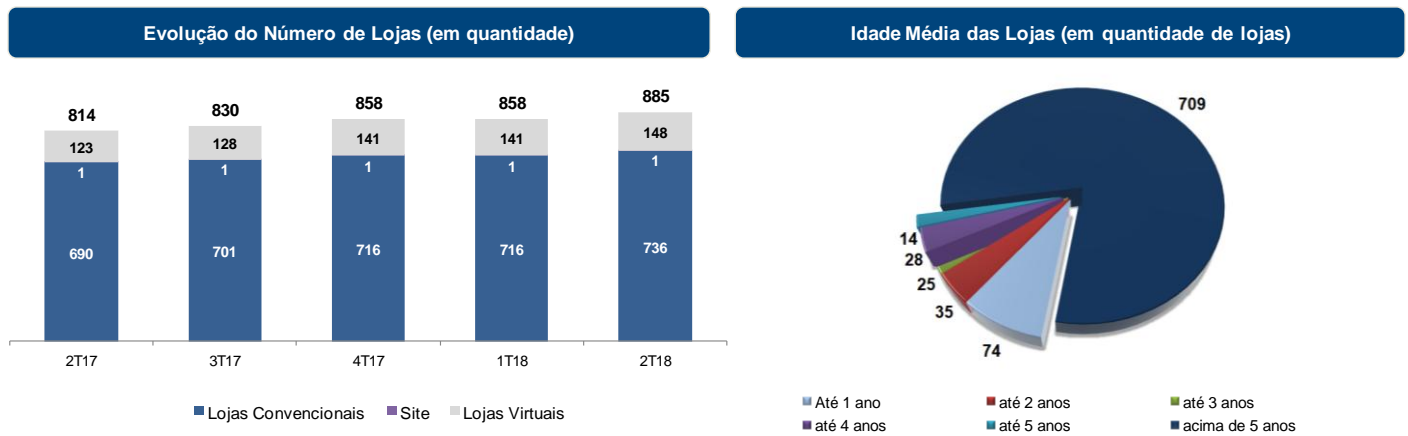
Desde maio, o Luizalabs está em novas instalações, com cerca de 3.000 m<sup>2</sup> e capacidade para mais de 300 colaboradores. O prédio conta com espaços dedicados para os times de produtos de tecnologia focados em missões estratégicas do Magalu, além de salas de reuniões e auditório. Trata-se de um ambiente colaborativo, que facilita ainda mais a integração entre os times e contribui para o desenvolvimento de novas tecnologias e soluções para o negócio.

Começamos o segundo semestre mais cautelosos em relação às perspectivas de curto prazo devido à recuperação mais lenta da economia, indefinições no cenário político, o fim da Copa do Mundo e o aumento da cotação do dólar, que tem gerado pressão da indústria para repasse de preços. Poderemos ter um período mais desafiador e, certamente, teremos uma base comparativa de resultados ainda maior do que tivemos na primeira metade do ano.

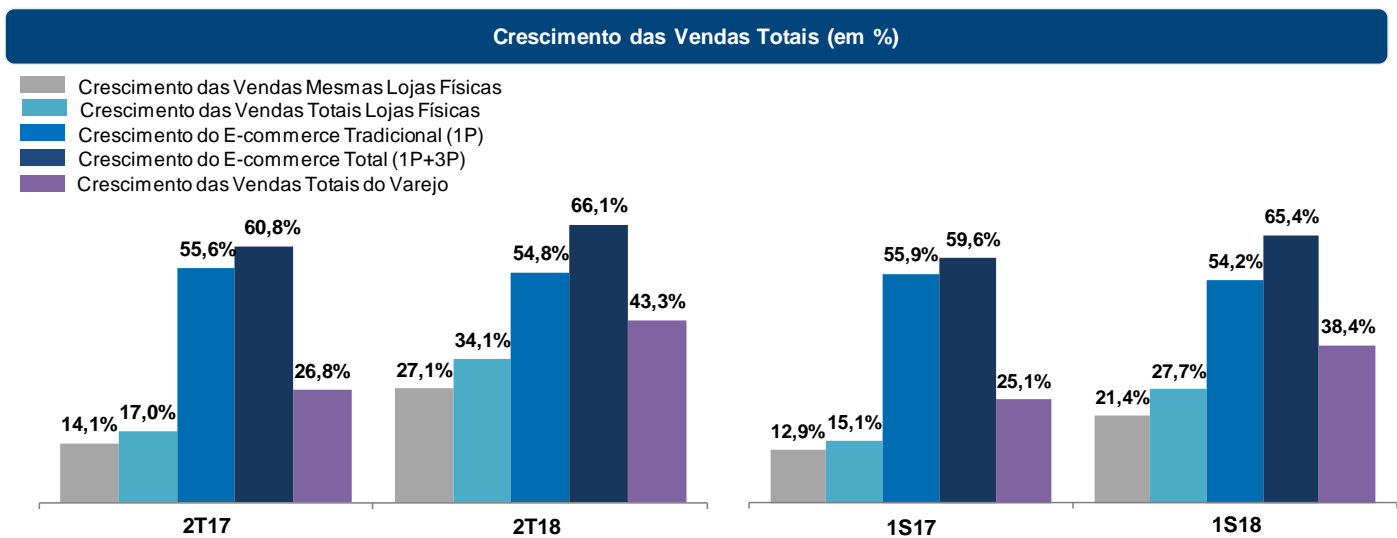
Mesmo conservadores em relação ao cenário, continuamos confiantes na nossa estratégia e capacidade de execução. Vamos continuar aumentando os investimentos que irão garantir nosso crescimento nos próximos anos e a sustentabilidade do negócio no longo prazo. Agradecemos mais uma vez a confiança e parceria de nossos clientes, colaboradores, acionistas e fornecedores nessa jornada.

## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

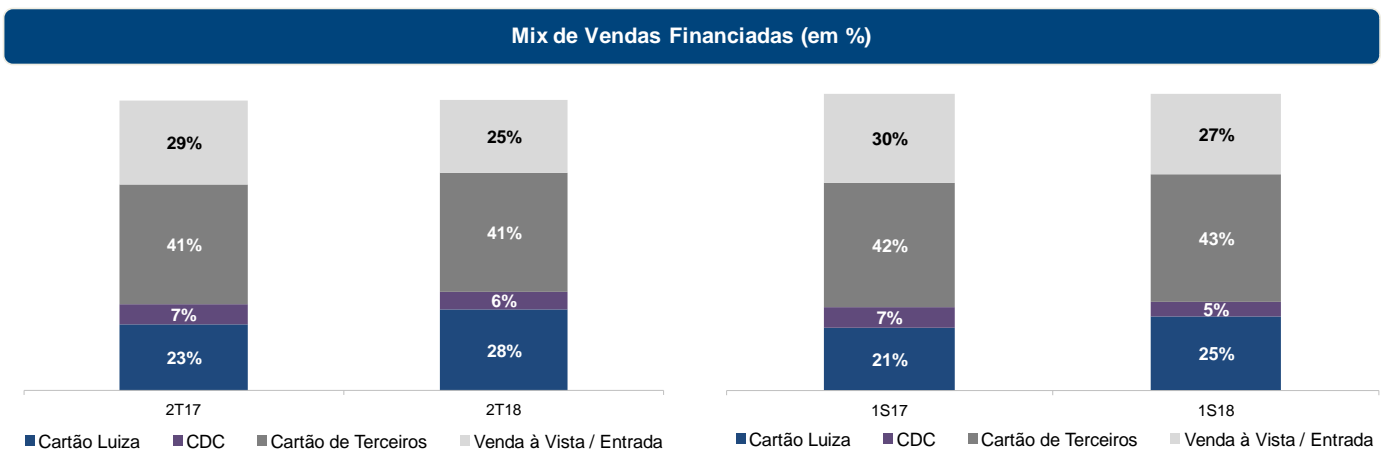
O Magalu encerrou 2T18 com 885 lojas, sendo 736 convencionais, 148 virtuais e o e-commerce. No 2T18, a Companhia inaugurou 27 novas lojas. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 74 novas lojas e fechou outras 3. Da base total, 20% das lojas estão em processo de maturação.



As vendas totais do varejo aumentaram 43,3% no 2T18, reflexo do crescimento de 34,1% das lojas físicas e 66,1% no e-commerce. Este crescimento reflete a consistência no desempenho do e-commerce e das lojas físicas.



A participação do Cartão Luiza nas vendas aumentou 5 p.p. para 28% no 2T18, contribuindo para a estratégia da Companhia de aumentar a fidelização dos clientes. Em função de uma política de aprovação de crédito mais conservadora, a participação do CDC nas vendas diminuiu de 7% no 2T17 para 6% no 2T18.



## Receita Bruta

R\$ milhões	2T18	2T17	Var(%)	1S18	1S17	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	4.274,9	3.060,3	39,7%	8.451,9	6.259,4	35,0%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	197,4	142,8	38,2%	370,1	281,5	31,5%
<b>Receita Bruta - Varejo</b>	<b>4.472,2</b>	<b>3.203,1</b>	<b>39,6%</b>	<b>8.822,1</b>	<b>6.541,0</b>	<b>34,9%</b>
Receita Bruta - Outros Serviços	18,2	17,0	7,0%	37,3	33,1	12,7%
Eliminações Inter-companhias	(3,2)	(2,9)	9,7%	(5,9)	(5,9)	0,2%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>4.487,3</b>	<b>3.217,2</b>	<b>39,5%</b>	<b>8.853,6</b>	<b>6.568,2</b>	<b>34,8%</b>

No 2T18, a receita bruta total cresceu 39,5% para R\$4,5 bilhões, devido ao acelerado crescimento do e-commerce, excelente performance nas vendas das mesmas lojas físicas e significativa contribuição das lojas novas. Vale destacar o crescimento de 38,2% na receita de serviços, incluindo a venda de novos seguros, serviços digitais (Lu Conecta) e também comissões do Marketplace. No 1S18, a receita bruta cresceu 34,8% para R\$8,9 bilhões.

## Receita Líquida

R\$ milhões	2T18	2T17	Var(%)	1S18	1S17	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	3.509,1	2.561,2	37,0%	6.954,7	5.234,1	32,9%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	173,5	125,1	38,7%	326,3	247,2	32,0%
<b>Receita Líquida - Varejo</b>	<b>3.682,6</b>	<b>2.686,3</b>	<b>37,1%</b>	<b>7.281,0</b>	<b>5.481,3</b>	<b>32,8%</b>
Receita Líquida - Outros Serviços	16,7	15,8	6,0%	34,3	30,8	11,5%
Eliminações Inter-companhias	(3,2)	(2,9)	9,7%	(5,9)	(5,9)	0,2%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>3.696,2</b>	<b>2.699,2</b>	<b>36,9%</b>	<b>7.309,4</b>	<b>5.506,2</b>	<b>32,8%</b>

No 2T18, a receita líquida total evoluiu 36,9% para R\$3,7 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total. No 1S18, a receita líquida cresceu 32,8% para R\$7,3 bilhões.

## Lucro Bruto

R\$ milhões	2T18	2T17	Var(%)	1S18	1S17	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	925,7	702,0	31,9%	1.805,6	1.405,2	28,5%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	173,5	125,1	38,7%	326,3	247,2	32,0%
<b>Lucro Bruto - Varejo</b>	<b>1.099,3</b>	<b>827,1</b>	<b>32,9%</b>	<b>2.132,0</b>	<b>1.652,4</b>	<b>29,0%</b>
Lucro Bruto - Outros Serviços	9,0	7,8	15,3%	19,7	15,0	31,0%
Eliminações Inter-companhias	(0,3)	-	0,0%	(0,3)	-	0,0%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>1.108,0</b>	<b>834,9</b>	<b>32,7%</b>	<b>2.151,4</b>	<b>1.667,4</b>	<b>29,0%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>30,0%</b>	<b>30,9%</b>	<b>-0,9 pp</b>	<b>29,4%</b>	<b>30,3%</b>	<b>-0,9 pp</b>

No 2T18, o lucro bruto cresceu 32,7% para R\$1.108,0 milhões, equivalente a uma margem bruta de 30,0%. A variação da margem bruta foi reflexo de: (i) aumento significativo na participação do e-commerce e (ii) leve redução da margem bruta dos canais em função da excelente performance da categoria de imagem antes e durante a Copa do Mundo. No 1S18, o lucro bruto cresceu 29,0% para R\$ 2,2 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 29,4%.

## Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T18	% RL	2T17	% RL	Var(%)	1S18	% RL	1S17	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(661,4)	-17,9%	(489,2)	-18,1%	35,2%	(1.303,2)	-17,8%	(997,8)	-18,1%	30,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(137,6)	-3,7%	(126,2)	-4,7%	9,0%	(270,5)	-3,7%	(246,3)	-4,5%	9,8%
<b>Subtotal</b>	<b>(798,9)</b>	<b>-21,6%</b>	<b>(615,4)</b>	<b>-22,8%</b>	<b>29,8%</b>	<b>(1.573,8)</b>	<b>-21,5%</b>	<b>(1.244,1)</b>	<b>-22,6%</b>	<b>26,5%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(15,1)	-0,4%	(10,2)	-0,4%	48,6%	(27,6)	-0,4%	(15,8)	-0,3%	75,0%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,8	0,2%	9,0	0,3%	-2,4%	29,9	0,4%	19,3	0,4%	54,5%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(805,3)</b>	<b>-21,8%</b>	<b>(616,6)</b>	<b>-22,8%</b>	<b>30,6%</b>	<b>(1.571,5)</b>	<b>-21,5%</b>	<b>(1.240,5)</b>	<b>-22,5%</b>	<b>26,7%</b>

### Despesas com Vendas

No 2T18, as despesas com vendas totalizaram R\$661,4 milhões, equivalentes a 17,9% da receita líquida, uma redução de 0,2 p.p. em relação ao 2T17. Parte do crescimento nominal das despesas foi decorrente dos investimentos em marketing na aquisição de novos clientes e aumento do nível de serviço, incluindo logística e atendimento. No 1S18, as despesas com vendas totalizaram R\$1.303,2 milhões, equivalentes a 17,8% da receita líquida (-0,3 p.p. *versus* o 1S17).

### Despesas Gerais e Administrativas

No 2T18, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$137,6 milhões, equivalentes a 3,7% da receita líquida, reduzindo em 1,0 p.p. em relação ao 2T17. Essa diluição reflete o significativo crescimento nas vendas, além do Orçamento Base Zero (OBZ), da Gestão Matricial de Despesas (GMD) e da queda da inflação sobre os reajustes salariais. No 1S18, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$270,5 milhões, equivalentes a 3,7% da receita líquida (-0,8 p.p. *versus* o 1S17).

### Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$15,1 milhões no 2T18 e R\$27,6 milhões no 1S18.

### Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	2T18	% RL	2T17	% RL	Var(%)	1S18	% RL	1S17	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,1)	0,0%	(0,3)	0,0%	-55,9%	(0,3)	0,0%	2,3	0,0%	-
Apropriação de Receita Diferida	10,7	0,3%	11,3	0,4%	-5,6%	21,4	0,3%	21,4	0,4%	0,0%
Provisão para Perdas Tributárias	0,9	0,0%	(2,4)	-0,1%	-	12,5	0,2%	(3,2)	-0,1%	-
Despesas não Recorrentes	(2,8)	-0,1%	(1,4)	-0,1%	103,3%	(3,8)	-0,1%	(1,9)	0,0%	94,6%
Outros	0,0	0,0%	1,8	0,1%	-98,0%	0,0	0,0%	0,8	0,0%	-95,4%
<b>Total</b>	<b>8,8</b>	<b>0,2%</b>	<b>9,0</b>	<b>0,3%</b>	<b>-2,5%</b>	<b>29,9</b>	<b>0,4%</b>	<b>19,3</b>	<b>0,4%</b>	<b>54,5%</b>

No 2T18, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$8,8 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$10,7 milhões e R\$2,8 milhões referentes a despesas não recorrentes relacionadas à abertura de 27 lojas no período. No 1S18, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$29,9 milhões.

### Equivalência Patrimonial

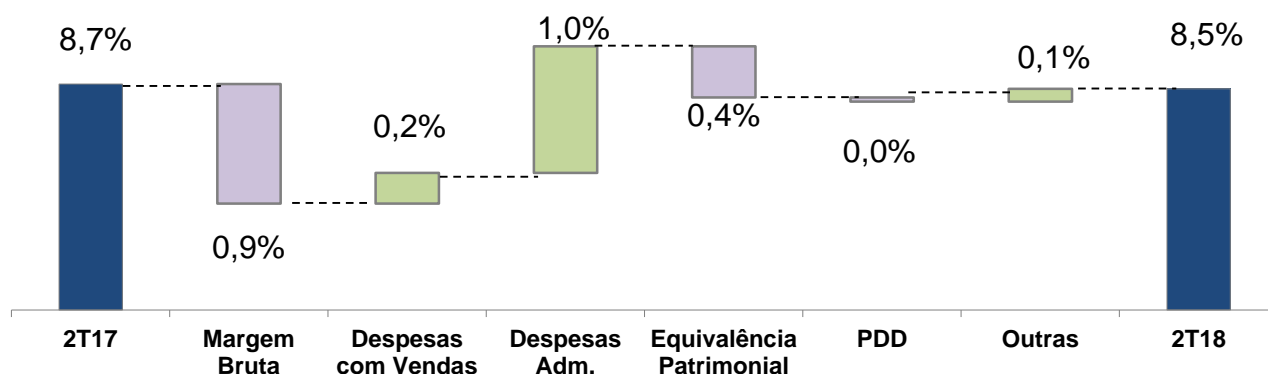
No 2T18, o resultado da equivalência patrimonial foi de R\$9,7 milhões, equivalente a 0,3% da receita líquida. Os principais fatores que impactaram este resultado foram: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$8,2 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$1,5 milhões. No 1S18, o resultado da equivalência patrimonial atingiu R\$33,0 milhões.

Vale destacar que o resultado da Luizacred de R\$16,4 milhões foi influenciado pelo crescimento da base de cartões e do limite de crédito disponível para os melhores clientes, o que gerou um aumento nas provisões neste trimestre, de acordo com o IFRS 9, mesmo considerando que a Luizacred apresentou o menor nível de carteira em atraso de sua história. Para efeito de comparação, o resultado da Luizacred em BRGAAP foi de R\$39,9 milhões, um crescimento de 23,7% em comparação ao 2T17.

## EBITDA

No 2T18, o EBITDA aumentou 32,5% para R\$312,4 milhões, equivalente a uma margem de 8,5%. O elevado crescimento das vendas, a contribuição positiva do e-commerce e a diluição das despesas operacionais, contribuíram para o crescimento do EBITDA. No 1S18, o EBITDA cresceu 31,1% atingindo R\$612,9 milhões, equivalente a uma margem de 8,4% da receita líquida.

### Evolução do EBITDA (% da receita líquida)



## Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	2T18	% RL	2T17	% RL	Var(%)	1S18	% RL	1S17	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(112,1)	-3,0%	(136,8)	-5,1%	-18,1%	(195,6)	-2,7%	(290,7)	-5,3%	-32,7%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(15,2)	-0,4%	(52,7)	-2,0%	-71,2%	(32,0)	-0,4%	(120,6)	-2,2%	-73,5%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(23,0)	-0,6%	(33,6)	-1,2%	-31,5%	(38,3)	-0,5%	(66,7)	-1,2%	-42,5%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(56,6)	-1,5%	(42,5)	-1,6%	33,3%	(100,4)	-1,4%	(84,4)	-1,5%	19,0%
Outras Despesas	(17,3)	-0,5%	(8,0)	-0,3%	115,2%	(24,8)	-0,3%	(19,1)	-0,3%	30,2%
<b>Receitas Financeiras</b>	39,5	1,1%	27,6	1,0%	43,4%	63,3	0,9%	51,1	0,9%	23,9%
Rendimento de Aplicações Financeiras	2,4	0,1%	1,4	0,1%	73,6%	3,7	0,1%	6,6	0,1%	-43,4%
Outras Receitas Financeiras	37,1	1,0%	26,2	1,0%	41,8%	59,5	0,8%	44,5	0,8%	33,9%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(72,6)	-2,0%	(109,2)	-4,0%	-33,6%	(132,3)	-1,8%	(239,7)	-4,4%	-44,8%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários <sup>1</sup>	3,4	0,1%	8,6	0,3%	-59,9%	13,0	0,2%	22,1	0,4%	-41,2%
<b>Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	(69,1)	-1,9%	(100,7)	-3,7%	-31,3%	(119,3)	-1,6%	(217,6)	-4,0%	-45,2%

Nota(1): rendimentos do fundo exclusivo, que são contabilizados como receitas financeiras na Controladora e como receita bruta no Consolidado, conforme Notas Explicativas do ITR.

No 2T18, a despesa financeira líquida ajustada totalizou R\$69,1 milhões, melhorando 31,3% em relação ao 2T17. Em relação à receita líquida, a despesa financeira líquida ajustada melhorou 1,8 p.p. passando de 3,7% para 1,9%. Este resultado foi impactado positivamente pela redução da dívida líquida e pela continuidade do ciclo de queda na taxa de juros. No 1S18, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$119,3 milhões, melhorando 2,4 p.p. em relação ao 1S17.

## Lucro líquido

No 2T18, o lucro líquido totalizou R\$140,7 milhões (margem líquida de 3,8%), com um ROIC de 29% e ROE de 26%. No 1S18, o lucro líquido atingiu R\$288,2 milhões (margem líquida de 3,9%), crescendo 120,2%.



## Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-18	mar-18	dez-17	set-17	jun-17
(+) Contas a Receber	1.003,2	1.507,0	1.410,7	1.241,3	663,2	503,8
(+) Estoques	680,1	2.110,4	1.937,3	1.969,3	1.545,5	1.430,3
(+) Partes Relacionadas	53,7	100,8	86,0	96,8	65,2	47,1
(+) Impostos a Recuperar	7,7	190,4	191,9	200,7	189,0	182,7
(+) Outros Ativos	(20,3)	69,9	72,0	77,3	103,3	90,2
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>1.724,4</b>	<b>3.978,7</b>	<b>3.697,8</b>	<b>3.585,4</b>	<b>2.566,2</b>	<b>2.254,3</b>
(-) Fornecedores	889,0	2.749,5	2.456,9	2.919,5	2.120,1	1.860,5
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	17,0	208,6	188,8	236,6	231,5	191,5
(-) Impostos a Recolher	63,9	110,4	91,7	84,5	66,1	46,4
(-) Partes Relacionadas	34,2	94,5	82,9	89,5	71,3	60,3
(-) Tributos Parcelados	-	-	-	-	-	-
(-) Receita Diferida	(3,1)	39,7	40,7	41,6	42,2	42,8
(-) Outras Contas a Pagar	104,0	267,2	255,2	265,8	175,7	163,2
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>1.105,1</b>	<b>3.469,9</b>	<b>3.116,2</b>	<b>3.637,5</b>	<b>2.706,9</b>	<b>2.364,8</b>
<b>(=) Capital de Giro</b>	<b>619,3</b>	<b>508,8</b>	<b>581,6</b>	<b>(52,1)</b>	<b>(140,7)</b>	<b>(110,5)</b>
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	778,3	1.018,9	992,5	820,3	333,1	240,6
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	33,0	44,3	35,9	42,3	22,8	11,4
<b>(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>811,3</b>	<b>1.063,3</b>	<b>1.028,5</b>	<b>862,6</b>	<b>355,9</b>	<b>252,0</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>(192,0)</b>	<b>(554,5)</b>	<b>(446,9)</b>	<b>(914,7)</b>	<b>(496,6)</b>	<b>(362,5)</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-3,3%</b>	<b>-2,9%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>-2,9%</b>
(=) Capital de Giro	619,3	508,8	581,6	(52,1)	(140,7)	(110,5)
(+) Saldo de Recebíveis Descontados	(65,2)	1.648,7	1.564,4	1.528,7	1.675,5	1.713,9
<b>(=) Capital de Giro Ampliado</b>	<b>554,1</b>	<b>2.157,5</b>	<b>2.145,9</b>	<b>1.476,6</b>	<b>1.534,8</b>	<b>1.603,4</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>0,3%</b>	<b>13,0%</b>	<b>14,0%</b>	<b>10,3%</b>	<b>11,5%</b>	<b>12,7%</b>

Em jun/18, a necessidade de capital de giro ajustado ficou negativa em R\$554,5 milhões, mostrando uma importante evolução em relação ao ano anterior, com destaque para o prazo médio de compras melhor do que o giro dos estoques. Nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$192,0 milhões para a geração de caixa operacional e, conseqüentemente, para a redução da dívida líquida ajustada.

## Investimentos

R\$ milhões	2T18	%	2T17	%	Var(%)	1S18	%	1S17	%	Var(%)
Lojas Novas	25,2	30%	4,1	10%	517%	31,2	26%	14,7	19%	112%
Reformas	27,1	32%	13,6	33%	99%	32,3	27%	19,3	25%	67%
Tecnologia	18,3	22%	20,6	49%	-11%	35,2	29%	39,2	50%	-10%
Logística	12,4	15%	2,1	5%	483%	20,4	17%	3,1	4%	570%
Outros	2,0	2%	1,3	3%	57%	2,4	2%	1,7	2%	44%
<b>Total</b>	<b>85,0</b>	<b>100%</b>	<b>41,7</b>	<b>100%</b>	<b>104%</b>	<b>121,4</b>	<b>100%</b>	<b>77,9</b>	<b>100%</b>	<b>56%</b>

No 2T18, os investimentos somaram R\$85,0 milhões, incluindo a abertura de lojas, reformas, investimentos em tecnologia e logística, em linha com a estratégia de transformação digital. No período, a Companhia inaugurou 27 lojas, e iniciou investimentos para a abertura de cerca de 30 lojas previstas no 3T18.

No 1S18, os investimentos totalizaram R\$121,4 milhões, crescendo 56% em relação ao 1S17.

## Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-18	mar-18	dez-17	set-17	jun-17
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	464,1	(254,5)	(381,4)	(434,3)	(720,5)	(718,7)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	335,6	(327,4)	(437,4)	(437,2)	(886,5)	(663,0)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>799,8</b>	<b>(581,9)</b>	<b>(818,8)</b>	<b>(871,5)</b>	<b>(1.606,9)</b>	<b>(1.381,6)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	415,4	680,5	775,2	412,7	178,6	265,1
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(414,1)	182,8	299,3	1.259,6	1.043,7	597,0
(+) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	-	-	-	-	-	-
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>1,2</b>	<b>863,3</b>	<b>1.074,5</b>	<b>1.672,3</b>	<b>1.222,3</b>	<b>862,0</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>801,0</b>	<b>281,4</b>	<b>255,7</b>	<b>800,8</b>	<b>(384,6)</b>	<b>(519,6)</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	778,3	1.018,9	992,5	820,3	333,1	240,6
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	33,0	44,3	35,9	42,3	22,8	11,4
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>811,3</b>	<b>1.063,3</b>	<b>1.028,5</b>	<b>862,6</b>	<b>355,9</b>	<b>252,0</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>1.612,3</b>	<b>1.344,7</b>	<b>1.284,2</b>	<b>1.663,4</b>	<b>(28,7)</b>	<b>(267,6)</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	-8%	44%	47%	50%	45%	52%
Endividamento de Longo Prazo / Total	8%	56%	53%	50%	55%	48%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	301,4	1.181,1	1.103,1	1.034,1	949,5	879,7
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado</b>	<b>1,4 x</b>	<b>1,1 x</b>	<b>1,2 x</b>	<b>1,6 x</b>	<b>0,0 x</b>	<b>-0,3 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>812,5</b>	<b>1.926,6</b>	<b>2.103,0</b>	<b>2.534,9</b>	<b>1.578,2</b>	<b>1.114,0</b>

Nos últimos 12 meses, a Companhia melhorou sua estrutura de capital em R\$1.612,3 milhões, passando de uma posição de dívida líquida de R\$267,6 milhões em jun/17 para uma posição de caixa líquido de R\$1.344,7 milhões em jun/18.

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

**ANEXO I**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO**

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T18	AV	2T17	AV	Var(%)	1S18	AV	1S17	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	4.487,3	121,4%	3.217,2	119,2%	39,5%	8.853,6	121,1%	6.568,2	119,3%	34,8%
Impostos e Cancelamentos	(791,1)	-21,4%	(518,0)	-19,2%	52,7%	(1.544,1)	-21,1%	(1.062,1)	-19,3%	45,4%
<b>Receita Líquida</b>	3.696,2	100,0%	2.699,2	100,0%	36,9%	7.309,4	100,0%	5.506,2	100,0%	32,8%
Custo Total	(2.588,2)	-70,0%	(1.864,3)	-69,1%	38,8%	(5.158,1)	-70,6%	(3.838,8)	-69,7%	34,4%
<b>Lucro Bruto</b>	1.108,0	30,0%	834,9	30,9%	32,7%	2.151,4	29,4%	1.667,4	30,3%	29,0%
Despesas com Vendas	(661,4)	-17,9%	(489,2)	-18,1%	35,2%	(1.303,2)	-17,8%	(997,8)	-18,1%	30,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(137,6)	-3,7%	(126,2)	-4,7%	9,0%	(270,5)	-3,7%	(246,3)	-4,5%	9,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(15,1)	-0,4%	(10,2)	-0,4%	48,6%	(27,6)	-0,4%	(15,8)	-0,3%	75,0%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,8	0,2%	9,0	0,3%	-2,4%	29,9	0,4%	19,3	0,4%	54,5%
Equivalência Patrimonial	9,7	0,3%	17,4	0,6%	-44,6%	33,0	0,5%	40,8	0,7%	-19,2%
Total de Despesas Operacionais	(795,6)	-21,5%	(599,2)	-22,2%	32,8%	(1.538,5)	-21,0%	(1.199,7)	-21,8%	28,2%
<b>EBITDA</b>	312,4	8,5%	235,8	8,7%	32,5%	612,9	8,4%	467,7	8,5%	31,1%
Depreciação e Amortização	(39,1)	-1,1%	(34,9)	-1,3%	12,0%	(76,4)	-1,0%	(69,4)	-1,3%	10,1%
<b>EBIT</b>	273,3	7,4%	200,9	7,4%	36,1%	536,5	7,3%	398,3	7,2%	34,7%
Resultado Financeiro	(72,6)	-2,0%	(109,2)	-4,0%	-33,6%	(132,3)	-1,8%	(239,7)	-4,4%	-44,8%
<b>Lucro Operacional</b>	200,7	5,4%	91,6	3,4%	119,1%	404,2	5,5%	158,6	2,9%	154,8%
IR / CS	(60,0)	-1,6%	(19,3)	-0,7%	211,5%	(116,0)	-1,6%	(27,7)	-0,5%	318,4%
<b>Lucro Líquido</b>	140,7	3,8%	72,4	2,7%	94,5%	288,2	3,9%	130,9	2,4%	120,2%

**ANEXO II**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO**

<b>ATIVO</b>	<b>jun/18</b>	<b>mar/18</b>	<b>dez/17</b>	<b>set/17</b>	<b>jun/17</b>
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	680,5	775,2	412,7	178,6	265,1
Títulos e Valores Mobiliários	182,8	299,3	1.259,6	1.043,7	597,0
Contas a Receber	1.507,0	1.410,7	1.241,3	663,2	503,8
Estoques	2.110,4	1.937,3	1.969,3	1.545,5	1.430,3
Partes Relacionadas	100,8	86,0	96,8	65,2	47,1
Tributos a Recuperar	190,4	191,9	200,7	189,0	182,7
Outros Ativos	69,9	72,0	77,3	103,3	90,2
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>4.841,9</b>	<b>4.772,3</b>	<b>5.257,6</b>	<b>3.788,5</b>	<b>3.116,3</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Contas a Receber	7,1	3,3	4,7	3,2	4,3
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	178,3	195,2	223,1	233,9	236,5
Tributos a Recuperar	201,8	189,8	166,0	164,1	181,7
Depósitos Judiciais	342,0	333,9	310,9	301,9	297,0
Outros Ativos	29,4	29,2	44,4	43,0	40,8
Investimentos em Controladas	284,5	277,2	311,3	319,0	311,8
Imobilizado	608,1	565,7	569,0	560,4	557,4
Intangível	545,5	534,7	532,4	533,0	525,9
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>2.196,8</b>	<b>2.128,9</b>	<b>2.161,9</b>	<b>2.158,7</b>	<b>2.155,5</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>7.038,7</b>	<b>6.901,2</b>	<b>7.419,5</b>	<b>5.947,1</b>	<b>5.271,8</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	2.749,5	2.456,9	2.919,5	2.120,1	1.860,5
Empréstimos e Financiamentos	254,5	381,4	434,3	720,5	718,7
Salários, Férias e Encargos Sociais	208,6	188,8	236,6	231,5	191,5
Tributos a Recolher	110,4	91,7	84,5	66,1	46,4
Partes Relacionadas	94,5	82,9	89,5	71,3	60,3
Receita Diferida	39,7	40,7	41,6	42,2	42,8
Dividendos a Pagar	-	114,3	64,3	-	-
Outras Contas a Pagar	267,2	255,2	265,8	175,7	163,2
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>3.724,4</b>	<b>3.611,9</b>	<b>4.136,0</b>	<b>3.427,3</b>	<b>3.083,5</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	327,4	437,4	437,2	886,5	663,0
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	347,2	343,4	301,5	289,9	286,6
Receita Diferida	449,3	459,0	468,8	478,9	489,0
Outras Contas a Pagar	1,9	1,9	1,9	2,7	2,7
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.125,7</b>	<b>1.241,7</b>	<b>1.209,5</b>	<b>1.658,0</b>	<b>1.441,3</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>4.850,1</b>	<b>4.853,6</b>	<b>5.345,5</b>	<b>5.085,4</b>	<b>4.524,8</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	1.719,9	1.719,9	1.719,9	606,5	606,5
Reserva de Capital	47,3	39,3	37,1	30,8	22,2
Ações em Tesouraria	(73,4)	(65,7)	(14,0)	(16,4)	(28,7)
Reserva Legal	39,9	39,9	39,9	20,5	20,5
Reserva de Retenção de Lucros	161,9	161,9	288,4	-	-
Ajuste de Avaliação Patrimonial	4,7	4,9	2,7	3,2	1,8
Lucros Acumulados	288,2	147,5	-	217,2	124,7
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>2.188,6</b>	<b>2.047,6</b>	<b>2.074,0</b>	<b>861,8</b>	<b>747,0</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>7.038,7</b>	<b>6.901,2</b>	<b>7.419,5</b>	<b>5.947,1</b>	<b>5.271,8</b>

**ANEXO III**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL AJUSTADO**

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	2T18	2T17	1S18	1S17	jun/18 12UM	jun/17 12UM
<b>Lucro Líquido</b>	<b>140,7</b>	<b>72,4</b>	<b>288,2</b>	<b>130,9</b>	<b>546,3</b>	<b>201,8</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	27,1	18,5	79,2	26,3	109,0	23,9
Depreciação e Amortização	39,1	34,9	76,4	69,4	150,1	141,1
Juros sobre Empréstimos Provisionados	13,1	47,6	29,2	109,9	100,1	241,3
Equivalência Patrimonial	(9,7)	(17,4)	(33,0)	(40,8)	(78,3)	(72,9)
Dividendos Recebidos	(0,0)	10,0	15,7	26,3	48,4	43,5
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	33,0	31,8	58,6	60,2	87,0	106,2
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	8,1	10,4	52,9	20,5	77,7	52,2
Resultado na Venda de Ativos	0,1	0,3	0,3	(2,3)	(0,3)	(2,2)
Apropriação da Receita Diferida	(10,7)	(11,3)	(21,4)	(21,4)	(42,8)	(41,8)
Despesas com Plano de Ações e Opções	4,4	2,1	6,5	3,2	8,9	5,4
Outros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>245,4</b>	<b>199,3</b>	<b>552,6</b>	<b>382,0</b>	<b>1.006,0</b>	<b>698,4</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(92,9)	(40,5)	(135,2)	19,3	(324,4)	(79,6)
Estoques	(183,5)	4,5	(159,5)	127,8	(696,0)	(186,3)
Tributos a Recuperar	(10,5)	22,9	(25,5)	71,3	(23,6)	99,7
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(12,5)	(23,6)	(22,5)	(29,5)	(34,1)	(8,8)
<b>Varição nos Ativos Operacionais</b>	<b>(299,5)</b>	<b>(36,8)</b>	<b>(342,7)</b>	<b>188,9</b>	<b>(1.078,1)</b>	<b>(174,9)</b>
Fornecedores	292,5	98,1	(170,1)	(504,4)	888,9	433,4
Outras Contas a Pagar	41,6	27,4	(34,8)	8,7	153,1	70,5
<b>Varição nos Passivos Operacionais</b>	<b>334,1</b>	<b>125,6</b>	<b>(204,9)</b>	<b>(495,7)</b>	<b>1.042,0</b>	<b>503,9</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>280,0</b>	<b>288,0</b>	<b>5,0</b>	<b>75,3</b>	<b>969,9</b>	<b>1.027,4</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(85,0)	(41,7)	(121,4)	(77,9)	(214,3)	(152,4)
Recebimento de Venda de Imobilizado	0,0	0,0	0,0	3,2	0,0	3,2
Venda de Contrato de Exclusividade	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pagamento de renegociação de contrato de exclusividade	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Investimento em Controlada	(3,2)	(1,0)	(3,2)	(1,0)	(3,2)	(1,0)
Aumento de Capital em Controlada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(88,2)</b>	<b>(42,7)</b>	<b>(124,6)</b>	<b>(75,7)</b>	<b>(217,5)</b>	<b>(150,2)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	0,0	200,0	0,0	202,6	300,0	588,2
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(227,8)	(373,9)	(282,1)	(624,6)	(1.091,6)	(874,0)
Varição de Outros Ativos Financeiros (Hedge)	0,0	1,2	(1,4)	(12,7)	(1,2)	(37,1)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(22,2)	(71,4)	(35,4)	(142,3)	(107,1)	(233,4)
Pagamento de Dividendos	(114,3)	(21,6)	(114,3)	(21,6)	(125,0)	(21,6)
Ações em Tesouraria	(4,0)	0,0	(55,6)	0,0	(28,4)	0,0
Recursos provenientes da emissão de ações	0,0	0,0	0,0	0,0	1.144,0	0,0
Pagamento de gastos com emissão de ações	0,0	0,0	0,0	0,0	(30,6)	(27,6)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>(368,3)</b>	<b>(265,8)</b>	<b>(488,8)</b>	<b>(598,6)</b>	<b>60,1</b>	<b>(605,6)</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	2.103,0	1.134,5	2.534,9	1.713,1	1.114,0	842,4
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	1.926,6	1.114,0	1.926,6	1.114,0	1.926,6	1.114,0
<b>Varição no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>(176,4)</b>	<b>(20,5)</b>	<b>(608,3)</b>	<b>(599,1)</b>	<b>812,5</b>	<b>271,6</b>

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

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

**ANEXO IV**  
**RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO (ROIC) E INVESTIMENTO (ROE)**

<b>CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)</b>	<b>jun-18</b>	<b>mar-18</b>	<b>dez-17</b>	<b>set-17</b>	<b>jun-17</b>
<b>(=) Capital de Giro</b>	508,8	581,6	(52,1)	(140,7)	(110,5)
(+) Contas a receber	7,1	3,3	4,7	3,2	4,3
(+) IR e CS diferidos	178,3	195,2	223,1	233,9	236,5
(+) Impostos a recuperar	201,8	189,8	166,0	164,1	181,7
(+) Depósitos judiciais	342,0	333,9	310,9	301,9	297,0
(+) Outros ativos	29,4	29,2	44,4	43,0	40,8
(+) Invest. contr. em conjunto	284,5	277,2	311,3	319,0	311,8
(+) Imobilizado	608,1	565,7	569,0	560,4	557,4
(+) Intangível	545,5	534,7	532,4	533,0	525,9
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	<b>2.196,8</b>	<b>2.128,9</b>	<b>2.161,9</b>	<b>2.158,7</b>	<b>2.155,5</b>
(-) Provisão para contingências	347,2	343,4	301,5	289,9	286,6
(-) Receita diferida	449,3	459,0	468,8	478,9	489,0
(-) Outras contas a pagar	1,9	1,9	1,9	2,7	2,7
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	<b>798,4</b>	<b>804,4</b>	<b>772,3</b>	<b>771,6</b>	<b>778,3</b>
<b>(=) Capital Fixo</b>	<b>1.398,4</b>	<b>1.324,5</b>	<b>1.389,6</b>	<b>1.387,1</b>	<b>1.377,2</b>
<b>(=) Capital Investido Total</b>	<b>1.907,2</b>	<b>1.906,1</b>	<b>1.337,5</b>	<b>1.246,4</b>	<b>1.266,6</b>
(+) Dívida Líquida	(281,4)	(255,7)	(800,8)	384,6	519,6
(+) Dividendos a Pagar	-	114,3	64,3	-	-
(+) Patrimônio Líquido	2.188,6	2.047,6	2.074,0	861,8	747,0
<b>(=) Financiamento Total</b>	<b>1.907,2</b>	<b>1.906,1</b>	<b>1.337,5</b>	<b>1.246,4</b>	<b>1.266,6</b>

<b>RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)</b>	<b>2T18</b>	<b>1T18</b>	<b>4T17</b>	<b>3T17</b>	<b>2T17</b>
Receitas Financeiras	39,5	23,8	36,3	22,7	27,6
Despesas Financeiras	(112,1)	(83,5)	(114,9)	(115,3)	(136,8)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	<b>(72,6)</b>	<b>(59,8)</b>	<b>(78,6)</b>	<b>(92,5)</b>	<b>(109,2)</b>
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	79,4	59,1	60,4	63,6	76,1
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	<b>6,8</b>	<b>(0,7)</b>	<b>(18,2)</b>	<b>(29,0)</b>	<b>(33,1)</b>
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(2,3)	0,2	6,2	9,8	11,3
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	<b>4,5</b>	<b>(0,5)</b>	<b>(12,0)</b>	<b>(19,1)</b>	<b>(21,9)</b>

<b>RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)</b>	<b>2T18</b>	<b>1T18</b>	<b>4T17</b>	<b>3T17</b>	<b>2T17</b>
EBITDA	312,4	300,5	312,7	250,4	235,8
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(79,4)	(59,1)	(60,4)	(63,6)	(76,1)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>233,0</b>	<b>241,4</b>	<b>252,3</b>	<b>186,8</b>	<b>159,7</b>
Depreciação	(39,1)	(37,2)	(37,1)	(36,6)	(34,9)
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>193,9</b>	<b>204,2</b>	<b>215,3</b>	<b>150,2</b>	<b>124,7</b>
IR/CS correntes e diferidos	(60,0)	(56,0)	(31,4)	(28,7)	(19,3)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	2,3	(0,2)	(6,2)	(9,8)	(11,3)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	<b>136,2</b>	<b>147,9</b>	<b>177,7</b>	<b>111,6</b>	<b>94,2</b>
<b>Capital Investido</b>	<b>1.907,2</b>	<b>1.906,1</b>	<b>1.337,5</b>	<b>1.246,4</b>	<b>1.266,6</b>
<b>ROIC Anualizado</b>	<b>29%</b>	<b>31%</b>	<b>53%</b>	<b>36%</b>	<b>30%</b>
Lucro Líquido	140,7	147,5	165,6	92,5	72,4
Patrimônio Líquido	2.188,6	2.047,6	2.074,0	861,8	747,0
<b>ROE Anualizado</b>	<b>26%</b>	<b>29%</b>	<b>32%</b>	<b>43%</b>	<b>39%</b>

**ANEXO V**  
**ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL**

Abertura Vendas Totais	2T18	A.V.(%)	2T17	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	216,0	4,7%	158,3	4,9%	36,4%
Lojas Convencionais	2.876,3	62,3%	2.146,9	66,6%	34,0%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>3.092,3</b>	<b>67,0%</b>	<b>2.305,2</b>	<b>71,5%</b>	<b>34,1%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	1.376,5	29,8%	889,3	27,6%	54,8%
Marketplace (3P)	150,0	3,2%	29,5	0,9%	408,9%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>1.526,5</b>	<b>33,0%</b>	<b>918,8</b>	<b>28,5%</b>	<b>66,1%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>4.618,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.224,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>43,3%</b>
Outras Receitas <sup>1</sup>	3,4	-	8,6	-	-59,9%
Marketplace (3P)	(150,0)	-	(29,5)	-	408,9%
<b>Receita Bruta - Varejo</b>	<b>4.472,2</b>	<b>-</b>	<b>3.203,1</b>	<b>-</b>	<b>39,6%</b>

Abertura Vendas Totais	1S18	A.V.(%)	1S17	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	418,5	4,6%	313,2	4,8%	33,6%
Lojas Convencionais	5.562,4	61,2%	4.371,9	66,6%	27,2%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>5.981,0</b>	<b>65,8%</b>	<b>4.685,1</b>	<b>71,4%</b>	<b>27,7%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	2.828,1	31,1%	1.833,8	27,9%	54,2%
Marketplace (3P)	275,8	3,0%	43,3	0,7%	537,5%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>3.103,9</b>	<b>34,2%</b>	<b>1.877,0</b>	<b>28,6%</b>	<b>65,4%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>9.084,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.562,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>38,4%</b>
Outras Receitas <sup>1</sup>	13,0	-	22,1	-	-41,2%
Marketplace (3P)	(275,8)	-	(43,3)	-	537,5%
<b>Receita Bruta - Varejo</b>	<b>8.822,1</b>	<b>-</b>	<b>6.541,0</b>	<b>-</b>	<b>34,9%</b>

Número de Lojas por Canal - Final do Período	jun-18	Part(%)	jun-17	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	148	16,7%	123	15,1%	25
Lojas convencionais	736	83,2%	690	84,8%	46
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>884</b>	<b>99,9%</b>	<b>813</b>	<b>99,9%</b>	<b>71</b>
Ecommerce	1	0,1%	1	0,1%	-
<b>Total</b>	<b>885</b>	<b>100,0%</b>	<b>814</b>	<b>100,0%</b>	<b>71</b>
<b>Área total de vendas (m²)</b>	<b>538.753</b>	<b>100%</b>	<b>509.909</b>	<b>100%</b>	<b>5,7%</b>

<sup>(1)</sup> Outras receitas estão compostas pelos rendimentos do Fundo Exclusivo.

**ANEXO VI**  
**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.

No 2T18, a base total de cartões da Luizacred cresceu 240 mil unidades, e atingiu 3,7 milhões de cartões emitidos (+14,7% *versus* jun/17). As vendas dentro das lojas para clientes do Cartão Luiza, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, cresceram 67,7% no 2T18. O faturamento do CDC aumentou 24,1% em relação ao 2T17, passando de R\$62 milhões para R\$77 milhões no 2T18, em linha com o crescimento das lojas físicas.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$6,6 bilhões ao final do 2T18, um aumento de 38,3% em relação ao 2T17. A carteira do Cartão Luiza cresceu 41,8% para R\$6,4 bilhões, enquanto a carteira de CDC diminuiu 20,8% para R\$193 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de focar o Cartão Luiza.

R\$ milhões	2T18	2T17	Var(%)	1S18	1S17	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.735	3.255	14,7%	3.735	3.255	14,7%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	1.268	756	67,7%	2.293	1.427	60,7%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	3.512	2.725	28,9%	6.649	5.152	29,1%
<b>Subtotal - Cartão Luiza</b>	<b>4.781</b>	<b>3.481</b>	<b>37,3%</b>	<b>8.942</b>	<b>6.579</b>	<b>35,9%</b>
Faturamento CDC	77	62	24,1%	118	146	-19,4%
Faturamento Empréstimo Pessoal	15	15	0,0%	31	32	-4,1%
<b>Faturamento Total Luizacred</b>	<b>4.873</b>	<b>3.559</b>	<b>36,9%</b>	<b>9.091</b>	<b>6.758</b>	<b>34,5%</b>
Carteira Cartão	6.397	4.511	41,8%	6.397	4.511	41,8%
Carteira CDC	193	243	-20,8%	193	243	-20,8%
Carteira Empréstimo Pessoal	34	35	-3,8%	34	35	-3,8%
<b>Carteira de Crédito</b>	<b>6.624</b>	<b>4.789</b>	<b>38,3%</b>	<b>6.624</b>	<b>4.789</b>	<b>38,3%</b>

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



Magalu  
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2018

## Demonstração de Resultados

R\$ milhões	2T18	AV	2T17	AV	Var(%)	1S18	AV	1S17	AV	Var(%)
<b>Receitas da Intermediação Financeira</b>	303,3	100,0%	275,8	100,0%	10,0%	574,8	100,0%	560,0	100,0%	2,6%
Cartão	266,8	88,0%	226,8	82,2%	17,7%	501,3	87,2%	460,0	82,1%	9,0%
CDC	26,1	8,6%	38,3	13,9%	-32,0%	53,4	9,3%	78,7	14,1%	-32,1%
EP	10,4	3,4%	10,7	3,9%	-2,2%	20,1	3,5%	21,3	3,8%	-5,5%
<b>Despesas da Intermediação Financeira</b>	(223,1)	-73,5%	(161,2)	-58,4%	38,4%	(384,1)	-66,8%	(318,3)	-56,8%	20,7%
Operações de Captação no Mercado	(42,5)	-14,0%	(47,3)	-17,1%	-10,1%	(81,9)	-14,2%	(100,7)	-18,0%	-18,6%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(180,6)	-59,5%	(113,9)	-41,3%	58,6%	(302,2)	-52,6%	(217,7)	-38,9%	38,9%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	80,3	26,5%	114,6	41,6%	-30,0%	190,7	33,2%	241,7	43,2%	-21,1%
<b>Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(49,9)	-16,5%	(65,3)	-23,7%	-23,5%	(89,0)	-15,5%	(120,7)	-21,5%	-26,3%
Receitas de Prestação de Serviços	151,3	49,9%	114,3	41,4%	32,4%	290,7	50,6%	224,1	40,0%	29,7%
Despesas de Pessoal	(6,9)	-2,3%	(2,1)	-0,8%	229,1%	(9,8)	-1,7%	(2,5)	-0,4%	290,2%
Outras Despesas Administrativas	(157,5)	-51,9%	(145,1)	-52,6%	8,5%	(300,8)	-52,3%	(281,7)	-50,3%	6,8%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,0%	(3,0)	-1,1%	-0,5%	(5,9)	-1,0%	(6,0)	-1,1%	-0,5%
Despesas Tributárias	(24,8)	-8,2%	(20,8)	-7,5%	19,5%	(47,9)	-8,3%	(41,3)	-7,4%	16,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(9,1)	-3,0%	(8,6)	-3,1%	6%	(15,2)	-2,6%	(13,4)	-2,4%	13,9%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	30,3	10,0%	49,3	17,9%	-38,5%	101,7	17,7%	121,0	21,6%	-15,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(13,9)	-4,6%	(22,2)	-8,0%	-37,1%	(47,5)	-8,3%	(54,5)	-9,7%	-12,8%
<b>Lucro Líquido</b>	16,4	5,4%	27,2	9,8%	-39,6%	54,2	9,4%	66,5	11,9%	-18,5%

### Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira aumentaram 10,0% no 2T18, influenciadas principalmente pelo crescimento do faturamento do Cartão Luiza dentro e fora do Magazine Luiza.

### Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa

Os indicadores de inadimplência continuam melhorando. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 3,0% da carteira total em jun/18, diminuindo 0,6 p.p. em relação jun/17, devido a uma política de crédito mais conservadora.

Da mesma forma, a carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) atingiu apenas 7,1% da carteira total em jun/18, uma redução de 1,3 p.p. em relação a jun/17 (8,4%), alcançando o menor nível histórico.

A despesa de PDD líquida de recuperação representou 2,7% da carteira total no 2T18, um leve aumento em relação ao patamar de 2,4% no 2T17, em função da adoção do IFRS 9 em 2018. Nesse sentido, a despesa com PDD foi influenciada pelo crescimento da base de cartões e do limite de crédito disponível para os melhores clientes. Vale destacar que o índice de cobertura em IFRS da carteira aumentou de 132% em jun/17 para 200% em jun/18.

Magalu  
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2018

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	jun/18		mar/18		dez/17		set/17		jun/17	
000 a 014 dias	5.956	89,9%	5.324	89,5%	5.147	89,8%	4.476	88,7%	4.213	88,0%
015 a 030 dias	56	0,8%	62	1,0%	45	0,8%	47	0,9%	56	1,2%
031 a 060 dias	61	0,9%	64	1,1%	49	0,9%	51	1,0%	54	1,1%
061 a 090 dias	82	1,2%	76	1,3%	65	1,1%	57	1,1%	64	1,3%
091 a 120 dias	69	1,0%	55	0,9%	58	1,0%	60	1,2%	56	1,2%
121 a 150 dias	74	1,1%	57	1,0%	53	0,9%	50	1,0%	57	1,2%
151 a 180 dias	64	1,0%	54	0,9%	50	0,9%	54	1,1%	55	1,1%
180 a 360 dias	261	3,9%	258	4,3%	263	4,6%	253	5,0%	234	4,9%
Carteira de Crédito (R\$ milhões)	6.624	100,0%	5.949	100,0%	5.730	100,0%	5.048	100,0%	4.789	100,0%
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	108		116		-		-		-	
Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)	6.732		6.065		-		-		-	
Atraso de 15 a 90 Dias	199	3,0%	201	3,4%	159	2,8%	155	3,1%	174	3,6%
Atraso Maior 90 Dias	468	7,1%	423	7,1%	423	7,4%	417	8,3%	402	8,4%
Atraso Total	667	10,1%	625	10,5%	583	10,2%	572	11,3%	576	12,0%
PDD sobre Carteira de Crédito	703		659		552		543		532	
PDD sobre Limite Disponível	232		213		-		-		-	
PDD Total em IFRS 9	935		872		552		543		532	
Índice de Cobertura da Carteira	150%		156%		130%		130%		132%	
Índice de Cobertura Total	200%		206%		130%		130%		132%	

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 2T18 foi de 26,5%, representando uma redução de 15,1 p.p. em relação ao 2T17, influenciada pela adoção do IFRS 9 na apuração da PDD. No 1S18, a margem bruta da intermediação financeira foi de 33,2%, uma redução de 10 p.p. em relação ao 1S17.

### Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$49,9 milhões no 2T18, uma melhoria de 23,5% em relação ao 2T17, devido a ganhos de produtividade e ao crescimento da receita de prestação de serviços em 32,4%. No 1S18, as outras despesas operacionais totalizaram R\$89 milhões, uma redução de 26,3% em relação ao 1S17.

### Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 2T18, o resultado operacional totalizou R\$30,3 milhões, representando 10,0% da receita da intermediação financeira, uma queda de 7,9 p.p. em relação ao 2T17. No 1S18, o resultado operacional foi de R\$101,7 milhões.

O lucro líquido da Luizacred atingiu R\$16,4 milhões no 2T18, com ROE de 12,4%. No 1S18, o lucro líquido totalizou R\$54,2 milhões, com ROE de 19,3%.

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\$39,9 milhões no 2T18, crescendo 23,7% versus o 2T17, com ROE de 22,9%. No 1S18, o lucro líquido totalizou R\$84,3 milhões, com ROE 25,0%.

### **Patrimônio Líquido**

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$716,3 milhões em jun/18. 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\$537,2 milhões.

**TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS**  
**Teleconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)**

**07 de agosto de 2018 (terça-feira)**

**11h00 – Horário de Brasília**

**10h00 – Horário Estados Unidos (EST)**

**Para participantes no Brasil:**

Telefone para conexão: +55 (11) 3193-1001

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

[Webcast Português](#)

**Para participantes no Exterior:**

Telefone para conexão EUA: +1 (646) 828 8246

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

[Webcast Inglês](#)

**Replay (disponível por 7 dias):**

Telefone para conexão no Brasil: +55 (11) 3193-1012

Senha: **8917143#**

---

**Relações com Investidores**

**Roberto Bellissimo**

Diretor Financeiro e RI

**Simon Olson**

Diretor Adjunto RI  
e Novos Negócios

**Vanessa Rossini**

Gerente RI

**Kenny Damazio**

Analista de RI

Tel.: +55 11 3504-2727

[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

---

**Sobre o Magazine Luiza**

Magazine Luiza é um dos maiores varejistas brasileiros, com mais de 50 milhões de clientes. A empresa possui uma forte presença geográfica, com onze centros de distribuição estrategicamente localizados para atender mais de 880 lojas distribuídas em 16 estados. A partir de um varejista tradicional do interior com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia está se transformando em uma tech company, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes. No centro do sucesso da empresa está uma plataforma de varejo multicanal, capaz de atingir clientes através de dispositivos móveis, site e lojas físicas. A transformação digital da empresa é conduzida por um time de desenvolvimento interno, o Luizalabs, que é composto por mais de 450 engenheiros e especialistas. Entre outras coisas, os engenheiros do Luizalabs utilizam 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 a fricção do processo de varejo, melhorando as margens, 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 on-line atualmente representa mais de 1/3 das vendas totais. O Magalu também possui um modelo logístico inovador e pioneiro. As operações logísticas on-line e off-line são 100% integradas, e permitem que a Companhia aproveite sua presença física para reduzir radicalmente os prazos e custos de entrega.

---

**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.