

Destaques do 1T19

E-commerce cresceu 50%, atingindo R\$2,4 bilhões e 41% das vendas totais
Marketplace cresceu 244%, representando 18% do e-commerce total
Vendas nas lojas físicas evoluíram 16% no total (8% mesmas lojas)
Vendas totais aumentaram 28%, alcançando R\$5,7 bilhões
EBITDA pró-forma cresceu 6% para R\$318 milhões, margem de 7,4%
Lucro líquido pró-forma atingiu R\$139 milhões, margem de 3,2%
Posição de caixa líquido de R\$1,4 bilhão em mar/19

- **Ganho consistente de participação de mercado.** No 1T19, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P) cresceram 28,0% para R\$5,7 bilhões, reflexo do aumento de 50,1% no e-commerce total (sobre um crescimento de 64,6% no 1T18) e 16,0% nas lojas físicas (crescimento mesmas lojas de 8,1% sobre alta de 15,9% no 1T18). Vale destacar a performance das 102 novas lojas, com vendas acima das expectativas, elevando o crescimento total das lojas físicas em 8 p.p. Segundo dados do IBGE (PMC), nos dois primeiros meses de 2019, as vendas do setor cresceram apenas 3,8%.
- **Crescimento acelerado no e-commerce.** As vendas do e-commerce cresceram 50,1% no 1T19, comparado ao crescimento do mercado de 12,9% (E-bit) e representaram 41,4% das vendas totais. No e-commerce tradicional, as vendas evoluíram 33,3% e o marketplace contribuiu com vendas adicionais de R\$ 432,4 milhões (representando 18,3% do e-commerce total). O ganho de marketshare novamente foi impulsionado pela excelente performance do app, que alcançou cerca de 33 milhões de downloads, aumento do número de sellers e do sortimento do marketplace, maturação dos projetos de multicanalidade, entrega mais rápida e permanência do selo RA1000.
- **Evolução do lucro bruto.** No 1T19, o lucro bruto cresceu 16,1%, atingindo R\$1.211,4 milhões. A margem bruta diminuiu 0,9 p.p. para 28,0%, como reflexo do crescimento do e-commerce tradicional (1P) e do fim da “Lei do Bem”, que foram compensados parcialmente pelo crescimento acelerado do marketplace e pela estratégia comercial.
- **Diluição das despesas fixas, aumento dos investimentos em nível de serviço e aquisição de novos clientes.** No 1T19, as despesas operacionais pró-forma foram diluídas em 0,6 p.p. para 20,6% da receita líquida. Esse montante inclui os investimentos adicionais em melhoria no nível de serviço e aquisição de novos clientes.
- **Crescimento expressivo na Luizacred.** A base de Cartões Luiza cresceu 26,3% comparado ao 1T18, atingindo 4,4 milhões de cartões. No mesmo período, o faturamento total do Cartão Luiza foi de R\$5,7 bilhões, crescendo 36,8%. A carteira de crédito total cresceu expressivos 48,3% no 1T19, alcançando R\$8,8 bilhões. Considerando as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central e, conseqüentemente, sem os efeitos da adoção do IFRS 9, o lucro da Luizacred foi de R\$35,6 milhões no 1T19.
- **Crescimento do EBITDA e do lucro líquido.** No 1T19, o EBITDA pró-forma cresceu 6,0% para R\$318,5 milhões (7,4% de margem). O elevado crescimento das vendas, o resultado positivo do e-commerce e a diluição das despesas fixas contribuíram para o crescimento nominal do EBITDA. Dessa forma, a Companhia apresentou lucro líquido pró-forma de R\$138,6 milhões (ROE de 23%). Considerando o resultado da Luizacred de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo BC, o lucro pró-forma do Magalu teria sido de R\$156,8 milhões no 1T19.
- **Expressiva geração de caixa operacional e retorno sobre o capital investido.** O fluxo de caixa das operações pró-forma, ajustado pelos recebíveis, atingiu R\$732,6 milhões nos últimos 12 meses em função da melhoria dos resultados e da gestão do capital de giro. Mais uma vez, a Companhia apresentou elevado crescimento, com alto retorno sobre o capital investido e forte geração de caixa. O ROIC pró-forma atingiu 20% no 1T19 e 35% nos últimos 12 meses.
- **Aumento da posição de caixa líquido e otimização da estrutura de capital.** Nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou o caixa líquido ajustado de R\$1,3 bilhão em mar/18 para R\$1,4 bilhão em mar/19. Na mesma data, a Companhia tinha uma posição total de caixa de R\$1,8 bilhão, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$0,5 bilhão e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$1,3 bilhão.

Magalu
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2019

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T19	1T18	Var(%)
Vendas Totais ¹ (incluindo marketplace)	5.718,0	4.466,2	28,0%
Receita Bruta	5.313,2	4.366,3	21,7%
Receita Líquida	4.329,0	3.613,3	19,8%
Lucro Bruto	1.211,4	1.043,4	16,1%
Margem Bruta	28,0%	28,9%	-0,9 pp
EBITDA	395,4	300,5	31,6%
Margem EBITDA	9,1%	8,3%	0,8 pp
EBITDA Pró-forma	318,5	300,5	6,0%
Margem EBITDA Pró-forma	7,4%	8,3%	-0,9 pp
Lucro Líquido	132,1	147,5	-10,4%
Margem Líquida	3,1%	4,1%	-1,0 pp
Lucro Líquido Pró-forma	138,6	147,5	-6,0%
Margem Líquida Pró-forma	3,2%	4,1%	-0,9 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	8,1%	15,9%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	16,0%	21,4%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	33,3%	53,7%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	50,1%	64,6%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	41,4%	35,3%	6,1 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	959	858	101 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	574.797	526.052	9,3%

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

IFRS 16

O IFRS 16 introduziu um modelo único de contabilização de arrendamentos no balanço patrimonial de arrendatários. Como resultado, a Companhia, como arrendatária, reconheceu como ativo o direito de uso de ativos subjacentes e seus passivos de arrendamento correspondentes.

Dessa forma, os resultados do 1T19 já estão adequados à nova metodologia. Para melhor entendimento e comparabilidade com o 1T18, os resultados do 1T19 estão sendo também apresentados em uma visão 1T19 Pró-forma, desconsiderando os efeitos do IFRS 16.

IFRS 16 - CONCILIAÇÃO DRE PRO-FORMA	1T19	AV	IFRS 16	1T19 Pró-forma	AV
Receita Bruta	5.313,2	122,7%	-	5.313,2	122,7%
Receita Líquida	4.329,0	100,0%	-	4.329,0	100,0%
Lucro Bruto	1.211,4	28,0%	-	1.211,4	28,0%
Despesas com Vendas	(693,0)	-16,0%	(56,5)	(749,5)	-17,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(136,3)	-3,1%	(20,4)	(156,7)	-3,6%
Perda em Liquidação Duvidosa	(12,4)	-0,3%	-	(12,4)	-0,3%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	25,5	0,6%	-	25,5	0,6%
Equivalência Patrimonial	0,1	0,0%	-	0,1	0,0%
Total de Despesas Operacionais	(816,0)	-18,9%	(76,9)	(893,0)	-20,6%
EBITDA	395,4	9,1%	(76,9)	318,5	7,4%
Depreciação e Amortização	(103,9)	-2,4%	65,4	(38,5)	-0,9%
EBIT	291,4	6,7%	(11,5)	280,0	6,5%
Resultado Financeiro	(98,9)	-2,3%	21,3	(77,7)	-1,8%
Lucro Operacional	192,5	4,4%	9,8	202,3	4,7%
IR / CS	(60,4)	-1,4%	(3,3)	(63,7)	-1,5%
Lucro Líquido	132,1	3,1%	6,5	138,6	3,2%

MENSAGEM DA DIRETORIA

No início deste ano, divulgamos que a estratégia do Magalu, reconhecida pelo foco no cliente, seria, daqui para a frente, centrada também em crescimento. Não qualquer crescimento. Falamos em uma expansão em ritmo exponencial, que não acontece por passos -- e, sim, em saltos. Nossa meta é, por meio da tecnologia, digitalizar o Brasil: crescer significativamente nossa base de clientes, os números de usuários com o App do Magalu, a base de clientes fiéis do Cartão Luiza, o número de sellers do nosso marketplace, entrar em novas categorias, lançar novos serviços e muito mais, sempre com a entrega mais rápida e a melhor experiência do varejo.

Passados os três primeiros meses de 2019, podemos afirmar -- baseados em nossas iniciativas e números -- que a estratégia vem se tornando realidade.

Neste primeiro trimestre, nossa base de clientes ativos atingiu 18,2 milhões e cresceu 34% comparado ao mesmo período do ano passado, sendo 68% de crescimento no e-commerce e 23% nas lojas físicas. Nossas vendas, de forma geral, aumentaram 28% de janeiro a março. O e-commerce cresceu mais de 50% em vendas e o número de itens distintos vendidos online mais que dobrou. Ganhamos participação de mercado em todos os canais que compõem nossa plataforma de vendas e relacionamento com os clientes.

Avançamos de forma expressiva no nosso marketplace. Hoje, a plataforma do Magalu conta com 5,4 milhões de itens, vendidos por nós e por mais 5.000 sellers -- 1.600 deles incorporados nos primeiros 90 dias do ano. Nesse período, o marketplace atingiu R\$432 milhões em vendas -- o que representa 18% do total do nosso e-commerce. Representa também uma expansão de 244% em relação ao mesmo período do ano anterior. A cada 100 clientes do nosso e-commerce, 28 adquiriram algum item do marketplace.

Dentro do conceito de *Magalu as a Service*, que consiste em disponibilizar para terceiros os serviços que já oferecemos para nossa própria operação de e-commerce, o Magalu Pagamentos conta com cerca de 3.750 sellers e disponibiliza, de forma totalmente digital, serviços como a antecipação de recebíveis. Estamos evoluindo no piloto do Magalu Entregas -- que consiste em oferecer todas as vantagens da Malha Luiza também para os sellers do nosso marketplace -- com 20 sellers e os resultados têm sido animadores, tanto em termos de redução de prazo de entrega, quanto em redução de custo.

Iniciamos a campanha **#TemNoMagalu**. Nos esforçamos em mostrar aos clientes que podemos vender e entregar quase tudo o que eles precisam ou desejam.

Em linha com a estratégia de expansão de novas categorias, no último Dia Mundial do Livro -- 23 de abril -- lançamos em nossa plataforma a categoria de livros, com a oferta de mais de 240 mil títulos, formada tanto por estoque próprio quanto de sellers do marketplace. Essa é mais uma oportunidade que permitirá aos clientes usufruir de todos os benefícios da multicanalidade, como o Retira Loja e a troca multicanal.

Com os mesmos objetivos, crescer a base de clientes, entrar em novas categorias e aumentar a frequência de compra, anunciamos no último dia 29 de abril um acordo para a aquisição da Netshoes, líder online em roupas, calçados e artigos esportivos. A conclusão da aquisição está condicionada à satisfação de determinadas condições precedentes, incluindo, entre outras, sua aprovação por 2/3 dos acionistas da Netshoes presentes em assembleia geral e pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica -- CADE. Vale ressaltar que a operação conta com a aprovação de acionistas detentores de 48% do capital social.

Estamos trabalhando para transformar o App do Magalu em um superapp e a primeira fase desse processo é ampliarmos o mix de categorias. No final do primeiro trimestre, alcançamos a marca de 33 milhões de downloads e com elevado crescimento na frequência de uso pelos clientes: nosso número médio de usuários ativos mensais cresceu 130% comparado ao mesmo período de 2018 e superou a marca de 6 milhões.

Ao mesmo tempo, as vendas em lojas físicas continuam em um ritmo de crescimento muito acelerado. Avançamos 16% no primeiro trimestre comparado ao mesmo período do ano passado, mesmo considerando uma forte base de comparação em função da Copa do Mundo de futebol. Vale destacar que o crescimento acumulado de vendas nas lojas físicas nos últimos 3 anos supera a marca de 60%, o que reflete um significativo ganho de marketshare no período.

Iniciamos o processo de abertura de 48 lojas nos Estados do Pará, que marca a nossa entrada na região Norte do país, e do Maranhão. Além disso, iremos investir em um novo centro de distribuição na região, com o objetivo de atender melhor os clientes online e offline, em linha com nossa estratégia multicanal. Com as novas lojas e centro de distribuição, o tempo de entrega dos produtos adquiridos online pelos consumidores dessas regiões será reduzido de forma significativa.

Desde janeiro tivemos o fim da “Lei do Bem”, que implica na retomada da cobrança de PIS/Cofins sobre o faturamento de algumas categorias de produtos eletrônicos, tais como smartphones. Durante o primeiro trimestre, percebemos que a maioria dos nossos concorrentes não repassou esse aumento de impostos. Diante desse cenário mais competitivo e do nosso foco em crescimento de vendas, não repassamos integralmente o valor do imposto para o preço final dos produtos, com consequente impacto na margem bruta, que foi atenuado pela receita de serviços com destaque para o marketplace.

Vale ressaltar que, no final de abril, o Magalu obteve êxito em uma de suas ações judiciais referente a inconstitucionalidade da inclusão do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) na base de cálculo do PIS/Cofins. Com isso, tivemos reconhecido o direito de compensar valores já recolhidos que representam aproximadamente R\$ 750 milhões.

Na Luizacred, também conseguimos crescimentos expressivos, tornando a Luizacred a maior financeira de Cartão de Crédito do país, com uma carteira de R\$8,8 bilhões. A base do Cartão Luiza cresceu 26%, alcançando 4,4 milhões no final do primeiro trimestre. Considerando também o aumento da ativação e da frequência de compra, o faturamento total da Luizacred cresceu 36% para R\$5,7 bilhões, com destaque para o crescimento de 40% nas vendas dentro do Magalu.

Da mesma forma que o Magalu se digitalizou, a Luizacred está se tornando uma financeira cada vez mais digital, com destaque para o processo de aprovação de crédito feito pelo vendedor no seu smartphone em poucos minutos, a impressão do cartão na hora, e o recente lançamento do App do Cartão Luiza. Em menos de 6 meses, o número de usuários do App do Cartão Luiza alcançou 465 mil, com uma penetração atual de 45% das contas novas. Todas essas mudanças têm melhorado o NPS da Luizacred e contribuído para sua produtividade – o índice de eficiência melhorou 3 pontos percentuais neste trimestre, alcançando 41%, um dos melhores da sua história.

Em mais um trimestre, mantivemos o Selo RA1000 de excelência em atendimento tanto nas lojas físicas quanto no e-commerce, lembrando que a avaliação reflete nosso e-commerce total: vendas com estoque próprio e o marketplace. Nossos indicadores de clientes continuam avançando: comparado ao primeiro trimestre de 2018 reduzimos em quase 60% as reclamações formais, o percentual de ligações solucionadas pelo SAC no primeiro contato está 26% maior e aumentamos o nosso NPS. Hoje, temos uma central de atendimento que opera 24 horas, 7 dias da semana e comunicamos todo o rastreamento de pedidos via whatsapp, desde a aprovação até a entrega final.

Continuamos investindo na entrega mais rápida do varejo brasileiro, seja na casa do cliente ou na modalidade Retira Loja. A Malha Luiza conta com cerca de 2.000 micro-transportadores e a Logbee já está presente em mais de 40 cidades e continua avançando rapidamente. O Retira Loja representa cerca de 32% das vendas do nosso e-commerce e em 855 lojas, caso o produto escolhido esteja disponível na loja, o cliente já pode retirar em menos de 2 horas. A entrega expressa - prometida e entregue em até 48 horas - já está disponível em mais de 250 cidades e chegou a 33% do total de entregas realizadas na casa do cliente. Em capitais como São Paulo e Belo Horizonte, na modalidade entrega expressa, 95% dos pedidos são efetivamente entregues em menos de 24 horas.

Continuamos confiantes no nosso modelo de negócio e animados com as oportunidades e desafios que temos pela frente. Agradecemos mais uma vez a parceria de nossos clientes, colaboradores, acionistas e fornecedores nessa jornada.

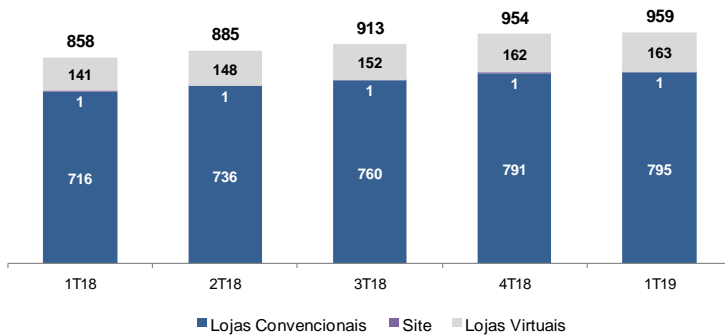
Aproveite para se atualizar sobre tecnologia com os podcasts publicados pelo time do Luizalabs. Eles estão disponíveis no site <http://www.cabecadelab.com.br/> e nas plataformas Spotify, Itunes, Anchor e Soundcloud.

A DIRETORIA

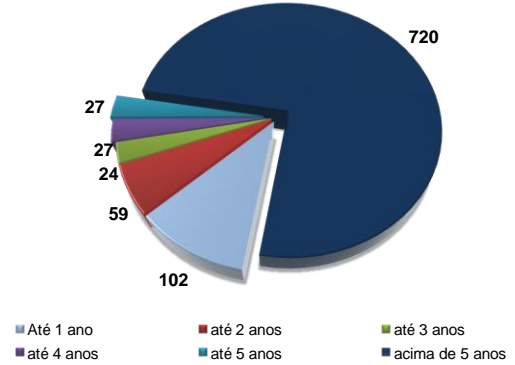
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 1T19 com 959 lojas, sendo 795 convencionais, 163 virtuais e o e-commerce. No 1T19, a Companhia inaugurou 5 novas lojas. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 102 novas lojas (6 na Região Sul, 31 na Sudeste, 30 na Centro Oeste e 35 no Nordeste) e fechou 1. Da base total, 25% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

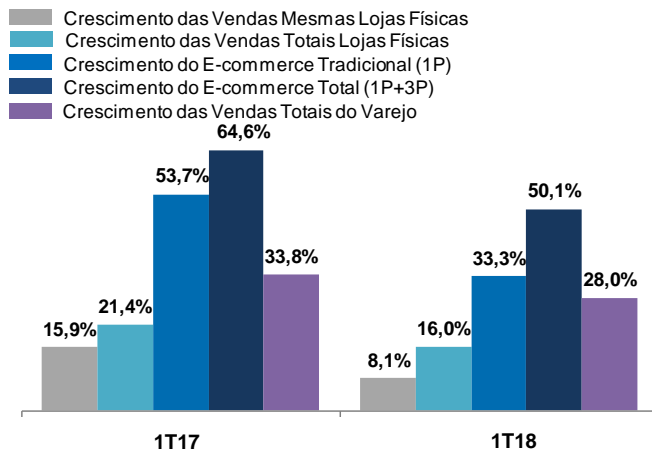


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)

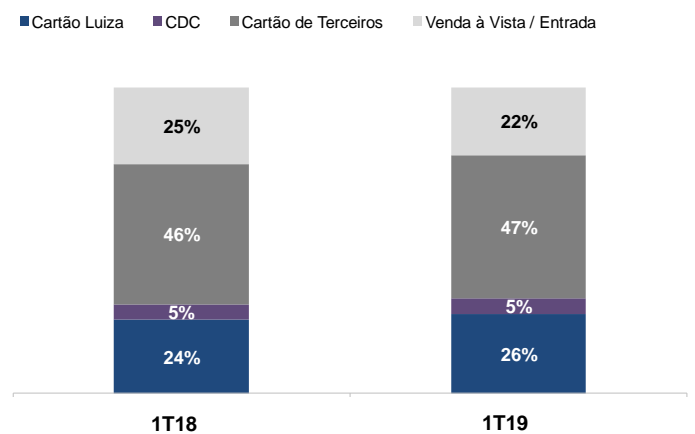


As vendas totais do varejo aumentaram 28,0% no 1T19, reflexo do crescimento de 16,0% das lojas físicas e 50,1% no e-commerce.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



A participação do Cartão Luiza nas vendas aumentou 2 p.p. para 26% no 1T19, contribuindo para a estratégia da Companhia de aumentar a fidelização dos clientes. A participação do CDC nas vendas ficou estável em 5% no 1T19.

Receita Bruta

R\$ milhões	1T19	1T18	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	5.060,0	4.177,1	21,1%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	228,9	172,8	32,5%
Receita Bruta - Varejo	5.288,9	4.349,9	21,6%
Receita Bruta - Outros Serviços	30,0	19,1	56,8%
Eliminações Inter-companhias	(5,6)	(2,7)	108,9%
Receita Bruta - Total	5.313,2	4.366,3	21,7%

No 1T19, a receita bruta total cresceu 21,7% para R\$5,3 bilhões, devido ao acelerado crescimento do e-commerce, vendas das mesmas lojas físicas e significativa contribuição das lojas novas. Vale destacar o crescimento de 32,5% na receita de prestação de serviços, incluindo a venda de novos seguros, serviços digitais e também comissões do Marketplace.

Receita Líquida

R\$ milhões	1T19	1T18	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	4.103,0	3.445,6	19,1%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	204,2	152,8	33,6%
Receita Líquida - Varejo	4.307,2	3.598,4	19,7%
Receita Líquida - Outros Serviços	27,4	17,6	56,1%
Eliminações Inter-companhias	(5,6)	(2,7)	108,9%
Receita Líquida - Total	4.329,0	3.613,3	19,8%

No 1T19, a receita líquida total evoluiu 19,8% para R\$4,3 bilhões. O crescimento da receita líquida foi levemente menor que o da receita bruta em função do fim da “Lei do Bem” que implica na retomada da cobrança do PIS/Cofins sobre o faturamento de algumas categorias de produtos eletrônicos, tais como smartphones.

Lucro Bruto

R\$ milhões	1T19	1T18	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	999,0	879,9	13,5%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	204,2	152,8	33,6%
Lucro Bruto - Varejo	1.203,2	1.032,7	16,5%
Lucro Bruto - Outros Serviços	10,2	10,6	-3,7%
Eliminações Inter-companhias	(2,0)	-	0,0%
Lucro Bruto - Total	1.211,4	1.043,4	16,1%
Margem Bruta - Total	28,0%	28,9%	-0,9 pp

No 1T19, o lucro bruto cresceu 16,1% para R\$1,2 bilhão, equivalente a uma margem bruta de 28,0%. A variação da margem bruta foi reflexo do crescimento do e-commerce tradicional (1P) e do fim da “Lei do Bem”, que foram compensados parcialmente pelo crescimento acelerado do marketplace e pela estratégia comercial.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	1T19			1T18			1T19		
	1T19	% RL	Var(%)	1T18	% RL	Var(%)	Pró-forma	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(693,0)	-16,0%	8,0%	(641,9)	-17,8%		(749,5)	-17,3%	16,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(136,3)	-3,1%	2,5%	(132,9)	-3,7%		(156,7)	-3,6%	17,8%
Subtotal	(829,3)	-19,2%	7,0%	(774,8)	-21,4%		(906,2)	-20,9%	17,0%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(12,4)	-0,3%	-0,6%	(12,5)	-0,3%		(12,4)	-0,3%	-0,6%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	25,5	0,6%	20,8%	21,1	0,6%		25,5	0,6%	20,8%
Total de Despesas Operacionais	(816,1)	-18,9%	6,5%	(766,2)	-21,2%		(893,0)	-20,6%	16,6%

Despesas com Vendas

No 1T19, considerando a adoção do IFRS 16, as despesas com vendas totalizaram R\$693,0 milhões, equivalentes a 16,0% da receita líquida. Em bases comparáveis, as despesas com vendas pró-forma totalizaram R\$749,5 milhões, equivalentes a 17,3% da receita líquida, uma redução de 0,5 p.p. comparado ao 1T18. 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.

Despesas Gerais e Administrativas

No 1T19, considerando a adoção do IFRS 16, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$136,3 milhões, equivalentes a 3,1% da receita líquida. Em bases comparáveis, as despesas gerais e administrativas pró-forma totalizaram R\$156,7 milhões, equivalentes a 3,6% da receita líquida, diluindo 0,1 p.p. comparado ao 1T18.

Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$12,4 milhões no 1T19.

Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	1T19	% RL	1T18	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	2,8	0,1%	(0,1)	0,0%	-
Apropriação de Receita Diferida	12,9	0,3%	10,7	0,3%	20,2%
Provisão para Perdas Tributárias	16,0	0,4%	11,5	0,3%	38,6%
Despesas não Recorrentes	(6,2)	-0,1%	(1,0)	0,0%	545,1%
Outros	0,0	0,0%	(0,0)	0,0%	-
Total	25,5	0,6%	21,1	0,6%	21%

No 1T19, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$25,5 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receitas diferidas no montante de R\$12,9 milhões, R\$16,0 milhões referentes a efeitos tributários e R\$ 6,2 milhões de despesas relacionadas à abertura de lojas novas.

Equivalência Patrimonial

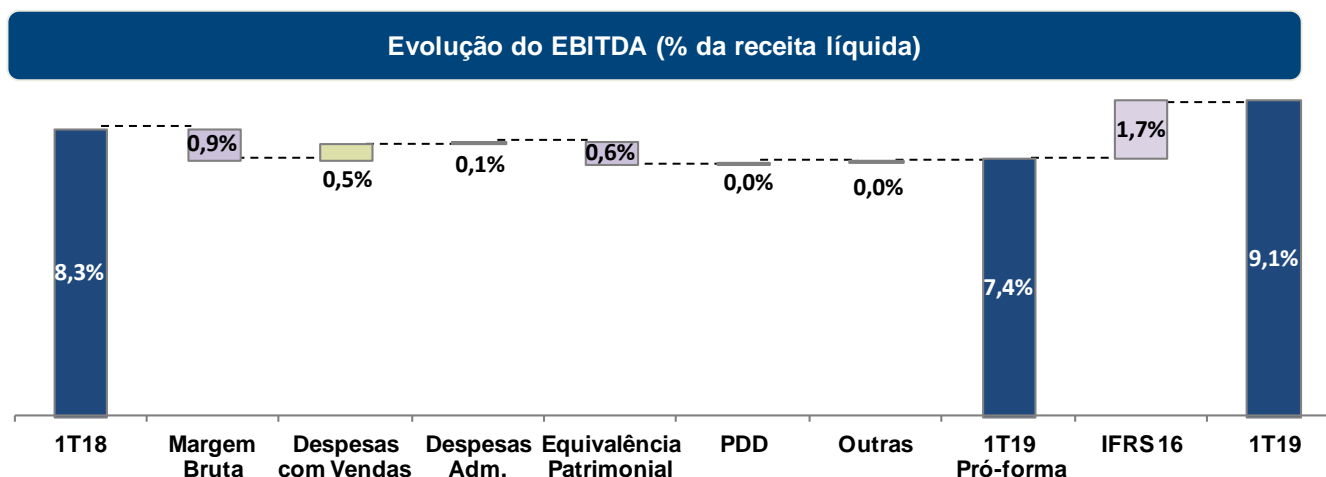
No 1T19, o resultado da equivalência patrimonial foi de R\$0,1 milhão. Os principais fatores que impactaram este resultado foram: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência negativa de R\$0,4 milhão e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$0,5 milhão.

Vale destacar que o resultado da Luizacred foi influenciado pelo forte 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 continua apresentando um dos menores níveis de carteira em atraso da sua história.

Para efeito de comparação, o resultado da Luizacred de acordo com as normas contábeis aprovadas pelo Banco Central foi de R\$35,6 milhões no 1T19, com ROE de 17,2%. Considerando essas mesmas normas, o resultado da equivalência patrimonial seria de R\$17,8 milhões no 1T19, o que significaria um aumento no lucro líquido do Magazine Luiza de R\$18,2 milhões.

EBITDA

No 1T19, considerando a adoção do IFRS 16, o EBITDA atingiu R\$395,4 milhões, equivalente a uma margem de 9,1%. Em bases comparáveis, o EBITDA pró-forma aumentou 6,0% para R\$318,5 milhões, equivalente a uma margem de 7,4%. O elevado crescimento das vendas, o resultado positivo do e-commerce e a diluição das despesas fixas contribuíram para o crescimento nominal do EBITDA. Por outro lado, em linha com a fase estratégica de foco no cliente, os investimentos adicionais em melhoria no nível de serviço e aquisição de novos clientes influenciaram a margem EBITDA no trimestre, que passou de 8,3% para 7,4%.



Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	1T19	% RL	1T18	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(119,8)	-2,8%	(83,5)	-2,3%	43,5%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(7,0)	-0,2%	(16,9)	-0,5%	-58,7%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(37,2)	-0,9%	(15,3)	-0,4%	143,4%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(56,4)	-1,3%	(43,8)	-1,2%	28,8%
Outras Despesas	(19,3)	-0,4%	(7,6)	-0,2%	153,8%
Receitas Financeiras	42,2	1,0%	23,8	0,7%	77,5%
Rendimento de Aplicações Financeiras	1,4	0,0%	1,3	0,0%	11,3%
Outras Receitas Financeiras	40,7	0,9%	22,5	0,6%	81,3%
Resultado Financeiro Líquido Pró-forma	(77,7)	-1,8%	(59,8)	-1,7%	29,9%
Juros Arrendamento Mercantil	(21,3)	-0,5%	-	0,0%	0,0%
Resultado Financeiro Líquido	(98,9)	-2,3%	(59,8)	-1,7%	65,5%

No 1T19, considerando a adoção do IFRS 16, a despesa financeira líquida totalizou R\$98,9 milhões, equivalente a 2,3% da receita líquida. Em bases comparáveis, a despesa financeira líquida pró-forma totalizou R\$77,7 milhões. Em relação à receita líquida, a despesa financeira líquida pró-forma aumentou 0,1 p.p. passando de 1,7% para 1,8%, devido ao crescimento acelerado do Cartão Luiza em linha com a estratégia de fidelização dos melhores clientes. Além disso, este resultado foi positivamente impactado pela redução de 58,7% nos juros de empréstimos e financiamentos e pela forte geração de caixa operacional da Companhia.

Lucro líquido

No 1T19, considerando a adoção do IFRS 16, o lucro líquido totalizou R\$132,1 milhões (margem líquida de 3,1%). Em bases comparáveis, no 1T19, o lucro líquido pró-forma totalizou R\$138,6 milhões, margem líquida de 3,2% e um ROE de 23% e ROIC de 20%.

Considerando a equivalência patrimonial da Luizacred de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o lucro líquido pró-forma do 1T19 seria de R\$156,8 milhões, com margem de 3,6%.

Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-19	dez-18	set-18	jun-18	mar-18
(+) Contas a Receber	350,7	1.761,3	2.051,6	1.657,2	1.507,0	1.410,7
(+) Estoques	547,3	2.484,6	2.810,2	2.106,4	2.110,4	1.937,3
(+) Partes Relacionadas	174,0	260,0	190,2	157,5	100,8	86,0
(+) Impostos a Recuperar	30,1	221,9	303,7	226,7	190,4	191,9
(+) Outros Ativos	22,7	94,8	48,5	71,6	69,9	72,0
(+) Ativos Circulantes Operacionais	1.124,8	4.822,6	5.404,2	4.219,5	3.978,7	3.697,8
(-) Fornecedores	516,7	2.973,6	4.105,2	2.653,1	2.749,5	2.456,9
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	81,1	270,0	259,0	268,7	208,6	188,8
(-) Impostos a Recolher	111,5	203,3	141,0	84,9	110,4	91,7
(-) Partes Relacionadas	23,1	106,0	125,4	90,3	94,5	82,9
(-) Receita Diferida	(1,5)	39,2	39,2	39,4	39,7	40,7
(-) Outras Contas a Pagar	191,4	446,6	406,1	315,2	267,2	255,2
(-) Passivos Circulantes Operacionais	922,3	4.038,6	5.075,9	3.451,7	3.469,9	3.116,2
(=) Capital de Giro	202,5	784,1	328,3	767,8	508,8	581,6
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	154,2	1.146,8	1.492,3	1.120,2	1.018,9	992,5
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	140,0	175,9	106,7	98,8	44,3	35,9
(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito	294,2	1.322,7	1.599,0	1.219,0	1.063,3	1.028,5
(=) Capital de Giro Ajustado	(91,7)	(538,6)	(1.270,7)	(451,1)	(554,5)	(446,9)
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	0,2%	-2,7%	-6,7%	-2,6%	-3,3%	-2,9%
(=) Capital de Giro	202,5	784,1	328,3	767,8	508,8	581,6
(+) Saldo de Recebíveis Descontados	213,3	1.777,7	1.385,8	1.539,0	1.648,7	1.564,4
(=) Capital de Giro Ampliado	415,8	2.561,7	1.714,1	2.306,9	2.157,5	2.145,9
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	-1,1%	12,9%	9,1%	13,1%	13,0%	14,0%

Em mar/19, a necessidade de capital de giro ajustado ficou negativa em R\$538,6 milhões, mostrando uma evolução em relação ao ano anterior, contribuindo para a geração de caixa da Companhia, com destaque para a disciplina na gestão dos estoques (giro médio de 72 dias) e no prazo médio de compras (96 dias). Nos últimos 12 meses, a variação do capital de giro ajustado contribuiu em R\$91,7 milhões para a geração de caixa operacional e, conseqüentemente, para o aumento do caixa líquido ajustado.

Investimentos

R\$ milhões	1T19	%	1T18	%	Var(%)
Lojas Novas	9,1	11%	5,9	16%	54%
Reformas	8,2	10%	3,8	10%	116%
Tecnologia	21,0	26%	16,9	46%	24%
Logística	35,5	44%	8,0	22%	342%
Outros	6,6	8%	1,8	5%	273%
Total	80,4	100%	36,4	100%	121%

No 1T19, os investimentos somaram R\$80,4 milhões, incluindo a abertura de lojas, reformas, investimentos em tecnologia e logística. No período, a Companhia inaugurou 5 lojas. Vale destacar que, nesse trimestre, a Companhia iniciou investimentos para a abertura de mais de 25 novas lojas com inauguração prevista para o 2T19.

Magalu
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2019

Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-19	dez-18	set-18	jun-18	mar-18
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	252,5	(128,9)	(130,7)	(252,4)	(254,5)	(381,4)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	115,8	(321,6)	(325,2)	(325,4)	(327,4)	(437,4)
(=) Endividamento Bruto - Pró-forma	368,3	(450,5)	(456,0)	(577,8)	(581,9)	(818,8)
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	(482,0)	293,2	599,1	419,0	680,5	775,2
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(82,1)	217,3	409,1	253,8	182,8	299,3
(+) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	0,2	0,2	0,2	-	-	-
(+) Caixa e Aplicações Financeiras	(563,8)	510,7	1.008,4	672,8	863,3	1.074,5
(=) Caixa Líquido - Pró Forma	(195,6)	60,2	552,4	95,0	281,4	255,7
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	154,2	1.146,8	1.492,3	1.120,2	1.018,9	992,5
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	140,0	175,9	106,7	98,8	44,3	35,9
(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito	294,2	1.322,7	1.599,0	1.219,0	1.063,3	1.028,5
(=) Caixa Líquido Ajustado - Pró-forma	98,7	1.382,9	2.151,4	1.313,9	1.344,7	1.284,2
Endividamento de Curto Prazo / Total	-18,0%	29%	29%	44%	44%	47%
Endividamento de Longo Prazo / Total	18,0%	71%	71%	56%	56%	53%
EBITDA Ajustado Pró-forma (Últimos 12 Meses)	178,6	1.281,7	1.258,4	1.212,8	1.181,1	1.103,1
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado Pró-forma	-0,1 x	1,1 x	1,7 x	1,1 x	1,1 x	1,2 x
Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito	(269,6)	1.833,4	2.607,4	1.891,7	1.926,6	2.103,0

Nos últimos 12 meses, a Companhia melhorou sua estrutura de capital em R\$98,7 milhões, passando de uma posição de caixa líquido Pró-forma de R\$1.284,2 milhões em mar/18 para R\$1.382,9 milhões em mar/19.

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição total de caixa de R\$1,8 bilhão, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$0,5 bilhão mais R\$1,3 bilhão em recebíveis de cartão de crédito.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T19	AV	1T18	AV	Var(%)	1T19 Pró-forma	AV	Var(%)
Receita Bruta	5.313,2	122,7%	4.366,3	120,8%	21,7%	5.313,2	122,7%	21,7%
Impostos e Cancelamentos	(984,2)	-22,7%	(753,0)	-20,8%	30,7%	(984,2)	-22,7%	30,7%
Receita Líquida	4.329,0	100,0%	3.613,3	100,0%	19,8%	4.329,0	100,0%	19,8%
Custo Total	(3.117,6)	-72,0%	(2.569,9)	-71,1%	21,3%	(3.117,6)	-72,0%	21,3%
Lucro Bruto	1.211,4	28,0%	1.043,4	28,9%	16,1%	1.211,4	28,0%	16,1%
Despesas com Vendas	(693,0)	-16,0%	(641,9)	-17,8%	8,0%	(749,5)	-17,3%	16,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(136,3)	-3,1%	(132,9)	-3,7%	2,5%	(156,7)	-3,6%	17,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(12,4)	-0,3%	(12,5)	-0,3%	-0,6%	(12,4)	-0,3%	-0,6%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	25,5	0,6%	21,1	0,6%	20,8%	25,5	0,6%	20,8%
Equivalência Patrimonial	0,1	0,0%	23,3	0,6%	-99,6%	0,1	0,0%	-99,6%
Total de Despesas Operacionais	(816,0)	-18,9%	(742,9)	-20,6%	9,9%	(893,0)	-20,6%	20,2%
EBITDA	395,4	9,1%	300,5	8,3%	31,6%	318,5	7,4%	6,0%
Depreciação e Amortização	(103,9)	-2,4%	(37,2)	-1,0%	179,1%	(38,5)	-0,9%	3,4%
EBIT	291,4	6,7%	263,3	7,3%	10,7%	280,0	6,5%	6,3%
Resultado Financeiro	(98,9)	-2,3%	(59,8)	-1,7%	65,5%	(77,7)	-1,8%	29,9%
Lucro Operacional	192,5	4,4%	203,5	5,6%	-5,4%	202,3	4,7%	-0,6%
IR / CS	(60,4)	-1,4%	(56,0)	-1,6%	7,8%	(63,7)	-1,5%	13,8%
Lucro Líquido	132,1	3,1%	147,5	4,1%	-10,4%	138,6	3,2%	-6,0%

Cálculo do EBITDA

Lucro Líquido	132,1	3,1%	147,5	4,1%	-10,4%	138,6	3,2%	-6,0%
(+/-) IR / CS	60,4	1,4%	56,0	1,6%	7,8%	63,7	1,5%	13,8%
(+/-) Resultado Financeiro	98,9	2,3%	59,8	1,7%	65,5%	77,7	1,8%	29,9%
(+) Depreciação e amortização	103,9	2,4%	37,2	1,0%	179,1%	38,5	0,9%	3,4%
EBITDA	395,4	9,1%	300,5	8,3%	31,6%	318,5	7,4%	6,0%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	395,4	9,1%	300,5	8,3%	-	318,5	7,4%	-
Despesas não Recorrentes	6,2	0,1%	1,0	0,0%	545,1%	6,2	0,1%	545,1%
EBITDA Ajustado	401,6	9,3%	301,5	8,3%	-	324,7	7,5%	-
Lucro Líquido	132,1	3,1%	147,5	4,1%	-	138,6	3,2%	-
Despesas não Recorrentes	6,2	0,1%	1,0	0,0%	545,1%	6,2	0,1%	545,1%
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(2,1)	0,0%	(0,3)	0,0%	545,9%	(2,1)	0,0%	545,9%
Lucro Líquido Ajustado	136,2	3,1%	148,1	4,1%	-	142,7	3,3%	-

* 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 n° 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 por despesas extraordinárias. No caso do ajuste acima identificado essas despesas referem-se a gastos pré-operacionais com abertura de novas lojas. A Companhia entende que a divulgação do EBITDA Ajustado é necessária para que se entenda o real valor de impacto na geração bruta 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 com títulos semelhantes fornecidas por outras companhias.

ANEXO II
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	mar/19	dez/18	set/18	jun/18	mar/18
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	293,2	599,1	419,0	680,5	775,2
Títulos e Valores Mobiliários	217,3	409,1	253,8	182,8	299,3
Contas a Receber	1.761,3	2.051,6	1.657,2	1.507,0	1.410,7
Estoques	2.484,6	2.810,2	2.106,4	2.110,4	1.937,3
Partes Relacionadas	260,0	190,2	157,5	100,8	86,0
Tributos a Recuperar	221,9	303,7	226,7	190,4	191,9
Outros Ativos	94,8	48,5	71,6	69,9	72,0
Total do Ativo Circulante	5.333,1	6.412,4	4.892,3	4.841,9	4.772,3
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Títulos e Valores Mobiliários	0,2	0,2	-	-	-
Contas a Receber	4,4	7,6	6,4	7,1	3,3
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	168,9	181,0	176,5	178,3	195,2
Tributos a Recuperar	246,8	150,6	165,5	201,8	189,8
Depósitos Judiciais	383,9	349,2	345,7	342,0	333,9
Outros Ativos	32,7	34,2	34,3	29,4	29,2
Investimentos em Controladas	294,6	308,5	294,3	284,5	277,2
Direito de uso	1.882,0	-	-	-	-
Imobilizado	789,4	754,3	663,3	608,1	565,7
Intangível	605,1	598,8	556,4	545,5	534,7
Total do Ativo não Circulante	4.408,1	2.384,4	2.242,4	2.196,8	2.128,9
TOTAL DO ATIVO	9.741,2	8.796,7	7.134,7	7.038,7	6.901,2
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	2.973,6	4.105,2	2.653,1	2.749,5	2.456,9
Empréstimos e Financiamentos	128,9	130,7	252,4	254,5	381,4
Salários, Férias e Encargos Sociais	270,0	259,0	268,7	208,6	188,8
Tributos a Recolher	203,3	141,0	84,9	110,4	91,7
Partes Relacionadas	106,0	125,4	90,3	94,5	82,9
Arrendamento Mercantil	224,6	-	-	-	-
Receita Diferida	39,2	39,2	39,4	39,7	40,7
Dividendos a Pagar	166,4	182,0	-	-	114,3
Outras Contas a Pagar	446,6	406,1	315,2	267,2	255,2
Total do Passivo Circulante	4.558,6	5.388,6	3.704,1	3.724,4	3.611,9
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	321,6	325,2	325,4	327,4	437,4
Arrendamento Mercantil	1.667,2	-	-	-	-
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	380,9	387,4	351,7	347,2	343,4
Receita Diferida	378,1	391,0	439,5	449,3	459,0
Outras Contas a Pagar	1,8	1,7	1,7	1,9	1,9
Total do Passivo não Circulante	2.749,6	1.105,3	1.118,3	1.125,7	1.241,7
TOTAL DO PASSIVO	7.308,2	6.493,9	4.822,4	4.850,1	4.853,6
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	1.719,9	1.719,9	1.719,9	1.719,9	1.719,9
Reserva de Capital	54,9	52,2	47,3	47,3	39,3
Ações em Tesouraria	(84,2)	(87,0)	(67,8)	(73,4)	(65,7)
Reserva Legal	65,6	65,6	39,9	39,9	39,9
Reserva de Retenção de Lucros	546,9	546,9	161,9	161,9	161,9
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(2,1)	5,3	3,3	4,7	4,9
Lucros Acumulados	132,1	-	407,8	288,2	147,5
Total do Patrimônio Líquido	2.433,0	2.302,9	2.312,3	2.188,6	2.047,6
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	9.741,2	8.796,7	7.134,7	7.038,7	6.901,2

ANEXO III - PRO-FORMA
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL AJUSTADO

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	1T19	1T18	mar/19 12UM	mar/18 12UM
Lucro Líquido	138,6	147,5	588,5	477,9
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	34,6	52,1	71,4	100,3
Depreciação e Amortização	38,5	37,2	165,0	145,9
Juros sobre Empréstimos Provisionados	8,0	16,1	41,6	134,7
Equivalência Patrimonial	(0,1)	(23,3)	(34,5)	(86,1)
Dividendos Recebidos	19,1	15,7	34,8	58,4
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	41,2	25,6	146,2	85,8
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	(4,7)	44,8	45,5	80,0
Resultado na Venda de Ativos	(2,8)	0,1	(2,9)	(0,1)
Apropriação da Receita Diferida	(12,9)	(10,7)	(79,1)	(43,4)
Despesas com Plano de Ações e Opções	4,5	2,1	20,1	6,6
Outros	0,0	0,0	0,0	0,0
Lucro Líquido Ajustado	264,1	307,3	996,6	959,9
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(81,3)	(42,3)	(292,5)	(272,0)
Estoques	305,8	24,0	(601,2)	(508,0)
Tributos a Recuperar	(14,5)	(15,0)	(85,4)	9,7
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(81,7)	(10,0)	(97,2)	(45,2)
Variação nos Ativos Operacionais	128,3	(43,2)	(1.076,4)	(815,4)
Fornecedores	(1.131,6)	(462,7)	516,2	694,5
Outras Contas a Pagar	73,2	(76,4)	296,3	139,0
Variação nos Passivos Operacionais	(1.058,5)	(539,0)	812,4	833,4
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	(666,1)	(275,0)	732,6	977,9
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(80,4)	(36,4)	(408,4)	(171,0)
Recebimento de Venda de Imobilizado	0,0	0,0	0,0	0,0
Venda de Contrato de Exclusividade	0,0	0,0	0,0	0,0
Pagamento de renegociação de contrato de exclusividade	0,0	0,0	0,0	0,0
Investimento em Controlada	(15,2)	0,0	(14,9)	(1,0)
Aumento de Capital em Controlada	0,0	0,0	(30,0)	0,0
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	(95,6)	(36,4)	(453,3)	(172,0)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	0,0	0,0	0,0	500,0
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(2,2)	(54,3)	(360,5)	(1.237,7)
Variação de Outros Ativos Financeiros (Hedge)	0,0	(1,4)	0,0	(0,0)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(11,2)	(13,2)	(51,2)	(156,3)
Pagamento de Dividendos	0,0	0,0	(114,3)	(32,4)
Ações em Tesouraria	1,0	(51,7)	(23,0)	(24,4)
Recursos provenientes da emissão de ações	0,0	0,0	0,0	1.144,0
Pagamento de gastos com emissão de ações	0,0	0,0	0,0	(30,6)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos	(12,4)	(120,5)	(549,0)	162,5
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	2.607,4	2.534,9	2.103,0	1.134,5
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	1.833,4	2.103,0	1.833,4	2.103,0
Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários	(774,0)	(431,9)	(269,6)	968,5

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 – PRO-FORMA
RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO (ROIC) E INVESTIMENTO (ROE)

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	mar-19	dez-18	set-18	jun-18	mar-18
(=) Capital de Giro	784,1	328,3	767,8	508,8	581,6
(+) Contas a receber	4,4	7,6	6,4	7,1	3,3
(+) IR e CS diferidos	168,9	181,0	176,5	178,3	195,2
(+) Impostos a recuperar	246,8	150,6	165,5	201,8	189,8
(+) Depósitos judiciais	383,9	349,2	345,7	342,0	333,9
(+) Outros ativos	32,7	34,2	34,3	29,4	29,2
(+) Invest. contr. em conjunto	294,6	308,5	294,3	284,5	277,2
(+) Imobilizado	789,4	754,3	663,3	608,1	565,7
(+) Intangível	605,1	598,8	556,4	545,5	534,7
(+) Ativos não circulantes operacionais	2.525,9	2.384,1	2.242,4	2.196,8	2.128,9
(-) Provisão para contingências	380,9	387,4	351,7	347,2	343,4
(-) Receita diferida	378,1	391,0	439,5	449,3	459,0
(-) Outras contas a pagar	1,8	1,7	1,7	1,9	1,9
(-) Passivos não circulantes operacionais	760,8	780,0	792,9	798,4	804,4
(=) Capital Fixo	1.765,0	1.604,1	1.449,5	1.398,4	1.324,5
(=) Capital Investido Total	2.549,1	1.932,4	2.217,4	1.907,2	1.906,1
(+) Dívida Líquida	(60,2)	(552,4)	(95,0)	(281,4)	(255,7)
(+) Dividendos a Pagar	166,4	182,0	-	-	114,3
(+) Patrimônio Líquido	2.442,8	2.302,9	2.312,3	2.188,6	2.047,6
(=) Financiamento Total	2.549,1	1.932,4	2.217,4	1.907,2	1.906,1

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	1T19	4T18	3T18	2T18	1T18
Receitas Financeiras	42,2	35,8	34,9	39,5	23,8
Despesas Financeiras	(119,8)	(126,5)	(106,5)	(112,1)	(83,5)
Despesas Financeiras Líquidas	(77,7)	(90,7)	(71,7)	(72,6)	(59,8)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	93,6	91,5	75,1	79,7	59,1
Despesas Financeiras Ajustadas	16,0	0,8	3,5	7,1	(0,7)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(5,4)	(0,3)	(1,2)	(2,4)	0,2
Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos	10,5	0,6	2,3	4,7	(0,5)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	1T19	4T18	3T18	2T18	1T18
EBITDA	318,5	353,5	278,9	312,4	300,5
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(93,6)	(91,5)	(75,1)	(79,7)	(59,1)
Depreciação	(38,5)	(41,0)	(46,3)	(39,1)	(37,2)
IR/CS correntes e diferidos	(63,7)	(32,1)	(41,3)	(60,0)	(56,0)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	5,4	0,3	1,2	2,4	(0,2)
Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)	128,0	189,1	117,3	136,1	147,9
Capital Investido	2.549,1	1.932,4	2.217,4	1.907,2	1.906,1
ROIC Anualizado	20%	39%	21%	29%	31%
Lucro Líquido	138,6	189,6	119,6	140,7	147,5
Patrimônio Líquido	2.442,8	2.302,9	2.312,3	2.188,6	2.047,6
ROE Anualizado	23%	33%	21%	26%	29%

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

Abertura Vendas Totais	1T19	A.V.(%)	1T18	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	242,3	4,2%	200,9	4,5%	20,6%
Lojas Convencionais	3.108,2	54,4%	2.687,8	60,2%	15,6%
Subtotal - Lojas Físicas	3.350,5	58,6%	2.888,6	64,7%	16,0%
E-commerce Tradicional (1P)	1.935,1	33,8%	1.451,7	32,5%	33,3%
Marketplace (3P)	432,4	7,6%	125,8	2,8%	243,6%
Subtotal - E-commerce Total	2.367,6	41,4%	1.577,5	35,3%	50,1%
Vendas Totais	5.718,0	100,0%	4.466,2	100,0%	28,0%
Outras Receitas ¹	3,3	-	9,6	-	-65,9%
Marketplace (3P)	(432,4)	-	(125,8)	-	243,6%
Receita Bruta - Varejo	5.288,9	-	4.349,9	-	21,6%

Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar-19	Part(%)	mar-18	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	163	17,0%	141	16,4%	22
Lojas Convencionais	795	82,9%	716	83,4%	79
Subtotal - Lojas Físicas	958	99,9%	857	99,9%	101
Ecommerce	1	0,1%	1	0,1%	-
Total	959	100,0%	858	100,0%	101
Área total de vendas (m²)	574.797	100%	526.052	100%	9,3%

⁽¹⁾ 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 1T19, a base total de cartões da Luizacred cresceu 160 mil unidades, e atingiu 4,4 milhões de cartões emitidos (+26,3% versus mar/18). As vendas dentro das lojas para clientes do Cartão Luiza, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra, cresceram 39,6% no 1T19. O faturamento do CDC atingiu R\$45 milhões no 1T19.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$8,8 bilhões ao final do 1T19, um aumento de 48,3% em relação ao 1T18. A carteira do Cartão Luiza cresceu 49,3% para R\$8,6 bilhões, enquanto a carteira de CDC cresceu 25,7% para R\$217,0 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de foco no Cartão Luiza.

R\$ milhões	1T19	1T18	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	4.413	3.495	26,3%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	1.431	1.025	39,6%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	4.260	3.137	35,8%
Subtotal - Cartão Luiza	5.691	4.162	36,8%
Faturamento CDC	45	40	11,6%
Faturamento Empréstimo Pessoal	13	16	-20,8%
Faturamento Total Luizacred	5.749	4.218	36,3%
Carteira Cartão	8.573	5.743	49,3%
Carteira CDC	217	173	25,7%
Carteira Empréstimo Pessoal	30	33	-10,0%
Carteira de Crédito	8.820	5.949	48,3%

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 1º Trimestre de 2019

Demonstração de Resultados em IFRS

R\$ milhões	1T19	AV	1T18	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	370,0	100,0%	271,5	100,0%	36,3%
Cartão	330,1	89,2%	234,5	86,4%	40,8%
CDC	31,6	8,5%	27,4	10,1%	15,4%
EP	8,4	2,3%	9,7	3,6%	-13,6%
Despesas da Intermediação Financeira	(337,1)	-91,1%	(161,1)	-59,3%	109,2%
Operações de Captação no Mercado	(59,8)	-16,2%	(39,4)	-14,5%	51,7%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(277,3)	-74,9%	(121,7)	-44,8%	127,9%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	33,0	8,9%	110,4	40,7%	-70,2%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(34,1)	-9,2%	(39,1)	-14,4%	-12,6%
Receitas de Prestação de Serviços	190,7	51,5%	139,4	51,3%	36,9%
Despesas de Pessoal	(6,9)	-1,9%	(2,9)	-1,1%	141,1%
Outras Despesas Administrativas	(168,5)	-45,5%	(143,4)	-52,8%	17,5%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,8%	(3,0)	-1,1%	-0,7%
Despesas Tributárias	(30,3)	-8,2%	(23,1)	-8,5%	31,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(16,2)	-4,4%	(6,1)	-2,3%	163%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	(1,2)	-0,3%	71,4	26,3%	-101,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	0,3	0,1%	(33,6)	-12,4%	-100,9%
Lucro Líquido	(0,9)	-0,2%	37,8	13,9%	-102,4%

Demonstração de Resultados pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central

R\$ milhões	1T19	AV	1T18	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	370,0	100,0%	271,5	100,0%	36,3%
Cartão	330,1	89,2%	234,5	86,4%	40,8%
CDC	31,6	8,5%	27,4	10,1%	15,4%
EP	8,4	2,3%	9,7	3,6%	-13,6%
Despesas da Intermediação Financeira	(276,2)	-74,6%	(149,2)	-55,0%	85,1%
Operações de Captação no Mercado	(59,8)	-16,2%	(39,4)	-14,5%	51,7%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(216,4)	-58,5%	(109,8)	-40,4%	97,1%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	93,8	25,4%	122,3	45,0%	-23,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(34,1)	-9,2%	(39,1)	-14,4%	-12,6%
Receitas de Prestação de Serviços	190,7	51,5%	139,4	51,3%	36,9%
Despesas de Pessoal	(6,9)	-1,9%	(2,9)	-1,1%	141,1%
Outras Despesas Administrativas	(168,5)	-45,5%	(143,4)	-52,8%	17,5%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-0,8%	(3,0)	-1,1%	-0,7%
Despesas Tributárias	(30,3)	-8,2%	(23,1)	-8,5%	31,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(16,2)	-4,4%	(6,1)	-2,3%	163%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	59,7	16,1%	83,2	30,7%	-28,3%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(24,1)	-6,5%	(38,9)	-14,3%	-38,2%
Lucro Líquido	35,6	9,6%	44,3	16,3%	-19,6%

Comparativo: Resultado em IFRS x Banco Central

R\$ milhões	1T19	AV	1T18	AV	Var(%)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	60,9	16,4%	11,9	4,4%	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(24,3)	-6,6%	(5,3)	-2,0%	-
Lucro Líquido	36,5	9,9%	6,5	2,4%	-

Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira aumentaram 36,3% no 1T19 e atingiram R\$370,0 milhões, influenciadas principalmente pelo crescimento do faturamento do Cartão Luiza dentro e fora do Magazine Luiza.

Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

Os indicadores de inadimplência continuam em níveis muito baixos. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 3,5% da carteira total em mar/19, em linha com relação a mar/18, mantendo uma política de crédito mais conservadora.

Da mesma forma, a carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) atingiu apenas 7,7% da carteira total em mar/19.

A despesa de PDD líquida de recuperação representou 3,1% da carteira total no 1T19, um aumento em relação ao patamar de 2,0% no 1T18, em função da adoção do IFRS 9 combinado com o crescimento acelerado da carteira, 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 atingiu 179% em mar/19.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar/19		dez/18		set/18		jun/18		mar/18	
000 a 014 dias	7.836	88,8%	7.568	90,0%	6.525	89,8%	5.956	89,9%	5.324	89,5%
015 a 030 dias	81	0,9%	63	0,8%	54	0,7%	56	0,8%	62	1,0%
031 a 060 dias	102	1,2%	69	0,8%	63	0,9%	61	0,9%	64	1,1%
061 a 090 dias	123	1,4%	98	1,2%	85	1,2%	82	1,2%	76	1,3%
091 a 120 dias	95	1,1%	96	1,1%	92	1,3%	69	1,0%	55	0,9%
121 a 150 dias	96	1,1%	82	1,0%	74	1,0%	74	1,1%	57	1,0%
151 a 180 dias	88	1,0%	74	0,9%	68	0,9%	64	1,0%	54	0,9%
180 a 360 dias	399	4,5%	356	4,2%	303	4,2%	261	3,9%	258	4,3%
Carteira de Crédito (R\$ milhões)	8.820	100,0%	8.406	100,0%	7.265	100,0%	6.624	100,0%	5.949	100,0%
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	114		111		109		108		116	
Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)	8.935		8.517		7.374		6.732		6.065	
Atraso de 15 a 90 Dias	306	3,5%	231	2,7%	203	2,8%	199	3,0%	201	3,4%
Atraso Maior 90 Dias	678	7,7%	608	7,2%	537	7,4%	468	7,1%	423	7,1%
Atraso Total	984	11,2%	839	10,0%	740	10,2%	667	10,1%	625	10,5%
PDD sobre Carteira de Crédito	985		924		782		703		659	
PDD sobre Limite Disponível	225		211		234		232		213	
PDD Total em IFRS 9	1.210		1.135		1.016		935		872	
Índice de Cobertura da Carteira	145%		152%		146%		150%		156%	
Índice de Cobertura Total	179%		187%		189%		200%		206%	

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 1T19 foi de 8,9%, representando uma redução de 31,8 p.p. em relação ao 1T18, influenciada pela adoção do IFRS 9 e ao crescimento acelerado da carteira de crédito na apuração da PDD.

Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$34,1 milhões no 1T19, uma melhoria de 12,6% em relação ao 1T18, devido ao crescimento da receita de prestação de serviços em 36,9%.

Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 1T19, o resultado operacional totalizou -R\$1,2 milhão, representando -0,3% da receita da intermediação financeira, uma queda de 26,6 p.p. em relação ao 1T18.

No 1T19, a Luizacred apresentou um prejuízo de R\$0,9 milhão.

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\$35,6 milhões no 1T19, com ROE de 17,2%.

A diferença na linha de provisões entre a contabilidade de acordo com as normas aprovadas pelo Banco Central e IFRS foi de R\$60,9 milhões no 1T19, com reflexo no lucro líquido de R\$36,5 milhões.

Patrimônio Líquido

De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$844,5 milhões em mar/19. 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\$575,6 milhões.

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

07 de maio de 2019 (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: **8339893#**

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo

Diretor Financeiro e RI

Tel.: +55 11 3504-2727

ri@magazineluiza.com.br

Simon Olson

Diretor Adjunto RI
e Novos Negócios

Vanessa Rossini

Gerente RI

Kenny Damazio

Coordenadora RI

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 doze centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 950 lojas distribuídas em 16 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 agora aproximadamente 800 desenvolvedores e especialistas. Entre outras coisas, o Luizalabs utiliza tecnologias como big data e machine learning para criar aplicativos para as diversas áreas da Companhia, como atendimento, logística, financeiro e gestão de estoque, com o objetivo de eliminar qualquer fricção no processo do varejo, melhorando a rentabilidade, os prazos de entrega e a experiência do cliente. A empresa tem estado na vanguarda da adoção do e-commerce na América Latina e a operação online, incluindo o marketplace, representa mais de 41% 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.