

**Magazine Luiza S.A. (BM&FBOVESPA: MGLU3)**  
**Divulgação de Resultados do 4º Trimestre de 2016 (em IFRS)**



## DESTAQUES

**Aumento de 14% nas vendas, com crescimento em todos os canais**  
**E-commerce atingiu 26% das vendas totais, com crescimento de 41% no 4T16**  
**Aumento do EBITDA de 126% para R\$227 milhões (margem de 8,0%)**  
**Crescimento de geração de caixa operacional atingindo R\$654 milhões no 4T16**  
**Redução da dívida líquida de R\$353 milhões em 12 meses**

- **Ganho consistente de participação de mercado.** No 4T16, as vendas brutas consolidadas cresceram 14,3% para R\$3,4 bilhões, reflexo do crescimento de 13,6% nas vendas mesmas lojas (+41,4% no e-commerce e +6,0% nas lojas físicas). Em 2016, o Magazine Luiza ganhou participação de mercado em todos os canais e nas principais categorias de produtos. Segundo dados do IBGE (PMC), as vendas nominais de móveis e eletro encolheram -7,5% no ano, comparado com o crescimento acumulado da Companhia de +8,3%.
- **Crescimento no e-commerce.** As vendas do e-commerce atingiram um recorde de 26,3% nas vendas totais da Companhia, crescendo 41,4% no 4T16, comparado ao crescimento do mercado de 8,2% no mesmo período, segundo dados do E-bit. Este ganho de market-share foi resultado do: (i) crescimento do tráfego e das vendas dos canais mobile (principalmente do app), (ii) aumento das vendas nos mercados atendidos pelos 9 CDs regionais, já totalmente integrados desde 2014, (iii) aumento da conversão reflexo da ampliação da utilização do sistema proprietário de recomendação, (iv) do crescimento da venda de novos canais (Época Cosméticos, Magazine Você, Clube da Lu e Quero de Casamento) e (v) da Black Friday.
- **Aumento da margem bruta.** No 4T16, a margem bruta aumentou 0,7 p.p. atingindo 29,6% e, nos 12M16, o aumento foi de 1,3 p.p. para 30,7%. Essa expansão foi obtida em função de: (i) maior racionalidade de preços no e-commerce e no mercado de lojas físicas, (ii) cobrança de frete e montagem e (iii) melhora de mix com aumento de participação de categorias mais rentáveis.
- **Diluição significativa das despesas operacionais.** No 4T16, as despesas com vendas, gerais e administrativas foram diluídas em 2,3 p.p. para 22,2% da receita líquida, e nos 12M16, a diluição foi de 1,3 p.p. para 23,7%. Essa diluição reflete a maturação do rigoroso controle das despesas adotado pela Companhia, incluindo o Orçamento Base Zero (OBZ) e a Gestão Matricial de Despesas (GMD).
- **Forte crescimento do EBITDA e do lucro líquido.** No 4T16, o crescimento das vendas totais, o aumento da margem bruta, a diluição das despesas operacionais e a contribuição positiva do e-commerce contribuíram para uma evolução significativa do EBITDA de 126,1% para R\$226,9 milhões (+4,1 p.p. para 8,0% de margem) e do lucro líquido para R\$46,1 milhões. Nos 12M16, o EBITDA atingiu R\$714,6 milhões (+2,4 p.p. para 7,5% de margem) e o lucro líquido foi de R\$86,6 milhões.
- **Melhora no capital de giro e geração de caixa operacional.** No 4T16, a Companhia apresentou uma melhora em sua geração de caixa operacional com um resultado positivo de R\$653,7 milhões. Em função de uma melhor relação entre o saldo de estoques e fornecedores, a Companhia melhorou sua necessidade de capital de giro em R\$569,6 milhões no 4T16 e R\$260,4 milhões em 2016.
- **Redução do endividamento líquido.** Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu sua dívida líquida em R\$353,2 milhões. A dívida líquida ajustada passou de R\$488,9 milhões em dez/15 para R\$135,6 milhões em dez/16, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,0x para 0,2x, respectivamente, o menor índice histórico para o trimestre.
- **Melhoria no resultado da Luizacred.** A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) reduziu 3,2 p.p. de dez/15 para dez/16, representando 9,5% da carteira total. Em função dessa melhora nos indicadores de inadimplência, o lucro operacional da Luizacred cresceu 355,8%, passando de R\$10,6 milhões no 4T15 para R\$48,2 milhões no 4T16. O lucro líquido atingiu R\$25,4 milhões com ROE de 19%.

MGLU3: R\$ 163,55 por ação  
 Total de Ações: 21.623.933  
 Valor de Mercado: R\$ 3,5 bilhões

**Teleconferência: 20 de fevereiro de 2017 (Segunda-feira)**  
 14:30 no horário de Brasília: +55 11 3193-1001  
 12:30 no horário dos EUA (EST): +1 786 924-6977

Relações com Investidores: Tel. +55 11 3504-2727  
[www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri)  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

Magazine Luiza S.A  
Divulgação de Resultados do 4º Trimestre de 2016

R\$ milhões (exceto quando indicado)	4T16	4T15	Var(%)	12M16	12M15	Var(%)
Receita Bruta	3.392,7	2.967,9	14,3%	11.371,6	10.498,3	8,3%
Receita Líquida	2.839,3	2.553,5	11,2%	9.508,7	9.066,8	4,9%
Lucro Bruto	840,7	738,9	13,8%	2.922,6	2.667,2	9,6%
Margem Bruta	29,6%	28,9%	0,7 pp	30,7%	29,4%	1,3 pp
EBITDA	226,9	100,4	126,1%	714,6	464,7	53,8%
Margem EBITDA	8,0%	3,9%	4,1 pp	7,5%	5,1%	2,4 pp
EBITDA Ajustado	229,3	114,3	100,6%	741,7	492,6	50,6%
Margem EBITDA Ajustada	8,1%	4,5%	3,6 pp	7,8%	5,4%	2,4 pp
Lucro (Prejuízo) Líquido	46,1	(52,4)	-	86,6	(65,6)	-
Margem Líquida	1,6%	-2,1%	3,7 pp	0,9%	-0,7%	1,6 pp
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	47,7	(43,2)	-	104,5	(47,2)	-
Margem Líquida Ajustada	1,7%	-1,7%	3,4 pp	1,1%	-0,5%	1,6 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	13,6%	-11,6%	-	6,6%	-10,9%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	6,0%	-17,6%	-	0,3%	-15,0%	-
Crescimento nas Vendas Internet	41,4%	19,1%	-	32,2%	9,8%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	800	786	14 lojas	800	786	14 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	501.319	498.570	0,6%	501.319	498.570	0,6%

Devido ao fim da desoneração da folha de pagamento, para melhor comparação, os números do 4T15 foram reclassificados gerencialmente da seguinte forma: encargos de R\$17,5 milhões, anteriormente contabilizados como impostos sobre a receita bruta foram reclassificados para despesas com vendas (R\$12,6 milhões) e despesas gerais e administrativas (R\$4,9 milhões).

## MENSAGEM DA DIRETORIA

Em 2017, o Magazine Luiza completará 60 anos. Nascemos pequenos – uma verdadeira startup – com uma única loja em Franca, no interior de São Paulo. E chegamos até aqui graças à alma empreendedora de nossos fundadores, Luiza Trajano e Pelegrino Donato, ao comprometimento de nossa gente, à disposição de correr riscos, à nossa relação de proximidade com o cliente e ao permanente senso de urgência para responder às suas demandas.

Agora, após seis décadas de vida e de constante expansão, o Magazine Luiza escolhe para si uma das mais desafiantes missões do mundo dos negócios – transformar-se, passando da condição de uma empresa tradicional com uma área digital para uma empresa digital com pontos físicos e calor humano.

Talvez tenhamos feito a mais difícil das escolhas. Não há, no mundo, um único caso bem-sucedido de transição de um modo de ser “analógico” de organização empresarial para um modelo verdadeiramente digital. Várias – e ótimas – companhias tentaram. Todas, até agora, falharam. Mas nós, do Magazine Luiza – com os pés no presente e a cabeça no futuro – acreditamos que podemos sair vencedores desse processo. Queremos fazer história.

O sucesso da nossa empreitada digital depende de crença, consistência e persistência, entre vários outros fatores. Mas temos a convicção de que nenhum deles é tão crítico quanto a capacidade de desenvolver uma cultura corporativa digital. Essa cultura, parte do DNA das empresas da Era da Internet, pressupõe velocidade para fazer as mudanças necessárias, coragem para correr riscos, disposição para cometer erros e humildade para assumi-los e corrigi-los rapidamente. Envolve também tranquilidade para operar permanentemente em beta e, assim, evitar o fantasma da obsolescência. A capacidade de desenvolver, dentro da própria empresa, tecnologias que serão a base da operação é fundamental. Numa companhia de alma digital, a tecnologia deixa a periferia da operação, se desloca para o centro – e passa a ser vista como o cérebro dos negócios.

Esse modo de ser costuma ser assustador para as grandes empresas. Estruturas hierarquizadas, imobilizadas pela burocracia excessiva, pelo medo da mudança e pelo apego aos sucessos passados, costumam rejeitar ferozmente a cultura digital. Mas sem sua incorporação e a crença geral e genuína em sua importância, o processo de transformação tende a desperdiçar recursos e acabar em frustração.

Startups não precisam viver esse processo doloroso. Elas carregam esse DNA. São velozes, enxutas, focadas, têm propósitos muito claros. Seus líderes e suas equipes têm certeza de que podem mudar o mundo a partir de suas ideias. E sabem que, sem esse jeito de ser e de se comportar, estarão fadadas à morte prematura.

Carregamos muito da cultura digital em nosso código genético. Acreditamos na simplicidade, na inovação e somos obcecados por nossos clientes. Nossa missão é colocar tais características a serviço desse novo ciclo, já iniciado. No processo de transformação, contamos com algumas vantagens que faltam às valorosas e flexíveis empresas emergentes: relevância e alcance. Temos 800 lojas, milhões de clientes ativos e operamos em regiões que concentram aproximadamente 75% do PIB brasileiro. Nossos nove centros de distribuição e o sistema logístico consolidado contribuem para que cheguemos aos mais remotos lares do país. Nossa infraestrutura promove algo imprescindível para a sociedade conectada – acesso.

A combinação de musculatura e de uma cultura digital – que seja nossa e que respeite crenças e valores primordiais – nos levará à frente no processo de transformação. A disseminação da cultura é um dos cinco pilares estratégicos sobre os quais o novo ciclo de crescimento do Magazine está sustentado. Os outros quatro são:

- Multicanalidade – Somos a única empresa de varejo no Brasil a operar nossos canais de forma integrada, com a utilização de uma mesma infra-estrutura. Há quase 20 anos, o Magazine Luiza defende esse modelo. Mantivemos essa posição, a despeito do ceticismo que dominou o setor durante muito tempo. A dinâmica do mercado tem mostrado que sempre estivemos no caminho certo. Um dos exemplos mais recentes da prática da multicanalidade é o Retira Loja, sistema que permite que clientes que compram por meio das plataformas digitais retirem os produtos adquiridos em qualquer uma de nossas lojas físicas. Nos últimos meses, a quantidade de produtos retirados nas lojas já superou 25 mil por mês, proporcionando economia e velocidade para nossos clientes. Estamos confiantes no enorme potencial de crescimento desse tipo de serviço.

- Inclusão Digital – Temos um propósito claro: fazer do Brasil um país digital. O brasileiro é um dos povos mais entusiasmados com as novas tecnologias. Metade de nossa população já está, de alguma forma, inserida na dinâmica das redes sociais. O acesso a produtos conectados, porém, ainda é baixo, o que é um problema – e uma grande oportunidade para o Magazine Luiza. Atualmente, cerca de 50% dos produtos vendidos em nossos canais físicos e digitais são conectados. Acreditamos que podemos – e poderemos cada vez mais – ajudar a melhorar o dia-a-dia de nossos clientes quando os estimulamos a tirar o máximo benefício da tecnologia disponível.
- Digitalização das Lojas Físicas – Elas são vitais para a nossa estratégia e estão sendo transformadas para que a experiência de compra seja cada vez mais prazerosa. Hoje, todos os nossos vendedores usam o aplicativo para smartphone Mobile Vendas, que permite uma redução significativa do tempo de atendimento e oferece à força de vendas informações sobre produtos e clientes. Em cerca de 150 lojas, já é possível fazer pagamentos pelo sistema Mobile Pinpad, que dispensa a ida aos caixas. As lojas físicas do Magazine Luiza oferecem serviços como a venda de cartões de conteúdo e o Lu Conecta, instalação de aplicativos e configuração de smartphones adquiridos pelos clientes. A introdução do wifi livre e a troca dos mobiliários estimulam e facilitam a experimentação dos produtos.
- Plataforma Digital – Em meados de 2016, lançamos nossa operação de Marketplace e passamos a vender produtos de cerca de 50 parceiros, expandindo nossa oferta em mais de 80 mil SKUs. Ao mesmo tempo, passamos a usar de forma mais eficiente nossa infraestrutura e contribuimos para que produtores se tornem vendedores. Desde sua introdução, o Marketplace do Magazine Luiza atraiu parceiros como Multi-Ar, Whirlpool, Empório da Cerveja, Toymania, Multilaser e Polishop. Com isso, introduzimos a venda de categorias antes inexistentes, como produtos para pets, jóias, livros, bebidas e alimentos.

A execução disciplinada dessas estratégias, nossa visão de longo prazo e a crença de que podemos ser uma referência em transformação digital têm produzido resultados que nos enchem de orgulho. Em 2016, o Magazine Luiza foi uma exceção num cenário econômico ainda dominado pela crise. A evolução de nossos indicadores financeiros – trimestre após trimestre, sem soluções – demonstra a consistência da estratégia e da gestão.

Embora todos os indicadores sejam positivos – com aumento de faturamento, margem bruta, EBITDA, lucro líquido e redução significativa do endividamento –, a performance de nossas vendas digitais chama a atenção. As vendas via site mobile e app já representam uma parte significativa do faturamento total da companhia. No último trimestre de 2016, o crescimento das vendas digitais superou os 40%. É um desempenho muito superior à média do e-commerce brasileiro. De acordo com dados do Ebit, as vendas do setor cresceram 7,4% em 2016 – enquanto as operações digitais do Magazine Luiza registraram uma expansão de 32,2% no período. Nosso app de vendas, lançado em setembro de 2015, foi abraçado pelos clientes, chegando à marca de 4,5 milhões de downloads.

Esses resultados não seriam possíveis se não acreditássemos firmemente na importância do desenvolvimento de tecnologia dentro de casa. Tecnologia aplicada ao negócio – que aumenta a eficiência, reduz custos e abre novas possibilidades – e voltada para melhorar a experiência do cliente. Esse é o trabalho diário dos mais de 100 engenheiros e especialistas que trabalham no Luizalabs, nosso laboratório de inovação.

Estamos felizes com a trajetória percorrida até agora. Mas sabemos que esse é o início de um caminho que não tem linha de chegada. Como todas as outras empresas, seremos constantemente provocados a nos reinventar, a sermos mais rápidos, mais eficientes, mais inovadores, mais próximos do mercado. Vivemos um momento em que a mudança parece ser a única coisa permanente.

Esse momento pode ser extremamente frutífero – para o Magazine Luiza e para todos os seus parceiros – se vencermos o desafio de incorporar uma cultura digital, segundo a qual a transformação é regra. Também seremos mais bem-sucedidos na nossa caminhada se formos intransigentes com a preservação de nossos valores. É por isso que fazemos questão de frisar que, para o Magazine Luiza, não basta ser uma empresa digital, com pontos físicos. Não há e não haverá Magazine Luiza sem calor humano. As pessoas e as relações de confiança estabelecidas com elas continuam a ser nossa maior fortaleza.

Há muito o que fazer neste especial ano de 2017 – marco de nossos 60 anos. Estamos prontos para escalar nossa plataforma de Marketplace, atraindo mais parceiros e aumentando nossa oferta de produtos. Trabalhamos para sermos reconhecidos como líderes da melhor plataforma – para parceiros, que compartilharão conosco a base de clientes, estrutura tecnológica, atendimento e reputação de marca, e para o consumidor. É mais uma transformação – uma das muitas que já realizamos durante nossa história.

A única coisa que jamais mudou nesses 60 anos é o fato que o Magazine Luiza sempre muda. Temos uma alma de startup em um corpo formado por mais de 20 mil colaboradores. Isso é um enorme privilégio e nos dá a certeza de que podemos nos perpetuar, mantendo a juventude e a relevância.

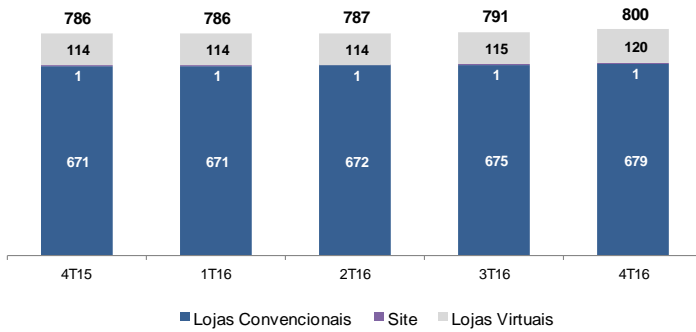
Preparados para o novo ano, agradecemos a nossos clientes, colaboradores, acionistas, fornecedores, parceiros e comunidades em geral a confiança e a parceria ao longo de 2016.

## **A DIRETORIA**

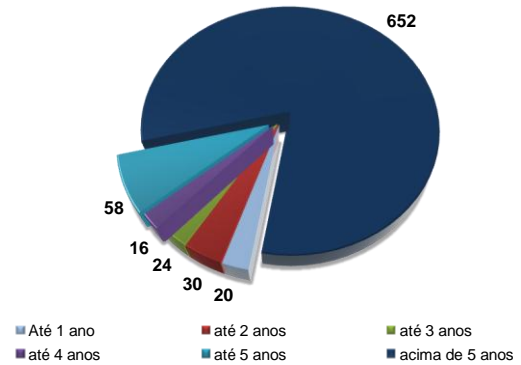
## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magazine Luiza encerrou dez/16 com 800 lojas, sendo 679 convencionais, 120 virtuais e o *site*. No 4T16, a Companhia inaugurou 15 novas lojas (dez lojas convencionais e cinco lojas virtuais) e fechou seis lojas (quatro lojas convencionais e duas lojas de shopping). No ano de 2016, a Companhia abriu 20 novas lojas e fechou 6 lojas. Da base total, 19% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



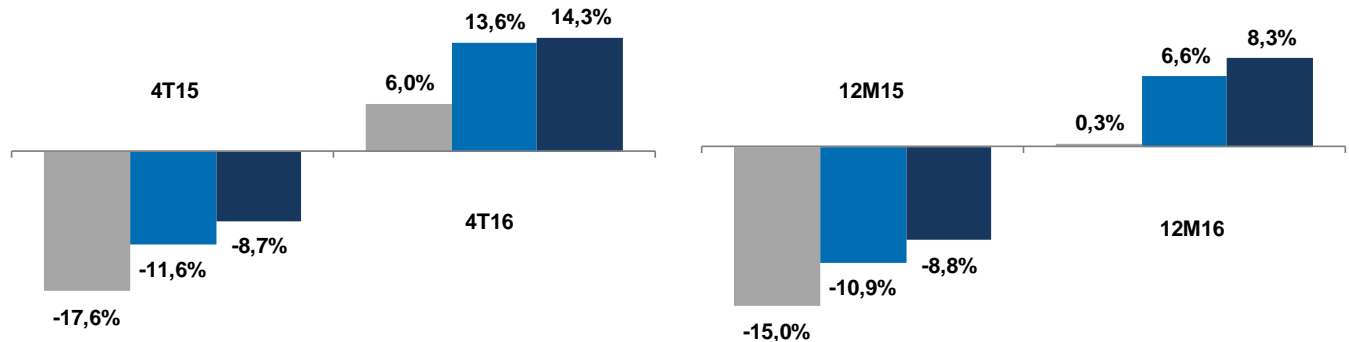
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



No conceito mesmas lojas, as vendas brutas aumentaram 13,6% no 4T16, reflexo do crescimento de 6,0% das lojas físicas e 41,4% no e-commerce. Este crescimento reflete a consistência no desempenho do e-commerce e a melhora sequencial no desempenho das lojas físicas. Em 2016, as vendas totais do varejo cresceram 8,3% e no conceito mesmas lojas subiram 6,6% (+0,3% nas lojas físicas e +32,2% no e-commerce).

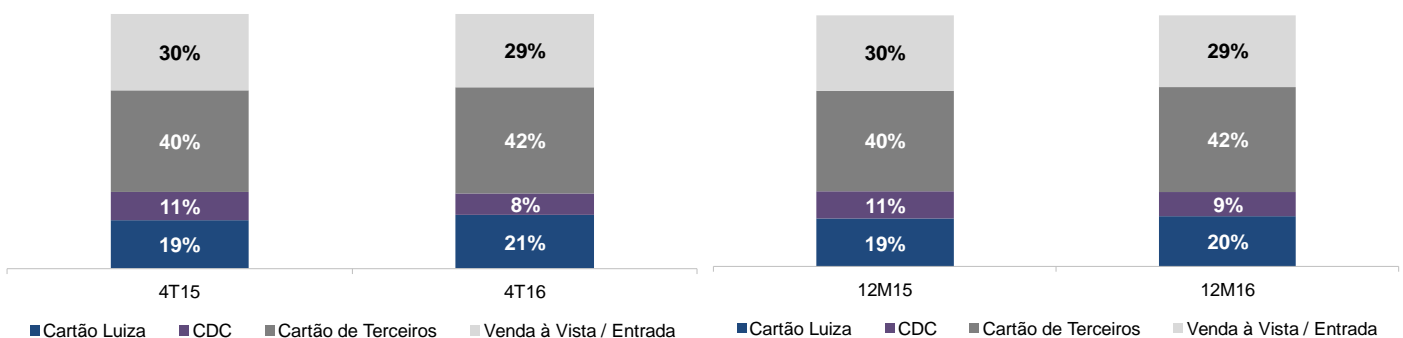
Crescimento das Vendas Brutas Mesmas Lojas (em %)

■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas Físicas  
■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (inclui e-commerce)  
■ Crescimento das Vendas Totais do Varejo



A participação do Cartão Luiza nas vendas totais aumentou 2 p.p. para 21% no 4T16, 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 11% no 4T15 para 8% no 4T16.

Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



## Receita Bruta

R\$ milhões	4T16	4T15	Var(%)	12M16	12M15	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	3.237,1	2.824,0	14,6%	10.828,8	9.958,4	8,7%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	142,6	132,2	7,9%	494,8	496,9	-0,4%
<b>Total Varejo</b>	<b>3.379,7</b>	<b>2.956,2</b>	<b>14,3%</b>	<b>11.323,5</b>	<b>10.455,3</b>	<b>8,3%</b>
Receita Bruta - Administração de Consórcios	15,9	13,9	13,7%	58,1	51,6	12,6%
Eliminações Inter-companhias	(2,8)	(2,2)	26,7%	(10,0)	(8,5)	16,9%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>3.392,7</b>	<b>2.967,9</b>	<b>14,3%</b>	<b>11.371,6</b>	<b>10.498,3</b>	<b>8,3%</b>

No 4T16, a receita bruta total cresceu 14,3% para R\$3,4 bilhões, devido ao aumento nas vendas mesmas lojas de 13,6% e à contribuição das lojas novas. Nos 12M16, a receita bruta aumentou 8,3% para R\$11,4 bilhões.

## Receita Líquida

R\$ milhões	4T16	4T15	Var(%)	12M16	12M15	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.702,2	2.427,3	11,3%	9.031,3	8.594,0	5,1%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	125,1	115,6	8,3%	433,8	434,1	-0,1%
<b>Total Varejo</b>	<b>2.827,4</b>	<b>2.542,9</b>	<b>11,2%</b>	<b>9.465,2</b>	<b>9.028,1</b>	<b>4,8%</b>
Receita Líquida - Administração de Consórcios	14,7	12,8	15,0%	53,5	47,2	13,3%
Eliminações Inter-companhias	(2,8)	(2,2)	26,7%	(10,0)	(8,5)	16,9%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>2.839,3</b>	<b>2.553,5</b>	<b>11,2%</b>	<b>9.508,7</b>	<b>9.066,8</b>	<b>4,9%</b>

No 4T16, a receita líquida total evoluiu 11,2% para R\$2,8 bilhões, influenciada pelo aumento dos impostos sobre a receita bruta em diversos estados, que elevaram as alíquotas de ICMS sobre vários produtos. Nos 12M16, a receita líquida atingiu R\$9,5 bilhões.

## Lucro Bruto

R\$ milhões	4T16	4T15	Var(%)	12M16	12M15	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	708,2	615,5	15,1%	2.459,0	2.203,9	11,6%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	125,1	115,6	8,3%	433,8	434,1	-0,1%
<b>Total Varejo</b>	<b>833,4</b>	<b>731,0</b>	<b>14,0%</b>	<b>2.892,9</b>	<b>2.638,0</b>	<b>9,7%</b>
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	7,3	7,8	-7,3%	29,7	29,2	1,9%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>840,7</b>	<b>738,9</b>	<b>13,8%</b>	<b>2.922,6</b>	<b>2.667,2</b>	<b>9,6%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>29,6%</b>	<b>28,9%</b>	<b>0,7 pp</b>	<b>30,7%</b>	<b>29,4%</b>	<b>1,3 pp</b>

No 4T16, o lucro bruto cresceu 13,8% para R\$840,7 milhões, equivalente a uma margem bruta de 29,6% (+0,7 p.p. versus o 4T15). A melhora da margem bruta foi resultado de: (i) maior racionalidade de preços no e-commerce e no mercado de lojas físicas, (ii) cobrança de frete e montagem e (iii) melhora de mix com aumento de participação de categorias mais rentáveis. Nos 12M16, o lucro bruto atingiu R\$2,9 bilhões, uma expansão da margem bruta de 1,3 p.p. para 30,7%.

## Despesas Operacionais

R\$ milhões	4T16	% RL	4T15	% RL	Var(%)	12M16	% RL	12M15	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(497,2)	-17,5%	(498,7)	-19,5%	-0,3%	(1.776,3)	-18,7%	(1.784,6)	-19,7%	-0,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(133,9)	-4,7%	(128,6)	-5,0%	4,1%	(481,9)	-5,1%	(483,2)	-5,3%	-0,3%
<b>Subtotal</b>	<b>(631,1)</b>	<b>-22,2%</b>	<b>(627,3)</b>	<b>-24,6%</b>	<b>0,6%</b>	<b>(2.258,2)</b>	<b>-23,7%</b>	<b>(2.267,8)</b>	<b>-25,0%</b>	<b>-0,4%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(6,7)	-0,2%	(10,2)	-0,4%	-33,9%	(26,1)	-0,3%	(30,5)	-0,3%	-14,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,3	0,3%	(7,7)	-0,3%	-209%	13,5	0,1%	20,2	0,2%	-33,3%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(629,5)</b>	<b>-22,2%</b>	<b>(645,2)</b>	<b>-25,3%</b>	<b>-2,4%</b>	<b>(2.270,8)</b>	<b>-23,9%</b>	<b>(2.278,0)</b>	<b>-25,1%</b>	<b>-0,3%</b>

## Despesas com Vendas

No 4T16, as despesas com vendas totalizaram R\$497,2 milhões, equivalentes a 17,5% da receita líquida (2,0 p.p. menor em relação ao 4T15), reflexo de um controle ainda mais rigoroso nas despesas, ganhos de produtividade, redução das despesas de marketing, renegociação dos contratos de aluguel e serviços de logística, além da revisão de diversas despesas operacionais. Nos 12M16, as despesas com vendas totalizaram R\$1,8 bilhão, uma redução nominal de 0,5% e equivalente a uma diluição de 1,0 p.p. em relação aos 12M15.

## Despesas Gerais e Administrativas

No 4T16, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$133,9 milhões, equivalentes a 4,7% da receita líquida (0,3 p.p. menor *versus* o 4T15), impactadas pela otimização dos processos administrativos. Nos 12M16, as despesas gerais e administrativas atingiram R\$481,9 milhões, uma queda nominal de 0,3% e uma diluição de 0,2 p.p. em relação aos 12M15, a despeito do aumento dos encargos sobre a folha de pagamento.

## Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$6,7 milhões no 4T16 e R\$26,1 milhões nos 12M16.

## Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	4T16	% RL	4T15	% RL	Var(%)	12M16	% RL	12M15	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,1)	0,0%	(0,2)	0,0%	-31,1%	(0,5)	0,0%	(0,7)	0,0%	-33,0%
Apropriação de Receita Diferida	10,1	0,4%	8,2	0,3%	23,1%	40,6	0,4%	47,7	0,5%	-14,9%
Provisão para Perdas Tributárias	0,5	0,0%	(2,5)	-0,1%	-122%	(1,0)	0,0%	(0,8)	0,0%	24,5%
Despesas não Recorrentes	(2,4)	-0,1%	(13,9)	-0,5%	-82,6%	(27,2)	-0,3%	(27,9)	-0,3%	-2,6%
Outros	0,3	0,0%	0,7	0,0%	-63,3%	1,5	0,0%	1,9	0,0%	-19,6%
<b>Total</b>	<b>8,3</b>	<b>0,3%</b>	<b>(7,7)</b>	<b>-0,3%</b>	<b>-209%</b>	<b>13,5</b>	<b>0,1%</b>	<b>20,2</b>	<b>0,2%</b>	<b>-33,3%</b>

No 4T16, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$8,3 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receita diferida no montante de R\$10,1 milhões. Nos 12M16, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$13,5 milhões, incluindo as despesas não recorrentes no valor de R\$27,2 milhões.

## Equivalência Patrimonial

No 4T16, o resultado da equivalência patrimonial atingiu R\$15,8 milhões. Os principais fatores que impactaram este resultado foram: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$12,7 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$3,0 milhões. Nos 12M16, o resultado da equivalência patrimonial totalizou R\$62,7 milhões.

## EBITDA

No 4T16, o EBITDA aumentou 126,1% para R\$226,9 milhões, equivalente a uma margem de 8,0% (+4,1 p.p. *versus* o 4T15). O crescimento das vendas totais, o aumento da margem bruta e a diluição das despesas operacionais contribuíram mais uma vez para a evolução do EBITDA.

Nos 12M16, o EBITDA cresceu 53,8% totalizando R\$714,6 milhões, representando uma margem de 7,5% (+2,4 p.p. *versus* 12M15). Vale destacar também que, nos 12M16, o EBITDA ajustado totalizou R\$741,7 milhões, atingindo uma margem de 7,8%.



## Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	4T16	% RL	4T15	% RL	Var(%)	12M16	% RL	12M15	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(167,2)	-5,9%	(180,3)	-7,1%	-7,3%	(620,5)	-6,5%	(616,4)	-6,8%	0,7%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(69,4)	-2,4%	(67,9)	-2,7%	2,2%	(272,8)	-2,9%	(262,8)	-2,9%	3,8%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(38,3)	-1,3%	(51,4)	-2,0%	-25,5%	(156,4)	-1,6%	(167,3)	-1,8%	-6,5%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(49,0)	-1,7%	(34,0)	-1,3%	44,3%	(153,2)	-1,6%	(108,1)	-1,2%	41,8%
Outras Despesas	(10,4)	-0,4%	(27,0)	-1,1%	-61,4%	(38,1)	-0,4%	(78,2)	-0,9%	-51,3%
<b>Receitas Financeiras</b>	29,0	1,0%	27,6	1,1%	5,1%	116,7	1,2%	130,3	1,4%	-10,5%
Rendimento de Aplicações Financeiras	3,3	0,1%	4,9	0,2%	-32,9%	13,4	0,1%	12,6	0,1%	6,2%
Outras Receitas Financeiras	25,7	0,9%	22,7	0,9%	13,3%	103,3	1,1%	117,7	1,3%	-12,3%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(138,2)	-4,9%	(152,8)	-6,0%	-9,5%	(503,8)	-5,3%	(486,1)	-5,4%	3,7%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários <sup>1</sup>	11,2	0,4%	6,8	0,3%	63,6%	37,6	0,4%	27,6	0,3%	36,0%
<b>Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	(127,0)	-4,5%	(145,9)	-5,7%	-13,0%	(466,3)	-4,9%	(458,4)	-5,1%	1,7%

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 4T16, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$127,0 milhões, melhorando 1,2 p.p. em relação ao 4T15, que representou uma economia de R\$18,9 milhões no trimestre. Este resultado foi impactado positivamente pela redução da dívida líquida e pelo início do ciclo de queda na taxa Selic. Nos 12M16, o resultado financeiro líquido ajustado atingiu R\$466,3 milhões, equivalente a 4,9% da receita líquida (-0,2p.p. *versus* 12M15).

## Lucro líquido

No 4T16, o lucro líquido totalizou R\$46,1 milhões (margem líquida de 1,6%). Nos 12M16, o lucro líquido atingiu R\$86,6 milhões e o lucro líquido ajustado totalizou R\$104,5 milhões (margem líquida de 1,1%).

## Capital de Giro

R\$ milhões	dez-16	set-16	jun-16	mar-16	dez-15
Contas a Receber	581,0	423,1	404,3	389,6	435,2
Estoques	1.596,7	1.346,3	1.306,7	1.279,3	1.353,1
Partes Relacionadas	64,0	50,3	41,2	55,4	86,2
Impostos a Recuperar	212,2	293,1	296,9	320,9	334,3
Outros Ativos	47,8	96,1	96,0	60,7	36,6
<b>Ativos Circulantes Operacionais</b>	2.501,7	2.208,8	2.145,1	2.105,9	2.245,4
Fornecedores	2.365,0	1.528,5	1.427,1	1.394,1	1.894,2
Salários, Férias e Encargos Sociais	188,4	186,1	144,5	141,7	153,9
Impostos a Recolher	40,1	32,9	28,5	29,5	30,6
Partes Relacionadas	73,0	53,8	78,0	61,9	68,4
Outras Contas a Pagar	115,3	118,0	93,3	92,2	118,0
<b>Passivos Circulantes Operacionais</b>	2.781,8	1.919,2	1.771,3	1.719,5	2.265,0
<b>Capital de Giro</b>	(280,0)	289,6	373,7	386,4	(19,6)
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	-2,5%	2,6%	3,5%	3,7%	-0,2%
<b>Saldo de Recebíveis Descontados</b>	1.587,5	1.435,3	1.422,5	1.433,1	1.417,8
<b>Capital de Giro Ajustado</b>	1.307,5	1.724,9	1.796,2	1.819,5	1.398,2
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	11,5%	15,8%	16,8%	17,2%	13,3%

Em dez/16, a necessidade de capital de giro ficou negativa em R\$280,0 milhões (-2,5% da receita bruta dos últimos 12 meses), mostrando uma importante evolução em relação aos trimestres anteriores, com destaque para uma melhor relação entre o saldo de estoques e fornecedores. Dessa forma, a Companhia melhorou sua necessidade de capital de giro em R\$569,6 milhões no 4T16 e R\$260,4 milhões em 2016.

## Investimentos

R\$ milhões	4T16	%	4T15	%	12M16	%	12M15	%
Lojas Novas	8,0	17%	7,1	13%	10,7	9%	36,5	23%
Reformas	17,3	38%	12,2	22%	43,4	35%	41,1	26%
Tecnologia	17,1	37%	21,1	38%	54,1	44%	54,1	34%
Logística	3,6	8%	15,0	27%	15,1	12%	25,2	16%
Outros	0,0	0%	0,6	1%	1,0	1%	0,8	0%
<b>Total</b>	<b>46,1</b>	<b>100%</b>	<b>56,0</b>	<b>100%</b>	<b>124,3</b>	<b>100%</b>	<b>157,6</b>	<b>100%</b>

No 4T16, o investimento total alcançou R\$46,1 milhões, incluindo a abertura de 15 novas lojas, reformas, investimentos em tecnologia e logística. Em 2016, os investimentos somaram R\$124,3 milhões, sendo 56% dos investimentos destinados para projetos de tecnologia e logística em função da estratégia de transformação digital em andamento.

## Endividamento Líquido

R\$ milhões	dez-16	set-16	jun-16	mar-16	dez-15
(+) Empréstimos e Financiamentos Circulante	838,0	980,9	902,3	713,6	568,4
(+) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	1.010,8	773,3	794,4	1.050,5	1.255,0
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>1.848,8</b>	<b>1.754,2</b>	<b>1.696,7</b>	<b>1.764,1</b>	<b>1.823,3</b>
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	599,1	234,6	197,5	411,3	617,5
(-) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	819,0	567,0	464,8	302,2	497,6
(-) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	0,2	2,8	0,1	7,8	46,7
<b>(-) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>1.418,3</b>	<b>804,3</b>	<b>662,5</b>	<b>721,3</b>	<b>1.161,8</b>
<b>(=) Endividamento Líquido</b>	<b>430,5</b>	<b>949,9</b>	<b>1.034,2</b>	<b>1.042,8</b>	<b>661,5</b>
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	276,2	187,0	174,9	176,1	158,7
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	18,6	12,6	5,1	8,1	13,9
<b>(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>294,9</b>	<b>199,6</b>	<b>179,9</b>	<b>184,1</b>	<b>172,6</b>
<b>(=) Endividamento Líquido Ajustado</b>	<b>135,6</b>	<b>750,3</b>	<b>854,3</b>	<b>858,7</b>	<b>488,9</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	45%	56%	53%	40%	31%
Endividamento de Longo Prazo / Total	55%	44%	47%	60%	69%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	741,7	626,7	559,3	523,3	492,6
<b>Dívida Líquida Ajustada / EBITDA Ajustado</b>	<b>0,2 x</b>	<b>1,2 x</b>	<b>1,5 x</b>	<b>1,6 x</b>	<b>1,0 x</b>

A dívida líquida ajustada (líquida de cartão de crédito não descontado) diminuiu de R\$488,9 milhões em dez/15 para R\$135,6 milhões em dez/16, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,0x para 0,2x, respectivamente no período. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu sua dívida líquida ajustada em R\$353,2 milhões.

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

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	4T16	AV	4T15	AV	Var(%)	12M16	AV	12M15	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	3.392,7	119,5%	2.967,9	116,2%	14,3%	11.371,6	119,6%	10.498,3	115,8%	8,3%
Impostos e Cancelamentos	(553,4)	-19,5%	(414,4)	-16,2%	33,5%	(1.862,9)	-19,6%	(1.431,5)	-15,8%	30,1%
<b>Receita Líquida</b>	2.839,3	100,0%	2.553,5	100,0%	11,2%	9.508,7	100,0%	9.066,8	100,0%	4,9%
Custo Total	(1.998,6)	-70,4%	(1.814,6)	-71,1%	10,1%	(6.586,1)	-69,3%	(6.399,6)	-70,6%	2,9%
<b>Lucro Bruto</b>	840,7	29,6%	738,9	28,9%	13,8%	2.922,6	30,7%	2.667,2	29,4%	9,6%
Despesas com Vendas	(497,2)	-17,5%	(498,7)	-19,5%	-0,3%	(1.776,3)	-18,7%	(1.784,6)	-19,7%	-0,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(133,9)	-4,7%	(128,6)	-5,0%	4,1%	(481,9)	-5,1%	(483,2)	-5,3%	-0,3%
Perda em Liquidação Duvidosa	(6,7)	-0,2%	(10,2)	-0,4%	-33,9%	(26,1)	-0,3%	(30,5)	-0,3%	-14,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,3	0,3%	(7,7)	-0,3%	-208,7%	13,5	0,1%	20,2	0,2%	-33,3%
Equivalência Patrimonial	15,8	0,6%	6,7	0,3%	135,8%	62,7	0,7%	75,6	0,8%	-17,1%
Total de Despesas Operacionais	(613,8)	-21,6%	(638,5)	-25,0%	-3,9%	(2.208,1)	-23,2%	(2.202,4)	-24,3%	0,3%
<b>EBITDA</b>	226,9	8,0%	100,4	3,9%	126,1%	714,6	7,5%	464,7	5,1%	53,8%
Depreciação e Amortização	(40,0)	-1,4%	(34,2)	-1,3%	17,1%	(133,6)	-1,4%	(125,8)	-1,4%	6,2%
<b>EBIT</b>	186,9	6,6%	66,2	2,6%	182,3%	580,9	6,1%	338,9	3,7%	71,4%
Resultado Financeiro	(138,2)	-4,9%	(152,8)	-6,0%	-9,5%	(503,8)	-5,3%	(486,1)	-5,4%	3,7%
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	48,7	1,7%	(86,6)	-3,4%	-	77,1	0,8%	(147,1)	-1,6%	-
IR / CS	(2,6)	-0,1%	34,2	1,3%	-107,6%	9,5	0,1%	81,5	0,9%	-88,4%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	46,1	1,6%	(52,4)	-2,1%	-	86,6	0,9%	(65,6)	-0,7%	-

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	226,9	8,0%	100,4	3,9%	-	714,6	7,5%	464,7	5,1%	-
Despesas não Recorrentes	2,4	0,1%	13,9	0,5%	-	27,2	0,3%	27,9	0,3%	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	229,3	8,1%	114,3	4,5%	-	741,7	7,8%	492,6	5,4%	-
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	46,1	1,6%	(52,4)	-2,1%	-	86,6	0,9%	(65,6)	-0,7%	-
Despesas não Recorrentes	2,4	0,1%	13,9	0,5%	-	27,2	0,3%	27,9	0,3%	-
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(0,8)	0,0%	(4,7)	-0,2%	-	(9,2)	-0,1%	(9,5)	-0,1%	-
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado</b>	47,7	1,7%	(43,2)	-1,7%	-	104,5	1,1%	(47,2)	-0,5%	-

Devido ao término da desoneração da folha de pagamento, para melhor comparação, os números do 4T15 foram reclassificados gerencialmente da seguinte forma: encargos de R\$17,5 milhões, anteriormente contabilizados como impostos sobre a receita bruta, foram reclassificados para despesas com vendas (R\$12,6 milhões) e despesas gerais e administrativas (R\$4,9 milhões).

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

<b>ATIVO</b>	<b>dez/16</b>	<b>set/16</b>	<b>jun/16</b>	<b>mar/16</b>	<b>dez/15</b>
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	599,1	234,6	197,5	411,3	617,5
Títulos e Valores Mobiliários	819,0	567,0	464,8	302,2	497,6
Contas a Receber	581,0	423,1	404,3	389,6	435,2
Estoques	1.596,7	1.346,3	1.306,7	1.279,3	1.353,1
Partes Relacionadas	64,0	50,3	41,2	55,4	86,2
Tributos a Recuperar	212,2	293,1	296,9	320,9	334,3
Outros Ativos	47,8	96,1	96,0	60,7	36,6
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>3.919,8</b>	<b>3.010,3</b>	<b>2.807,4</b>	<b>2.819,4</b>	<b>3.360,5</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Títulos e Valores Mobiliários	0,2	2,8	0,1	7,8	46,7
Contas a Receber	3,6	2,3	2,0	1,9	2,6
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	242,0	243,8	239,7	236,1	229,3
Tributos a Recuperar	223,6	167,8	167,0	164,2	177,3
Depósitos Judiciais	292,2	281,8	273,0	260,1	248,5
Outros Ativos	52,3	50,6	50,1	49,4	54,3
Investimentos em Controladas	293,8	287,1	281,6	282,0	297,5
Imobilizado	560,1	559,0	562,4	569,6	578,6
Intangível	513,0	508,2	508,4	507,3	506,7
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>2.180,8</b>	<b>2.103,5</b>	<b>2.084,4</b>	<b>2.078,4</b>	<b>2.141,5</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>6.100,6</b>	<b>5.113,8</b>	<b>4.891,8</b>	<b>4.897,8</b>	<b>5.502,0</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	2.365,0	1.528,5	1.427,1	1.394,1	1.894,2
Empréstimos e Financiamentos	838,0	980,9	902,3	713,6	568,4
Salários, Férias e Encargos Sociais	188,4	186,1	144,5	141,7	153,9
Tributos a Recolher	40,1	32,9	28,5	29,5	30,6
Partes Relacionadas	73,0	53,8	78,0	61,9	68,4
Receita Diferida	40,3	40,3	40,6	40,8	41,4
Dividendos a Pagar	12,3	-	-	-	-
Outras Contas a Pagar	115,3	118,0	93,3	92,2	118,0
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>3.672,4</b>	<b>2.940,4</b>	<b>2.714,2</b>	<b>2.473,9</b>	<b>2.874,8</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	1.010,8	773,3	794,4	1.050,5	1.255,0
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	284,1	268,7	263,4	254,7	243,4
Receita Diferida	509,2	519,2	529,3	539,4	550,9
Outras Contas a Pagar	2,6	2,3	2,3	2,3	2,3
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.806,6</b>	<b>1.563,6</b>	<b>1.589,5</b>	<b>1.846,8</b>	<b>2.051,5</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>5.479,0</b>	<b>4.504,0</b>	<b>4.303,6</b>	<b>4.320,7</b>	<b>4.926,3</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	606,5	606,5	606,5	606,5	606,5
Reserva de Capital	19,0	17,9	16,8	15,7	14,6
Ações em Tesouraria	(28,7)	(5,9)	(1,1)	(16,4)	(9,6)
Reserva Legal	20,5	16,1	16,1	16,1	16,1
Reserva de Retenção de Lucros	3,1	-	-	-	-
Outros Resultados Abrangentes	1,2	1,4	0,9	0,2	(1,6)
Lucros Acumulados	-	(26,3)	(51,1)	(45,1)	(50,4)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>621,6</b>	<b>609,8</b>	<b>588,2</b>	<b>577,0</b>	<b>575,7</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>6.100,6</b>	<b>5.113,8</b>	<b>4.891,8</b>	<b>4.897,8</b>	<b>5.502,0</b>

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

<b>DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA AJUSTADO (em R\$ milhões)</b>	<b>4T16</b>	<b>4T15</b>	<b>12M16</b>	<b>12M15</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>46,1</b>	<b>(52,4)</b>	<b>86,6</b>	<b>(65,6)</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	2,0	(34,7)	(12,2)	(84,1)
Depreciação e Amortização	40,0	34,2	133,6	125,8
Juros sobre Empréstimos Provisionados	64,4	66,8	254,5	253,0
Equivalência Patrimonial	(15,8)	(6,7)	(62,7)	(75,6)
Dividendos Recebidos	6,0	6,9	70,9	70,9
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	27,6	35,8	99,2	137,1
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	19,4	16,4	59,1	(6,9)
Resultado na Venda de Ativos	0,1	0,2	0,5	0,7
Apropriação da Receita Diferida	(10,1)	(8,2)	(40,6)	(47,7)
Despesas com Plano de Opções de Ações	1,1	1,1	4,5	4,5
Outros	0,0	1,9	0,0	1,9
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>180,8</b>	<b>61,2</b>	<b>593,3</b>	<b>313,9</b>
Contas a Receber	(170,9)	(25,3)	(190,0)	113,2
Estoques	(266,5)	(160,2)	(299,6)	54,8
Tributos a Recuperar	25,2	(39,9)	76,1	(109,6)
Outros Ativos	25,5	17,9	(45,1)	(17,1)
<b>Varição nos Ativos Operacionais</b>	<b>(386,6)</b>	<b>(207,5)</b>	<b>(458,6)</b>	<b>41,4</b>
Fornecedores	836,5	707,2	470,8	104,3
Outras Contas a Pagar	23,0	53,5	51,1	(31,4)
<b>Varição nos Passivos Operacionais</b>	<b>859,5</b>	<b>760,7</b>	<b>521,9</b>	<b>72,9</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>653,7</b>	<b>614,4</b>	<b>656,7</b>	<b>428,2</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(46,1)	(56,0)	(124,3)	(157,6)
Venda de Contrato de Exclusividade	0,0	288,0	0,0	288,0
Pagamento de renegociação de contrato de exclusividade	0,0	0,0	(11,2)	0,0
Investimento em Controlada	0,0	(9,5)	0,0	(9,5)
Aumento de Capital em Controlada	0,0	(55,0)	0,0	(60,0)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(46,1)</b>	<b>167,4</b>	<b>(135,5)</b>	<b>60,8</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	324,9	4,5	578,5	690,8
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(240,9)	(151,1)	(477,3)	(738,4)
Varição de Outros Ativos Financeiros (Hedge)	(16,5)	(30,4)	(114,1)	128,0
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(37,3)	(77,7)	(216,2)	(221,7)
Pagamento de Dividendos	0,0	0,0	0,0	(33,5)
Ações em Tesouraria, Adquiridas	(23,8)	(0,7)	(35,6)	(15,6)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>6,3</b>	<b>(255,4)</b>	<b>(264,7)</b>	<b>(190,3)</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários e Outros Ativos Financeiros	804,3	635,4	1.161,8	863,1
Saldo Final de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários e Outros Ativos Financeiros	1.418,3	1.161,8	1.418,3	1.161,8
<b>Varição no Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>614,0</b>	<b>526,4</b>	<b>256,5</b>	<b>298,7</b>

Nota: A diferença entre a Demonstração de Fluxo de Caixa e a Demonstração de Fluxo de Caixa Ajustado refere-se basicamente a: (i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.

**ANEXO IV**  
**RESULTADOS POR SEGMENTO – 4T16**

4T16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	3.379,7	15,9	(2,8)	3.392,7	196,9	46,8	(73,5)	3.562,8
Impostos e Cancelamentos	(552,3)	(1,1)	-	(553,4)	-	-	-	(553,4)
<b>Receita Líquida</b>	2.827,4	14,7	(2,8)	2.839,3	196,9	46,8	(73,5)	3.009,4
Custo Total	(1.994,0)	(7,4)	2,8	(1.998,6)	(27,9)	(6,6)	0	(2.033,1)
<b>Lucro Bruto</b>	833,4	7,3	-	840,7	169,0	40,3	(73,5)	976,3
Despesas com Vendas	(497,2)	-	-	(497,2)	(79,4)	(32,1)	49,0	(559,8)
Despesas Gerais e Administrativas	(127,9)	(6,0)	-	(133,9)	0,9	(6,6)	-	(139,6)
Perda em Liquidação Duvidosa	(6,7)	-	-	(6,7)	(54,8)	-	-	(61,6)
Equivalência Patrimonial	17,2	-	(1,4)	15,8	-	-	(15,8)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,3	0,0	-	8,3	(10,0)	(0,2)	(1,4)	(3,3)
Total de Despesas Operacionais	(606,4)	(6,0)	(1,4)	(613,8)	(143,4)	(38,9)	31,9	(764,2)
<b>EBITDA</b>	227,0	1,3	(1,4)	226,9	25,6	1,3	(41,6)	212,1
Depreciação e Amortização	(39,9)	(0,1)	-	(40,0)	(1,5)	(1,2)	1,4	(41,3)
<b>EBIT</b>	187,0	1,2	(1,4)	186,9	24,1	0,1	(40,3)	170,8
Resultado Financeiro	(139,1)	0,9	-	(138,2)	-	5,4	24,5	(108,3)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	48,0	2,1	(1,4)	48,7	24,1	5,5	(15,8)	62,5
IR / CS	(1,9)	(0,7)	-	(2,6)	(11,4)	(2,4)	-	(16,4)
<b>Lucro Líquido</b>	46,1	1,4	(1,4)	46,1	12,7	3,0	(15,8)	46,1
Margem Bruta	29,5%	49,4%	0,0%	29,6%	85,8%	86,0%	100,0%	32,4%
Margem EBITDA	8,0%	9,0%	50,2%	8,0%	13,0%	2,8%	56,6%	7,0%
Margem Líquida	1,6%	9,6%	50,2%	1,6%	6,5%	6,5%	21,4%	1,5%

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	227,0	1,3	(1,4)	226,9	25,6	1,3	(41,6)	212,1
Despesas não Recorrentes	2,4	-	-	2,4	-	-	-	2,4
<b>EBITDA Ajustado</b>	229,4	1,3	(1,4)	229,3	25,6	1,3	(41,6)	214,6
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	8,1%	9,0%	50,2%	8,1%	13,0%	2,8%	56,6%	7,1%
<b>Lucro Líquido</b>	46,1	1,4	(1,4)	46,1	12,7	3,0	(15,8)	46,1
Despesas não Recorrentes	2,4	-	-	2,4	-	-	-	2,4
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(0,8)	-	-	(0,8)	-	-	-	(0,8)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	47,7	1,4	(1,4)	47,7	12,7	3,0	(15,8)	47,7
<b>Margem Líquida Ajustada</b>	1,7%	9,6%	50,2%	1,7%	6,5%	6,5%	21,4%	1,6%

**ANEXO V**  
**RESULTADOS POR SEGMENTO – 12M16**

12M16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	11.323,5	58,1	(10,0)	11.371,6	781,3	182,5	(256,2)	12.079,2
Impostos e Cancelamentos	(1.858,4)	(4,5)	-	(1.862,9)	-	-	-	(1.862,9)
<b>Receita Líquida</b>	9.465,2	53,5	(10,0)	9.508,7	781,3	182,5	(256,2)	10.216,3
Custo Total	(6.572,3)	(23,8)	10,0	(6.586,1)	(117,1)	(28,3)	-	(6.731,6)
<b>Lucro Bruto</b>	2.892,9	29,7	-	2.922,6	664,1	154,1	(256,2)	3.484,7
Despesas com Vendas	(1.776,3)	-	-	(1.776,3)	(303,3)	(123,8)	179,5	(2.023,8)
Despesas Gerais e Administrativas	(458,4)	(23,5)	-	(481,9)	(3,1)	(24,5)	-	(509,5)
Perda em Liquidação Duvidosa	(26,1)	-	-	(26,1)	(249,7)	-	-	(275,7)
Equivalência Patrimonial	68,8	-	(6,1)	62,7	-	-	(62,7)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	13,5	0,0	-	13,5	(7,9)	0,2	(5,5)	0,2
Total de Despesas Operacionais	(2.178,5)	(23,5)	(6,1)	(2.208,1)	(563,9)	(148,2)	111,3	(2.808,8)
<b>EBITDA</b>	714,4	6,2	(6,1)	714,6	100,2	6,0	(144,9)	675,9
Depreciação e Amortização	(133,2)	(0,4)	-	(133,6)	(6,0)	(4,7)	5,5	(138,8)
<b>EBIT</b>	581,2	5,9	(6,1)	580,9	94,2	1,3	(139,3)	537,1
Resultado Financeiro	(507,1)	3,3	-	(503,8)	-	19,8	76,6	(407,4)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	74,1	9,1	(6,1)	77,1	94,2	21,1	(62,7)	129,7
IR / CS	12,5	(3,0)	-	9,5	(43,4)	(9,2)	-	(43,1)
<b>Lucro Líquido</b>	86,6	6,1	(6,1)	86,6	50,8	11,9	(62,7)	86,6
Margem Bruta	30,6%	55,5%	0,0%	30,7%	85,0%	84,5%	100,0%	34,1%
Margem EBITDA	7,5%	11,6%	61,2%	7,5%	12,8%	3,3%	56,6%	6,6%
Margem Líquida	0,9%	11,4%	61,2%	0,9%	6,5%	6,5%	24,5%	0,8%

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	714,4	6,2	(6,1)	714,6	100,2	6,0	(144,9)	675,9
Despesas não Recorrentes	27,2	-	-	27,2	-	-	-	27,2
<b>EBITDA Ajustado</b>	741,6	6,2	(6,1)	741,7	100,2	6,0	(144,9)	703,1
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	7,8%	11,6%	61,2%	7,8%	12,8%	3,3%	56,6%	6,9%
<b>Lucro Líquido</b>	86,6	6,1	(6,1)	86,6	50,8	11,9	(62,7)	86,6
Despesas não Recorrentes	27,2	-	-	27,2	-	-	-	27,2
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(9,2)	-	-	(9,2)	-	-	-	(9,2)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	104,5	6,1	(6,1)	104,5	50,8	11,9	(62,7)	104,5
<b>Margem Líquida Ajustada</b>	1,1%	11,4%	61,2%	1,1%	6,5%	6,5%	24,5%	1,0%

**ANEXO VI**  
**RESULTADOS POR SEGMENTO – 4T15**

4T15 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	2.956,2	13,9	(2,2)	2.967,9	212,6	39,6	(72,7)	3.147,5
Impostos e Cancelamentos	(413,3)	(1,2)	-	(414,4)	-	-	-	(414,4)
<b>Receita Líquida</b>	2.542,9	12,8	(2,2)	2.553,5	212,6	39,6	(72,7)	2.733,0
Custo Total	(1.811,9)	(4,9)	2,2	(1.814,6)	(34,1)	(8,7)	-	(1.857,4)
<b>Lucro Bruto</b>	731,0	7,8	-	738,9	178,5	30,9	(72,7)	875,6
Despesas com Vendas	(498,7)	-	-	(498,7)	(83,6)	(24,5)	55,7	(551,1)
Despesas Gerais e Administrativas	(122,3)	(6,3)	-	(128,6)	(0,9)	(6,1)	-	(135,7)
Perda em Liquidação Duvidosa	(10,2)	-	-	(10,2)	(83,2)	-	-	(93,4)
Equivalência Patrimonial	8,2	-	(1,5)	6,7	-	-	(6,7)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	(7,7)	0,0	-	(7,7)	(4,1)	0,0	(1,4)	(13,1)
Total de Despesas Operacionais	(630,8)	(6,2)	(1,5)	(638,5)	(171,7)	(30,6)	47,6	(793,2)
<b>EBITDA</b>	100,2	1,6	(1,5)	100,4	6,8	0,2	(25,0)	82,4
Depreciação e Amortização	(34,1)	(0,1)	-	(34,2)	(1,5)	-	1,4	(34,3)
<b>EBIT</b>	66,1	1,5	(1,5)	66,2	5,3	0,2	(23,7)	48,0
Resultado Financeiro	(153,5)	0,7	-	(152,8)	-	4,6	17,0	(131,2)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	(87,3)	2,2	(1,5)	(86,6)	5,3	4,8	(6,7)	(83,2)
IR / CS	34,9	(0,7)	-	34,2	(1,3)	(2,1)	-	30,8
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	(52,4)	1,5	(1,5)	(52,4)	4,0	2,7	(6,7)	(52,4)
Margem Bruta	28,7%	61,4%	0,0%	28,9%	84,0%	77,9%	100,0%	32,0%
Margem EBITDA	3,9%	12,7%	67,2%	3,9%	3,2%	0,6%	34,5%	3,0%
Margem Líquida	-2,1%	11,7%	67,2%	-2,1%	1,9%	6,8%	9,2%	-1,9%

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	100,2	1,6	(1,5)	100,4	6,8	0,2	(25,0)	82,4
Despesas não Recorrentes	13,9	-	-	13,9	-	-	-	13,9
<b>EBITDA Ajustado</b>	114,2	1,6	(1,5)	114,3	6,8	0,2	(25,0)	96,3
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	4,5%	12,7%	67,2%	4,5%	3,2%	0,6%	34,5%	3,5%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	(52,4)	1,5	(1,5)	(52,4)	4,0	2,7	(6,7)	(52,4)
Despesas não Recorrentes	13,9	-	-	13,9	-	-	-	13,9
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(4,7)	-	-	(4,7)	-	-	-	(4,7)
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado</b>	(43,2)	1,5	(1,5)	(43,2)	4,0	2,7	(6,7)	(43,2)
<b>Margem Líquida Ajustada</b>	-1,7%	11,7%	67,2%	-1,7%	1,9%	6,8%	9,2%	-1,6%



**ANEXO VII**  
**RESULTADOS POR SEGMENTO – 12M15**

12M15 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	10.455,3	51,6	(8,5)	10.498,3	860,3	191,8	(264,1)	11.286,3
Impostos e Cancelamentos	(1.427,2)	(4,3)	-	(1.431,5)	-	-	-	(1.431,5)
<b>Receita Líquida</b>	9.028,1	47,2	(8,5)	9.066,8	860,3	191,8	(264,1)	9.854,8
Custo Total	(6.390,1)	(18,1)	8,5	(6.399,6)	(134,7)	(28,0)	-	(6.562,3)
<b>Lucro Bruto</b>	2.638,0	29,2	-	2.667,2	725,5	163,8	(264,1)	3.292,4
Despesas com Vendas	(1.784,6)	-	-	(1.784,6)	(319,7)	(132,9)	210,1	(2.027,2)
Despesas Gerais e Administrativas	(459,6)	(23,5)	-	(483,2)	(3,3)	(24,1)	-	(510,5)
Perda em Liquidação Duvidosa	(30,5)	-	-	(30,5)	(315,1)	-	-	(345,5)
Equivalência Patrimonial	80,8	-	(5,2)	75,6	-	-	(75,6)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	20,2	0,1	-	20,2	(1,0)	0,2	(5,5)	13,9
Total de Despesas Operacionais	(2.173,8)	(23,5)	(5,2)	(2.202,4)	(639,1)	(156,9)	128,9	(2.869,4)
<b>EBITDA</b>	464,2	5,7	(5,2)	464,7	86,5	7,0	(135,2)	423,0
Depreciação e Amortização	(125,5)	(0,3)	-	(125,8)	(6,2)	(0,0)	5,5	(126,5)
<b>EBIT</b>	338,7	5,4	(5,2)	338,9	80,3	7,0	(129,6)	296,5
Resultado Financeiro	(488,4)	2,4	-	(486,1)	-	16,8	54,0	(415,3)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	(149,7)	7,8	(5,2)	(147,1)	80,3	23,7	(75,6)	(118,8)
IR / CS	84,1	(2,6)	-	81,5	(18,6)	(9,8)	-	53,2
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	(65,6)	5,2	(5,2)	(65,6)	61,6	14,0	(75,6)	(65,6)
Margem Bruta	29,2%	61,8%	0,0%	29,4%	84,3%	85,4%	100,0%	33,4%
Margem EBITDA	5,1%	12,1%	60,8%	5,1%	10,1%	3,6%	51,2%	4,3%
Margem Líquida	-0,7%	11,0%	60,8%	-0,7%	7,2%	7,3%	28,6%	-0,7%

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	464,2	5,7	(5,2)	464,7	86,5	7,0	(135,2)	423,0
Despesas não Recorrentes	27,9	-	-	27,9	-	-	-	27,9
<b>EBITDA Ajustado</b>	492,1	5,7	(5,2)	492,6	86,5	7,0	(135,2)	450,9
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	5,5%	12,1%	60,8%	5,4%	10,1%	3,6%	51,2%	4,6%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	(65,6)	5,2	(5,2)	(65,6)	61,6	14,0	(75,6)	(65,6)
Despesas não Recorrentes	27,9	-	-	27,9	-	-	-	27,9
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(9,5)	-	-	(9,5)	-	-	-	(9,5)
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado</b>	(47,2)	5,2	(5,2)	(47,2)	61,6	14,0	(75,6)	(47,2)
<b>Margem Líquida Ajustada</b>	-0,5%	11,0%	60,8%	-0,5%	7,2%	7,3%	28,6%	-0,5%

**ANEXO VIII**  
**ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL**

Receita Bruta por Canal	4T16	A.V.(%)	4T15	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	165,6	4,9%	141,3	4,8%	17,2%
Site	886,5	26,3%	627,0	21,3%	41,4%
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>1.052,0</b>	<b>31,2%</b>	<b>768,3</b>	<b>26,1%</b>	<b>36,9%</b>
Lojas convencionais	2.316,4	68,8%	2.181,0	73,9%	6,2%
<b>Total</b>	<b>3.368,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.949,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,2%</b>

Receita Bruta por Canal	12M16	A.V.(%)	12M15	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	535,7	4,7%	485,5	4,7%	10,3%
Site	2.723,5	24,1%	2.059,5	19,8%	32,2%
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>3.259,2</b>	<b>28,9%</b>	<b>2.545,0</b>	<b>24,4%</b>	<b>28,1%</b>
Lojas convencionais	8.026,7	71,1%	7.882,6	75,6%	1,8%
<b>Total</b>	<b>11.285,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.427,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,2%</b>

Número de Lojas por Canal - Final do Período	dez-16	Part(%)	dez-15	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	120	15,0%	114	14,5%	6
Site	1	0,1%	1	0,1%	-
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>121</b>	<b>15,1%</b>	<b>115</b>	<b>14,6%</b>	<b>6</b>
Lojas convencionais	679	84,9%	671	85,4%	8
<b>Total</b>	<b>800</b>	<b>100,0%</b>	<b>786</b>	<b>100,0%</b>	<b>14</b>

<b>Área total de vendas (m²)</b>	501.319	100%	498.570	100%	0,6%
----------------------------------	---------	------	---------	------	------

As diferenças apresentadas na receita bruta do segmento de varejo na abertura por canal e os demonstrativos de resultados referem-se aos rendimentos do fundo exclusivo no montante de R\$11,2 milhões no 4T16 e R\$6,8 milhões no 4T15.

## ANEXO IX 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, o principal papel do Magazine Luiza é a gestão dos colaboradores e o atendimento dos clientes, ao passo que o Itaú Unibanco é responsável pelo *fundings* da Luizacred, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Em dez/16, a Luizacred tinha uma base total de 3,3 milhões de cartões emitidos. Durante o 4T16, a Luizacred manteve suas práticas conservadoras na taxa de aprovação das propostas de financiamentos. Vale destacar que, como os clientes do Cartão Luiza são mais fiéis, o faturamento do Cartão Luiza dentro das lojas cresceu 34,4% no 4T16 e 18,3% nos 12M16. O faturamento do CDC continuou encolhendo em função do conservadorismo, passando de R\$144 milhões no 4T15 para R\$93 milhões no 4T16.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$4,5 bilhões ao final do 4T16, um aumento de 1,9% em relação ao 4T15. A carteira do Cartão Luiza cresceu 10,6% para R\$4,2 bilhões, enquanto a carteira de CDC diminuiu 51,6% para R\$292 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de focar o Cartão Luiza.

R\$ milhões	4T16	4T15	Var(%)	12M16	12M15	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.251	3.574	-9,0%	3.251	3.574	-9,0%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	728	542	34,4%	2.275	1.923	18,3%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	2.672	2.249	18,8%	9.254	8.136	13,7%
Faturamento CDC	93	144	-35,3%	346	737	-53,0%
Faturamento Empréstimo Pessoal	16	19	-16,0%	73	92	-20,3%
<b>Faturamento Total Luizacred</b>	<b>3.509</b>	<b>2.954</b>	<b>18,8%</b>	<b>11.949</b>	<b>10.888</b>	<b>9,7%</b>
Carteira Cartão	4.198	3.797	10,6%	4.198	3.797	10,6%
Carteira CDC	292	603	-51,6%	292	603	-51,6%
Carteira Empréstimo Pessoal	37	41	-10,7%	37	41	-10,7%
<b>Carteira Total</b>	<b>4.527</b>	<b>4.441</b>	<b>1,9%</b>	<b>4.527</b>	<b>4.441</b>	<b>1,9%</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).

## Demonstração de Resultados

R\$ milhões	4T16	AV	4T15	AV	Var(%)	12M16	AV	12M15	AV	Var(%)
<b>Receitas da Intermediação Financeira</b>	290,6	100,0%	325,7	100,0%	-10,8%	1.179,9	100,0%	1.349,1	100,0%	-12,5%
Cartão	237,0	81,6%	238,8	73,3%	-0,8%	928,5	78,7%	928,0	68,8%	0,0%
CDC	42,1	14,5%	75,4	23,1%	-44,2%	203,6	17,3%	371,8	27,6%	-45,2%
EP	11,5	4,0%	11,5	3,5%	-0,1%	47,9	4,1%	49,2	3,7%	-2,8%
<b>Despesas da Intermediação Financeira</b>	(165,5)	-56,9%	(234,5)	-72,0%	-29,4%	(733,6)	-62,2%	(899,6)	-66,7%	-18,5%
Operações de Captação no Mercado	(55,8)	-19,2%	(68,2)	-20,9%	-18,1%	(234,3)	-19,9%	(269,5)	-20,0%	-13,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(109,6)	-37,7%	(166,3)	-51,1%	-34,1%	(499,3)	-42,3%	(630,1)	-46,7%	-20,8%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	125,1	43,1%	91,2	28,0%	37,2%	446,4	37,8%	449,5	33,3%	-0,7%
<b>Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(77,0)	-26,5%	(80,7)	-24,8%	-4,6%	(258,0)	-21,9%	(289,0)	-21,4%	-10,7%
Receitas de Prestação de Serviços	103,1	35,5%	99,5	30,5%	3,7%	382,6	32,4%	371,5	27,5%	3,0%
Despesas de Pessoal	1,8	0,6%	(1,8)	-0,6%	-196,6%	(6,1)	-0,5%	(6,5)	-0,5%	-6,6%
Outras Despesas Administrativas	(138,7)	-47,7%	(146,4)	-44,9%	-5,3%	(527,3)	-44,7%	(555,8)	-41,2%	-5,1%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,0%	(3,1)	-0,9%	-2,4%	(12,1)	-1,0%	(12,5)	-0,9%	-3,2%
Despesas Tributárias	(20,2)	-7,0%	(20,8)	-6,4%	-2,7%	(79,2)	-6,7%	(83,7)	-6,2%	-5,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(20,0)	-6,9%	(8,1)	-2,5%	145,9%	(15,9)	-1,3%	(2,0)	-0,1%	700,1%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	48,2	16,6%	10,6	3,2%	355,8%	188,4	16,0%	160,5	11,9%	17,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(22,8)	-7,8%	(2,6)	-0,8%	764,7%	(86,8)	-7,4%	(37,2)	-2,8%	133,3%
<b>Lucro Líquido</b>	25,4	8,7%	7,9	2,4%	220,1%	101,6	8,6%	123,3	9,1%	-17,6%

### Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira caíram 10,8% no 4T16 *versus* o 4T15, devido a redução de 44,2% nas receitas do CDC. Nos 12M16, as receitas de intermediação financeira caíram 12,5%, influenciadas principalmente pela redução nas receitas do CDC.

### Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa

Os indicadores de inadimplência continuam melhorando. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou 3,2% da carteira total em dez/16, melhorando 0,2 p.p. em relação a set/16 e dez/15, devido a uma política de crédito mais conservadora.

Mesmo diante de um cenário macroeconômico mais desafiador, a carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) atingiu 9,5% da carteira total no 4T16, uma redução de 3,2 p.p. em relação ao 4T15 (12,7%), e melhor 1,1 p.p *versus* o 3T16 (10,6%). Na mesma linha, a despesa de PDD líquida de recuperação representou 2,4% da carteira total no 4T16, uma melhora em relação ao patamar de 3,7% no 4T15 e 2,9% no 3T16. Vale destacar que o índice de cobertura da carteira aumentou para 128% em dez/16 (118% em dez/15).

Magazine Luiza S.A  
Divulgação de Resultados do 4º Trimestre de 2016

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	dez/16		set/16		jun/16		mar/16		dez/15	
Carteira Total (R\$ milhões)	4.527	100,0%	4.193	100,0%	4.151	100,0%	4.210	100,0%	4.441	100,0%
000 a 014 dias	3.950	87,3%	3.607	86,0%	3.502	84,4%	3.506	83,3%	3.726	83,9%
015 a 030 dias	41	0,9%	43	1,0%	44	1,1%	57	1,4%	41	0,9%
031 a 060 dias	50	1,1%	45	1,1%	51	1,2%	55	1,3%	42	0,9%
061 a 090 dias	56	1,2%	54	1,3%	66	1,6%	69	1,6%	69	1,5%
091 a 120 dias	54	1,2%	55	1,3%	60	1,4%	55	1,3%	74	1,7%
121 a 150 dias	48	1,1%	52	1,3%	60	1,4%	55	1,3%	70	1,6%
151 a 180 dias	47	1,0%	56	1,3%	57	1,4%	58	1,4%	62	1,4%
180 a 360 dias	280	6,2%	281	6,7%	310	7,5%	354	8,4%	357	8,0%
Atraso de 15 a 90 Dias	147	3,2%	143	3,4%	162	3,9%	182	4,3%	151	3,4%
Atraso Maior 90 Dias	429	9,5%	444	10,6%	487	11,7%	522	12,4%	564	12,7%
Atraso Total	576	12,7%	586	14,0%	649	15,6%	704	16,7%	715	16,1%
PDD em IFRS	549	12,1%	562	13,4%	598	14,4%	631	15,0%	663	14,9%
Índice de Cobertura	128%		127%		123%		121%		118%	

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 4T16 foi de 43,1%, representando uma melhoria de 15,1 p.p. em relação ao 4T15, reflexo de um menor nível de provisão em função da melhoria nos indicadores de atraso. Nos 12M16, a margem bruta da intermediação financeira aumentou 4,5 p.p. para 37,8%.

### Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$77,0 milhões no 4T16, uma redução nominal de 4,6%, em função da melhoria das receitas de prestação de serviços, um melhor controle de despesas e ganhos de produtividade. Nos 12M16, as outras despesas operacionais totalizaram R\$258,0 milhões, uma redução de 10,7% em relação aos 12M15.

### Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 4T16, o resultado operacional totalizou R\$48,2 milhões, representando 16,6% da receita da intermediação financeira (+13,3 p.p. versus o 4T15). Nos 12M16, o resultado operacional foi de R\$188,4 milhões, equivalente a uma expansão de 4,1 p.p. em relação ao ano anterior.

No 4T16, o lucro líquido da Luizacred totalizou R\$25,4 milhões e nos 12M16 atingiu R\$101,6 milhões.

### Patrimônio Líquido

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\$27,9 milhões no 4T16 e R\$97,8 milhões em 2016. De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$593,2 milhões em dez/16. 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\$551,0 milhões.

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

**20 de fevereiro de 2017 (segunda-feira)**

**14h30 – Horário de Brasília**

**12h30 – 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 (786) 924 6977

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: 7396540#

---

**Relações com Investidores**

**Roberto Bellissimo Rodrigues**

Diretor Financeiro e de RI

**Rovilson Vieira**

Gerente de RI

**Kenny Damazio**

Analista de RI

Tel.: +55 11 3504-2727

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

---

***Sobre o Magazine Luiza***

*O Magazine Luiza, fundado em 1957, é uma das maiores redes varejistas com foco em bens duráveis com grande presença nas classes populares do Brasil. Em 2001, com o objetivo de aumentar o relacionamento com os clientes, o Magazine Luiza foi pioneiro ao formar uma parceria com o Itaú Unibanco, criando a Luizacred. Em 2005, o Magazine Luiza também inovou ao se tornar o primeiro varejista a controlar uma empresa de seguros, a Luizaseg, em conjunto com a Cardif, do grupo BNP Paribas. Finalmente, em 2010, o Magazine Luiza adquiriu a Lojas Maia, umas das maiores redes de varejo com presença em todos os estados do Nordeste, a região que mais cresce no Brasil. Em jun/11 a Companhia adquiriu as lojas do Baú da Felicidade.*

---

***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.*