



Magazine Luiza S.A. (BM&FBOVSPA: MGLU3)

Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2016 (em IFRS)



DESTAQUES

Ganho consistente de participação de mercado com aumento da margem bruta
Crescimento do e-commerce de 34% alcançando 23% das vendas totais
Aumento da receita bruta de 5% totalizando R\$2,6 bilhões
Aumento do EBITDA ajustado de 27% para R\$168 milhões (margem de 7,8%)

- **Novos ganhos de participação de mercado.** As vendas brutas consolidadas cresceram 4,8% para R\$2,6 bilhões no 2T16 versus 2T15. As vendas mesmas lojas seguem melhorando gradualmente a cada trimestre e foram positivas em 2,4% no 2T16, principalmente em função do bom desempenho do canal e-commerce (+33,6%) e de uma ligeira melhora sequencial no desempenho das lojas físicas. Com base na pesquisa mensal do comércio publicada pelo IBGE (PMC) e consultoria GFK para os primeiros cinco meses do ano, continuamos a ganhar participação de mercado em ambos os canais e em diversas categorias.
- **Outro trimestre de forte crescimento no e-commerce.** No 2T16, as vendas do e-commerce cresceram 33,6%, maior taxa de crescimento dos últimos sete trimestres e representaram 22,5% das vendas totais. No 1S16, as vendas do e-commerce cresceram 30,6%, comparado ao crescimento do mercado de 5,2% no mesmo período, segundo dados do E-bit. Este ganho de market-share foi resultado principalmente da estratégia multicanal, da melhora do sortimento e do aumento na conversão de vendas realizadas via *mobile*.
- **Aumento da margem bruta.** No 2T16, a margem bruta aumentou 1,2 p.p. para 31,8% e, no 1S16, o aumento foi de 1,7 p.p. para 31,0%. Essa expansão foi obtida em função de: (i) melhora de mix com aumento de participação da categoria de telefonia no mix total, (ii) cobrança de frete e montagem e (iii) maior racionalidade de preços no e-commerce.
- **Controle austero das despesas.** As despesas com vendas, gerais e administrativas diminuíram cerca de 1% em termos nominais no 2T16 e 2% no 1S16, reflexo de um rigoroso controle das despesas. Mesmo com o aumento dos encargos sobre a folha de pagamento, as despesas com vendas, gerais e administrativas foram diluídas em 0,4 p.p. no 2T16 e 0,5 p.p. no 1S16, representando 25,0% e 24,4% da receita líquida, respectivamente.
- **Crescimento do lucro líquido.** O aumento da margem bruta combinado com o rigoroso controle das despesas operacionais contribuiu para uma evolução do EBITDA de 28,9% para R\$163,2 milhões (margem de 7,6%) e do lucro líquido para R\$10,4 milhões (margem de 0,5%). No 1S16, o EBITDA e o lucro líquido foram de R\$307,3 milhões (margem de 7,0%) e R\$15,7 milhões (margem de 0,4%), respectivamente.
- **Redução do endividamento líquido.** A dívida líquida ajustada (líquida de cartão de crédito não descontado) diminuiu de R\$1.206,9 milhões em jun/15 para R\$854,3 milhões em jun/16, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 2,0x para 1,5x, respectivamente. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu sua dívida líquida em R\$352,6 milhões.
- **Melhora no capital de giro e geração de caixa operacional.** No 2T16, a Companhia apresentou uma melhora em sua geração de caixa operacional com um resultado positivo de R\$98,7 milhões, comparado com uma geração de R\$3,4 milhões no 2T15. A Companhia obteve uma importante redução na necessidade de capital de giro, com destaque para o aumento do saldo de fornecedores em R\$252,0 milhões versus 2T15.
- **Investimentos direcionados para dar suporte à estratégia de transformação digital.** No 1S16 o total investido foi de R\$49,9 milhões, grande parte deste montante foi destinado aos projetos de tecnologia e logística. A Companhia inaugurou 25 lojas nos últimos doze meses e deve concentrar as inaugurações deste ano no segundo semestre.

MGLU3: R\$ 44,40 por ação
 Total de Ações: 21.623.933
 Valor de Mercado: R\$ 960 milhões

Teleconferência: 04 de agosto de 2016 (Quinta-feira)
 10:00AM no horário de Brasília: +55 11 2188-0155
 09:00AM no horário dos EUA (EST): +1 646 843-6054

Relações com Investidores: Tel. +55 11 3504-2727
www.magazineluiza.com.br/ri
ri@magazineluiza.com.br

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2016

R\$ milhões (exceto quando indicado)	2T16	2T15	Var(%)	1S16	1S15	Var(%)
Receita Bruta	2.561,5	2.444,8	4,8%	5.285,1	5.099,4	3,6%
Receita Líquida	2.147,3	2.130,2	0,8%	4.410,7	4.407,8	0,1%
Lucro Bruto	682,5	652,5	4,6%	1.366,1	1.291,4	5,8%
Margem Bruta	31,8%	30,6%	1,2 pp	31,0%	29,3%	1,7 pp
EBITDA	163,2	126,6	28,9%	307,3	254,0	21,0%
Margem EBITDA	7,6%	5,9%	1,7 pp	7,0%	5,8%	1,2 pp
EBITDA Ajustado	168,5	132,4	27,2%	331,6	264,9	25,2%
Margem EBITDA Ajustada	7,8%	6,2%	1,6 pp	7,5%	6,0%	1,5 pp
Lucro Líquido	10,4	3,0	243,1%	15,7	5,9	166,1%
Margem Líquida	0,5%	0,1%	0,4 pp	0,4%	0,1%	0,3 pp
Lucro Líquido Ajustado	13,9	6,9	101,4%	31,7	13,1	141,9%
Margem Líquida Ajustada	0,6%	0,3%	0,3 pp	0,7%	0,3%	0,4 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	2,4%	-12,8%	-	1,1%	-7,9%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-4,3%	-15,1%	-	-5,2%	-10,3%	-
Crescimento nas Vendas Internet	33,6%	-0,4%	-	30,6%	4,4%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	787	762	25 lojas	787	762	25 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	498.871	485.697	2,7%	498.871	485.697	2,7%

No 2T16, o EBITDA e o lucro líquido foram ajustados por despesas não-recorrentes de R\$5,3 milhões (no caso do lucro líquido o ajuste foi de R\$3,5 milhões devido aos efeitos de IR/CS). Esses ajustes referem-se principalmente às despesas com adequação de pessoal administrativo.

Devido ao fim da desoneração da folha de pagamento, para melhor comparação, os números do 2T15 foram reclassificados gerencialmente da seguinte forma: encargos de R\$22,9 milhões, anteriormente contabilizados como impostos sobre a receita bruta foram reclassificados para despesas com vendas (R\$16,5 milhões) e despesas gerais e administrativas (R\$6,4 milhões).

MENSAGEM DA DIRETORIA

Cenário macro foi desafiador no 1S16. O primeiro semestre de 2016 apresentou um dos mais conturbados cenários políticos e econômicos da história de nosso país. Essa instabilidade afetou negativamente dois dos índices mais importantes correlacionados ao varejo brasileiro: o índice de desemprego e o índice de confiança do consumidor. Ambos apresentaram recordes negativos nesse período.

Estratégia privilegiou ganhos de market-share. Nosso segmento, que é altamente influenciado por esses indicadores, apresentou uma queda de 10% nos primeiros cinco meses do ano em relação ao mesmo período de 2015, segundo o IBGE. Se o bolo da economia está diminuindo, a única maneira de ter sucesso nesse cenário é pegar uma fatia maior do mesmo: ganhar market-share. Nosso desafio era fazer isso sem prejuízo de nossa margem bruta de mercadorias. Após um trabalho minucioso de levantamento de oportunidades de ganho de share, feito com apoio da consultoria McKinsey, montamos um plano de captura dessas oportunidades, que está sendo implementado com sucesso pelo nosso time comercial. Após identificarmos oportunidades de ganhos de mercado categoria por categoria, loja a loja, lançamos um programa de ativação desses mercados através de esforços granulares de marketing e de *pricing*.

E-commerce foi destaque das vendas e no ganho de share no 1S16. Mas, sem dúvida, o grande destaque de nosso ganho de *share* nesse ano foi nossa operação de comércio eletrônico. Somos a única operação verdadeiramente multicanal do mercado. Todos os canais de vendas digitais compartilham a mesma plataforma operacional de retaguarda das lojas físicas: tecnologia, logística e financeira. Com isso temos muitas sinergias, uma grande vantagem de custos e conseguimos ter competitividade de preços e nível de serviço superior à média de mercado. Esse diferencial foi acentuado com a crise e observou-se uma certa redução na irracionalidade do mercado, que passou a praticar preços mais sustentáveis a longo prazo. No 1S16, crescemos mais de 30% nossas vendas no comércio eletrônico, enquanto o mercado cresceu 5% no mesmo período.

Continuamos a aprimorar a experiência de vendas via mobile. Nesse período, destacamos também algumas ações que foram decisivas para alcançarmos esse crescimento: (i) investimento e foco no *mobile*: a estratégia de focar nossos esforços de tecnologia na melhoria da experiência de compra por meio de *smartphone* foram recompensadas com um crescimento relevante no tráfego (*mobile* já representa 40% do total), na taxa de conversão e conseqüentemente nas vendas; (ii) redução de rupturas: novos processos de abastecimento foram implementados de forma a garantir um nível de ruptura menor, sem afetar negativamente o giro dos estoques; (iii) ampliação radical de ofertas personalizadas: levamos a oferta de produtos personalizados, por meio de uma tecnologia proprietária, protagonista de todos nossos canais de vendas.

Iniciamos nossa operação de Marketplace. Iniciamos a operação de importantes projetos que serão responsáveis pela sustentação do nosso crescimento de vendas. Nossa operação de *Marketplace* já está no ar e já estamos prontos para começar a escalar a plataforma. Já temos mais de 30 lojas funcionando como pontos de retiradas de mercadoria (*retira loja*) e com resultados muito animadores. Esta operação proporciona redução nas despesas de frete e aumento de conversão. Continuaremos com uma busca obsessiva em melhorar a experiência de compra, reduzir prazos e custos de frete, além de ampliar nosso sortimento.

Disciplina na gestão de despesas ajudou para aumento da margem EBITDA. Ganhamos *market-share* no e-commerce e também nas lojas físicas a ponto de crescermos vendas 4% no semestre. Mas por mais expressivo que tenha sido esse crescimento, ele não seria suficiente para gerar o aumento no lucro operacional antes das despesas de juros, depreciação e amortização (EBITDA) de 29% que apresentamos. Com uma inflação rodando na casa do duplo dígito e em se tratando de uma economia altamente indexada, tivemos um enorme desafio no controle de nossas despesas. Dois projetos tocados com o suporte da consultoria Galeazzi, o OBZ (Orçamento Base Zero) e o GMD (Gestão Matricial de Despesas) criaram em nossa empresa as condições e a disciplina de gestão necessários para implementarmos uma série de medidas, que nos possibilitou uma queda nominal de 2% nas nossas despesas neste trimestre.

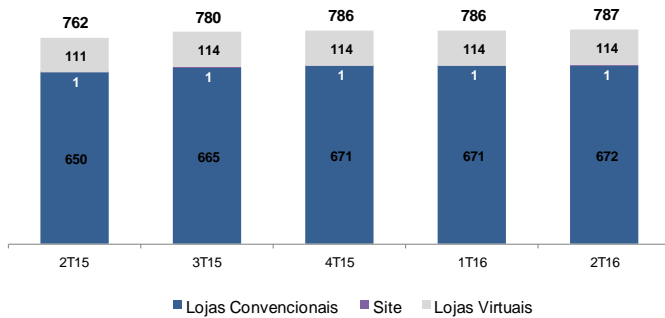
Foco na implementação dos projetos que suportam nossa transformação digital. Acreditamos que, embora ainda muito tímida, a tendência do segundo semestre é de uma leve recuperação dos índices de confiança e da economia, e com isso uma retomada do consumo. Vamos manter, porém, nosso foco nos projetos acima descritos e na implementação de nossa estratégia de nos transformarmos em uma empresa digital com pontos físicos e calor humano. Até o final do ano de 2016, 100% de nossos vendedores estarão operando nossa ferramenta de vendas pelo celular (*Mobile Vendas*), teremos dezenas de novos *sellers* em nossa plataforma de *Marketplace* e 50% de nossas lojas terão a operação de retirada de mercadorias compradas no site. Esses projetos, além de melhorarem significativamente a experiência de compra de nossos clientes, através da redução do tempo de atendimento, do aumento do sortimento disponível e da redução do tempo de entrega, respectivamente, tendem a melhorar também o modelo econômico da nossa operação, reduzindo despesas operacionais e melhorando o capital de giro.

A DIRETORIA

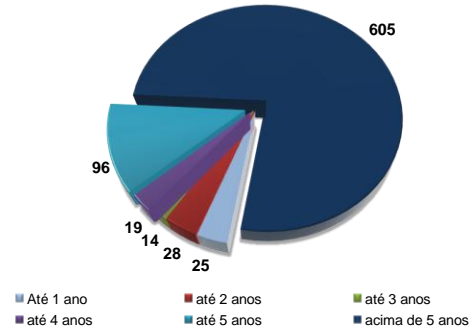
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magazine Luiza encerrou jun/16 com 787 lojas, sendo 672 convencionais, 114 virtuais e o *site*. No 2T16, a Companhia inaugurou apenas uma nova loja convencional em Gravatá/PE. Nos últimos 12 meses a Companhia abriu 25 novas lojas. Da base total, 23% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



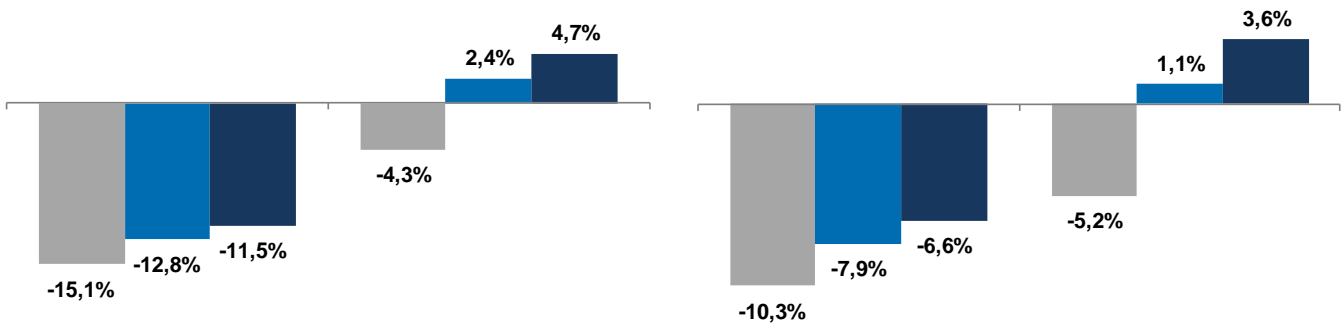
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



No conceito mesmas lojas, as vendas brutas mostraram uma evolução em relação ao desempenho do 1T16 e do 2T15, registrando aumento de 2,4%. Este crescimento foi impulsionado pelo forte desempenho do e-commerce (+33,6%) e pela melhora sequencial no desempenho das vendas das lojas físicas no trimestre (-4,3%). As vendas brutas totais cresceram 4,7% no 2T16 e 3,6% no 1S16.

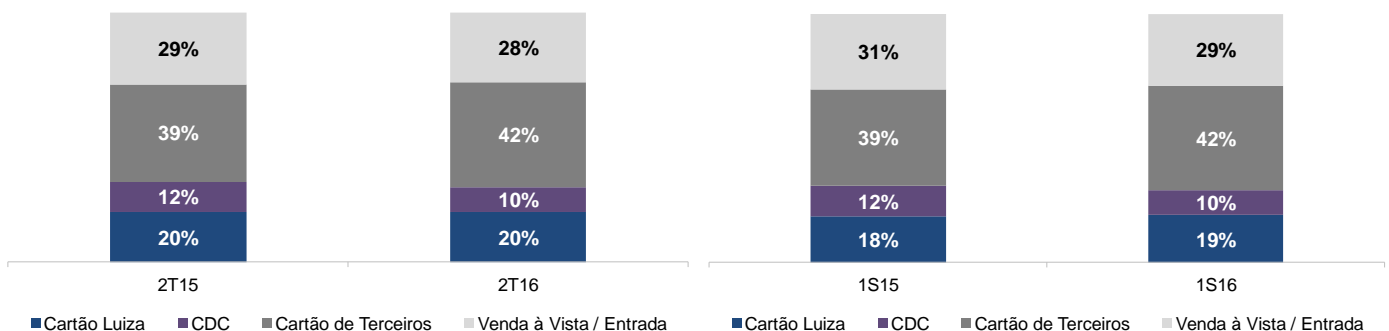
Crescimento das Vendas Brutas Mesmas Lojas (em %)

■ 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 permaneceu estável em 20% no 2T16 em relação à 2T15, porém ligeiramente melhor que o patamar do 1T16 de 18%. Em função de uma política de aprovação de crédito mais conservadora, a participação do CDC nas vendas financiadas continuou diminuindo e totalizou 10% das vendas no 2T16, comparado com 12% no 2T15. A participação do CDC Losango representou 5% das vendas das lojas físicas no período.

Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



Receita Bruta

R\$ milhões	2T16	2T15	Var(%)	1S16	1S15	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.437,8	2.312,7	5,4%	5.034,3	4.835,2	4,1%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	112,0	121,6	-7,9%	227,8	243,8	-6,6%
Total Varejo	2.549,9	2.434,3	4,7%	5.262,1	5.079,1	3,6%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	13,9	12,6	10,2%	27,5	24,5	12,2%
Eliminações Inter-companhias	(2,2)	(2,1)	4,5%	(4,4)	(4,1)	7,2%
Receita Bruta - Total	2.561,5	2.444,8	4,8%	5.285,1	5.099,4	3,6%

No 2T16, a receita bruta total aumentou 4,8% para R\$2,6 bilhões, devido à contribuição das lojas novas e ao aumento nas vendas no conceito mesmas lojas de 2,4%. No 1S16, a receita bruta cresceu 3,6% para cerca de R\$5,3 bilhões.

Receita Líquida

R\$ milhões	2T16	2T15	Var(%)	1S16	1S15	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.038,8	2.014,8	1,2%	4.190,2	4.176,8	0,3%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	98,0	106,0	-7,6%	199,7	212,8	-6,1%
Total Varejo	2.136,7	2.120,8	0,7%	4.390,0	4.389,6	0,0%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	12,8	11,5	10,8%	25,2	22,4	12,6%
Eliminações Inter-companhias	(2,2)	(2,1)	4,5%	(4,4)	(4,1)	7,2%
Receita Líquida - Total	2.147,3	2.130,2	0,8%	4.410,7	4.407,8	0,1%

No 2T16, a receita líquida total evoluiu 0,8% para R\$2,1 bilhões, devido ao aumento dos impostos sobre a receita bruta em diversos estados, que elevaram as alíquotas de ICMS sobre vários produtos. No 1S16, a receita líquida permaneceu estável em relação à igual período do ano passado em R\$4,4 bilhões.

Lucro Bruto

R\$ milhões	2T16	2T15	Var(%)	1S16	1S15	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	577,0	539,3	7,0%	1.151,1	1.064,7	8,1%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	98,0	106,0	-7,6%	199,7	212,8	-6,1%
Total Varejo	675,0	645,3	4,6%	1.350,8	1.277,4	5,7%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	7,5	7,2	4,0%	15,2	14,0	8,5%
Lucro Bruto - Total	682,5	652,5	4,6%	1.366,1	1.291,4	5,8%
Margem Bruta - Total	31,8%	30,6%	1,2 pp	31,0%	29,3%	1,7 pp

No 2T16, o lucro bruto totalizou R\$682,5 milhões, com uma expansão na margem bruta de 1,2 p.p. para 31,8%. A melhora da margem bruta foi resultado de: (i) melhora de mix com aumento de participação da categoria de telefonia, (ii) cobrança de frete e montagem e (iii) maior racionalidade de preços no e-commerce. No 1S16, o lucro bruto cresceu 5,8% para cerca de R\$1,4 bilhão com uma expansão de margem bruta de 1,7 p.p para 31,0%.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T16	% RL	2T15	% RL	Var(%)	1S16	% RL	1S15	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(417,8)	-19,5%	(421,0)	-19,8%	-0,8%	(844,6)	-19,1%	(860,4)	-19,5%	-1,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(118,4)	-5,5%	(119,1)	-5,6%	-0,6%	(229,5)	-5,2%	(235,2)	-5,3%	-2,4%
Subtotal	(536,2)	-25,0%	(540,1)	-25,4%	-0,7%	(1.074,1)	-24,4%	(1.095,6)	-24,9%	-2,0%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(5,5)	-0,3%	(6,8)	-0,3%	-19,0%	(13,2)	-0,3%	(13,0)	-0,3%	1,9%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	6,5	0,3%	0,2	0,0%	3065%	(2,1)	0,0%	23,3	0,5%	-108,8%
Total de Despesas Operacionais	(535,2)	-24,9%	(546,7)	-25,7%	-2,1%	(1.089,4)	-24,7%	(1.085,3)	-24,6%	0,4%

Despesas com Vendas

No 2T16, as despesas com vendas totalizaram R\$417,8 milhões, equivalentes a 19,5% da receita líquida. A Companhia conseguiu reduzir as despesas com vendas em 0,8% no segundo trimestre, em termos nominais, reflexo de um controle ainda mais rigoroso, ganhos de produtividade, redução das despesas de marketing, renegociação dos contratos de aluguel e serviços de logística, além da revisão de diversas despesas operacionais. Mesmo com o aumento dos encargos sobre a folha de pagamento, as despesas com vendas apresentaram uma diluição de 0,3 p.p. no 2T16. No 1S16, as despesas com vendas foram 1,8% menores, totalizando R\$844,6 milhões, uma diluição de 0,4 p.p.

Despesas Gerais e Administrativas

No 2T16, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$118,4 milhões, uma diluição de 0,1 p.p. reflexo da otimização dos processos administrativos. No 1S16, as despesas gerais e administrativas foram 2,4% menores e totalizaram R\$229,5 milhões, 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\$5,5 milhões em 2T16 e R\$13,2 milhões em 1S16.

Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	2T16	% RL	2T15	% RL	Var(%)	1S16	% RL	1S15	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,2)	0,0%	(0,2)	0,0%	-4,5%	(0,3)	0,0%	(0,4)	0,0%	-4,4%
Apropriação de Receita Diferida	10,3	0,5%	8,2	0,4%	26,1%	20,2	0,5%	31,4	0,7%	-35,5%
Provisão para Perdas Tributárias	1,2	0,1%	(2,0)	-0,1%	-157%	1,2	0,0%	1,9	0,0%	-34,7%
Despesas não Recorrentes	(5,3)	-0,2%	(5,9)	-0,3%	-9,7%	(24,3)	-0,6%	(10,9)	-0,2%	122,2%
Outros	0,5	0,0%	0,1	0,0%	377,7%	1,1	0,0%	1,4	0,0%	-18,7%
Total	6,5	0,3%	0,2	0,0%	3065%	(2,1)	0,0%	23,3	0,5%	-108,8%

No 2T16, as outras despesas operacionais líquidas totalizaram R\$6,5 milhões, influenciadas pela apropriação de receita diferida no montante de R\$10,3 milhões e por despesas não-recorrentes no valor de R\$5,3 milhões relacionadas principalmente ao processo de adequação administrativo. No 1S16, as outras despesas operacionais totalizaram R\$2,1 milhões, incluindo as despesas não recorrentes no valor de R\$24,3 milhões.

Equivalência Patrimonial

O resultado da equivalência patrimonial foi de R\$15,9 milhões no 2T16. Os principais fatores que impactaram o resultado da equivalência patrimonial no trimestre foram: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$12,6 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$3,3 milhões. No 1S16, o resultado da equivalência patrimonial encolheu 36% em relação ao 1S15 para R\$30,6 milhões.

EBITDA

No 2T16, o crescimento das vendas totais, o aumento da margem bruta e a diluição das despesas operacionais contribuíram para um sólido crescimento do EBITDA de 28,9% para R\$163,2 milhões, com margem de 7,6% (+1,7 p.p. *versus* 2T15). Excluindo as despesas não recorrentes no valor de R\$5,3 milhões, o EBITDA ajustado alcançou R\$168,5 milhões (margem EBITDA de 7,8%). No 1S16, o EBITDA aumentou 21,0% para R\$307,3 milhões, com margem de 7,0%, enquanto que o EBITDA ajustado foi de R\$331,6 milhões, com margem de 7,5%.

Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	2T16	% RL	2T15	% RL	Var(%)	1S16	% RL	1S15	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(149,3)	-7,0%	(153,6)	-7,2%	-2,8%	(291,9)	-6,6%	(278,3)	-6,3%	4,9%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(65,2)	-3,0%	(62,4)	-2,9%	4,5%	(131,6)	-3,0%	(123,2)	-2,8%	6,8%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(42,2)	-2,0%	(37,2)	-1,7%	13,7%	(76,8)	-1,7%	(72,0)	-1,6%	6,7%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(33,5)	-1,6%	(26,2)	-1,2%	27,7%	(64,4)	-1,5%	(47,3)	-1,1%	36,0%
Outras Despesas	(8,4)	-0,4%	(27,8)	-1,3%	-69,8%	(19,1)	-0,4%	(35,8)	-0,8%	-46,7%
Receitas Financeiras	24,8	1,2%	48,9	2,3%	-49,2%	53,4	1,2%	69,3	1,6%	-22,9%
Rendimento de Aplicações Financeiras	3,6	0,2%	2,0	0,1%	78,6%	8,5	0,2%	5,5	0,1%	53,9%
Outras Receitas Financeiras	21,2	1,0%	46,8	2,2%	-54,7%	44,9	1,0%	63,8	1,4%	-29,5%
Resultado Financeiro Líquido	(124,5)	-5,8%	(104,7)	-4,9%	18,9%	(238,4)	-5,4%	(209,0)	-4,7%	14,1%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários ¹	7,6	0,4%	6,3	0,3%	19,6%	17,3	0,4%	14,1	0,3%	22,7%
Resultado Financeiro Líquido Ajustado	(116,9)	-5,4%	(98,4)	-4,6%	18,9%	(221,2)	-5,0%	(195,0)	-4,4%	13,4%

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

No 2T16, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$116,9 milhões (equivalente a 5,4% da receita líquida). Este resultado foi impactado principalmente pelo aumento do CDI, que passou de 3,0% no 2T15 para 3,3% no 2T16. No 1S16, o resultado financeiro foi 13% maior e totalizou R\$221,0 milhões equivalente a 5,0% da receita líquida.

Lucro líquido

No 2T16, o lucro líquido totalizou R\$10,4 milhões (margem líquida de 0,5%). O lucro líquido ajustado pelas despesas não-recorrentes foi de R\$13,9 milhões (margem líquida de 0,6%) no 2T16. No 1S16, o lucro líquido cresceu 166,1% para R\$15,7 milhões (margem líquida de 0,4%) e o lucro líquido ajustado foi de R\$31,7 milhões (margem líquida de 0,7%).

Capital de Giro

R\$ milhões	jun-16	mar-16	dez-15	set-15	jun-15
Contas a Receber	404,3	389,6	435,2	431,2	419,4
Estoques	1.306,7	1.279,3	1.353,1	1.208,1	1.293,4
Partes Relacionadas	41,2	55,4	86,2	48,7	52,4
Impostos a Recuperar	296,9	320,9	334,3	311,9	337,6
Outros Ativos	96,0	60,7	36,6	101,1	103,5
Ativos Circulantes Operacionais	2.145,1	2.105,9	2.245,4	2.101,0	2.206,3
Fornecedores	1.427,1	1.394,1	1.894,2	1.186,9	1.175,1
Salários, Férias e Encargos Sociais	144,5	141,7	153,9	151,9	145,8
Impostos a Recolher	28,5	29,5	30,6	25,3	31,0
Partes Relacionadas	78,0	61,9	68,4	55,3	57,2
Outras Contas a Pagar	93,3	92,2	118,0	89,6	78,2
Passivos Circulantes Operacionais	1.771,3	1.719,5	2.265,0	1.509,0	1.487,3
Capital de Giro	373,7	386,4	(19,6)	592,0	719,0
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	3,5%	3,7%	-0,2%	5,5%	6,4%
Saldo de Recebíveis Descontados	1.422,5	1.433,1	1.417,8	1.268,3	1.273,4
Capital de Giro Ajustado	1.796,2	1.819,5	1.398,2	1.860,4	1.992,4
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	16,8%	17,2%	13,3%	17,3%	17,9%

No 2T16, a Companhia apresentou uma importante redução na necessidade de capital de giro, com destaque para o aumento do saldo de fornecedores (+R\$252,0 milhões *versus* junho/15). A necessidade de capital de giro passou de R\$719,0 milhões no 2T15 para R\$373,7 milhões no 2T16, uma redução de R\$345,3 milhões. O capital de giro já retornou para um patamar mais em linha com os níveis históricos da Companhia e representou 3,5% da receita bruta dos últimos 12 meses, *versus* 6,4% no 2T15.

Investimentos

R\$ milhões	2T16	%	2T15	%	1S16	%	1S15	%
Lojas Novas	0,7	3%	8,5	23%	0,7	1%	20,8	30%
Reformas	6,3	23%	10,4	28%	13,6	27%	18,5	26%
Tecnologia	14,3	53%	15,5	41%	25,4	51%	24,4	35%
Logística	5,3	20%	3,1	8%	9,4	19%	6,2	9%
Outros	0,4	1%	0,1	0%	0,8	2%	0,1	0%
Total	27,0	100%	37,5	100%	49,9	100%	70,1	100%

No 2T16, os investimentos em ativo imobilizado e intangível alcançaram R\$27,0 milhões, 28% menor em relação ao valor investido no 2T15. No 1S16, o total investido foi de R\$49,9 milhões, com cerca de 70% dos investimentos destinados para projetos de tecnologia e logística em função da estratégia de transformação digital em andamento.

Endividamento Líquido

R\$ milhões	jun-16	mar-16	dez-15	set-15	jun-15
(+) Empréstimos e Financiamentos Circulante	902,3	713,6	568,4	446,6	370,8
(+) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	794,4	1.050,5	1.255,0	1.564,6	1.484,8
(=) Endividamento Bruto	1.696,7	1.764,1	1.823,3	2.011,2	1.855,6
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	197,5	411,3	617,5	270,4	227,1
(-) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	464,8	302,2	497,6	265,1	238,8
(-) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	0,1	7,8	46,7	99,8	26,5
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	662,5	721,3	1.161,8	635,4	492,4
(=) Endividamento Líquido	1.034,2	1.042,8	661,5	1.375,8	1.363,2
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	174,9	176,1	158,7	156,0	148,3
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	5,1	8,1	13,9	4,8	8,0
(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito	179,9	184,1	172,6	160,9	156,3
(=) Endividamento Líquido Ajustado	854,3	858,7	488,9	1.215,0	1.206,9
Endividamento de Curto Prazo / Total	53%	40%	31%	22%	20%
Endividamento de Longo Prazo / Total	47%	60%	69%	78%	80%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	559,3	523,3	492,6	553,8	616,4
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA Ajustado	1,5 x	1,6 x	1,0 x	2,2 x	2,0 x

A dívida líquida ajustada (líquida de cartão de crédito não descontado) diminuiu de R\$1.206,9 milhões em junho/15 para R\$854,3 milhões em junho/16, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 2,0x para 1,5x, respectivamente no período. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu sua dívida líquida ajustada em R\$352,6 milhões.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T16	AV	2T15	AV	Var(%)	1S16	AV	1S15	AV	Var(%)
Receita Bruta	2.561,5	119,3%	2.444,8	114,8%	4,8%	5.285,1	119,8%	5.099,4	115,7%	3,6%
Impostos e Cancelamentos	(414,3)	-19,3%	(314,6)	-14,8%	31,7%	(874,4)	-19,8%	(691,6)	-15,7%	26,4%
Receita Líquida	2.147,3	100,0%	2.130,2	100,0%	0,8%	4.410,7	100,0%	4.407,8	100,0%	0,1%
Custo Total	(1.464,8)	-68,2%	(1.477,8)	-69,4%	-0,9%	(3.044,7)	-69,0%	(3.116,4)	-70,7%	-2,3%
Lucro Bruto	682,5	31,8%	652,5	30,6%	4,6%	1.366,1	31,0%	1.291,4	29,3%	5,8%
Despesas com Vendas	(417,8)	-19,5%	(421,0)	-19,8%	-0,8%	(844,6)	-19,1%	(860,4)	-19,5%	-1,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(118,4)	-5,5%	(119,1)	-5,6%	-0,6%	(229,5)	-5,2%	(235,2)	-5,3%	-2,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(5,5)	-0,3%	(6,8)	-0,3%	-19,0%	(13,2)	-0,3%	(13,0)	-0,3%	1,9%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	6,5	0,3%	0,2	0,0%	3065,0%	(2,1)	0,0%	23,3	0,5%	-108,8%
Equivalência Patrimonial	15,9	0,7%	20,8	1,0%	-23,5%	30,6	0,7%	47,8	1,1%	-36,0%
Total de Despesas Operacionais	(519,3)	-24,2%	(525,9)	-24,7%	-1,3%	(1.058,7)	-24,0%	(1.037,5)	-23,5%	2,1%
EBITDA	163,2	7,6%	126,6	5,9%	28,9%	307,3	7,0%	254,0	5,8%	21,0%
Depreciação e Amortização	(31,0)	-1,4%	(31,0)	-1,5%	0,0%	(61,9)	-1,4%	(62,7)	-1,4%	-1,4%
EBIT	132,2	6,2%	95,6	4,5%	38,3%	245,4	5,6%	191,2	4,3%	28,3%
Resultado Financeiro	(124,5)	-5,8%	(104,7)	-4,9%	18,9%	(238,4)	-5,4%	(209,0)	-4,7%	14,1%
Lucro (Prejuízo) Operacional	7,7	0,4%	(9,1)	-0,4%	-184,6%	7,0	0,2%	(17,8)	-0,4%	-139,3%
IR / CS	2,7	0,1%	12,2	0,6%	-77,7%	8,7	0,2%	23,7	0,5%	-63,4%
Lucro Líquido	10,4	0,5%	3,0	0,1%	243,1%	15,7	0,4%	5,9	0,1%	166,1%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	163,2	7,6%	126,6	5,9%	-	307,3	7,0%	254,0	5,8%	-
Despesas não Recorrentes	5,3	0,2%	5,9	0,3%	-	24,3	0,6%	10,9	0,2%	-
EBITDA Ajustado	168,5	7,8%	132,4	6,2%	-	331,6	7,5%	264,9	6,0%	-
Lucro Líquido	10,4	0,5%	3,0	0,1%	-	15,7	0,4%	5,9	0,1%	-
Despesas não Recorrentes	5,3	0,2%	5,9	0,3%	-	24,3	0,6%	10,9	0,2%	-
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(1,8)	-0,1%	(2,0)	-0,1%	-	(8,3)	-0,2%	(3,7)	-0,1%	-
Lucro Líquido Ajustado	13,9	0,6%	6,9	0,3%	-	31,7	0,7%	13,1	0,3%	-

Devido ao término da desoneração da folha de pagamento, para melhor comparação, os números do 2T15 foram reclassificados gerencialmente da seguinte forma: encargos de R\$22,9 milhões, anteriormente contabilizados como impostos sobre a receita bruta, foram reclassificados para despesas com vendas (R\$16,5 milhões) e despesas gerais e administrativas (R\$6,4 milhões).

ANEXO II
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	jun/16	mar/16	dez/15	set/15	jun/15
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	197,5	411,3	617,5	270,4	227,1
Títulos e Valores Mobiliários	464,8	302,2	497,6	265,1	238,8
Contas a Receber	404,3	389,6	435,2	431,2	419,4
Estoques	1.306,7	1.279,3	1.353,1	1.208,1	1.293,4
Partes Relacionadas	41,2	55,4	86,2	48,7	52,4
Tributos a Recuperar	296,9	320,9	334,3	311,9	337,6
Outros Ativos	96,0	60,7	36,6	101,1	103,5
Total do Ativo Circulante	2.807,4	2.819,4	3.360,5	2.636,6	2.672,2
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Títulos e Valores Mobiliários	0,1	7,8	46,7	99,8	26,5
Contas a Receber	2,0	1,9	2,6	1,9	2,4
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	239,7	236,1	229,3	196,0	171,6
Tributos a Recuperar	167,0	164,2	177,3	159,9	119,3
Depósitos Judiciais	273,0	260,1	248,5	235,0	236,1
Outros Ativos	50,1	49,4	54,3	53,7	53,8
Investimentos em Controladas	368,1	368,5	384,0	333,6	313,2
Imobilizado	562,4	569,6	578,6	567,7	563,9
Intangível	508,4	507,3	506,7	496,3	497,8
Total do Ativo não Circulante	2.170,9	2.164,9	2.228,0	2.143,8	1.984,6
TOTAL DO ATIVO	4.978,4	4.984,3	5.588,5	4.780,4	4.656,8
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	1.427,1	1.394,1	1.894,2	1.186,9	1.175,1
Empréstimos e Financiamentos	902,3	713,6	568,4	446,6	370,8
Salários, Férias e Encargos Sociais	144,5	141,7	153,9	151,9	145,8
Tributos a Recolher	28,5	29,5	30,6	25,3	31,0
Partes Relacionadas	78,0	61,9	68,4	55,3	57,2
Receita Diferida	40,6	40,8	41,4	27,5	29,2
Outras Contas a Pagar	93,3	92,2	118,0	89,6	78,2
Total do Passivo Circulante	2.714,2	2.473,9	2.874,8	1.983,1	1.887,3
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	794,4	1.050,5	1.255,0	1.564,6	1.484,8
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	263,4	254,7	243,4	229,9	252,8
Receita Diferida	529,3	539,4	550,9	286,5	293,0
Outras Contas a Pagar	2,3	2,3	2,3	2,3	2,5
Total do Passivo não Circulante	1.589,5	1.846,8	2.051,5	2.083,4	2.033,1
TOTAL DO PASSIVO	4.303,6	4.320,7	4.926,3	4.066,5	3.920,4
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	606,5	606,5	606,5	606,5	606,5
Reserva de Capital	16,8	15,7	14,6	13,5	12,3
Ações em Tesouraria	(1,1)	(16,4)	(9,6)	(9,0)	(5,2)
Reserva Legal	16,1	16,1	16,1	16,1	16,1
Reserva de Retenção de Lucros	19,8	36,2	36,2	101,8	101,8
Outros Resultados Abrangentes	0,9	0,2	(1,6)	(1,8)	(1,1)
Lucros Acumulados	15,7	5,3	-	(13,2)	5,9
Total do Patrimônio Líquido	674,7	663,6	662,2	713,9	736,3
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.978,4	4.984,3	5.588,5	4.780,4	4.656,8

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

DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA AJUSTADO (em R\$ milhões)	2T16	2T15	1S16	1S15
Lucro Líquido	10,4	3,0	15,7	5,9
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(3,3)	(12,9)	(9,8)	(24,8)
Depreciação e Amortização	31,0	31,0	61,9	62,7
Juros sobre Empréstimos Provisionados	62,0	59,4	123,1	115,6
Equivalência Patrimonial, Líquida de Dividendos Recebidos	1,1	(11,0)	23,0	16,2
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	21,4	67,1	53,2	80,7
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	12,6	12,3	27,5	(4,9)
Resultado na Venda de Ativos	0,2	0,2	0,3	0,4
Apropriação da Receita Diferida	(10,3)	(8,2)	(20,2)	(31,4)
Despesas com Plano de Opções de Ações	1,1	1,1	2,2	2,2
Lucro Líquido Ajustado	126,2	142,1	276,9	222,6
Contas a Receber	(24,0)	33,9	10,2	165,2
Estoques	(39,6)	55,6	14,5	134,8
Tributos a Recuperar	21,1	(69,6)	47,7	(54,8)
Outros Ativos	(32,8)	(37,3)	(52,2)	(42,3)
Varição nos Ativos Operacionais	(75,3)	(17,4)	20,2	203,0
Fornecedores	33,0	(64,1)	(467,0)	(614,8)
Outras Contas a Pagar	14,7	(57,3)	(10,6)	(90,6)
Varição nos Passivos Operacionais	47,7	(121,4)	(477,7)	(705,4)
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	98,7	3,4	(180,6)	(279,8)
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(27,0)	(37,5)	(49,9)	(70,1)
Pagamento de renegociação de contrato de exclusividade	0,0	0,0	(11,2)	0,0
Aumento de Capital em Controlada	0,0	(5,0)	0,0	(5,0)
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	(27,0)	(42,5)	(61,0)	(75,1)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	104,4	94,9	193,0	669,9
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(117,1)	(96,4)	(228,0)	(579,1)
Varição de Outros Ativos Financeiros (Hedge)	(43,9)	(24,8)	(89,7)	34,6
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(72,7)	(56,5)	(125,1)	(97,0)
Pagamento de Dividendos	0,0	(31,5)	0,0	(33,5)
Recompra de Ações	(1,1)	(6,6)	(8,0)	(10,7)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos	(130,5)	(120,9)	(257,7)	(15,8)
Saldo Inicial de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários	721,3	652,5	1.161,8	863,1
Saldo Final de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários	662,5	492,4	662,5	492,4
Varição no Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	(58,8)	(160,0)	(499,3)	(370,7)

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 – 2T16

2T16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio	Eliminações	Consolidado	Financeira	Seguradora	Eliminações	Consolidado
		100%			50%	50%		Pro-Forma
Receita Bruta	2.549,9	13,9	(2,2)	2.561,5	196,5	44,4	(59,0)	2.743,5
Impostos e Cancelamentos	(413,1)	(1,1)	-	(414,3)	-	-	-	(414,3)
Receita Líquida	2.136,7	12,8	(2,2)	2.147,3	196,5	44,4	(59,0)	2.329,2
Custo Total	(1.461,7)	(5,3)	2,2	(1.464,8)	(29,7)	(6,6)	-	(1.501,2)
Lucro Bruto	675,0	7,5	-	682,5	166,8	37,8	(59,0)	828,1
Despesas com Vendas	(417,8)	-	-	(417,8)	(74,4)	(29,9)	42,3	(479,8)
Despesas Gerais e Administrativas	(112,2)	(6,3)	-	(118,4)	(0,5)	(6,0)	-	(124,9)
Perda em Liquidação Duvidosa	(5,5)	-	-	(5,5)	(67,0)	-	-	(72,5)
Equivalência Patrimonial	17,2	-	(1,3)	15,9	-	-	(15,9)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	6,5	0,0	-	6,5	(0,2)	0,4	(0,5)	6,1
Total de Despesas Operacionais	(511,7)	(6,3)	(1,3)	(519,3)	(142,1)	(35,5)	25,8	(671,1)
EBITDA	163,3	1,2	(1,3)	163,2	24,7	2,3	(33,2)	157,0
Depreciação e Amortização	(30,9)	(0,1)	-	(31,0)	(1,5)	(1,1)	0,5	(33,1)
EBIT	132,4	1,1	(1,3)	132,2	23,2	1,2	(32,7)	123,9
Resultado Financeiro	(125,3)	0,8	-	(124,5)	-	5,0	16,7	(102,8)
Lucro (Prejuízo) Operacional	7,1	1,9	(1,3)	7,7	23,2	6,2	(15,9)	21,2
IR / CS	3,3	(0,6)	-	2,7	(10,6)	(2,9)	-	(10,7)
Lucro Líquido	10,4	1,3	(1,3)	10,4	12,6	3,3	(15,9)	10,4
Margem Bruta	31,6%	58,7%	0,0%	31,8%	84,9%	85,1%	100,0%	35,6%
Margem EBITDA	7,6%	9,4%	57,4%	7,6%	12,6%	5,1%	56,2%	6,7%
Margem Líquida	0,5%	10,0%	57,4%	0,5%	6,4%	7,5%	27,0%	0,4%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	163,3	1,2	(1,3)	163,2	24,7	2,3	(33,2)	157,0
Despesas não Recorrentes	5,3	-	-	5,3	-	-	-	5,3
EBITDA Ajustado	168,6	1,2	(1,3)	168,5	24,7	2,3	(33,2)	162,3
Margem EBITDA Ajustada	7,9%	9,4%	57,4%	7,8%	12,6%	5,1%	56,2%	7,0%
Lucro Líquido	10,4	1,3	(1,3)	10,4	12,6	3,3	(15,9)	10,4
Despesas não Recorrentes	5,3	-	-	5,3	-	-	-	5,3
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(1,8)	-	-	(1,8)	-	-	-	(1,8)
Lucro Líquido Ajustado	13,9	1,3	(1,3)	13,9	12,6	3,3	(15,9)	13,9
Margem Líquida Ajustada	0,7%	10,0%	57,4%	0,6%	6,4%	7,5%	27,0%	0,6%

ANEXO V
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1S16

1S16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio	Eliminações	Consolidado	Financeira	Seguradora	Eliminações	Consolidado
		100%			50%	50%		Pro-Forma
Receita Bruta	5.262,1	27,5	(4,4)	5.285,1	389,5	92,7	(120,9)	5.646,4
Impostos e Cancelamentos	(872,1)	(2,3)	-	(874,4)	-	-	-	(874,4)
Receita Líquida	4.390,0	25,2	(4,4)	4.410,7	389,5	92,7	(120,9)	4.772,0
Custo Total	(3.039,1)	(10,0)	4,4	(3.044,7)	(60,1)	(15,3)	-	(3.120,1)
Lucro Bruto	1.350,8	15,2	-	1.366,1	329,4	77,3	(120,9)	1.651,9
Despesas com Vendas	(844,6)	-	-	(844,6)	(147,1)	(63,4)	88,7	(966,4)
Despesas Gerais e Administrativas	(217,3)	(12,2)	-	(229,5)	(1,0)	(12,1)	-	(242,6)
Perda em Liquidação Duvidosa	(13,2)	-	-	(13,2)	(133,8)	-	-	(147,1)
Equivalência Patrimonial	33,5	-	(2,9)	30,6	-	-	(30,6)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	(2,1)	0,0	-	(2,1)	3,1	0,4	(2,8)	(1,4)
Total de Despesas Operacionais	(1.043,6)	(12,2)	(2,9)	(1.058,7)	(278,9)	(75,1)	55,3	(1.357,4)
EBITDA	307,2	3,0	(2,9)	307,3	50,5	2,3	(65,6)	294,5
Depreciação e Amortização	(61,7)	(0,2)	-	(61,9)	(3,0)	(2,4)	2,8	(64,5)
EBIT	245,5	2,8	(2,9)	245,4	47,5	(0,1)	(62,8)	230,0
Resultado Financeiro	(239,9)	1,5	-	(238,4)	-	9,5	32,2	(196,7)
Lucro (Prejuízo) Operacional	5,6	4,3	(2,9)	7,0	47,5	9,4	(30,6)	33,3
IR / CS	10,1	(1,4)	-	8,7	(21,8)	(4,5)	-	(17,6)
Lucro Líquido	15,7	2,9	(2,9)	15,7	25,7	4,9	(30,6)	15,7
Margem Bruta	30,8%	60,4%	0,0%	31,0%	84,6%	83,5%	100,0%	34,6%
Margem EBITDA	7,0%	11,8%	65,2%	7,0%	13,0%	2,4%	54,3%	6,2%
Margem Líquida	0,4%	11,4%	65,2%	0,4%	6,6%	5,3%	25,3%	0,3%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	307,2	3,0	(2,9)	307,3	50,5	2,3	(65,6)	294,5
Despesas não Recorrentes	24,3	-	-	24,3	-	-	-	24,3
EBITDA Ajustado	331,5	3,0	(2,9)	331,6	50,5	2,3	(65,6)	318,8
Margem EBITDA Ajustada	7,6%	11,8%	65,2%	7,5%	13,0%	2,4%	54,3%	6,7%
Lucro Líquido	15,7	2,9	(2,9)	15,7	25,7	4,9	(30,6)	15,7
Despesas não Recorrentes	24,3	-	-	24,3	-	-	-	24,3
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(8,3)	-	-	(8,3)	-	-	-	(8,3)
Lucro Líquido Ajustado	31,7	2,9	(2,9)	31,7	25,7	4,9	(30,6)	31,7
Margem Líquida Ajustada	0,7%	11,4%	65,2%	0,7%	6,6%	5,3%	25,3%	0,7%

ANEXO VI
RESULTADOS POR SEGMENTO – 2T15

2T15 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio	Eliminações	Consolidado	Financeira	Seguradora	Eliminações	Consolidado
		100%			50%	50%		Pro-Forma
Receita Bruta	2.434,3	12,6	(2,1)	2.444,8	220,6	55,4	(65,4)	2.655,3
Impostos e Cancelamentos	(313,5)	(1,1)	-	(314,6)	-	-	-	(314,6)
Receita Líquida	2.120,8	11,5	(2,1)	2.130,2	220,6	55,4	(65,4)	2.340,8
Custo Total	(1.475,6)	(4,3)	2,1	(1.477,8)	(33,4)	(6,2)	-	(1.517,4)
Lucro Bruto	645,3	7,2	-	652,5	187,2	49,2	(65,4)	823,4
Despesas com Vendas	(421,0)	-	-	(421,0)	(79,2)	(40,5)	52,3	(488,3)
Despesas Gerais e Administrativas	(113,2)	(5,9)	-	(119,1)	(0,6)	(5,8)	-	(125,5)
Perda em Liquidação Duvidosa	(6,8)	-	-	(6,8)	(78,7)	-	-	(85,5)
Equivalência Patrimonial	22,0	-	(1,2)	20,8	-	-	(20,8)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	0,2	0,0	-	0,2	0,7	0,1	(1,4)	(0,4)
Total de Despesas Operacionais	(518,8)	(5,9)	(1,2)	(525,9)	(157,7)	(46,3)	30,1	(699,7)
EBITDA	126,5	1,3	(1,2)	126,6	29,4	2,9	(35,3)	123,6
Depreciação e Amortização	(30,9)	(0,1)	-	(31,0)	(1,6)	(0,0)	1,4	(31,2)
EBIT	95,5	1,2	(1,2)	95,6	27,9	2,9	(33,9)	92,5
Resultado Financeiro	(105,3)	0,5	-	(104,7)	-	3,9	13,1	(87,7)
Lucro (Prejuízo) Operacional	(9,7)	1,8	(1,2)	(9,1)	27,9	6,8	(20,8)	4,7
IR / CS	12,7	(0,6)	-	12,2	(11,1)	(2,7)	-	(1,7)
Lucro Líquido	3,0	1,2	(1,2)	3,0	16,7	4,1	(20,8)	3,0
Margem Bruta	30,4%	62,4%	0,0%	30,6%	84,8%	88,8%	100,0%	35,2%
Margem EBITDA	6,0%	11,3%	55,3%	5,9%	13,3%	5,3%	54,0%	5,3%
Margem Líquida	0,1%	10,3%	55,3%	0,1%	7,6%	7,4%	31,8%	0,1%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	126,5	1,3	(1,2)	126,6	29,4	2,9	(35,3)	123,6
Despesas não Recorrentes	5,9	-	-	5,9	-	-	-	5,9
EBITDA Ajustado	132,3	1,3	(1,2)	132,4	29,4	2,9	(35,3)	129,5
Margem EBITDA Ajustada	6,2%	11,3%	55,3%	6,2%	13,3%	5,3%	54,0%	5,5%
Lucro Líquido	3,0	1,2	(1,2)	3,0	16,7	4,1	(20,8)	3,0
Despesas não Recorrentes	5,9	-	-	5,9	-	-	-	5,9
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(2,0)	-	-	(2,0)	-	-	-	(2,0)
Lucro Líquido Ajustado	6,9	1,2	(1,2)	6,9	16,7	4,1	(20,8)	6,9
Margem Líquida Ajustada	0,3%	10,3%	55,3%	0,3%	7,6%	7,4%	31,8%	0,3%

ANEXO VII
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1S15

1S15 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
Receita Bruta	5.079,1	24,5	(4,1)	5.099,4	433,3	102,4	(127,7)	5.507,4
Impostos e Cancelamentos	(689,5)	(2,1)	-	(691,6)	-	-	-	(691,6)
Receita Líquida	4.389,6	22,4	(4,1)	4.407,8	433,3	102,4	(127,7)	4.815,8
Custo Total	(3.112,1)	(8,4)	4,1	(3.116,4)	(64,3)	(12,2)	-	(3.192,9)
Lucro Bruto	1.277,4	14,0	-	1.291,4	369,0	90,1	(127,7)	1.622,9
Despesas com Vendas	(860,4)	-	-	(860,4)	(154,1)	(74,0)	104,0	(984,5)
Despesas Gerais e Administrativas	(223,9)	(11,3)	-	(235,2)	(1,5)	(12,0)	-	(248,7)
Perda em Liquidação Duvidosa	(13,0)	-	-	(13,0)	(146,4)	-	-	(159,4)
Equivalência Patrimonial	50,2	-	(2,4)	47,8	-	-	(47,8)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	23,3	0,0	-	23,3	3,5	0,1	(2,8)	24,1
Total de Despesas Operacionais	(1.023,8)	(11,3)	(2,4)	(1.037,5)	(298,5)	(85,9)	53,4	(1.368,4)
EBITDA	253,6	2,8	(2,4)	254,0	70,5	4,3	(74,2)	254,5
Depreciação e Amortização	(62,6)	(0,2)	-	(62,7)	(3,1)	(0,0)	2,8	(63,1)
EBIT	191,1	2,6	(2,4)	191,2	67,3	4,3	(71,5)	191,4
Resultado Financeiro	(210,1)	1,0	-	(209,0)	-	8,0	23,7	(177,4)
Lucro (Prejuízo) Operacional	(19,0)	3,6	(2,4)	(17,8)	67,3	12,3	(47,8)	14,0
IR / CS	24,9	(1,2)	-	23,7	(26,9)	(4,9)	-	(8,1)
Lucro Líquido	5,9	2,4	(2,4)	5,9	40,4	7,4	(47,8)	5,9
Margem Bruta	29,1%	62,6%	0,0%	29,3%	85,2%	88,1%	100,0%	33,7%
Margem EBITDA	5,8%	12,3%	58,8%	5,8%	16,3%	4,2%	58,1%	5,3%
Margem Líquida	0,1%	10,8%	58,8%	0,1%	9,3%	7,2%	37,4%	0,1%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	253,6	2,8	(2,4)	254,0	70,5	4,3	(74,2)	254,5
Despesas não Recorrentes	10,9	-	-	10,9	-	-	-	10,9
EBITDA Ajustado	264,6	2,8	(2,4)	264,9	70,5	4,3	(74,2)	265,4
Margem EBITDA Ajustada	6,0%	12,3%	58,8%	6,0%	16,3%	4,2%	58,1%	5,5%
Lucro Líquido	5,9	2,4	(2,4)	5,9	40,4	7,4	(47,8)	5,9
Despesas não Recorrentes	10,9	-	-	10,9	-	-	-	10,9
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(3,7)	-	-	(3,7)	-	-	-	(3,7)
Lucro Líquido Ajustado	13,1	2,4	(2,4)	13,1	40,4	7,4	(47,8)	13,1
Margem Líquida Ajustada	0,3%	10,8%	58,8%	0,3%	9,3%	7,2%	37,4%	0,3%

ANEXO VIII
ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Receita Bruta por Canal	2T16	A.V.(%)	2T15	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	122,5	4,8%	114,8	4,7%	6,7%
Site	572,1	22,5%	428,3	17,6%	33,6%
Subtotal - Canal Virtual	694,6	27,3%	543,1	22,4%	27,9%
Lojas convencionais	1.847,6	72,7%	1.884,9	77,6%	-2,0%
Total	2.542,2	100,0%	2.428,0	100,0%	4,7%

Receita Bruta por Canal	1S16	A.V.(%)	1S15	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	246,2	4,7%	235,2	4,6%	4,7%
Site	1.176,8	22,4%	901,3	17,8%	30,6%
Subtotal - Canal Virtual	1.422,9	27,1%	1.136,4	22,4%	25,2%
Lojas convencionais	3.821,8	72,9%	3.928,6	77,6%	-2,7%
Total	5.244,8	100,0%	5.065,0	100,0%	3,5%

Número de Lojas por Canal - Final do Período	jun-16	Part(%)	jun-15	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	114	14,5%	111	14,6%	3
Site	1	0,1%	1	0,1%	-
Subtotal - Canal Virtual	115	14,6%	112	14,7%	3
Lojas convencionais	672	85,4%	650	85,3%	22
Total	787	100,0%	762	100,0%	25

Área total de vendas (m²)	498.871	100%	485.697	100%	2,7%
----------------------------------	---------	------	---------	------	------

*Nota: seguindo as especificações do Pronunciamento Técnico CPC 36, foi alterada a contabilização dos rendimentos de fundos exclusivos onde o Magazine Luiza é detentor total do controle de suas cotas, passando de receita financeira para receita operacional de serviços do segmento de varejo o montante de R\$7,6 milhões no 2T16 e R\$6,3 milhões no 2T15. As diferenças apresentadas na receita bruta do segmento de varejo entre a abertura por canal e os demonstrativos de resultados referem-se a tais reclassificações.

ANEXO VII 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 *funding* da Luizacred, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Em junho/16, a Luizacred tinha uma base total de 3,5 milhões de cartões emitidos, estável em relação a junho/15. Durante o segundo trimestre, Luizacred manteve suas práticas conservadoras na taxa de aprovação das propostas de financiamentos. O faturamento do Cartão Luiza dentro do Magazine Luiza cresceu 8,7%, porém o faturamento do CDC continua a encolher com redução de 58,0% no 2T16, passando de R\$196 milhões em 2T15 para R\$82 milhões.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou cerca de R\$4,2 bilhões ao final do 2T16, redução de 7,0% em relação ao 2T15, com destaque para a carteira de CDC, que diminuiu 53,2% (em contraste com a carteira do Cartão Luiza, que cresceu 3,7%).

R\$ milhões	2T16	2T15	Var(%)	1S16	1S15	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.464	3.511	-1,4%	3.464	3.511	-1,4%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	512	471	8,7%	977	912	7,0%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	2.216	1.996	11,0%	4.269	3.873	10,2%
Faturamento CDC	82	196	-58,0%	174	439	-60,2%
Faturamento Empréstimo Pessoal	19	26	-24,4%	40	52	-23,0%
Faturamento Total Luizacred	2.830	2.689	5,2%	5.460	5.276	3,5%
Carteira Cartão	3.721	3.588	3,7%	3.721	3.588	3,7%
Carteira CDC	387	826	-53,2%	387	826	-53,2%
Carteira Empréstimo Pessoal	43	48	-10,5%	43	48	-10,5%
Carteira Total	4.151	4.462	-7,0%	4.151	4.462	-7,0%

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	2T16	AV	2T15	AV	Var(%)	1S16	AV	1S15	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	297,5	100,0%	346,8	100,0%	-14,2%	602,3	100,0%	685,5	100,0%	-12,1%
Cartão	232,8	78,3%	234,1	67,5%	-0,5%	461,6	76,6%	450,3	65,7%	2,5%
CDC	52,3	17,6%	99,8	28,8%	-47,6%	116,6	19,4%	210,0	30,6%	-44,5%
EP	12,4	4,2%	12,9	3,7%	-4,0%	24,1	4,0%	25,3	3,7%	-4,7%
Despesas da Intermediação Financeira	(193,4)	-65,0%	(224,2)	-64,6%	-13,7%	(387,9)	-64,4%	(421,4)	-61,5%	-7,9%
Operações de Captação no Mercado	(59,5)	-20,0%	(66,9)	-19,3%	-11,0%	(120,2)	-20,0%	(128,6)	-18,8%	-6,5%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(134,0)	-45,0%	(157,3)	-45,4%	-14,9%	(267,7)	-44,4%	(292,8)	-42,7%	-8,6%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	104,1	35,0%	122,7	35,4%	-15,1%	214,4	35,6%	264,1	38,5%	-18,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(57,8)	-19,4%	(66,9)	-19,3%	-13,7%	(119,4)	-19,8%	(129,4)	-18,9%	-7,7%
Receitas de Prestação de Serviços	95,5	32,1%	94,3	27,2%	1,3%	176,7	29,3%	181,1	26,4%	-2,4%
Despesas de Pessoal	(1,0)	-0,3%	(1,2)	-0,3%	-18,1%	(2,0)	-0,3%	(3,0)	-0,4%	-34,6%
Outras Despesas Administrativas	(128,6)	-43,2%	(136,5)	-39,4%	-5,8%	(255,1)	-42,3%	(265,4)	-38,7%	-3,9%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,0%	(3,1)	-0,9%	-3,4%	(6,1)	-1,0%	(6,3)	-0,9%	-3,3%
Despesas Tributárias	(20,3)	-6,8%	(21,8)	-6,3%	-7,0%	(39,2)	-6,5%	(42,8)	-6,2%	-8,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(0,5)	-0,2%	1,4	0,4%	-134,5%	6,2	1,0%	7,0	1,0%	-11,6%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	46,3	15,6%	55,8	16,1%	-16,9%	94,9	15,8%	134,7	19,6%	-29,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(21,1)	-7,1%	(22,3)	-6,4%	-5,1%	(43,6)	-7,2%	(53,8)	-7,9%	-19,0%
Lucro Líquido	25,2	8,5%	33,5	9,6%	-24,7%	51,3	8,5%	80,8	11,8%	-36,5%

A Luizacred segue sua estratégia de dar cada vez mais foco no Cartão Luiza. No 2T16, O faturamento do Cartão Luiza (compras realizadas dentro e fora do Magazine Luiza) cresceu 10,6% no 2T16, enquanto o CDC diminuiu 58,0%. Losango continua aprovando os empréstimos negados pela Luizacred, representando 5,0% das vendas das lojas físicas. A Luizacred obteve lucro de R\$25,2 milhões no 2T16, uma redução de 24,7% versus 2T15. No 1S16, o lucro líquido foi de R\$51,3 milhões, uma redução de 36,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira caíram 14,2% no 2T16 em relação ao mesmo período do ano anterior, devido a redução de 47,6% nas receitas do CDC. No 1S16, as receitas de intermediação financeira caíram 12,1% influenciadas principalmente pela redução nas receitas do CDC.

Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa

O indicador de inadimplência de curto prazo continuou a melhorar. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou 3,9% em junho/16 comparado a 4,3% da carteira total em mar/16 e 4,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, 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) apresentou uma melhora e alcançou 11,7% no 2T16 contra 12,4% em 1T16, porém ainda maior quando comparado ao 2T15. Na mesma linha, a despesa de PDD líquida de recuperação representou 3,2% da carteira total no 2T16, uma melhora em relação ao patamar de 3,5% no 2T15 e basicamente estável em relação ao 1T16. Vale destacar que o índice de cobertura da carteira aumentou de 119% em jun/15 para 123% em jun/16.

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2016

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	jun/16		mar/16		dez/15		set/15		jun/15	
Carteira Total (R\$ milhões)	4.151	100,0%	4.210	100,0%	4.441	100,0%	4.360	100,0%	4.462	100,0%
000 a 014 dias	3.502	84,4%	3.506	83,3%	3.726	83,9%	3.648	83,7%	3.775	84,6%
015 a 030 dias	44	1,1%	57	1,4%	41	0,9%	51	1,2%	55	1,2%
031 a 060 dias	51	1,2%	55	1,3%	42	0,9%	54	1,2%	60	1,3%
061 a 090 dias	66	1,6%	69	1,6%	69	1,5%	74	1,7%	83	1,9%
091 a 120 dias	60	1,4%	55	1,3%	74	1,7%	76	1,7%	73	1,6%
121 a 150 dias	60	1,4%	55	1,3%	70	1,6%	71	1,6%	71	1,6%
151 a 180 dias	57	1,4%	58	1,4%	62	1,4%	69	1,6%	65	1,5%
180 a 360 dias	310	7,5%	354	8,4%	357	8,0%	317	7,3%	280	6,3%
Atraso de 15 a 90 Dias	162	3,9%	182	4,3%	151	3,4%	178	4,1%	198	4,4%
Atraso Maior 90 Dias	487	11,7%	522	12,4%	564	12,7%	534	12,2%	489	11,0%
Atraso Total	649	15,6%	704	16,7%	715	16,1%	712	16,3%	687	15,4%
PDD em IFRS	598	14,4%	631	15,0%	663	14,9%	627	14,4%	581	13,0%
Índice de Cobertura	123%		121%		118%		118%		119%	

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 2T16 foi de 35,0%, representando uma redução de 0,4 p.p. quando comparado ao 2T15 em função do aumento do CDI no período. No primeiro semestre, a margem bruta da intermediação financeira encolheu 2,9 p.p. para 35,6%.

Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$57,8 milhões no 2T16, uma redução nominal de 13,7%, em função de um melhor controle de despesas e ganhos de produtividade. No 1S16, as outras despesas operacionais totalizaram R\$119,4 milhões, redução de 7,7%.

Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 2T16, o resultado operacional foi 16,9% menor e totalizou R\$46,3 milhões, representando 15,6% da receita da intermediação financeira. No primeiro semestre, o resultado operacional foi de R\$94,9 milhões.

No 2T16, o lucro líquido da Luizacred totalizou R\$25,2 milhões, uma queda em relação ao resultado do 2T15 (R\$33,5 milhões) com ROE de 18,8%. No primeiro semestre o lucro líquido foi 36,5% menor em R\$51,3 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\$25,2 milhões no 2T16. De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$574,9 milhões em jun/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\$535,2 milhões.

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

04 de agosto de 2016 (quinta-feira)

10h00 – Horário de Brasília

09h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Para participantes no Brasil:

Telefone para conexão: +55 (11) 2188-0155

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

[Webcast Português](#)

Para participantes no Exterior:

Telefone para conexão EUA: +1 (646) 843 6054

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

[Webcast Inglês](#)

Replay (disponível por 7 dias):

Telefone para conexão no Brasil: +55 (11) 2188-0400

Identificador para versão em Português e Inglês: Magazine Luiza

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo Rodrigues

Diretor Financeiro e de RI

Daniela Bretthauer

Diretora de RI

Rovilson Vieira

Gerente de RI

Kenny Damazio

Analista de RI

Tel.: +55 11 3504-2727

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.