



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

Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2016(em IFRS)

magazineluiza
vem ser feliz



DESTAQUES

Ganho de participação de mercado com aumento da margem bruta
Crescimento do e-commerce de 28% alcançando 22% das vendas totais
Aumento da receita bruta de 3% totalizando R\$2,7 bilhões
Evolução do EBITDA ajustado de 23% para R\$163 milhões (margem de 7,2%)

- **Ganho consistente de participação de mercado.** No 1T16, as vendas brutas consolidadas alcançaram R\$2,7 bilhões, um aumento de 2,6% em relação ao 1T15, apesar do cenário macroeconômico mais desafiador. As vendas mesmas lojas apresentaram uma melhora significativa e ficaram estáveis no 1T16, com importante evolução em relação aos últimos trimestres (+27,8% no e-commerce e -6,1% nas lojas físicas). Com base na pesquisa mensal do comércio publicada pelo IBGE (PMC) e consultoria GFK para os primeiros dois meses do ano, ganhamos participação de mercado em todas as principais categorias de produtos.
- **Forte crescimento no e-commerce.** No 1T16, as vendas do e-commerce cresceram 27,8%, a maior taxa de crescimento dos últimos trimestres comparado a um crescimento de 1% para o E-bit no mesmo período e representaram 22,4% das vendas totais. Este melhor desempenho reflete: (i) ganho consistente de *market-share* com a estratégia multicanal, (ii) aumento da conversão das vendas realizadas via novo aplicativo para smartphones e (iii) melhor sortimento de produtos. Em nossa opinião, o mercado de e-commerce está ficando mais racional com maior equilíbrio entre as variáveis de fretes grátis, preços e prazos de parcelamento sem juros.
- **Aumento da margem bruta.** No 1T16, a margem bruta aumentou 2,1 p.p. para 30,2%. Esse resultado foi obtido em função de: (i) melhor mix de vendas, (ii) cobrança de frete e montagem e (iii) melhor eficiência operacional em todos os canais.
- **Controle rigoroso das despesas.** Além da melhora de margem bruta, as despesas com vendas, gerais e administrativas diminuíram 3,2% em termos nominais, reflexo de um controle ainda mais rigoroso das despesas a partir da metodologia OBZ (orçamento base zero), redução dos gastos de marketing e renegociação dos contratos em geral. Mesmo com o aumento dos encargos sobre a folha de pagamento, as despesas com vendas, gerais e administrativas foram diluídas em 0,6 p.p., representando 23,8% da receita líquida.
- **Evolução do EBITDA e do lucro líquido.** No 1T16, o crescimento das vendas totais, o aumento da margem bruta e a melhor diluição das despesas operacionais contribuíram para a evolução do EBITDA em 13,1% para R\$144,1 milhões (margem de 6,4%) e lucro líquido de R\$5,3 milhões (margem de 0,2%). Excluindo as despesas de reestruturação não recorrentes no valor de R\$19,0 milhões, o EBITDA ajustado alcançou R\$163,1 milhões (margem EBITDA de 7,2%) e o lucro líquido ajustado totalizou R\$17,8 milhões (margem de 0,8%).
- **Melhora no capital de giro.** A Companhia apresentou uma importante redução na necessidade de capital de giro, com destaque para a redução dos estoques (R\$109,3 milhões *versus* mar/15) e o aumento do saldo de fornecedores (R\$154,9 milhões *versus* mar/15).
- **Redução da dívida líquida.** A dívida líquida ajustada (líquida de cartão de crédito não descontado) diminuiu em R\$191,4 milhões para R\$858,7 milhões em mar/16, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,7x para 1,6x, respectivamente. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu a dívida bruta em R\$114,9 milhões e aumentou a posição de caixa de aplicações financeiras em R\$68,8 milhões, para R\$721,3 milhões.
- **Melhora no resultado da Luizacred.** A Luizacred segue sua estratégia de dar mais foco no produto Cartão Luiza, reforçando a importância do cartão para a fidelização da nossa base de clientes. No 1T16, o faturamento do Cartão Luiza cresceu 5,2% dentro do Magazine Luiza e 9,4% fora do Magazine Luiza, enquanto que a carteira de crédito do Cartão Luiza evoluiu 4,8% para R\$3,7 bilhões. A Luizacred obteve uma redução nas despesas com provisões para devedores duvidosos em relação aos trimestres anteriores, em parte explicada pela redução de 62% no faturamento do CDC. Com isso, a Luizacred apresentou um lucro de R\$26,2 milhões, melhora significativa em relação ao 4T15, porém inferior ao 1T15.

MGLU3: R\$ 28,50 por ação
 Total de Ações: 22.248.933
 Valor de Mercado: R\$ 634 milhões

Teleconferência: 06 de maio de 2016 (sexta-feira)
 10:30AM no horário de Brasília: +55 11 2188-0155
 09:30AM 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 1º Trimestre de 2016

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T16	1T15	Var(%)
Receita Bruta	2.723,6	2.654,6	2,6%
Receita Líquida	2.263,5	2.277,6	-0,6%
Lucro Bruto	683,6	639,0	7,0%
Margem Bruta	30,2%	28,1%	2,1 pp
EBITDA	144,1	127,4	13,1%
Margem EBITDA	6,4%	5,6%	0,8 pp
EBITDA Ajustado	163,1	132,5	23,1%
Margem EBITDA Ajustada	7,2%	5,8%	1,4 pp
Lucro Líquido	5,3	2,9	84,2%
Margem Líquida	0,2%	0,1%	0,1 pp
Lucro Líquido Ajustado	17,8	6,2	187,1%
Margem Líquida Ajustada	0,8%	0,3%	0,5 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	0,0%	-3,0%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-6,1%	-5,3%	-
Crescimento nas Vendas Internet	27,8%	9,2%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	786	759	27 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	498.570	483.145	3,2%

No 1T16, o EBITDA e o lucro líquido foram ajustados por despesas não-recorrentes de R\$19,0 milhões (no caso do lucro líquido o ajuste foi de R\$12,5 milhões devido ao efeito do IR). Essas despesas referem-se às despesas com reestruturação e adequação de pessoal administrativo.

Devido ao término da desoneração da folha de pagamento, para melhor comparação, os números do 1T15 foram reclassificados gerencialmente da seguinte forma: encargos de R\$25,1 milhões, anteriormente contabilizados como impostos sobre a receita bruta, foram reclassificados para despesas com vendas (R\$18,1 milhões) e despesas gerais e administrativas (R\$7,0 milhões).

MENSAGEM DA DIRETORIA EXECUTIVA

Novo ciclo da transformação digital. A principal estratégia da Companhia para os próximos cinco anos é a transformação digital. Nosso objetivo é transformar o Magazine Luiza, passando de uma empresa de varejo tradicional com uma forte plataforma digital, para uma empresa digital, com pontos físicos e calor humano. Essa estratégia está baseada em cinco pilares: (i) inclusão digital, (ii) digitalização das lojas físicas, (iii) multicanalidade, (iv) transformar o site em uma plataforma digital e (v) cultura digital.

Trazar ao acesso de muitos o que é privilégio de poucos. Este sempre foi um dos propósitos da Companhia. Durante o Ciclo da Transformação Digital, o Magazine Luiza quer promover a inclusão digital. Atualmente, apenas 45% da população têm smartphone, mas a maioria utiliza apenas dois aplicativos (Whatsapp e Facebook) e apenas 10% das pessoas que compram uma Smart TV utilizam os recursos disponíveis, como navegar na internet e acessar o site da Netflix. Fazer uma ponte entre os brasileiros e o mundo digital é um dos grandes objetivos da Companhia para os próximos anos.

Implementar a estratégia de transformação digital. A loja física está ficando cada vez mais digital, multicanal e próxima dos clientes, proporcionando uma experiência de compra mais agradável. Encerramos o primeiro trimestre com 183 lojas capacitadas para o uso do Mobile Vendas e disponibilizamos para os clientes acesso grátis à rede wi-fi em 366 lojas. Até o final de 2016, o projeto Mobile Vendas estará implementado em todas as lojas físicas convencionais (ex-virtual), assim como o wi-fi para clientes. Vantagens como comprar no site e retirar na loja, ou comprar no site e receber em casa mais rápido o produto do estoque da loja mais próxima, estão sendo desenvolvidas e testadas. Ao mesmo tempo, estamos lançando uma nova plataforma de Marketplace, que passará a vender também produtos de outros varejistas, aumentando de forma significativa o número de categorias e oferta de produtos, sem o risco de estoque e custo de entrega. Além disso, nosso novo aplicativo alcançou a marca de mais de dois milhões de downloads e tem contribuído para o crescimento das nossas vendas online de forma sustentável. Tudo isso tem sido desenvolvido pelo Luizalabs, nosso laboratório de desenvolvimento e inovação.

Aperfeiçoar a Governança Corporativa. Ao final de 2015, foram anunciadas mudanças na estrutura organizacional, em linha com as mudanças estratégicas em curso. Luiza Helena Trajano, que presidiu a Companhia nos últimos 25 anos, assumiu a presidência do Conselho de Administração, e Marcelo Silva, diretor-superintendente nos últimos sete anos, assumiu a vice-presidência do Conselho. Frederico Trajano, anteriormente diretor executivo de Operações, passou ao cargo de diretor-presidente (CEO). Fabrício Garcia, anteriormente diretor executivo Comercial, passou ao cargo de vice-presidente Comercial e de Operações, responsável pelas áreas de compras e vendas das lojas físicas. Foram também criados dois novos comitês: (i) Pessoas e Cultura Organizacional e (ii) Estratégia de Negócios e Transformação Digital. Estes comitês se somaram aos existentes: (i) Auditoria, Riscos e Compliance e (ii) Finanças e Crédito ao Consumidor. Na última assembleia geral ordinária, foi eleito como novo membro independente do Conselho de Administração, o professor José Paschoal Rossetti, um dos maiores especialistas de Governança Corporativa no Brasil.

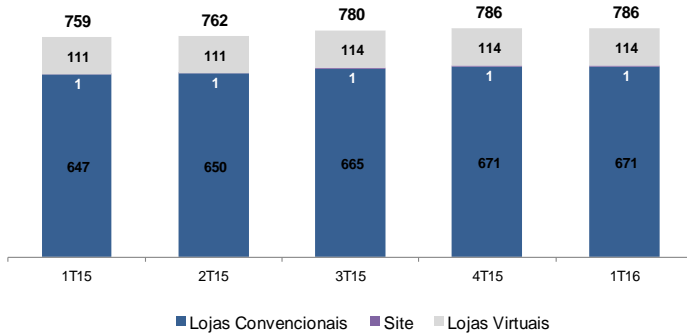
O Magazine Luiza começou o ano melhor preparado para os desafios da economia e para as novas tendências digitais. O objetivo é focar na venda (#FocanaVenda) para continuar ganhando market-share, preservando a rentabilidade, mantendo o espírito ganha-ganha e valorizando os clientes e colaboradores. A Companhia manterá a busca constante pela eficiência das lojas, aumento de produtividade por funcionário, projetos de automação em todos os departamentos e canais de vendas, redução de custos administrativos, enfim, tudo para tornar a estrutura mais ágil e leve, buscando sempre oferecer a melhor experiência de compra para os nossos clientes. Em linha com esta nova fase e para manter a saúde do negócio em um ano de baixo índice de confiança do consumidor, a empresa abriu várias frentes de ampliação de vendas segundo um estudo elaborado pela consultoria McKinsey, que mapeou de forma detalhada as oportunidades de ganhos de market-share por loja, por região e por categoria. No que diz respeito aos esforços para redução de custos, contamos com o apoio da consultoria Galeazzi que nos auxiliou na implantação do orçamento base zero (OBZ) e na gestão matricial de despesas (GMD). Os resultados do primeiro trimestre do ano confirmam que estamos no caminho certo: é possível crescer vendas, mesmo no atual cenário econômico, sem sacrificar as margens.

A Diretoria Executiva

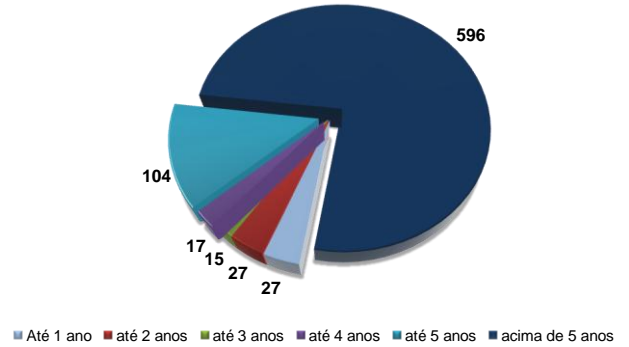
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magazine Luiza encerrou mar/16 com 786 lojas, sendo 671 convencionais, 114 virtuais e o site. Nos últimos 12 meses a Companhia abriu 27 novas lojas. Da base total, 24% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



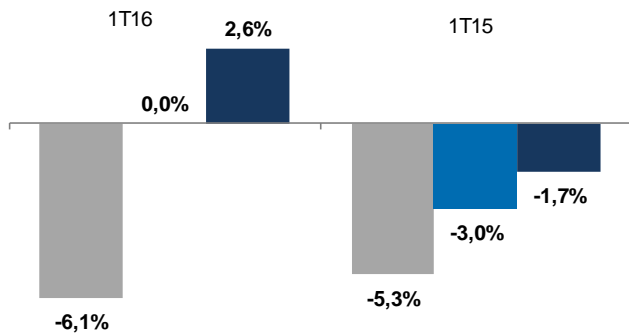
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



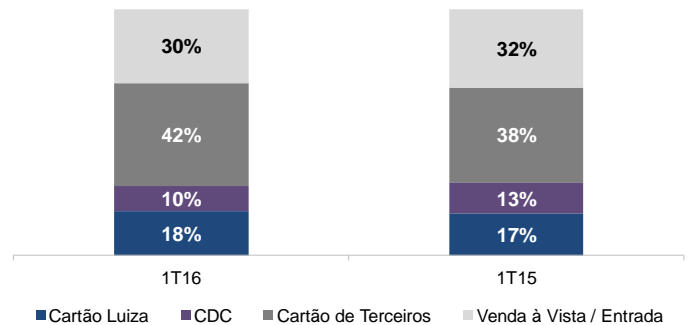
No conceito mesmas lojas, as vendas brutas ficaram estáveis no 1T16, reflexo da queda de 6,1% das lojas físicas e do crescimento de 27,8% no e-commerce.

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



Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



A participação do Cartão Luiza nas vendas totais cresceu de 17% no 1T15 para 18% no 1T16, contribuindo para a estratégia da Companhia de aumentar a fidelização dos clientes. Nesse mesmo período, a base de Cartões Luiza ficou estável em 3,5 milhões. Em função de uma política de aprovação de crédito mais conservadora, a participação do CDC continuou diminuindo e totalizou 10% das vendas no 1T16, versus 13% no 1T15. Vale destacar que os financiamentos pela Losango representaram 5% das vendas das lojas físicas.

Receita Bruta

R\$ milhões	1T16	1T15	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.596,4	2.522,5	2,9%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	115,8	122,2	-5,2%
Total Varejo	2.712,2	2.644,8	2,6%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	13,6	11,9	14,4%
Eliminações Inter-companhias	(2,2)	(2,0)	10,2%
Receita Bruta - Total	2.723,6	2.654,6	2,6%

A receita bruta total aumentou 2,6% devido à contribuição das lojas novas e aumento de 2.9% de vendas de mercadorias. O desempenho das vendas mesmas lojas ficou basicamente estável.

Receita Líquida

R\$ milhões	1T16	1T15	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.151,5	2.162,0	-0,5%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	101,8	106,8	-4,7%
Total Varejo	2.253,2	2.268,7	-0,7%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	12,4	10,8	14,6%
Eliminações Inter-companhias	(2,2)	(2,0)	10,2%
Receita Líquida - Total	2.263,5	2.277,6	-0,6%

A receita líquida total diminuiu 0,6% devido ao aumento dos impostos sobre a receita bruta em diversos estados, que elevaram as alíquotas de ICMS sobre vários produtos.

Lucro Bruto

R\$ milhões	1T16	1T15	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	574,1	525,4	9,3%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	101,8	106,8	-4,7%
Total Varejo	675,8	632,2	6,9%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	7,7	6,8	13,3%
Lucro Bruto - Total	683,6	639,0	7,0%
Margem Bruta - Total	30,2%	28,1%	2,1 pp

O lucro bruto totalizou R\$683,6 milhões, com uma expansão na margem bruta de 2,1 p.p. para 30,2%. A melhora da margem bruta foi resultado de: (i) melhor mix de vendas, (ii) cobrança de frete e montagem, e (iii) melhor eficiência operacional em todos os canais.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	1T16	% RL	1T15	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(426,8)	-18,9%	(439,5)	-19,3%	-2,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(111,1)	-4,9%	(116,1)	-5,1%	-4,3%
Subtotal	(537,8)	-23,8%	(555,5)	-24,4%	-3,2%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(7,7)	-0,3%	(6,2)	-0,3%	25,0%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	(8,6)	-0,4%	23,1	1,0%	-137,1%
Total de Despesas Operacionais	(554,1)	-24,5%	(538,6)	-23,6%	2,9%

Despesas com Vendas

As despesas com vendas totalizaram R\$426,8 milhões, equivalentes a 18,9% da receita líquida. Vale destacar que a Companhia conseguiu reduzir as despesas com vendas em 2,9% em termos nominais, reflexo de um controle ainda mais rigoroso de despesas a partir da metodologia OBZ (orçamento base zero), otimização dos gastos de marketing, renegociação dos contratos de aluguel e serviços de transporte, além da revisão de todas as despesas operacionais da Companhia. Mesmo com o aumento dos encargos sobre a folha de pagamento, as despesas com vendas foram diluídas em 0,4 p.p.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$111,1 milhões e alcançaram 4,9% da receita líquida, diluindo 0,2 p.p. em relação ao 1T15. A Companhia conseguiu reduzir tais despesas em 4,3% em termos nominais, reflexo da otimização dos processos administrativos, mesmo com o 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\$7,7 milhões.

Outras Receitas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	1T16	% RL	1T15	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,2)	0,0%	(0,2)	0,0%	-4,3%
Apropriação de Receita Diferida	9,9	0,4%	23,2	1,0%	-57,3%
Provisão para Perdas Tributárias	0,0	0,0%	3,9	0,2%	-98,8%
Despesas não Recorrentes	(19,0)	-0,8%	(5,1)	-0,2%	274,8%
Outros	0,6	0,0%	1,3	0,1%	-50,2%
Total	(8,6)	-0,4%	23,1	1,0%	-137,1%

As outras despesas operacionais líquidas totalizaram R\$8,6 milhões, influenciadas pela apropriação de receita diferida no montante de R\$9,9 milhões e por despesas não-recorrentes no valor de R\$19,0 milhões relacionadas principalmente a gastos de reestruturação e revisão dos processos administrativos.

Equivalência Patrimonial

O resultado da equivalência patrimonial apresentou uma importante melhora em relação aos últimos trimestres, alcançando R\$14,7 milhões. Os principais fatores que impactaram o resultado da equivalência patrimonial foram: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$13,1 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$1,6 milhão.

EBITDA

No 1T16, o crescimento das vendas totais, o aumento da margem bruta e a diluição das despesas operacionais contribuíram para a evolução do EBITDA em 13,1% para R\$144,1 milhões, com margem de 6,4% (+0,8 p.p. *versus* o 1T15). Excluindo despesas de reestruturação não recorrentes no valor de R\$19,0 milhões, o EBITDA ajustado alcançou R\$163,1 milhões (margem EBITDA de 7,2%).

Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	1T16	% RL	1T15	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(142,5)	-6,3%	(124,8)	-5,5%	14,3%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(66,4)	-2,9%	(60,8)	-2,7%	9,2%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(34,6)	-1,5%	(34,9)	-1,5%	-0,8%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(30,9)	-1,4%	(21,1)	-0,9%	46,4%
Outras Despesas	(10,7)	-0,5%	(7,9)	-0,3%	34,2%
Receitas Financeiras	28,6	1,3%	20,4	0,9%	40,1%
Rendimento de Aplicações Financeiras	4,9	0,2%	3,5	0,2%	39,5%
Outras Receitas Financeiras	23,7	1,0%	16,9	0,7%	40,2%
Resultado Financeiro Líquido	(113,9)	-5,0%	(104,3)	-4,6%	9,2%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários ¹	9,7	0,4%	7,7	0,3%	25,3%
Resultado Financeiro Líquido Ajustado	(104,2)	-4,6%	(96,6)	-4,2%	7,9%

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.

O resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$104,2 milhões (equivalente a 4,6% da receita líquida). Este resultado foi impactado principalmente pela (i) redução da dívida líquida e (ii) aumento do CDI, que cresceu 15,9% no período, passando de 2,8% no 1T15 para 3,2% no 1T16.

Lucro líquido

O lucro líquido totalizou R\$5,3 milhões no 1T16, crescimento de 84,2% (margem líquida de 0,2%). O lucro líquido ajustado pelas despesas não-recorrentes foi de R\$17,8 milhões (margem líquida de 0,8%).

Capital de Giro

R\$ milhões	mar-16	dez-15	set-15	jun-15	mar-15
Contas a Receber	389,6	435,2	431,2	419,4	480,4
Estoques	1.279,3	1.353,1	1.208,1	1.293,4	1.388,6
Partes Relacionadas	55,4	86,2	48,7	52,4	60,9
Impostos a Recuperar	320,9	334,3	311,9	337,6	291,6
Outros Ativos	60,7	36,6	101,1	103,5	76,0
Ativos Circulantes Operacionais	2.105,9	2.245,4	2.101,0	2.206,3	2.297,4
Fornecedores	1.394,1	1.894,2	1.186,9	1.175,1	1.239,2
Salários, Férias e Encargos Sociais	141,7	153,9	151,9	145,8	161,2
Impostos a Recolher	29,5	30,6	25,3	31,0	22,0
Partes Relacionadas	61,9	68,4	55,3	57,2	62,4
Impostos Parcelados	-	-	-	-	6,5
Outras Contas a Pagar	92,2	118,0	89,6	78,2	115,0
Passivos Circulantes Operacionais	1.719,5	2.265,0	1.509,0	1.487,3	1.606,3
Capital de Giro	386,4	(19,6)	592,0	719,0	691,1
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	3,7%	-0,2%	5,5%	6,4%	6,0%
Saldo de Recebíveis Descontados	1.433,1	1.417,8	1.268,3	1.273,4	1.392,0
Capital de Giro Ajustado	1.819,5	1.398,2	1.860,4	1.992,4	2.083,1
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	17,2%	13,3%	17,3%	17,9%	18,2%

A Companhia apresentou uma importante redução na necessidade de capital de giro, com destaque para a redução dos estoques (R\$109,3 milhões *versus* mar/15) e o aumento do saldo de fornecedores (R\$154,9 milhões *versus* mar/15). A necessidade de capital de giro passou de R\$691,1 milhões no 1T15 para R\$386,4 milhões no 1T16, uma redução de R\$304,7 milhões. Como percentual da receita bruta dos últimos 12 meses, o capital de giro representou 3,7% no 1T16 *versus* 6,0% no 1T15.

Investimentos

R\$ milhões	1T16	%	1T15	%
Lojas Novas	0,0	0%	12,4	38%
Reformas	7,2	32%	8,2	25%
Tecnologia	11,2	49%	8,9	27%
Logística	4,0	18%	3,1	10%
Outros	0,4	2%	0,0	0%
Total	22,8	100%	32,6	100%

Os investimentos em ativo imobilizado e intangível alcançaram R\$22,8 milhões no 1T16, 30% menor em relação ao valor investido no 1T15. A maior parte dos investimentos da Companhia foi destinada para projetos de tecnologia e logística.

Endividamento Líquido

R\$ milhões	mar-16	dez-15	set-15	jun-15	mar-15
(+) Empréstimos e Financiamentos Circulante	713,6	568,4	446,6	370,8	392,5
(+) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	1.050,5	1.255,0	1.564,6	1.484,8	1.486,5
(=) Endividamento Bruto	1.764,1	1.823,3	2.011,2	1.855,6	1.879,0
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	411,3	617,5	270,4	227,1	282,7
(-) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	302,2	497,6	265,1	238,8	337,4
(-) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	7,8	46,7	99,8	26,5	32,3
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	721,3	1.161,8	635,4	492,4	652,5
(=) Endividamento Líquido	1.042,8	661,5	1.375,8	1.363,2	1.226,5
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	176,1	158,7	156,0	148,3	165,9
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	8,1	13,9	4,8	8,0	10,5
(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito	184,1	172,6	160,9	156,3	176,5
(=) Endividamento Líquido Ajustado	858,7	488,9	1.215,0	1.206,9	1.050,1
Endividamento de Curto Prazo / Total	40%	31%	22%	20%	21%
Endividamento de Longo Prazo / Total	60%	69%	78%	80%	79%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	523,3	492,6	553,8	616,4	616,9
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA Ajustado	1,6 x	1,0 x	2,2 x	2,0 x	1,7 x

A dívida líquida ajustada (líquida de cartão de crédito não descontado) diminuiu de R\$1.050,1 milhões em mar/15 para R\$858,7 milhões em mar/16, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,7x para 1,6x, respectivamente. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu a dívida bruta em R\$114,9 milhões e aumentou a posição de caixa de aplicações financeiras em R\$68,8 milhões, para R\$721,3 milhões.

Em relação a dez/15, a variação da dívida líquida ajustada, no montante de R\$369,8 milhões, está associada à sazonalidade do capital de giro, principalmente na conta de fornecedores (redução de R\$500,0 milhões) e estoques (redução de R\$73,8 milhões).

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T16	AV	1T15	AV	Var(%)
Receita Bruta	2.723,6	120,3%	2.654,6	116,6%	2,6%
Impostos e Cancelamentos	(460,1)	-20,3%	(377,0)	-16,6%	22,0%
Receita Líquida	2.263,5	100,0%	2.277,6	100,0%	-0,6%
Custo Total	(1.579,9)	-69,8%	(1.638,6)	-71,9%	-3,6%
Lucro Bruto	683,6	30,2%	639,0	28,1%	7,0%
Despesas com Vendas	(426,8)	-18,9%	(439,5)	-19,3%	-2,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(111,1)	-4,9%	(116,1)	-5,1%	-4,3%
Perda em Liquidação Duvidosa	(7,7)	-0,3%	(6,2)	-0,3%	25,0%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	(8,6)	-0,4%	23,1	1,0%	-137,1%
Equivalência Patrimonial	14,7	0,6%	27,0	1,2%	-45,6%
Total de Despesas Operacionais	(539,4)	-23,8%	(511,6)	-22,5%	5,4%
EBITDA	144,1	6,4%	127,4	5,6%	13,1%
Depreciação e Amortização	(30,9)	-1,4%	(31,7)	-1,4%	-2,7%
EBIT	113,2	5,0%	95,7	4,2%	18,4%
Resultado Financeiro	(113,9)	-5,0%	(104,3)	-4,6%	9,2%
Lucro (Prejuízo) Operacional	(0,7)	0,0%	(8,7)	-0,4%	-91,8%
IR / CS	6,0	0,3%	11,5	0,5%	-48,3%
Lucro Líquido	5,3	0,2%	2,9	0,1%	84,2%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	144,1	6,4%	127,4	5,6%	-
Despesas não Recorrentes	19,0	0,8%	5,1	0,2%	-
EBITDA Ajustado	163,1	7,2%	132,5	5,8%	-
Lucro Líquido	5,3	0,2%	2,9	0,1%	-
Despesas não Recorrentes	19,0	0,8%	5,1	0,2%	-
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(6,5)	-0,3%	(1,7)	-0,1%	-
Lucro Líquido Ajustado	17,8	0,8%	6,2	0,3%	-

Devido ao término da desoneração da folha de pagamento, para melhor comparação, os números do 1T15 foram reclassificados gerencialmente da seguinte forma: encargos de R\$25,1 milhões, anteriormente contabilizados como impostos sobre a receita bruta, foram reclassificados para despesas com vendas (R\$18,1 milhões) e despesas gerais e administrativas (R\$7,0 milhões).

ANEXO II
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	mar/16	dez/15	set/15	jun/15	mar/15
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	411,3	617,5	270,4	227,1	282,7
Títulos e Valores Mobiliários	302,2	497,6	265,1	238,8	337,4
Contas a Receber	389,6	435,2	431,2	419,4	480,4
Estoques	1.279,3	1.353,1	1.208,1	1.293,4	1.388,6
Partes Relacionadas	55,4	86,2	48,7	52,4	60,9
Tributos a Recuperar	320,9	334,3	311,9	337,6	291,6
Outros Ativos	60,7	36,6	101,1	103,5	76,0
Total do Ativo Circulante	2.819,4	3.360,5	2.636,6	2.672,2	2.917,6
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Títulos e Valores Mobiliários	7,8	46,7	99,8	26,5	32,3
Contas a Receber	1,9	2,6	1,9	2,4	2,9
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	236,1	229,3	196,0	171,6	160,3
Tributos a Recuperar	164,2	177,3	159,9	119,3	95,6
Depósitos Judiciais	260,1	248,5	235,0	236,1	220,8
Outros Ativos	49,4	54,3	53,7	53,8	53,0
Investimentos em Controladas	368,5	384,0	333,6	313,2	294,7
Imobilizado	569,6	578,6	567,7	563,9	561,5
Intangível	507,3	506,7	496,3	497,8	493,9
Total do Ativo não Circulante	2.164,9	2.228,0	2.143,8	1.984,6	1.915,1
TOTAL DO ATIVO	4.984,3	5.588,5	4.780,4	4.656,8	4.832,7
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	1.394,1	1.894,2	1.186,9	1.175,1	1.239,2
Empréstimos e Financiamentos	713,6	568,4	446,6	370,8	392,5
Salários, Férias e Encargos Sociais	141,7	153,9	151,9	145,8	161,2
Tributos a Recolher	29,5	30,6	25,3	31,0	22,0
Partes Relacionadas	61,9	68,4	55,3	57,2	62,4
Tributos Parcelados	-	-	-	-	6,5
Receita Diferida	40,8	41,4	27,5	29,2	31,0
Dividendos a Pagar	-	-	-	-	16,3
Outras Contas a Pagar	92,2	118,0	89,6	78,2	115,0
Total do Passivo Circulante	2.473,9	2.874,8	1.983,1	1.887,3	2.046,1
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	1.050,5	1.255,0	1.564,6	1.484,8	1.486,5
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	254,7	243,4	229,9	252,8	243,9
Receita Diferida	539,4	550,9	286,5	293,0	299,4
Outras Contas a Pagar	2,3	2,3	2,3	2,5	2,5
Total do Passivo não Circulante	1.846,8	2.051,5	2.083,4	2.033,1	2.032,3
TOTAL DO PASSIVO	4.320,7	4.926,3	4.066,5	3.920,4	4.078,4
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	606,5	606,5	606,5	606,5	606,5
Reserva de Capital	15,7	14,6	13,5	12,1	11,0
Ações em Tesouraria	(16,4)	(9,6)	(9,0)	(5,2)	(24,3)
Reserva Legal	16,1	16,1	16,1	16,3	16,3
Reserva de Retenção de Lucros	36,2	36,2	101,8	101,8	143,2
Outros Resultados Abrangentes	0,2	(1,6)	(1,8)	(1,1)	(1,3)
Lucros Acumulados	5,3	-	(13,2)	5,9	2,9
Total do Patrimônio Líquido	663,6	662,2	713,9	736,3	754,3
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.984,3	5.588,5	4.780,4	4.656,8	4.832,7

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

DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA AJUSTADO (em R\$ milhões)	1T16	1T15
Lucro Líquido	5,3	2,9
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(6,5)	(12,0)
Depreciação e Amortização	30,9	31,7
Juros sobre Empréstimos Provisionados	61,2	56,2
Equivalência Patrimonial, Líquida de Dividendos Recebidos	21,9	27,2
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	31,8	13,5
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	14,8	(17,2)
Resultado na Venda de Ativos	0,2	0,2
Apropriação da Receita Diferida	(9,9)	(23,2)
Despesas com Plano de Opções de Ações	1,1	1,1
Lucro Líquido Ajustado	150,7	80,5
Contas a Receber	34,2	131,3
Estoques	54,1	79,2
Tributos a Recuperar	26,5	14,8
Outros Ativos	(19,4)	(5,0)
Variação nos Ativos Operacionais	95,4	220,4
Fornecedores	(500,0)	(550,7)
Outras Contas a Pagar	(25,4)	(33,3)
Variação nos Passivos Operacionais	(525,4)	(584,0)
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	(279,3)	(283,2)
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(22,8)	(32,6)
Pagamento de renegociação de contrato de exclusividade	(11,2)	0,0
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	(34,0)	(32,6)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	88,6	575,0
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(110,8)	(482,7)
Variação de Outros Ativos Financeiros (Hedge)	(45,7)	59,4
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(52,4)	(40,5)
Ações em Tesouraria, Adquiridas	(6,9)	(4,1)
Pagamento de Dividendos	0,0	(2,0)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos	(127,2)	105,1
Saldo Inicial de Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	1.161,8	863,1
Saldo Final de Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	721,3	652,5
Variação no Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	(440,5)	(210,7)

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 – 1T16

1T16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
Receita Bruta	2.712,2	13,6	(2,2)	2.723,6	193,0	48,2	(61,8)	2.903,0
Impostos e Cancelamentos	(459,0)	(1,1)	-	(460,1)	-	-	-	(460,1)
Receita Líquida	2.253,2	12,4	(2,2)	2.263,5	193,0	48,2	(61,8)	2.442,8
Custo Total	(1.577,4)	(4,7)	2,2	(1.579,9)	(30,4)	(8,7)	-	(1.619,0)
Lucro Bruto	675,8	7,7	-	683,6	162,6	39,5	(61,8)	823,9
Despesas com Vendas	(426,8)	-	-	(426,8)	(72,7)	(33,5)	46,4	(486,6)
Despesas Gerais e Administrativas	(105,1)	(5,9)	-	(111,1)	(0,5)	(6,1)	-	(117,7)
Perda em Liquidação Duvidosa	(7,7)	-	-	(7,7)	(66,9)	-	-	(74,6)
Equivalência Patrimonial	16,3	-	(1,6)	14,7	-	-	(14,7)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	(8,6)	0,0	-	(8,6)	3,3	0,0	(2,3)	(7,5)
Total de Despesas Operacionais	(531,9)	(5,9)	(1,6)	(539,4)	(136,8)	(39,6)	29,5	(686,3)
EBITDA	143,9	1,8	(1,6)	144,1	25,8	(0,0)	(32,4)	137,5
Depreciação e Amortização	(30,8)	(0,1)	-	(30,9)	(1,5)	(1,3)	2,3	(31,4)
EBIT	113,1	1,7	(1,6)	113,2	24,3	(1,3)	(30,1)	106,1
Resultado Financeiro	(114,6)	0,7	-	(113,9)	-	4,5	15,4	(93,9)
Lucro (Prejuízo) Operacional	(1,5)	2,4	(1,6)	(0,7)	24,3	3,2	(14,7)	12,1
IR / CS	6,8	(0,8)	-	6,0	(11,2)	(1,6)	-	(6,9)
Lucro Líquido	5,3	1,6	(1,6)	5,3	13,1	1,6	(14,7)	5,3
Margem Bruta	30,0%	62,1%	0,0%	30,2%	84,3%	82,0%	100,0%	33,7%
Margem EBITDA	6,4%	14,3%	73,3%	6,4%	13,4%	0,0%	52,4%	5,6%
Margem Líquida	0,2%	12,9%	73,3%	0,2%	6,8%	3,3%	23,7%	0,2%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	143,9	1,8	(1,6)	144,1	25,8	(0,0)	(32,4)	137,5
Despesas não Recorrentes	19,0	-	-	19,0	-	-	-	19,0
EBITDA Ajustado	162,9	1,8	(1,6)	163,1	25,8	(0,0)	(32,4)	156,5
Margem EBITDA Ajustada	7,2%	14,3%	73,3%	7,2%	13,4%	0,0%	52,4%	6,4%
Lucro Líquido	5,3	1,6	(1,6)	5,3	13,1	1,6	(14,7)	5,3
Despesas não Recorrentes	19,0	-	-	19,0	-	-	-	19,0
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(6,5)	-	-	(6,5)	-	-	-	(6,5)
Lucro Líquido Ajustado	17,8	1,6	(1,6)	17,8	13,1	1,6	(14,7)	17,8
Margem Líquida Ajustada	0,8%	12,9%	73,3%	0,8%	6,8%	3,3%	23,7%	0,7%

ANEXO V
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1T15

1T15 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
Receita Bruta	2.644,8	11,9	(2,0)	2.654,6	212,7	47,0	(62,2)	2.852,1
Impostos e Cancelamentos	(376,0)	(1,0)	-	(377,0)	-	-	-	(377,0)
Receita Líquida	2.268,7	10,8	(2,0)	2.277,6	212,7	47,0	(62,2)	2.475,0
Custo Total	(1.636,6)	(4,0)	2,0	(1.638,6)	(30,9)	(6,0)	-	(1.675,5)
Lucro Bruto	632,2	6,8	-	639,0	181,9	40,9	(62,2)	799,5
Despesas com Vendas	(439,5)	-	-	(439,5)	(74,9)	(33,4)	51,7	(496,1)
Despesas Gerais e Administrativas	(110,7)	(5,4)	-	(116,1)	(0,9)	(6,2)	-	(123,2)
Perda em Liquidação Duvidosa	(6,2)	-	-	(6,2)	(67,8)	-	-	(73,9)
Equivalência Patrimonial	28,2	-	(1,2)	27,0	-	-	(27,0)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	23,1	0,0	-	23,1	2,8	-	(1,4)	24,5
Total de Despesas Operacionais	(505,0)	(5,4)	(1,2)	(511,6)	(140,8)	(39,6)	23,3	(668,7)
EBITDA	127,2	1,4	(1,2)	127,4	41,0	1,3	(38,9)	130,8
Depreciação e Amortização	(31,7)	(0,1)	-	(31,7)	(1,6)	(0,0)	1,4	(31,9)
EBIT	95,5	1,4	(1,2)	95,7	39,5	1,3	(37,5)	98,9
Resultado Financeiro	(104,8)	0,5	-	(104,3)	-	4,1	10,6	(89,6)
Lucro (Prejuízo) Operacional	(9,3)	1,8	(1,2)	(8,7)	39,5	5,5	(27,0)	9,3
IR / CS	12,1	(0,6)	-	11,5	(15,8)	(2,2)	-	(6,4)
Lucro Líquido	2,9	1,2	(1,2)	2,9	23,7	3,3	(27,0)	2,9
Margem Bruta	27,9%	62,8%	0,0%	28,1%	85,5%	87,1%	100,0%	32,3%
Margem EBITDA	5,6%	13,4%	62,6%	5,6%	19,3%	2,8%	62,5%	5,3%
Margem Líquida	0,1%	11,4%	62,6%	0,1%	11,1%	7,0%	43,4%	0,1%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	127,2	1,4	(1,2)	127,4	41,0	1,3	(38,9)	130,8
Despesas não Recorrentes	5,1	-	-	5,1	-	-	-	5,1
EBITDA Ajustado	132,3	1,4	(1,2)	132,5	41,0	1,3	(38,9)	135,9
Margem EBITDA Ajustada	5,8%	13,4%	62,6%	5,8%	19,3%	2,8%	62,5%	5,5%
Lucro Líquido	2,9	1,2	(1,2)	2,9	23,7	3,3	(27,0)	2,9
Despesas não Recorrentes	5,1	-	-	5,1	-	-	-	5,1
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(1,7)	-	-	(1,7)	-	-	-	(1,7)
Lucro Líquido Ajustado	6,2	1,2	(1,2)	6,2	23,7	3,3	(27,0)	6,2
Margem Líquida Ajustada	0,3%	11,4%	62,6%	0,3%	11,1%	7,0%	43,4%	0,3%

ANEXO VI
ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Receita Bruta por Canal*	1T16	A.V.(%)	1T15	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	123,7	4,6%	120,4	4,6%	2,7%
Site	604,6	22,4%	473,0	17,9%	27,8%
Subtotal - Canal Virtual	728,3	26,9%	593,4	22,5%	22,7%
Lojas convencionais	1.974,2	73,1%	2.043,7	77,5%	-3,4%
Total	2.702,5	100,0%	2.637,0	100,0%	2,5%

Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar-16	Part(%)	mar-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	14,8%	3
Lojas convencionais	671	85,4%	647	85,2%	24
Total	786	100,0%	759	100,0%	27

Área total de vendas (m²)	498.570	100%	483.145	100%	3,2%
----------------------------------	---------	------	---------	------	------

*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\$9,7 milhões no 1T16 e R\$7,7 milhões no 1T15. 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 mar/16, a Luizacred tinha uma base total de 3,5 milhões de cartões emitidos, crescendo 0,3% em relação a mar/15. Vale destacar o faturamento do Cartão Luiza dentro do Magazine Luiza, que cresceu 5,2% e a manutenção do conservadorismo na aprovação de crédito, em especial no CDC, cujo faturamento caiu 62,0% no 1T16, passando de R\$243 milhões para R\$92 milhões.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$4,2 bilhões ao final do 1T16, queda de 6,3% em relação ao 1T15, com destaque para a carteira de CDC, que diminuiu 48,1% (compensada em parte pela carteira do Cartão Luiza, que cresceu 4,8%).

R\$ milhões	1T16	1T15	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.487	3.478	0,3%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	464	441	5,2%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	2.053	1.876	9,4%
Faturamento CDC	92	243	-62,0%
Faturamento Empréstimo Pessoal	21	27	-21,7%
Faturamento Total Luizacred	2.630	2.588	1,7%
Carteira Cartão	3.682	3.513	4,8%
Carteira CDC	485	935	-48,1%
Carteira Empréstimo Pessoal	43	47	-8,7%
Carteira Total	4.210	4.495	-6,3%

A concessão de crédito da Luizacred é feita seguindo políticas e critérios estabelecidos pela área de Modelagem e Políticas de Crédito do Itaú Unibanco. As políticas são definidas com base em modelos estatísticos, proprietários, usando como critério de decisão o modelo de Risk Adjusted Return on Capital (RAROC). A Luizacred manteve suas práticas conservadoras na taxa de aprovação das propostas de financiamentos no 1T16.

Demonstração de Resultados

R\$ milhões	1T16	AV	1T15	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	304,8	100,0%	338,7	100,0%	-10,0%
Cartão	228,8	75,1%	216,2	63,8%	5,8%
CDC	64,3	21,1%	110,1	32,5%	-41,6%
EP	11,7	3,8%	12,3	3,6%	-5,4%
Despesas da Intermediação Financeira	(194,5)	-63,8%	(197,3)	-58,2%	-1,4%
Operações de Captação no Mercado	(60,8)	-19,9%	(61,7)	-18,2%	-1,6%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(133,7)	-43,9%	(135,5)	-40,0%	-1,3%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	110,3	36,2%	141,4	41,8%	-22,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(61,7)	-20,2%	(62,5)	-18,5%	-1,4%
Receitas de Prestação de Serviços	81,2	26,6%	86,8	25,6%	-6,4%
Despesas de Pessoal	(1,0)	-0,3%	(1,8)	-0,5%	-45,0%
Outras Despesas Administrativas	(126,5)	-41,5%	(128,8)	-38,0%	-1,8%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,0%	(3,1)	-0,9%	-3,3%
Despesas Tributárias	(18,9)	-6,2%	(21,0)	-6,2%	-10,1%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	6,6	2,2%	5,6	1,7%	18,6%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	48,6	15,9%	78,9	23,3%	-38,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(22,5)	-7,4%	(31,6)	-9,3%	-28,9%
Lucro Líquido	26,2	8,6%	47,4	14,0%	-44,8%

A Luizacred segue sua estratégia de dar mais foco no Cartão Luiza. O faturamento do Cartão Luiza cresceu 8,6% no 1T16, enquanto o CDC diminuiu 62,0% e foi compensado pelo CDC da Losango, que representou 5,3% das vendas das lojas físicas. Essa mudança no mix de financiamentos da Luizacred já influenciou a receita da intermediação financeira, mas ainda não se refletiu integralmente nas provisões para devedores duvidosos. Dessa forma, a Luizacred obteve lucro de R\$26,2 milhões no 1T16, uma redução de 44,8% versus 1T15. Entretanto, as despesas com provisões melhoraram significativamente em relação aos trimestres anteriores, assim como o lucro da Luizacred em relação ao 4T15, indicando que está no caminho certo para aumentar sua rentabilidade de forma sustentável.

Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira caíram 10,0% no 1T16 em relação ao mesmo período do ano anterior, devido a redução de 41,6% nas receitas do CDC, que foram parcialmente compensadas pelo crescimento de 5,8% na receita do Cartão Luiza.

Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa

Os indicadores de inadimplência de curto prazo continuam sob controle. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou 4,3% da carteira total em mar/16 e ficou basicamente estável em relação ao mesmo período do ano anterior, devido a uma política de crédito mais conservadora.

Em função de um cenário macroeconômico mais desafiador, a carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) representou 12,4% em mar/16, subindo 2,1 p.p. em relação a mar/15, porém melhorando 0,3 p.p. em relação a dez/15.

As provisões líquidas de recuperações da Luizacred representaram 3,2% da carteira total no 1T16, um aumento em relação ao patamar de 3,0% no 1T15, porém menor *versus* o 4T15 (3,7%). Vale destacar que o índice de cobertura da carteira ficou em 121% em mar/16.

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2016

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar/16		dez/15		set/15		jun/15		mar/15	
Carteira Total (R\$ milhões)	4.210	100,0%	4.441	100,0%	4.360	100,0%	4.462	100,0%	4.495	100,0%
000 a 014 dias	3.506	83,3%	3.726	83,9%	3.648	83,7%	3.775	84,6%	3.845	85,5%
015 a 030 dias	57	1,4%	41	0,9%	51	1,2%	55	1,2%	57	1,3%
031 a 060 dias	55	1,3%	42	0,9%	54	1,2%	60	1,3%	55	1,2%
061 a 090 dias	69	1,6%	69	1,5%	74	1,7%	83	1,9%	76	1,7%
091 a 120 dias	55	1,3%	74	1,7%	76	1,7%	73	1,6%	60	1,3%
121 a 150 dias	55	1,3%	70	1,6%	71	1,6%	71	1,6%	57	1,3%
151 a 180 dias	58	1,4%	62	1,4%	69	1,6%	65	1,5%	52	1,2%
180 a 360 dias	354	8,4%	357	8,0%	317	7,3%	280	6,3%	293	6,5%
Atraso de 15 a 90 Dias	182	4,3%	151	3,4%	178	4,1%	198	4,4%	188	4,2%
Atraso Maior 90 Dias	522	12,4%	564	12,7%	534	12,2%	489	11,0%	462	10,3%
Atraso Total	704	16,7%	715	16,1%	712	16,3%	687	15,4%	650	14,5%
PDD em IFRS	631	15,0%	663	14,9%	627	14,4%	581	13,0%	565	12,6%
Índice de Cobertura	121%		118%		118%		119%		122%	

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 1T16 foi de 36,2%, representando uma queda quando comparado ao 1T15 (41,8%) em função do aumento do CDI entre os períodos e pelo maior nível de provisões.

Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$61,7 milhões no 1T16, uma redução nominal de 1,4%, em função de ganhos de produtividade que compensaram a inflação no período.

Resultado Operacional e Lucro Líquido

O resultado operacional foi de R\$48,6 milhões, representando 15,9% da receita da intermediação financeira.

No 1T16, o lucro líquido da Luizacred totalizou R\$26,2 milhões, uma queda em relação ao resultado do 1T15 (R\$47,4 milhões), porém uma importante melhoria em relação ao resultado do 4T15 (R\$7,9 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\$19,7 milhões no 1T16. De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$578,7 milhões em mar/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\$539,0 milhões.

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

06 de maio de 2016 (sexta-feira)

10h30 – Horário de Brasília

09h30 – 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

Especialista 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.