



magazineluiza

Magazine Luiza

movimento
#abraçenovo

Janeiro 2016

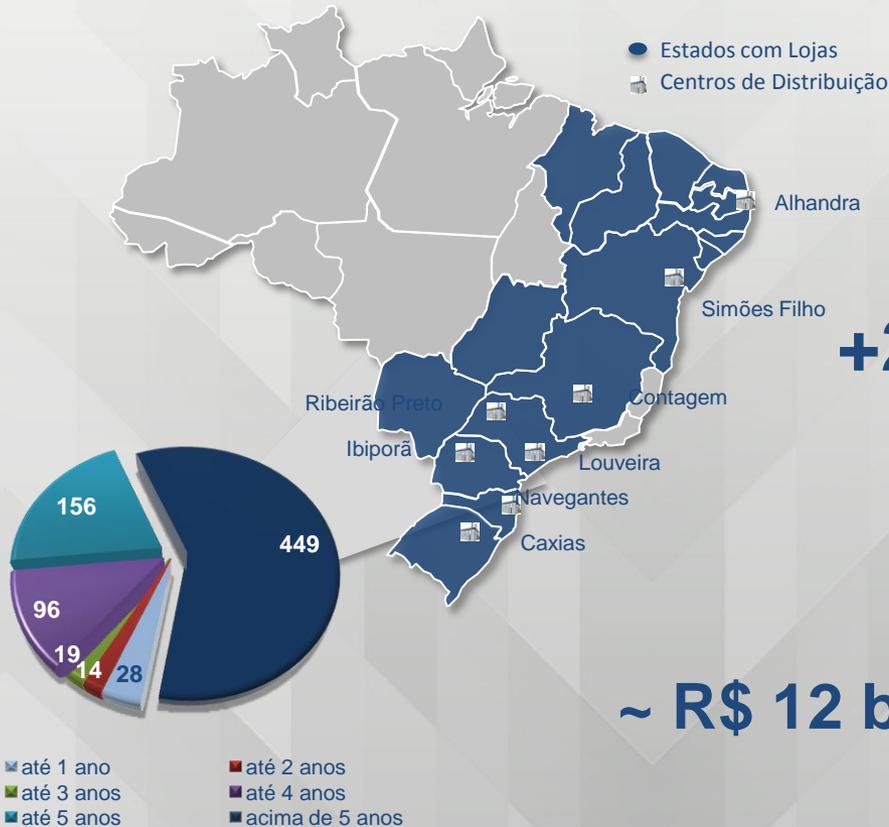
Magazine Luiza

Visão Geral

Abrace o Novo

Desempenho Financeiro

Quem somos?



786 lojas

+20 mil funcionários

44 MM de clientes

~ R\$ 12 bilhões receita bruta

Foco na **classe C**

Valorização das **pessoas e inovação**



Estrutura Societária

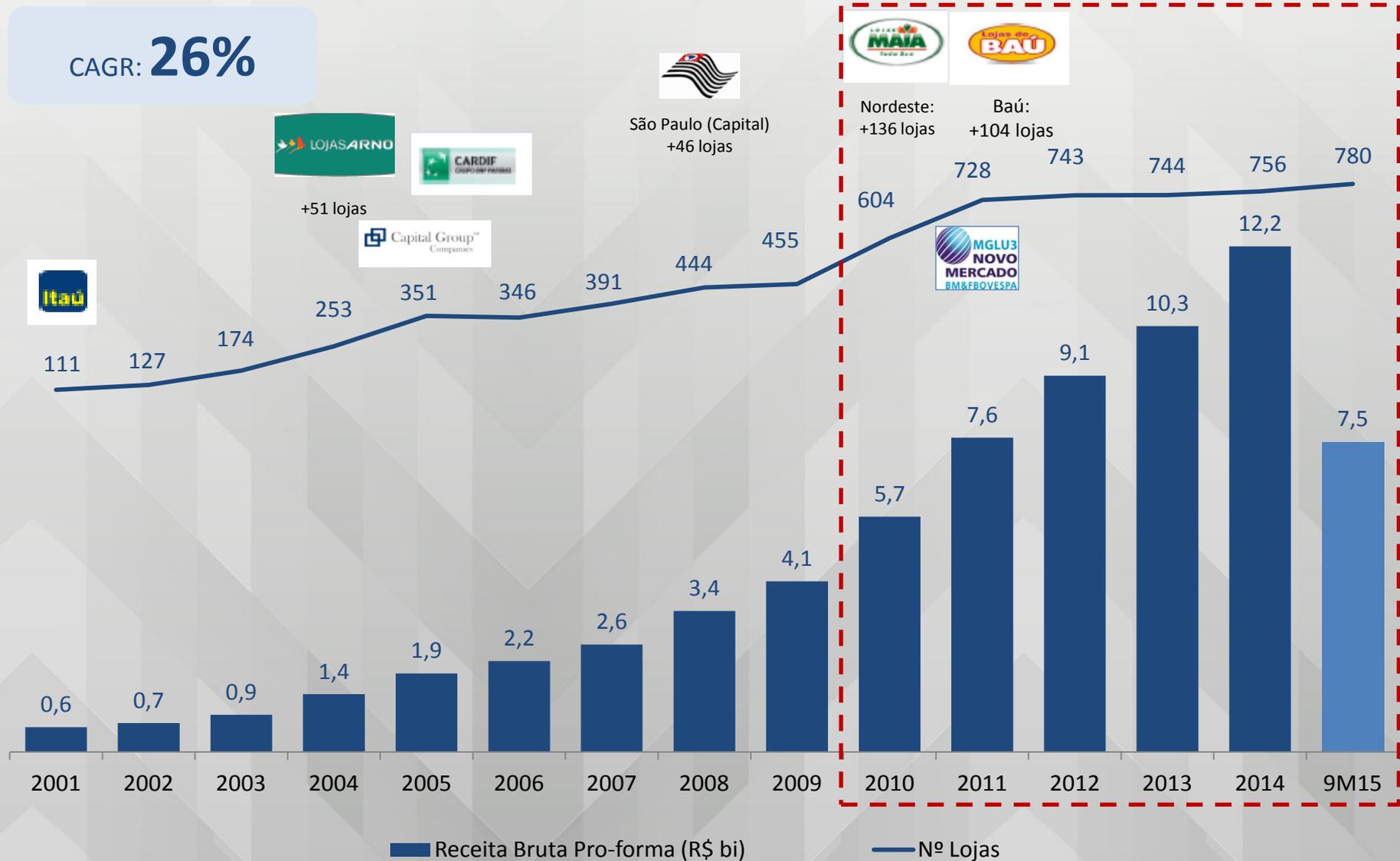


(1) Joint-Venture com Itaú Unibanco

(2) Joint-Venture com Cardiff

Crescimento

CAGR: **26%**



Esse Condomínio é meu



A promoção está
ainda melhor:
Tem **carro todo
mês** e **mais um
condomínio** no final

Promoção **ESSE
CONDOMÍNIO
é meu**

Magazine Luiza

Visão Geral

Abrace o Novo

Desempenho Financeiro

Transformação Digital

Visão: De: “Empresa de varejo tradicional com uma área digital”,
Para: “Empresa digital com pontos físicos e calor humano”

Pilares:



Multicanalidade



Digitalização das lojas físicas



Inclusão digital



Transformar o site em uma plataforma digital



Cultura digital



movimento
#abraceonovo

Luizalabs

O Luizalabs é um laboratório de Tecnologia e Inovação com o objetivo de criar produtos e serviços com foco no varejo, oferecendo aos clientes mais benefícios e uma melhor experiência de compra.

Projetos



Mobile Vendas



Virada Mobile

Novo App



- Facilidades:
 - Lista de Favoritos
 - Comprar com apenas 1 toque
 - Fotografar ou cadastrar o número do cartão de crédito
 - Localizar lojas mais próximas e produtos disponíveis nessas lojas
- App totalmente personalizado
- Frete grátis (promoção)

Mobile Vendas



- Previsão de 180 lojas até final de 2015
- Importante redução no tempo de venda
- Aumento da produtividade
- 100% das lojas implantados até 2016
- Wi-Fi já disponível em 200 lojas

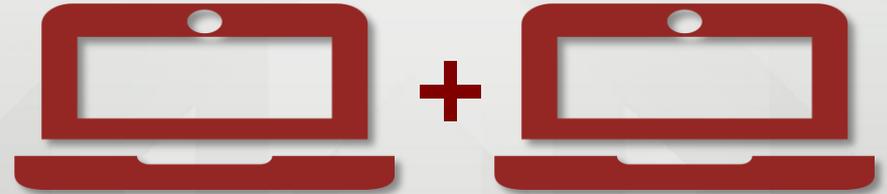
Mobile Montador



- Disponível na capital de SP desde Set/15
- Aumento de 50% na produtividade
- 100% das lojas implantadas até 2016

Próximos passos na estratégia multicanal...

Nova plataforma do Marketplace



Todos os produtos do site disponíveis para as lojas



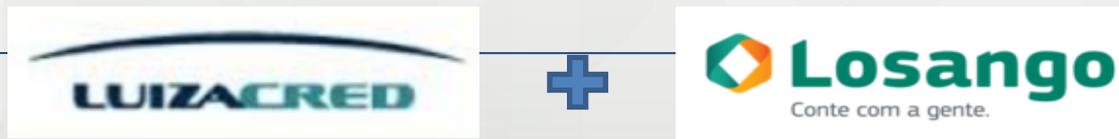
Compra no site e Retira na loja



Compra no site e Entrega com estoque das lojas



Losango



- Este acordo permite a oferta do crédito direto ao consumidor (CDC) nas lojas do Magazine Luiza pela Losango
- A primeira oferta de CDC aos clientes do Magazine Luiza deve ser feita necessariamente pela Luizacred
- A Losango poderá aprovar, sob a sua responsabilidade, o CDC dos clientes não aprovados pela Luizacred
- As vendas pela Losango têm representado, diariamente, entre 3% e 6% das vendas das lojas físicas



Black
Friday



Atendimentos - Redes Sociais



2.137

clientes falaram com a Lu e com a Marca

Respondemos

100%

2.137 clientes

52%

em menos de 2h

75

pessoas na operação



Campeões de vendas

Lojas
Físicas

Em R\$



Smarttv LED
32'



TV LED 40'Full
HD



LG G4 Stlus



Xbox 360



SmartTV
48'

Em Qtde



Ventilador



Escova
rotativa



Processador



Smart TV
32' LED



Colchão

Em R\$



SmartTV
48'



SmartTV
Gamer 3D 40'



Lavadora
11,5KG



Smart TV
32' LED



Galaxy A3
Samsung

Site

Em Qtde



Jogos de
Toalhas



Multifuncional
Canon



Travesseiro
NASA



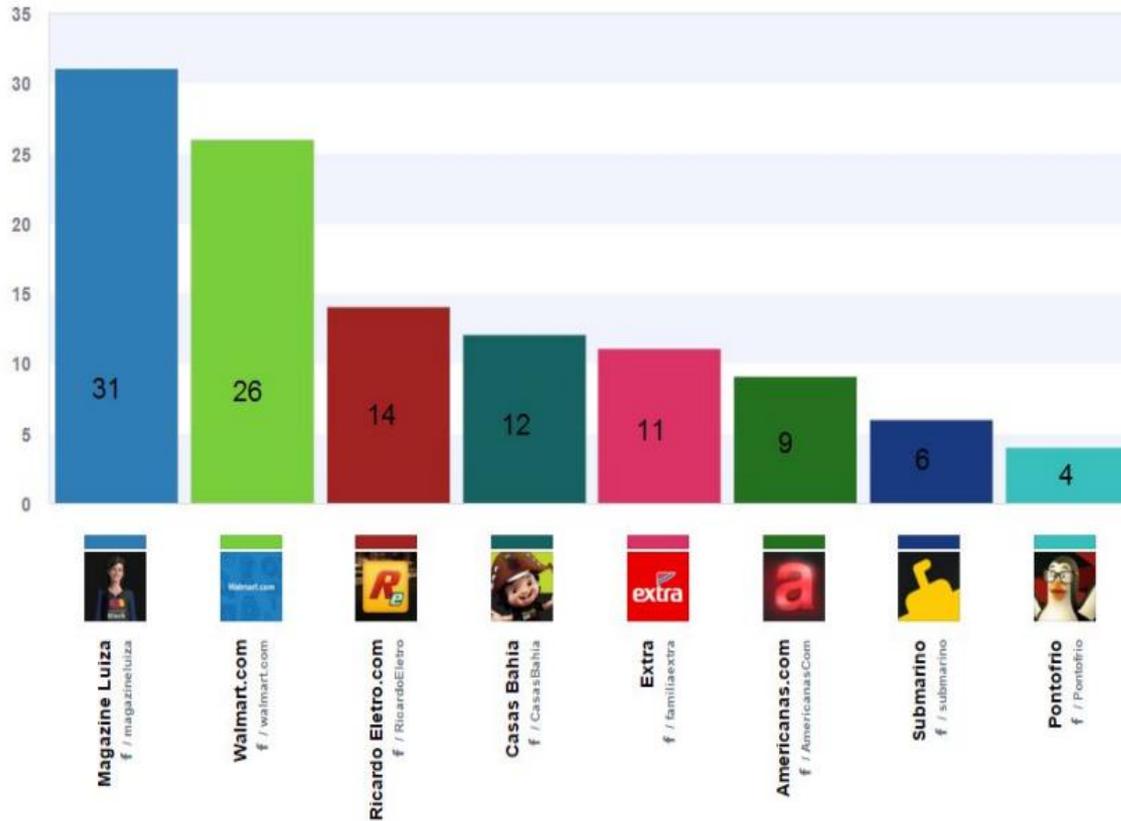
Liquidificador



SmartTV
48'

Operação - Redes Sociais

Quantidade de Posts



Engajamento

	Count	Share
 Magazine Luiza	26,3 k	54,71 %
 Extra	5,7 k	11,97 %
 Americanas.com	4,1 k	8,55 %
 Casas Bahia	3,9 k	8,05 %
 Submarino	3,0 k	6,15 %
 Walmart.com	2,6 k	5,47 %
 Ricardo Eletro.com	1,5 k	3,13 %
 Pontofrio	948	1,97 %

Fanpages das lojas



Produção de conteúdo local pelas lojas.



Cobertura da BAND



**LIQUIDAÇÃO
FANTÁSTICA
2016**

Atendimentos - Redes Sociais

6.517

clientes falaram com
a Lu e com a Marca

Respondemos

100%

6.517 clientes

51%

em menos
de 2h

101

pessoas na
operação



Campeões de vendas

Lojas
Físicas

Em R\$



TV LED 32'



Samsung
J7 Duos



Samsung
Gran Prime



Lavadora 10KG



Air Fryer

Em Qtde



Panela de
Pressão



Ferro de
passar



Ventilador



Liquidificador



Sanduicheira

Site

Em R\$



SmartTV
LED 39'



SmartTV
LED 4k 58'



TV LED 32'



Samsung
J7 Duos



Refrigerador

Em Qtde



Jogos de
Toalhas



Panela de
pressão



Smartphone
Galaxy Young



TV LED 32'



SmartTV
LED 39'

Serviços Financeiros



Crescimento na participação de serviços vs 2015



Magazine Luiza

Visão Geral

Abrace o Novo

Desempenho Financeiro

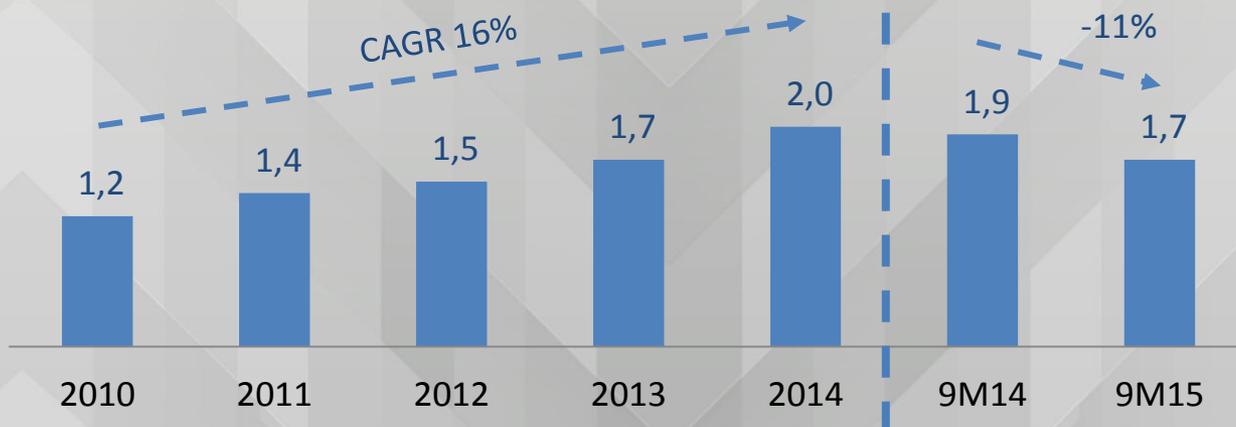
Indicadores de produtividade

Receita por funcionário (R\$ mil / mês)



- Nos últimos anos, a produtividade por funcionário tem crescido bem acima da inflação. Porém em 2015 a produtividade ficou basicamente estável, a despeito da queda de vendas.

Receita por m² (R\$ mil / mês)



- Nos últimos anos, a receita por m² tem crescido em dois dígitos médios. Porém, em 2015 apresentamos uma redução neste indicador por conta do menor desempenho de vendas.

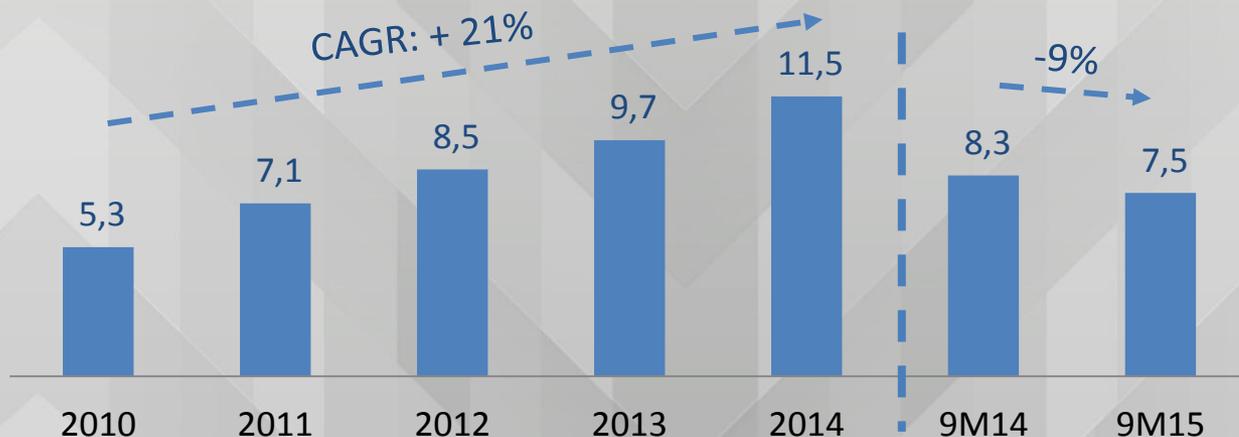
Vendas: importante alavanca de resultados

Desempenho de Vendas Mesmas Lojas



- Forte base de comparação: tanto no e-commerce (SSS de +39,7%,) quanto nas lojas físicas (SSS de +18,4%)
- Bom desempenho do e-commerce no 3T15
- Efeito CDC no 3T15 impactou o SSS em cerca de 4,8%.

Evolução da Receita Bruta (R\$ Bi)



- Receita bruta de R\$ 10,8 bilhões nos últimos 12 meses com taxa de CAGR de 21%.
- Evolução da receita de serviços para 4,9% da receita bruta do varejo nos 9M15 contra uma participação de 4,5% nos 9M14

Evolução de margens e controle de despesas

Evolução da Margem Bruta



- Margem bruta aumentou 1,2 p.p. nos 9M15 para 28,8%, em função de:
 - (i) reflexo de melhor mix de vendas, (ii) cobrança de frete e montagem, (iii) aumento da participação de serviços e (iv) melhor negociação com fornecedores

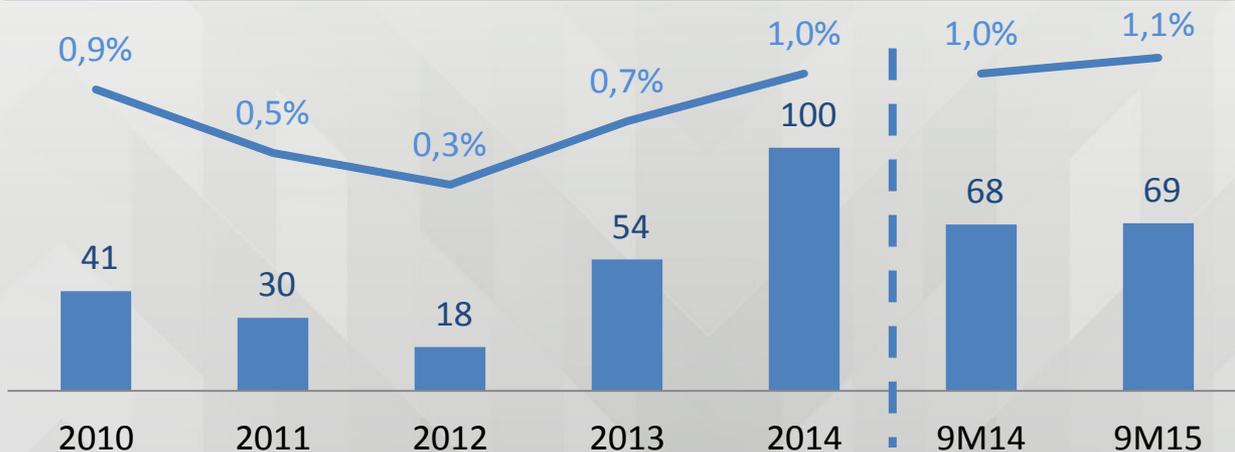
Despesas de vendas, gerais e administrativas (% das vendas líquidas)



- Aumento de 1,8%, devido menor volume de vendas em 9M15.
- Nos 9M15 aumento nas despesas reflete menor diluição de despesas.

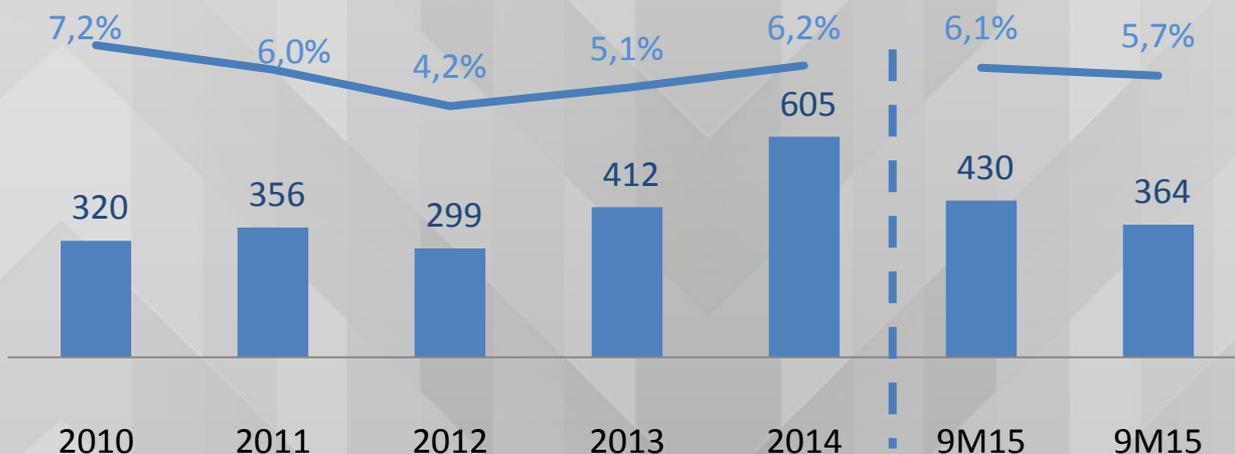
Equivalência patrimonial e EBITDA

Equivalência Patrimonial (R\$ MM)



- Luizacred: Lucro de R\$34,5 milhões com ROE de 24,9%
- Luizaseg: Lucro de R\$7,7 milhões com ROE de 33,4%
- Política de crédito bastante conservadora

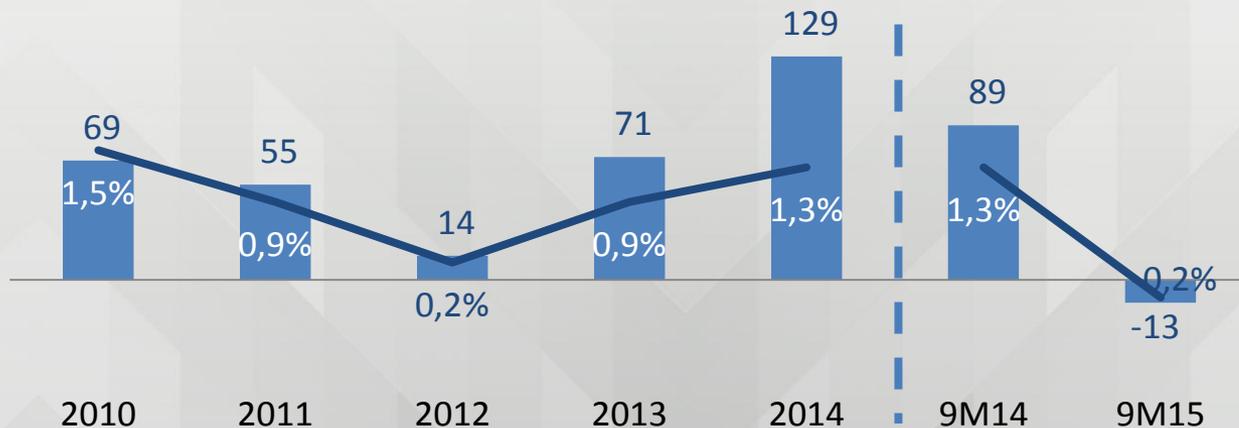
Evolução do EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustado (R\$ MM)



- Redução da margem EBITDA em 0,4 p.p. versus 9M14 para 5,7% nos 9M15
- Fatores que contribuíram:
 - Menor desempenho de vendas
 - Menor diluição das despesas

Evolução do lucro líquido e margem líquida

Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



- Rentabilidade impactada pelo aumento das despesas financeiras em função da maior taxa de juros no período e desempenho de vendas

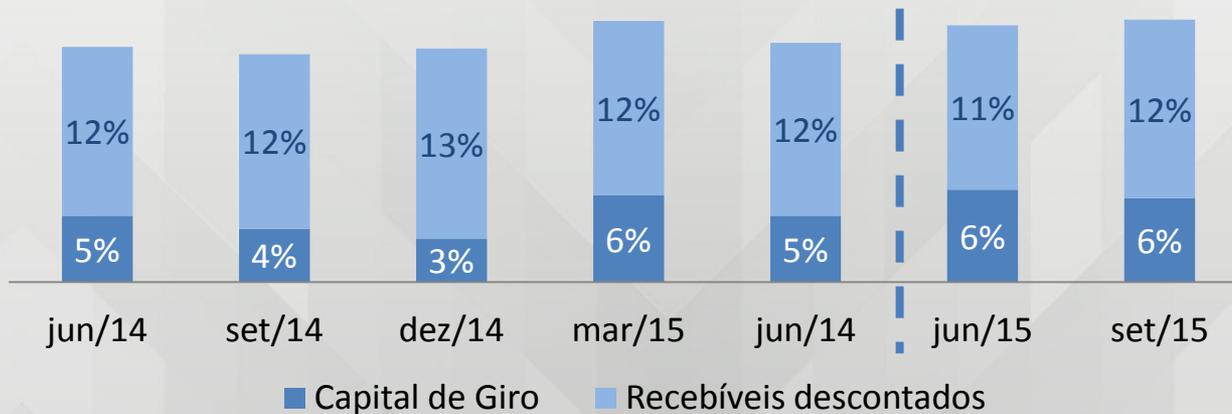
Lucro Líquido (R\$ MM)



- Prejuízo Líquido de R\$13,3 milhões, com margem líquida de -0,2%

Capital de Giro e Investimentos

Capital de Giro (% da Receita Bruta)



- Melhoria de R\$127,0 milhões no 3T15 em função de redução dos estoques e aumento do prazo de compras

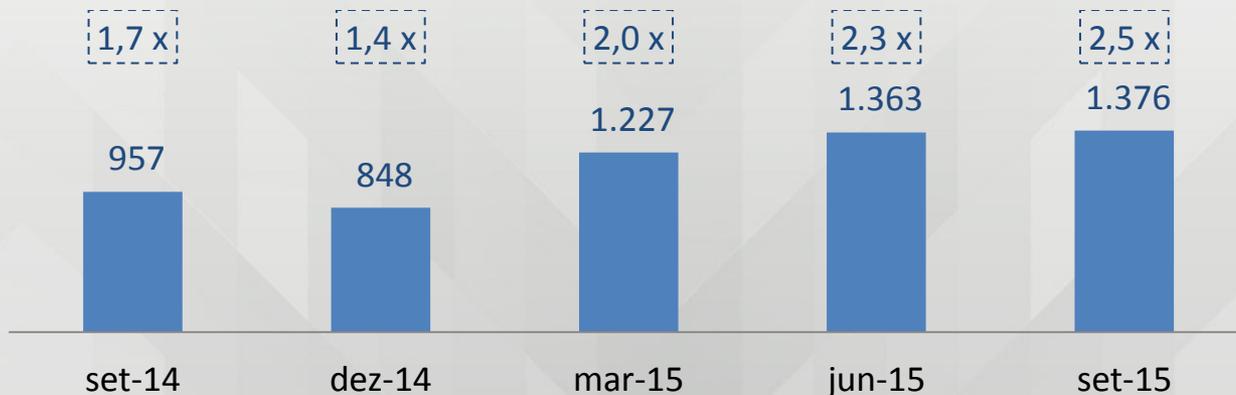
Investimentos (R\$ MM)



- Aproximadamente R\$700 milhões investidos nos últimos 4 anos
- Abertura de 18 novas lojas no 3T15 e 24 lojas nos 9M15
- Aproximadamente 25% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação

Dívida Líquida e Resultado Financeiro

Dívida Líquida (R\$ MM)



- Dívida líquida estável em relação a jun-15 favorecido pelo fluxo de caixa das atividades operacionais no valor de R\$93,5 milhões.
- Alavancagem de 2,5x deve reverter para abaixo de 2x até final do ano

Dívida Líquida / EBITDA

Resultado Financeiro (R\$ MM)



- Aumentou para R\$117,5 milhões no 3T15 em função de maior CDI e pelos juros de antecipação

Destques Luizacred

NPL (% da carteira)



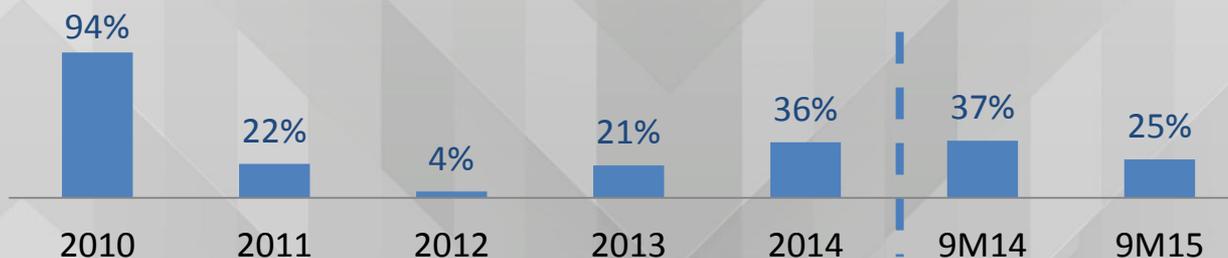
- Índice de cobertura basicamente estável no patamar de 118% em set/15
- Manutenção do conservadorismo nas políticas de concessão de crédito e acompanhamento da carteira

Lucro Líquido (R\$ MM)



- O lucro líquido da Luizacred reduziu 7,2% nos 9M15 versus 9M14 para R\$115,3 milhões

ROE



- Luizacred: ROE de 25%

Destques Luizaseg

Caixa e Aplicações (R\$ MM)



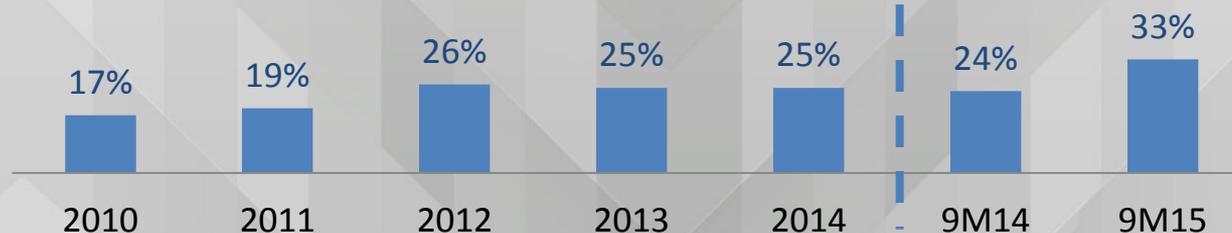
- Geração de caixa em torno de R\$ 20 MM nos últimos 12 meses

Lucro Líquido (R\$ MM)



- Lucro de R\$7,7 milhões no 3T15.

ROE



- Luizaseg: ROE de 33%

Expectativas para 2016

- Fortalecer a estratégia multicanal e a transformação digital
- Continuar ganhando participação de mercado
- Consolidar as lojas do Nordeste
- Manter a competitividade comercial e a visibilidade na mídia
- Racionalizar as despesas operacionais
- Foco em rentabilizar a operação
- Melhorar a administração do capital de giro



<http://www.facebook.com/magazineluiza>



<http://www.twitter.com/magazineluiza>



<http://plus.google.com/+Magazineluiza>



Magazine Luiza



@magazineluiza

Roberto Bellissimo - CFO

Daniela Bretthauer – IRO

ri@magazineluiza.com.br

(55 11) 3504-2727