



ML Day

Luizacred
Marcello Ferreira
Diretor da Luizacred

Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Crescimento da base

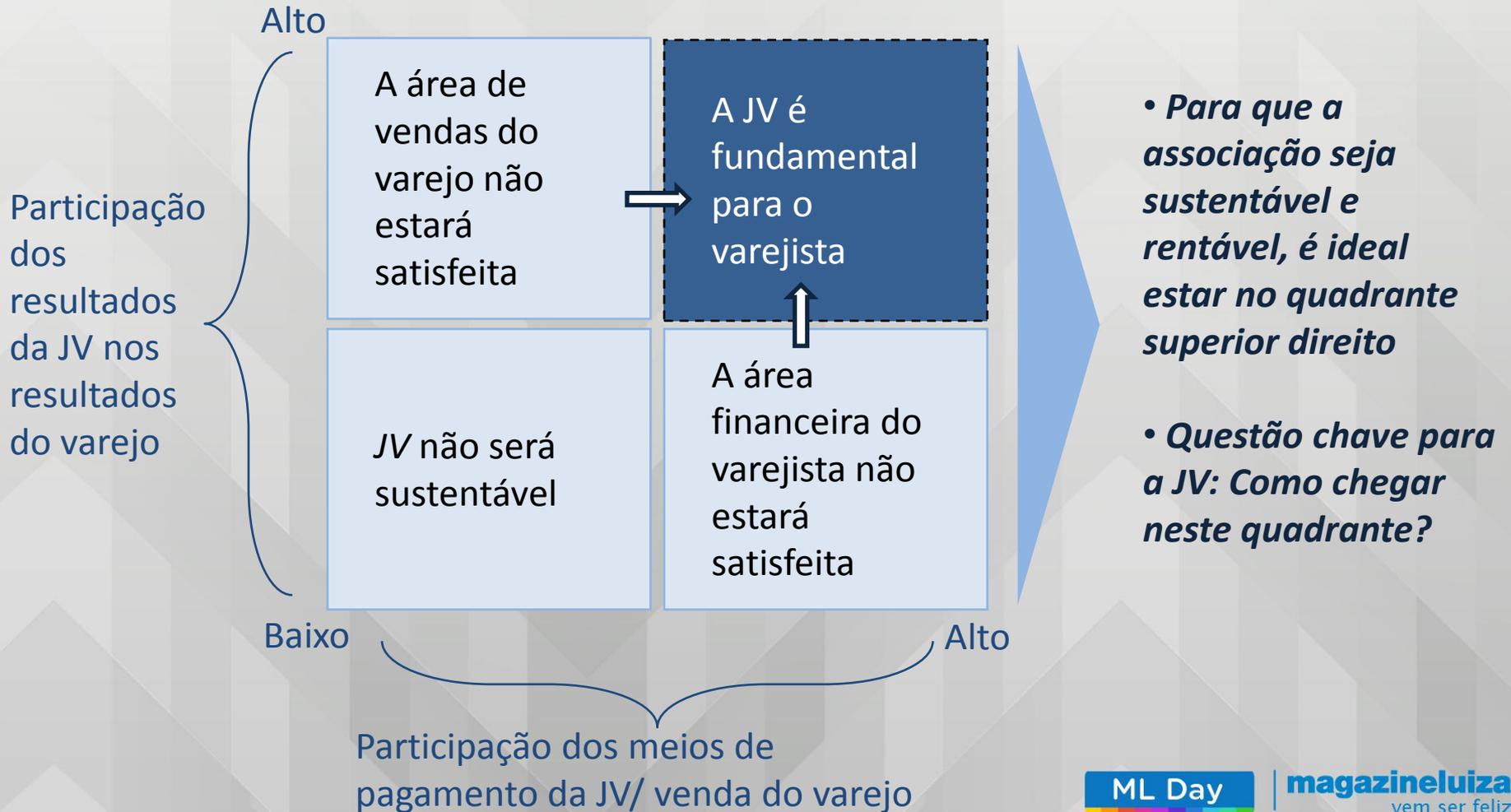
Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Crescimento da base

Matriz para avaliação de sucesso da JV



Fatores para a evolução do desempenho

- 1 Produto de financiamento adequado para cada cliente
- 2 Política de crédito conservadora
- 3 Cartão como âncora para a venda de empréstimos e serviços
- 4 Aumento da produtividade da força de vendas
- 5 Disciplina rigorosa de gastos e na gestão de preços

1 Produto de financiamento adequado para cada cliente



Cartão Luiza Preferencial



Cartão Luiza Ouro*



Carnê

	Cartão Luiza Preferencial	Cartão Luiza Ouro*	Carnê
Total Clientes (Milhões):	2,0	0,7	2,0
% Contas Ativas:	91%	87%	100%
Limite total concedido: (R\$ Bi)	6,2	2,5	-
Carteira (R\$ Bi):	2,5	0,7	1,1

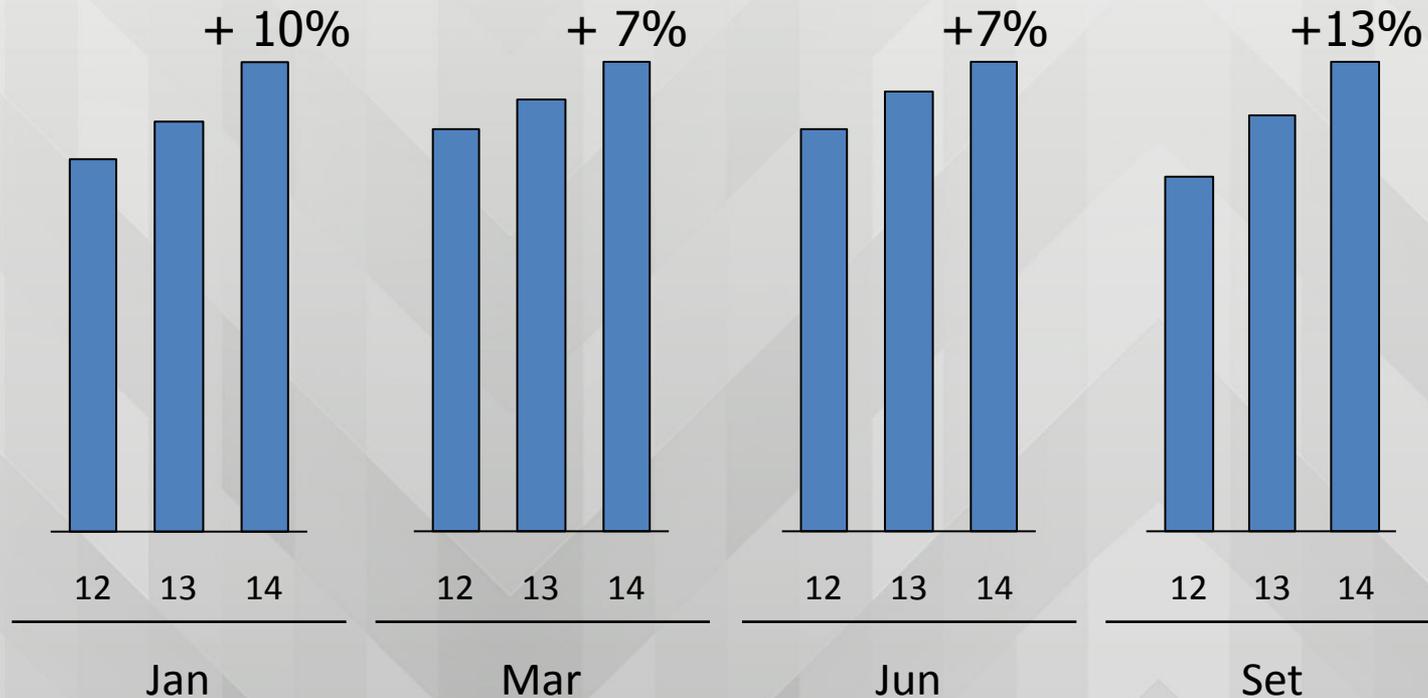
* Para se tornar Cliente Ouro, o cliente deve ter 5 compras no Magazine Luiza, no carnê ou no Cartão Luiza, no período de 3 anos, totalizando ao menos R\$2.000,00 e não possuir restrições de crédito

ML Day

magazineluiza
vem ser feliz

1 Produto de financiamento adequado para cada cliente

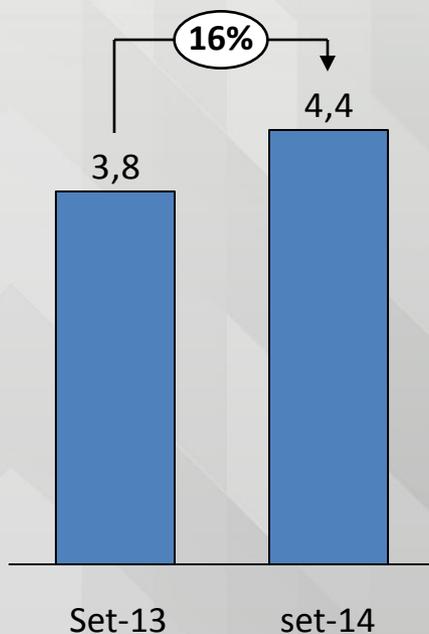
% de cartões de crédito com uso no mês



2 Política de crédito conservadora...

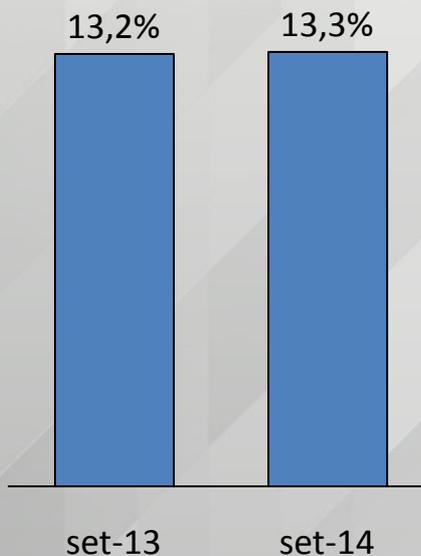
Carteira Total

R\$ bilhões



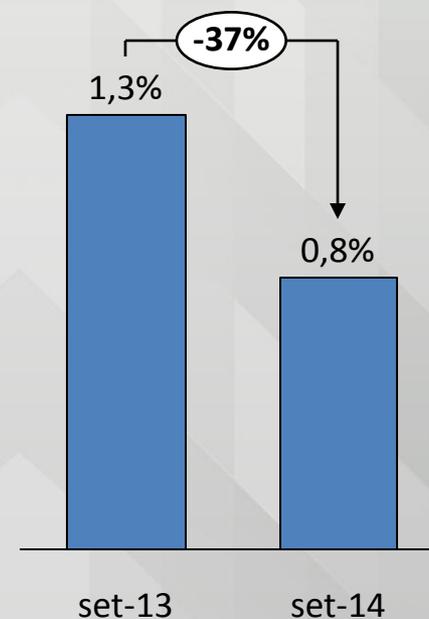
Saldo de PDD sobre carteira

%



Disp. PDD líquida sobre carteira

%



2 ...seguindo o modelo do Itaú

Negócios

E-commerce
Receita do Alibaba
cresce 53,7% no
trimestre. Pág. B14

Balanço. No terceiro trimestre, maior banco privado do País reduziu inadimplência ao priorizar linhas com maiores garantias, como crédito imobiliário, consignado e empréstimos a grandes empresas; resultado foi ainda reforçado por operações no mercado financeiro

Com política de crédito conservadora, lucro do Itaú sobe 35% e atinge R\$ 5,4 bi

Joacette Guslar

Com uma carteira de crédito conservadora e ganhos com operações no mercado financeiro, o Itaú Unibanco anunciou ontem um crescimento de 35% em seu lucro no terceiro trimestre. O resultado chegou ao recorde de R\$ 5,4 bilhões em apenas três meses. No ano, até setembro, o banco já contabiliza R\$ 14,7 bilhões de lucro líquido em seu balanço.

A estratégia tem sido a mesma desde o segundo ano do mandato da presidente Dilma Rousseff, quando explodiu a inadimplência do crédito concedido para compra de automóveis. Desde então, para reduzir ao máximo o risco de calote, o Itaú passou a conceder crédito para clientes que possam dar melhores garantias aos empréstimos. De acordo com analistas, a estratégia tem dado resultado. De julho a setembro, a inadimplência caiu pelo nono trimestre consecutivo, chegando a seu nível mais baixo.

Seguindo essa rota mais conservadora, o banco aumentou na sua carteira de crédito a participação das grandes empresas, dos clientes com financiamento de imóveis e também do crédito consignado. Todas essas modalidades contam com garantias mais robustas, como o próprio imóvel ou o desconto em folha de salário.

De outro lado, a instituição



Pequenas empresas. Crédito para segmento só deve melhorar no ano que vem

● **Recordes**
24,0%
foi a rentabilidade do banco, a maior desde 2010

3,2%
é a menor taxa de calotes

reduziu o crédito a pequenas empresas, em que normalmente o calote é mais alto, e cortou fortemente os empréstimos para a compra de automóveis. Se em 2011 o banco tinha quase

18% da sua carteira total de crédito destinada ao financiamento de veículos, neste ano, esse percentual é de apenas 7,6%.

Os resultados do Itaú foram ainda potencializados por ganhos com juros nas próprias operações do banco, da chamada "tesouraria". No terceiro trimestre, a margem de ganho ultrapassou R\$ 1 bilhão, valor quase 220% maior do que o registrado no mesmo período do ano passado.

De acordo com o diretor de relações com investidores do Itaú, Marcelo Kopel, as "posições estruturais" do banco per-

mitiram este ganho. O terceiro trimestre do ano foi marcado pela forte volatilidade do mercado financeiro, em boa parte influenciada pelas eleições presidenciais.

Bolsa. Com o lucro anunciado ontem, os investidores da Bolsa de Valores aproveitaram para comprar as ações do Itaú, que subiram mais de 1,5%. Em suas palavras, os analistas das ações de instituições financeiras destacaram o retorno de 24% divulgado pelo banco ontem. O Credit Suisse destacou que foi a melhor rentabilidade divulgada pe-

lo banco desde o primeiro trimestre de 2010.

Os analistas do banco de investimento Goldman Sachs, liderados por Carlos Macedo, dizem que estão vendo uma sólida tendência de crescimento das margens e melhora na qualidade dos ativos do Itaú, mas um menor crescimento de crédito. Até setembro, a carteira total do banco cresceu 11,5%, mas boa parte se deu em função da incorporação da Credicard, que não estava contabilizada no balanço do banco em setembro do ano passado.

Nas margens, o banco tam-

LUCRO SOBRE LUCRO

● Itaú bate recorde de resultados com carteira de crédito

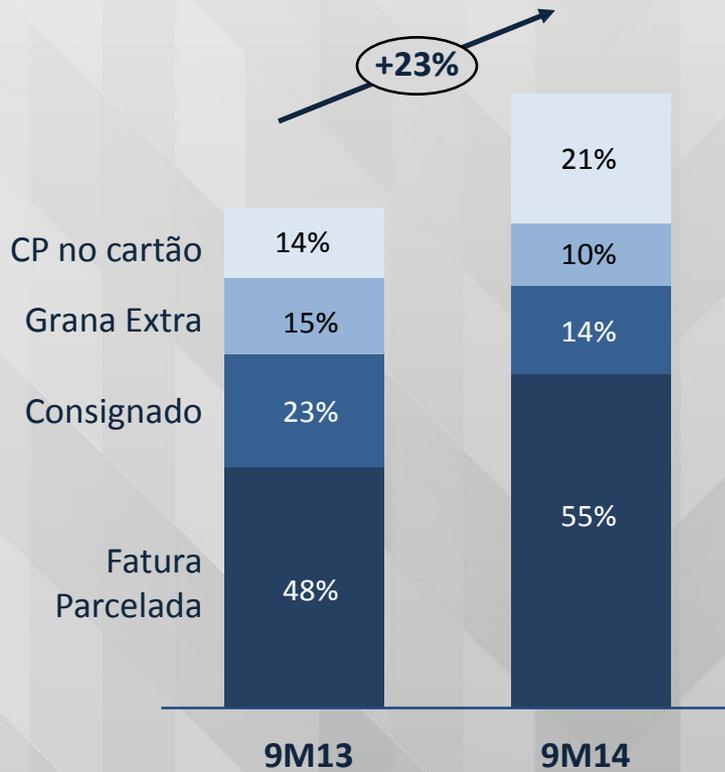


bém teve melhores resultados em função do aumento da taxa Selic que influencia os ganhos com juros.

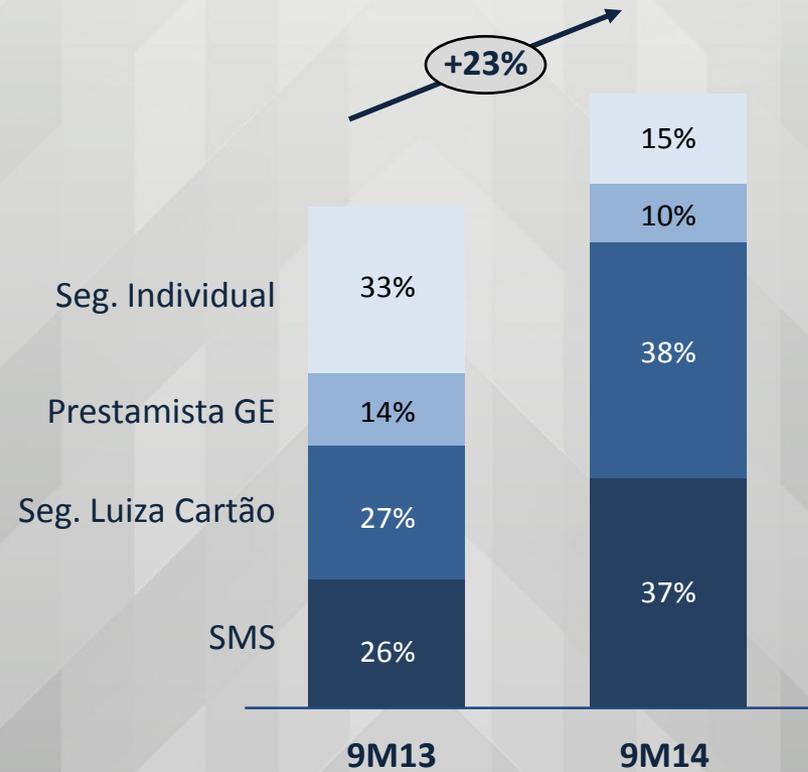
No cenário econômico traçado pelo Itaú, a economia brasileira deve crescer apenas 0,5% neste ano. A estimativa para 2015 é de um crescimento de 1,5%. Segundo Kopel, o banco vai continuar dando prioridade a linhas para grandes empresas e aos créditos imobiliários consignados. Já o financiamento de automóveis deve não avançar em 2014, mas micro e pequenas empresas podem ter mais crédito no próximo ano.

3 Cartão como âncora para a venda de empréstimos e serviços

Empréstimos – R\$ milhões



Serviços Financeiros -



4 Aumento da produtividade

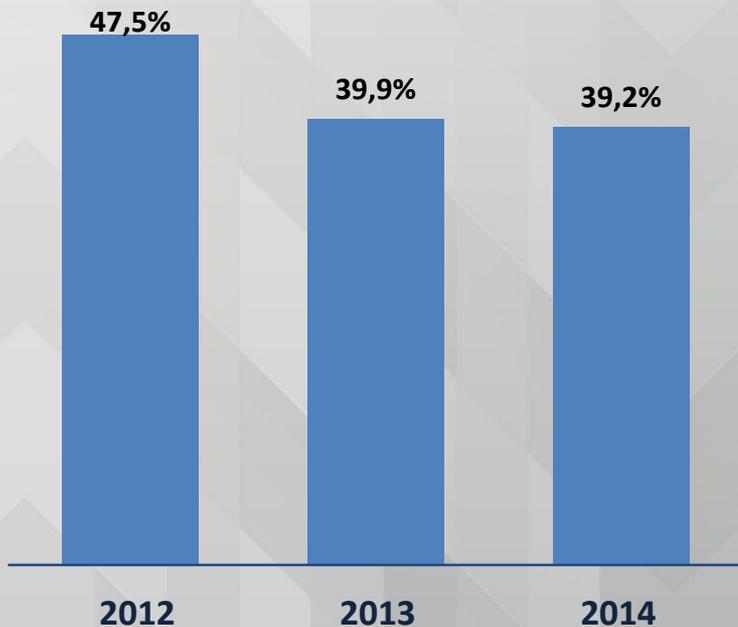
Venda / Colaboradores



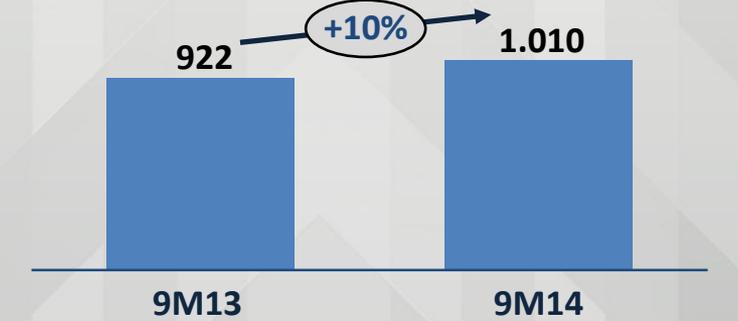
5 Disciplina rigorosa de gastos e na gestão de preços

Avaliação contínua das oportunidades de precificação e redução de custos

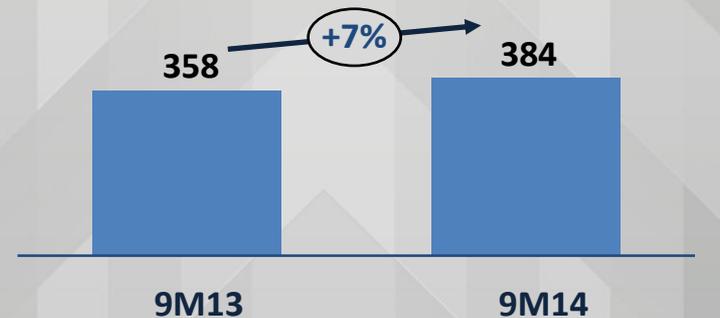
Índice de Eficiência (Setembro)



Receita Líquida (em R\$ MM)



Despesas Totais (em R\$ MM)



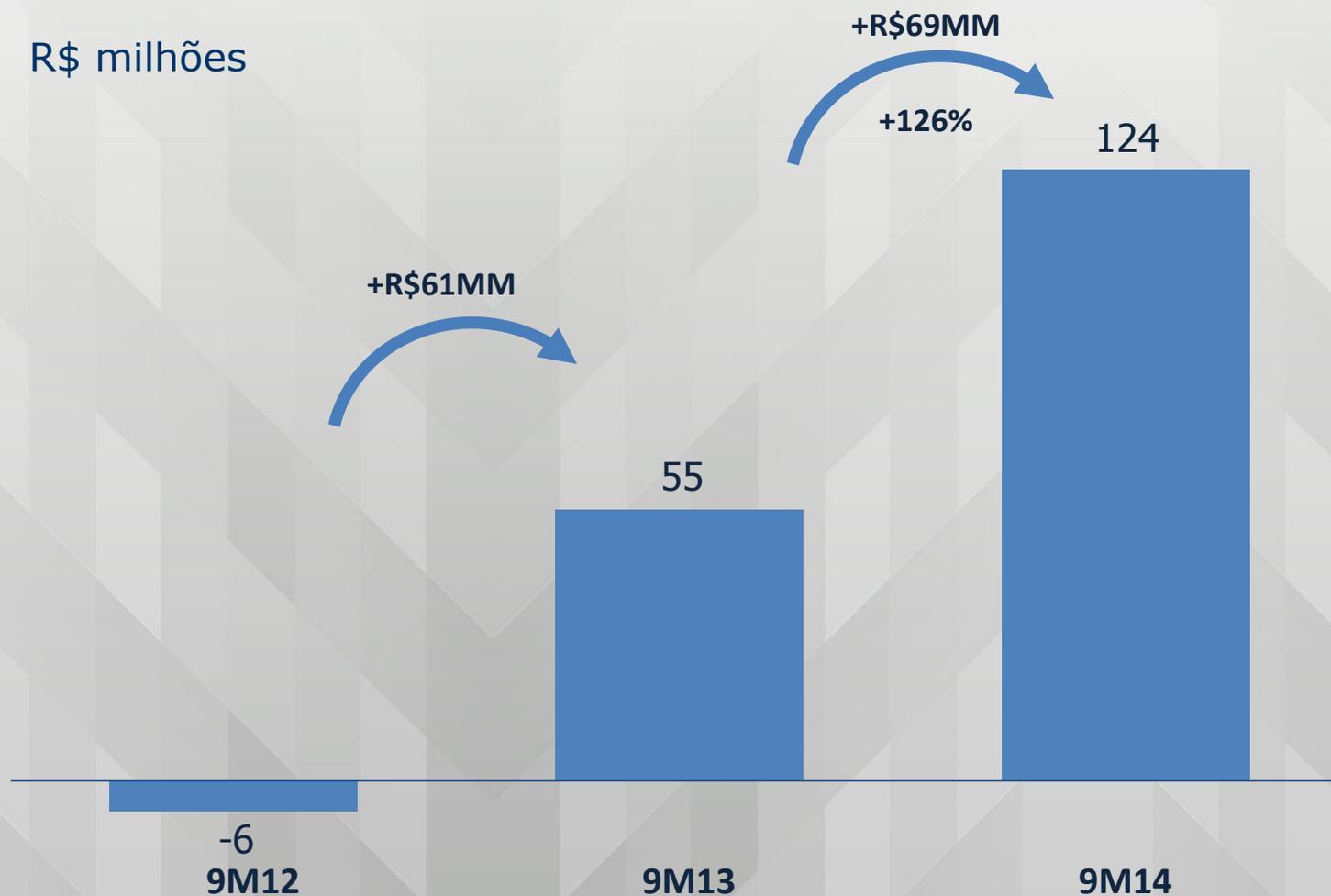
Fonte: Financeiro LuizaCred

ML Day

magazineluiza
vem ser feliz

Evolução do lucro líquido

R\$ milhões



Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Crescimento da base

Perspectiva 2015

Crescimento da base de clientes

Evolução do Desempenho Operacional e Financeiro

Principais objetivos

Aumentar significativamente a performance operacional e financeira da LuizaCred em um curto espaço de tempo

Desenvolver e executar ações para o crescimento da base de cartões da LuizaCred com qualidade e dentro da política de crédito definida

Horizonte

2013-2014

2015 em diante

Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Crescimento da base

Oportunidade: Crescimento da base

Explorar
significativamente
melhor o fluxo de loja na
venda de cartões

Alavancar rapidamente
as vendas através do
canal internet

Crescimento
da base

Melhorias dos produtos
atuais e introdução de
novos produtos de
crédito ao consumo

Desenvolver o canal
de telemarketing