

Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Geração de Caixa

Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Geração de Caixa

Retrospectiva 2014

		Expectativas 2014	Status dos projetos
Margem Bruta	Diferença de margem bruta nas lojas do Nordeste	A Companhia espera reduzir a diferença, contribuindo para aumentar a margem bruta do varejo	Companhia vem reduzindo o <i>gap</i> de margem bruta entre NE e SE gradualmente desde 2012
	Projeto de gestão de preço	Preservar a margem em todas as regiões	Projeto concluído e implementado na área comercial
Despesas de vendas, gerais e administrativas	Sinergias do processo de integração das Lojas Maia e Baú da Felicidade	Aumentar a produtividade e a rentabilidade de cada loja	Receita por m ² segue melhorando nas lojas novas
	Projeto de entrega multicanal	Reduzir custos, aumentar os serviços ao cliente e melhorar a qualidade do atendimento	Entrega mais rápida e importante redução nas despesas de frete
	Programa de orçamento Base Zero	Racionalizar custos e despesas	Despesas têm crescido muito abaixo da receita líquida
	Projeto Equipe de Apoio de Loja	Racionalizar custos e despesas e aumentar a produtividade das lojas	Boa diluição de despesas especialmente na Luizacred

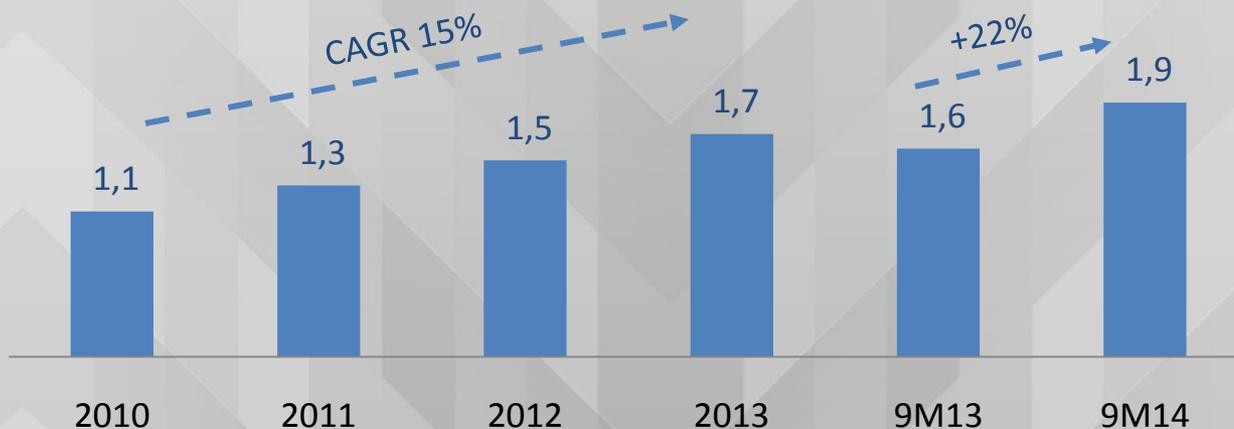
Indicadores de produtividade

Receita por funcionário (R\$ mil / mês)



- A produtividade por funcionário tem crescido bem acima da inflação e acima do crescimento de vendas no conceito mesmas lojas

Receita por m² (R\$ mil / mês)



- A receita por m² também tem crescido de forma acelerada, em linha com o crescimento mesmas lojas

Vendas: importante alavanca de resultados

Desempenho de Vendas Mesmas Lojas



- Crescimento no conceito mesmas lojas muito consistente ao longo dos últimos anos
- Crescimento mesmas lojas médio de 15% apenas lojas físicas e 18% incluindo e-commerce

Evolução da Receita Bruta (R\$ Bi)



- Receita bruta de R\$ 11,2 bilhões nos últimos 12 meses
- Crescimento muito acelerado do e-commerce e vendas no Nordeste

Evolução de margens e bom controle de despesas

Evolução da Margem Bruta



- Margem bruta relativamente estável nos dois últimos anos
- Aumento da margem bruta no Nordeste e da participação do e-commerce
- Efeito Copa impactando margem bruta em 2014

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



- Forte diluição nas despesas operacionais após a integração das redes em 2012
- Sinergias continuam sendo capturadas

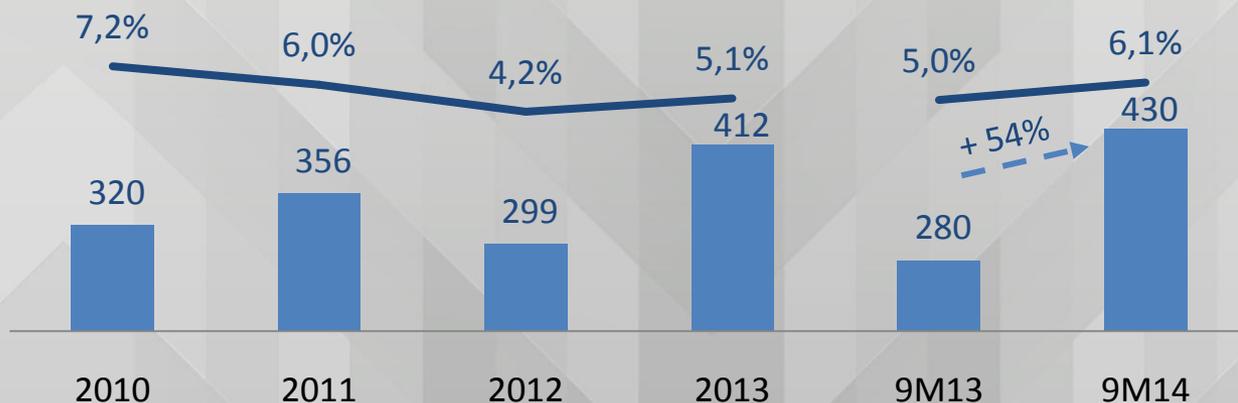
Equivalência patrimonial e evolução do EBITDA

Equivalência Patrimonial (R\$ MM)



- Luizacred vem melhorando seu resultado de forma muito consistente
- Política de crédito bastante conservadora

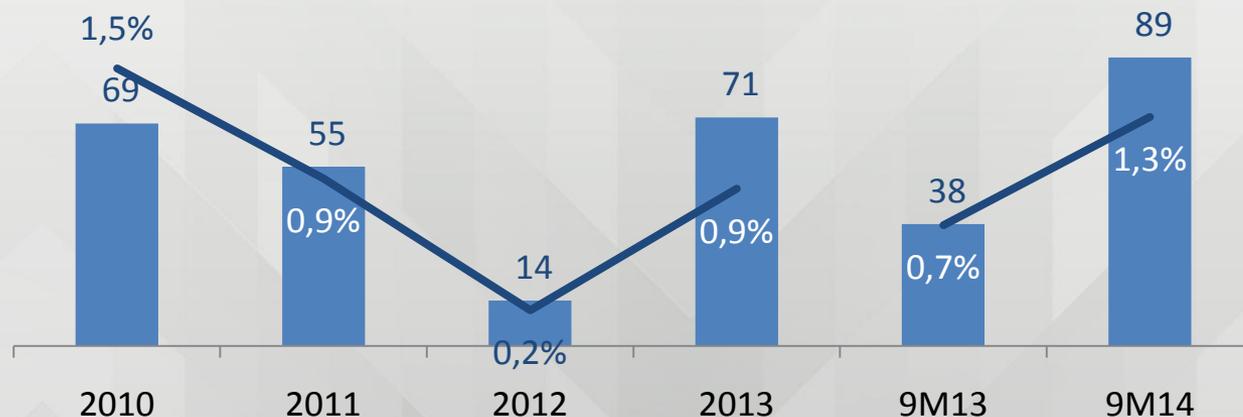
Evolução do EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustado (R\$ MM)



- Alto desempenho de vendas em todos os canais
- Maturação das lojas novas e diluição de despesas operacionais
- EBITDA de 7,4% no 3T14

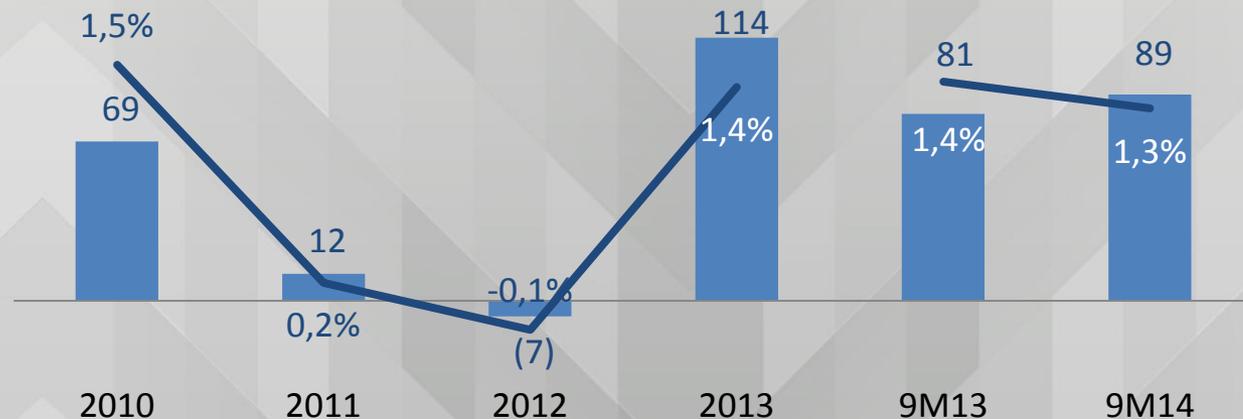
Evolução do lucro líquido e margem líquida

Lucro Líquido Ajustado (R\$ MM)



- Lucro líquido de 9M14 já superou o lucro líquido ajustado de 2013
- Destaque para a evolução da margem líquida para 1,8% no 3T14, com ROE de 23%

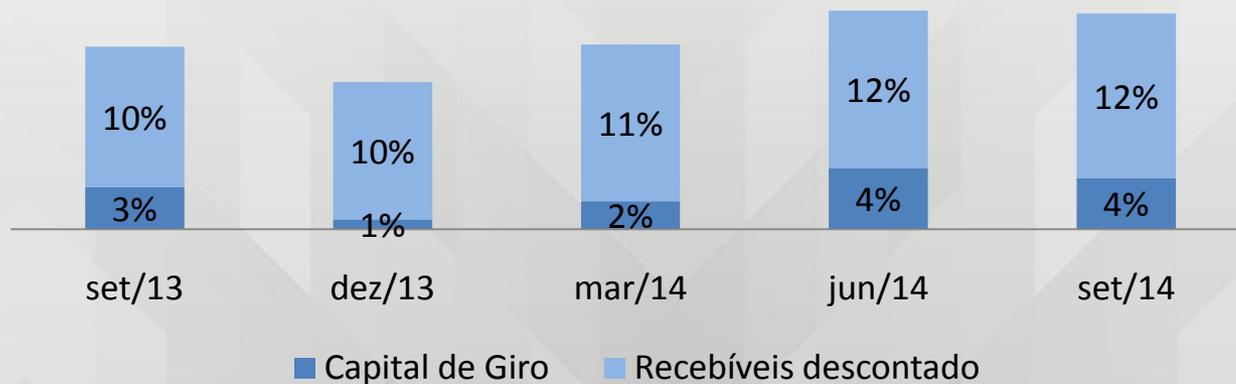
Lucro Líquido (R\$ MM)



- Pagamento de Dividendos e recompra de ações no valor de R\$83 milhões nos últimos 12 meses

Capital de Giro e Investimentos

Capital de Giro (% da Receita Bruta)



- Melhoria no giro dos estoques, mantendo saldo de fornecedores maior do que estoques
- Necessidade de capital de giro tende a oscilar entre 1% e 4% das vendas

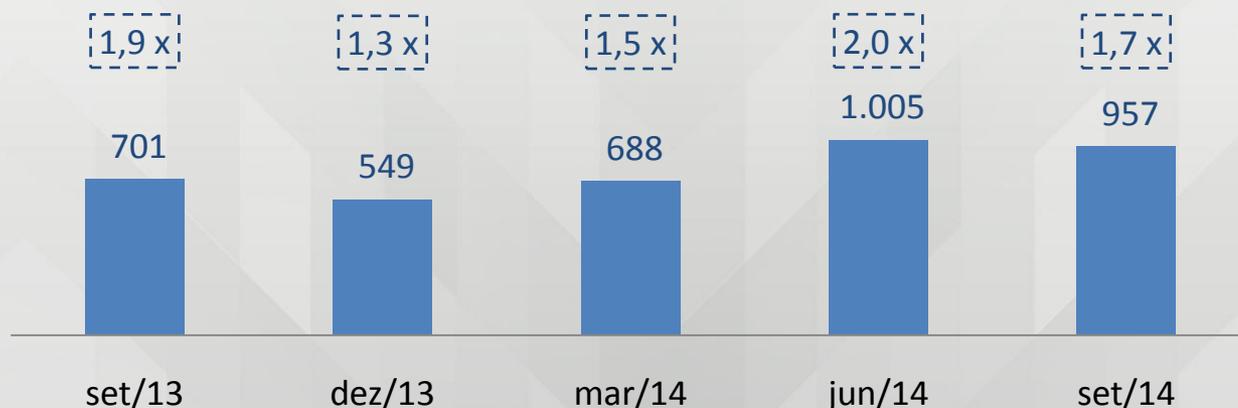
Investimentos (R\$ MM)



- Mais de R\$700 milhões investidos nos últimos 4 anos
- Elevado número de reforma de lojas, principalmente das redes adquiridas

Dívida Líquida e Resultado Financeiro

Dívida Líquida (R\$ MM)



- Redução da alavancagem
- Alongamento do perfil de endividamento
- Emissão do Rating pela Standard & Poor's (AA-)

Dívida Líquida / EBITDA

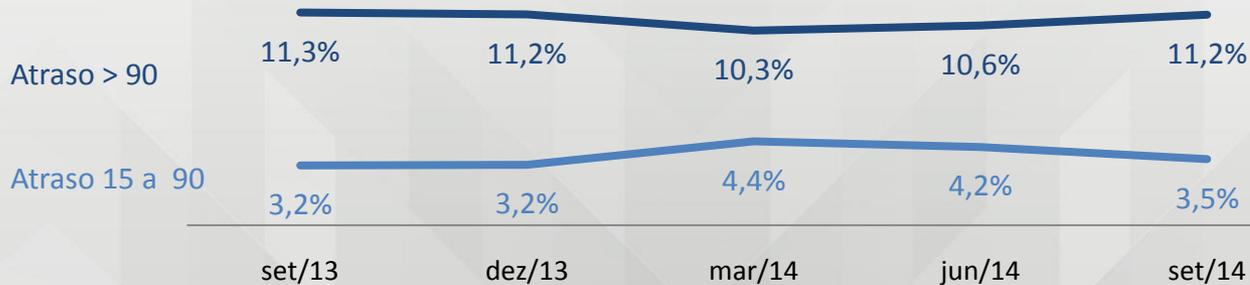
Resultado Financeiro (R\$ MM)



- Aumento nos desconto de recebíveis em função do CDI e do crescimento de vendas com cartão de terceiros
- Manutenção das demais despesas financeiras

Destques Luizacred

NPL (% da carteira)



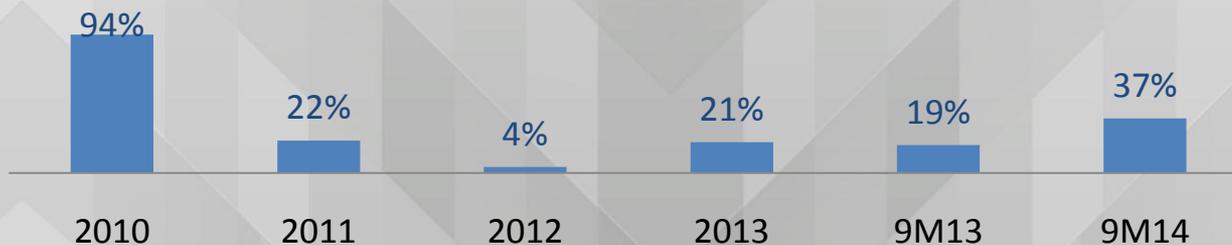
- Melhoria no perfil da carteira permitiu forte redução das despesas com provisões, mantendo o nível de cobertura

Lucro Líquido (R\$ MM)



- Luizacred mais que dobrou seu lucro líquido em relação aos 9M13

ROE



- Luizacred obteve ROE de 37% no 3T14.

Destques Luizaseg

Caixa e Aplicações (R\$ MM)



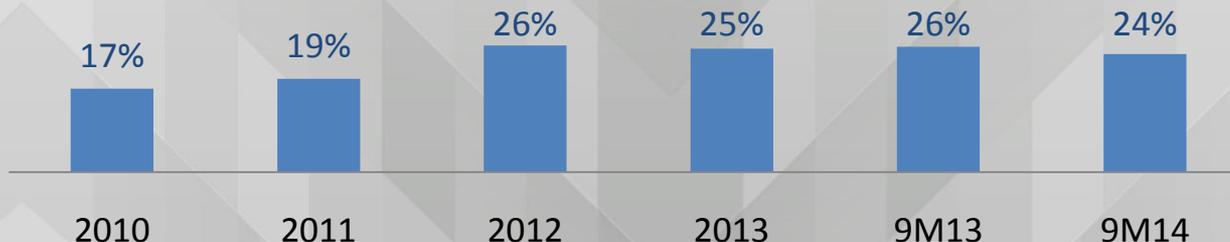
- Geração de caixa de mais de R\$ 50 MM nos últimos 12 meses
- Forte distribuição de dividendos

Lucro Líquido (R\$ MM)



- Rentabilidade consistente

ROE



- Elevado retorno para os acionistas

Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Geração de Caixa

Expectativas para 2015

Vendas

- Crescimento de vendas no conceito mesmas lojas
- Maturação das lojas das redes adquiridas
- Crescimento mais acelerado no e-commerce

Margem Bruta

- Manutenção da margem bruta
- Evolução da margem no Nordeste
- Melhora no mix de produtos com crescimento de *smartphones*
- Aumento na venda de serviços financeiros

Margem EBITDA

- Continuidade no processo de diluição de despesas
- Redução de despesas de logística com entrega multicanal
- Manutenção das despesas de marketing como % das vendas, mesmo com campanha mais abrangente
- Ganhos de produtividade na Luizacred

Agenda

Retrospectiva 2014

Perspectivas 2015

Oportunidade: Geração de Caixa

Geração de Caixa em 2015

Fluxo de Caixa Operacional

- Aumento da rentabilidade com a maturação das lojas novas
- Maior distribuição de dividendos da Luizacred
- Melhoria no capital de giro, mantendo saldo de fornecedores maior do que estoques
- Aceleração na recuperação de impostos a compensar (ST)

Fluxo de Caixa de Investimentos

- Mais investimentos em lojas novas principalmente no Nordeste
- Maior parte das lojas adquiridas já foram reformadas
- Renovação dos acordos de exclusividade de seguros (Luizaseg)

Fluxo de caixa de Financiamentos

- Pagamento de dividendos
- Recompra de ações
- Amortização e alongamento da dívida

Conclusão – Principais Mensagens

Nordeste

- Aumento da Rentabilidade
- Crescimento de vendas e EBITDA
- Aumento da contribuição na formação dos resultados

Multicanalidade

- Execução da estratégia multicanal
- Marketing multicanal
- Inovação como alavanca de resultados

Comercial

- Oportunidade de upgrade de consumo
- Mix de vendas: fenômeno smartphones
- Aumento das taxas de penetração dos produtos

Luizacred

- Consistência na política de crédito
- Aumento da rentabilidade e da base de cartões
- Desenvolvimento do plano de negócios

Financeiro

- Crescimento de vendas
- Expansão de margens
- Melhora na geração de caixa

Obrigado!

ML Day

magazineluiza
vem ser feliz