

## Magazine Luiza S.A. (B3: MGLU3)

## Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2017 (em IFRS)



## Destaques do 2T17:

**E-commerce cresceu 55% atingindo 28% das vendas**  
**Lojas físicas evoluíram 15% no conceito mesmas lojas**  
**Vendas totais aumentaram 26%, atingindo R\$3,2 bilhões**  
**EBITDA cresceu 44% para R\$236 milhões (margem de 8,7%)**  
**Lucro líquido aumentou de R\$10 milhões para R\$72 milhões**  
**Redução da dívida líquida de R\$587 milhões em 12 meses**

- **Ganho consistente de participação de mercado.** No 2T17, as vendas brutas consolidadas cresceram 25,6% para R\$3,2 bilhões, reflexo do crescimento de 23,7% nas vendas mesmas lojas (+55,4% no e-commerce e +14,5% nas lojas físicas). Em mais um trimestre, o Magazine Luiza ganhou participação de mercado em todos os canais e nas principais categorias de produtos. Segundo dados do IBGE (PMC), as vendas nominais de móveis e eletro cresceram 4,7% para os cinco primeiros meses do ano, comparado com um crescimento de 24,3% da Companhia no 1S17.
- **Crescimento acelerado no e-commerce.** As vendas do e-commerce cresceram 55,4% no 2T17 (comparado ao crescimento do mercado de 11,6%, segundo o E-bit), atingindo 27,8% nas vendas totais. Este ganho de market-share novamente foi resultado de diversas iniciativas, com destaque para: (i) aumento nas vendas pelas plataformas móveis, principalmente pelo app, que alcançou a marca de 6,2 milhões de downloads, (ii) crescimento da taxa de conversão em todos os canais do e-commerce, devido ao aumento do sortimento, melhoria de usabilidade, busca e recomendação e redução dos prazos de entrega, (iii) contínua captura dos benefícios da implementação de projetos de multicanalidade, com destaque para o Retira Loja e (iv) manutenção do alto nível de serviço com a permanência do selo RA1000 de excelência em atendimento. No 1S17, as vendas do e-commerce cresceram 55,8%, representando 28,1% das vendas.
- **Evolução do lucro bruto.** No 2T17, o lucro bruto cresceu 22,3%, atingindo R\$834,9 milhões. A margem bruta diminuiu 0,9 p.p. passando de 31,8% no 2T16 para 30,9% no 2T17, como reflexo dos seguintes fatores: (i) aumento significativo na participação do e-commerce nas vendas totais (+5,3 p.p. *versus* o 2T16) e (ii) preservação da margem bruta de todos os canais. O forte crescimento de vendas com preservação das margens por canal foi resultado de uma melhor assertividade comercial, gestão de estoques e maior racionalidade de preço no mercado de lojas físicas e e-commerce. No 1S17, a margem bruta atingiu 30,3%, diminuindo 0,7 p.p. em relação ao 1S16.
- **Diluição significativa das despesas operacionais.** No 2T17, as despesas operacionais foram diluídas em 2,1 p.p. para 22,8% da receita líquida. As despesas cresceram apenas 15,2% *versus* o crescimento da receita líquida de 25,6%, resultando em uma significativa alavancagem operacional. Essa diluição também reflete o crescimento do e-commerce, a continuidade do programa de Orçamento Base Zero (OBZ) e Gestão Matricial de Despesas (GMD), bem como a maturação dos projetos da transformação digital, como o aplicativo Mobile Vendas e o Retira Loja. No 1S17, as despesas operacionais foram diluídas em 2,2 p.p. para 22,5% da receita líquida.
- **Forte crescimento do EBITDA e do lucro líquido.** No 2T17, o crescimento das vendas em todos os canais, a contribuição positiva do e-commerce e a diluição das despesas operacionais contribuíram para a evolução significativa do EBITDA de 44,5% para R\$235,8 milhões (+1,1 p.p. para 8,7% de margem) e do lucro líquido para R\$72,4 milhões (ROE anualizado de 39%). No 1S17, o EBITDA cresceu 52,2% totalizando R\$467,7 milhões (+1,5 p.p. para 8,5% de margem) e o lucro líquido atingiu R\$130,9 milhões (margem de 2,4%).
- **Melhora no capital de giro e redução do endividamento líquido.** Em função de uma melhora no giro dos estoques e no prazo médio de compras, a Companhia melhorou sua necessidade de capital de giro ajustado em R\$515,8 milhões nos últimos 12 meses. Neste mesmo período, a dívida líquida ajustada passou de R\$854,3 milhões em jun/16 para R\$267,6 milhões em jun/17, uma importante redução de R\$586,7 milhões, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,5x para 0,3x, respectivamente.
- **Melhoria no resultado da Luizacred.** O indicador da carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) melhorou 3,3 p.p. representando apenas 8,4% da carteira total em jun/17. Mesmo com uma política de crédito bastante conservadora, as vendas do Cartão Luiza dentro do Magazine Luiza cresceram 47,8% no 2T17. Em função desse crescimento e da melhora nos indicadores de inadimplência, o lucro líquido da Luizacred cresceu 7,8%, atingindo R\$27,2 milhões no 2T17, com ROE anualizado de 19%. Vale destacar a evolução dos resultados da Luizacred mesmo considerando uma redução significativa nas taxas de juros de refinanciamento (rotativo) a partir de abr/17.

Magazine Luiza S.A  
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2017

R\$ milhões (exceto quando indicado)	2T17	2T16	Var(%)	1S17	1S16	Var(%)
Receita Bruta	3.217,2	2.561,5	25,6%	6.568,2	5.285,1	24,3%
Receita Líquida	2.699,2	2.147,3	25,7%	5.506,2	4.410,7	24,8%
Lucro Bruto	834,9	682,5	22,3%	1.667,4	1.366,1	22,1%
Margem Bruta	30,9%	31,8%	-0,9 pp	30,3%	31,0%	-0,7 pp
EBITDA	235,8	163,2	44,5%	467,7	307,3	52,2%
Margem EBITDA	8,7%	7,6%	1,1 pp	8,5%	7,0%	1,5 pp
EBITDA Ajustado	237,1	168,5	40,7%	469,6	331,6	41,6%
Margem EBITDA Ajustada	8,8%	7,8%	0,9 pp	8,5%	7,5%	1,0 pp
Lucro Líquido	72,4	10,4	594,5%	130,9	15,7	735,3%
Margem Líquida	2,7%	0,5%	2,2 pp	2,4%	0,4%	2,0 pp
Lucro Líquido Ajustado	73,3	13,9	426,4%	132,2	31,7	316,8%
Margem Líquida Ajustada	2,7%	0,6%	2,1 pp	2,4%	0,7%	1,7 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	23,7%	2,4%	-	22,6%	1,1%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	14,5%	-4,3%	-	13,0%	-5,2%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce	55,4%	33,6%	-	55,8%	30,6%	-
Participação E-commerce nas Vendas	27,8%	22,5%	5,3 pp	28,1%	22,4%	5,7 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	814	787	27 lojas	814	787	27 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	509.909	498.871	2,2%	509.909	498.871	2,2%

## MENSAGEM DA DIRETORIA

Mesmo que o contexto econômico do Brasil ainda esteja muito conturbado, alguns sinais concretos apontam para uma mudança positiva nesse cenário no presente, e também no futuro próximo. O nosso setor, que nos últimos dois anos sofreu com a redução do poder de compra dos consumidores, voltou a registrar crescimento nas vendas nos últimos meses. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as vendas de móveis e eletrodomésticos cresceram 5% nos cinco primeiros meses do ano em comparação ao mesmo período de 2016. É um dado animador que deu mais intensidade à trajetória consistente de crescimento e de aumento de participação de mercado do Magazine Luiza. Registramos seis trimestres consecutivos de expansão das vendas a taxas crescentes, que culminaram em um aumento de 26% no último trimestre. Também foi nele que registramos o maior lucro trimestral da nossa história: R\$72 milhões.

Como seguimos à risca a premissa de crescer de forma sustentável, continuamos nos beneficiando da mudança de comportamento dos concorrentes. É que nos últimos anos, a exemplo do que fazemos, eles também foram pressionados pela crise a adotar políticas de preço mais racionais. Além disso, há uma percepção de que o setor deve passar por um processo de consolidação, uma vez que pequenas e médias empresas continuam fragilizadas pela dificuldade de abastecer seus estoques e obter crédito para financiar seus clientes.

Um fator preponderante contribuiu para nossos bons resultados: o e-commerce, que cresceu 55% no segundo trimestre de 2017. Trata-se do segundo trimestre consecutivo de crescimento da nossa operação online a uma taxa superior a 50%. O e-commerce respondeu por 28% do nosso faturamento no segundo trimestre. No mesmo período do ano passado, essa participação era de 23%. Vale ressaltar que, a despeito do e-commerce ter ganhado relevância no total das vendas, a rentabilidade da Companhia aumentou. Uma prova de que nossos canais online, amparados pelos canais físicos, estão impulsionando o crescimento sustentável do negócio.

O papel que as lojas físicas tiveram nos nossos resultados do segundo trimestre também precisa ser destacado. Ganhamos participação de mercado nas principais categorias de produtos e, assim como no primeiro trimestre, quando crescemos 12% no conceito mesmas lojas, no segundo trimestre essa taxa também foi de mais de dois dígitos em todas as regiões e chegou a 15%. Esses números foram puxados, sobretudo, pelo desempenho das lojas do Nordeste e virtuais, e pelas vendas de Smart TVs e Smartphones. Inauguramos 12 novas lojas no trimestre e 27 lojas nos últimos doze meses, totalizando 814 pontos de venda em 16 estados do país.

Nossos resultados revelam que, além de alcançar um forte crescimento em vendas, preservamos a nossa margem bruta nos canais, diluímos as despesas operacionais e financeiras, multiplicamos o lucro líquido, otimizamos nosso capital de giro, aumentamos os investimentos em tecnologia e reduzimos nosso endividamento. São indicadores que demonstram a consistência da nossa estratégia e o rigor com que ela vem sendo executada, trimestre após trimestre.

### **Transformação Digital**

O cerne da estratégia da Companhia para os próximos anos é a transformação digital. Queremos que o Magazine Luiza deixe de ser uma empresa de varejo tradicional com uma área digital, e se transforme em uma plataforma digital, com pontos físicos e calor humano. Essa diretriz 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.

Como prova da disciplina com que os avanços nessa seara vêm sendo perseguidos, vale destacar alguns resultados obtidos no segundo trimestre:

- Houve um aumento expressivo nas vendas do Lu Conecta, nosso serviço de configuração de smartphone, instalação de aplicativos e antivírus, além do serviço de atendimento por telefone 24 horas;
- Assim como o aplicativo Mobile Vendas e Estoquista, hoje em operação em todas as lojas, finalizamos a implementação do aplicativo Mobile Entrega para mais de 1.000 micro-transportadores da nossa rede de distribuição em todo o Brasil, melhorando o tracking de pedidos para nossos clientes;
- O aplicativo Mobile Pinpad continua em processo de roll-out, com previsão de conclusão até o final do ano.

O que também contribui para o ritmo acelerado da nossa transformação digital é o fator multicanalidade. Diferentemente dos outros varejistas, desde o início da nossa operação online, no ano 2000, operamos nossos canais de forma integrada, com a utilização de uma mesma infraestrutura. Ou seja, nossos nove centros de distribuição, o *backoffice*, e as mais de 1.000 transportadoras terceirizadas que distribuem os produtos da Companhia pelo Brasil afora - a chamada Malha Luiza - sustentam as operações online e física. É um modelo que foi visto com extremo ceticismo pelo mercado no passado, mas que se provou o mais adequado com o passar dos anos. A multicanalidade se expressa por meio de facilidades como o Retira Loja, sistema que permite que clientes que compram por meio das plataformas digitais economizem e ganhem agilidade ao retirar os produtos adquiridos em qualquer uma de nossas lojas físicas. No semestre, a quantidade de pedidos retirados nas lojas cresceu de forma consistente.

A Companhia sempre foi reconhecida pela qualidade do atendimento que presta aos clientes das lojas físicas e quer manter o mesmo nível de excelência no universo online. Alcançamos no segundo trimestre de 2017 uma redução de 26% no número de contatos por pedido realizado em nosso site e em nosso aplicativo de vendas. Trata-se de uma redução relevante, e o que ela significa, na prática, é que cada vez menos os clientes têm qualquer contratempo ao realizar suas compras no nosso canal online.

Essa melhoria no nível de serviço prestado aos clientes é fruto de uma série de investimentos realizados na nossa logística. Recentemente, passamos a usar uma plataforma mais assertiva de rastreamento de pedidos e aprimoramos os processos de logística reversa, o que facilitou a troca e a devolução de produtos. Evoluímos no quesito entrega, ao reduzir prazos e garantir a chegada dos produtos aos clientes em perfeitas condições. São avanços que também têm sido impulsionados por uma maior produtividade dos colaboradores dos nossos nove centros de distribuição, que incorporaram à rotina de trabalho o *kaizen* - método de gestão que prega a melhoria contínua dos processos. No semestre, houve um aumento no volume de peças movimentadas por funcionário de 12% em relação ao mesmo período de 2016. Uma prova da disciplina com que buscamos satisfazer os consumidores das nossas plataformas online é a certificação RA 1000, do site ReclameAqui. O selo, um atestado de excelência no atendimento pós-venda, foi conquistado em dezembro de 2016 e, desde então, vem sendo mantido.

## **Marketplace**

Há cerca de um ano lançamos nossa operação de Marketplace. No final do ano passado, tínhamos apenas 50 parceiros que nos permitiram expandir nossa oferta de produtos em mais de 80.000 SKUs. Fechamos o segundo trimestre de 2017 com mais de 250 lojistas de diversas categorias e portes atrelados à nossa plataforma. São nomes como Gazin, Mobly, Pró Spin, Ri Happy, Central Ar, Positivo Informática e Kikos. Com todos esses entrantes, o número de SKUs ofertado em nossos canais online mais do que dobrou em relação ao primeiro trimestre e chegou a 550 mil. Vale destacar que, mesmo com a expansão do Marketplace, conseguimos manter o nosso bom nível de serviço aos clientes.

O ritmo com que aceleramos a entrada de lojistas no Marketplace da Companhia nos últimos três meses se deve à conclusão da aquisição da Integra Commerce. Especializada na integração e gestão do relacionamento entre lojistas e marketplaces, a startup é referência no mercado e simplificou o acesso de pequenos parceiros à plataforma do Magazine Luiza. Como queremos atrair pequenos e médios empreendedores para o nosso Marketplace, e zelamos pelo desempenho deles, lançamos no segundo trimestre uma plataforma online gratuita e interativa de treinamento para ajudá-los a fazer crescer seus negócios. A expectativa é que, nos próximos meses, um número crescente de lojistas passe a se beneficiar do conteúdo oferecido.

## **Luizalabs**

O Luizalabs, nosso laboratório de tecnologia e inovação, segue cumprindo com solidez seu propósito de fortalecer a cultura da digital da Companhia e desenvolver novas tecnologias. Ele incorporou recentemente a nossa área de TI Corporativa, responsável pelos sistemas de *backoffice*, e o negócio continua a colher os frutos desse movimento. O Luizalabs também capitaneou a incorporação da startup Integra Commerce, que imprimiu celeridade à expansão do nosso Marketplace. Atualmente, todos os novos sellers já são conectados ao nosso Marketplace por meio de uma integração direta com a própria Integra Commerce.

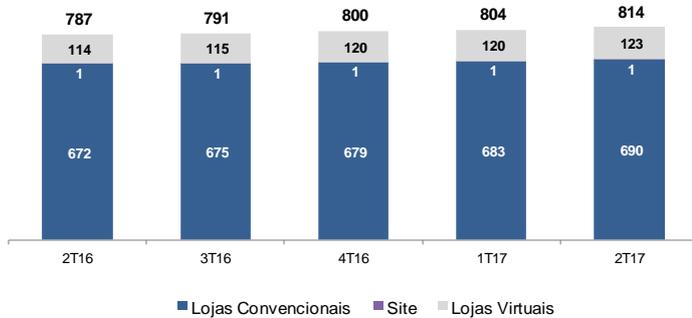
## **Considerações finais**

A solidez dos resultados apresentados neste segundo trimestre de 2017 fortalecem nossa crença no modelo totalmente multicanal e integrado, na estratégia de transformação digital e na nossa equipe, que tem sido extremamente focada e bem sucedida na execução dos nossos projetos. Agradecemos mais uma vez a confiança e a parceria de nossos clientes, colaboradores, acionistas e fornecedores nessa jornada.

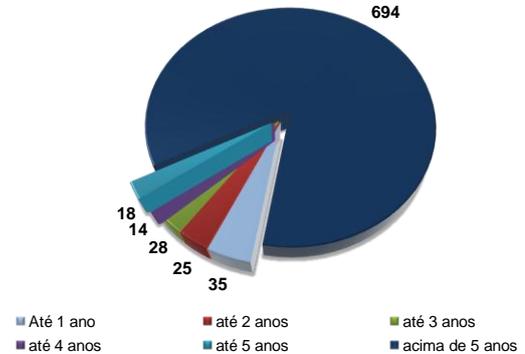
## DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magazine Luiza encerrou jun/17 com 814 lojas, sendo 690 convencionais, 123 virtuais e o e-commerce. No 2T17, a Companhia inaugurou 12 novas lojas (9 lojas convencionais e 3 lojas virtuais) e fechou 2 lojas convencionais. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 27 novas lojas. Da base total, 15% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



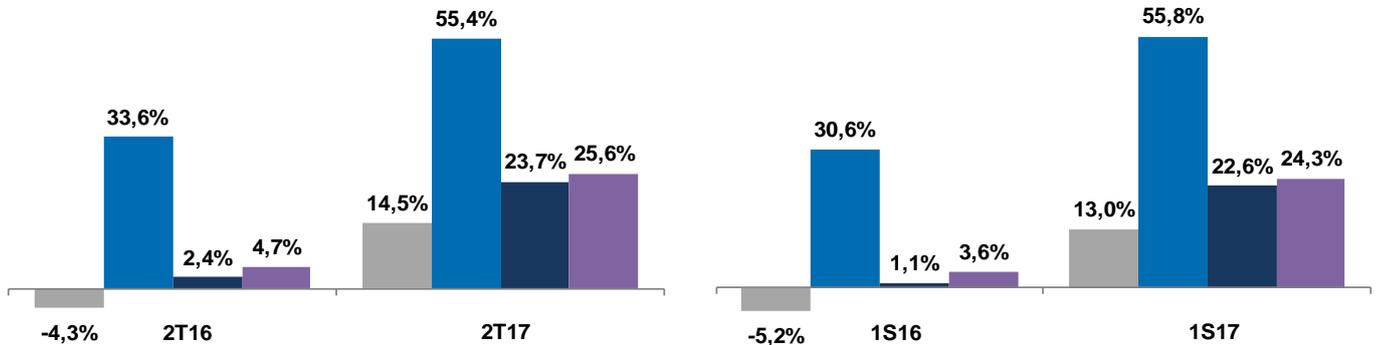
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



No conceito mesmas lojas, as vendas brutas aumentaram 23,7% no 2T17, reflexo do crescimento de 14,5% das lojas físicas e 55,4% no e-commerce. Este crescimento reflete a consistência no desempenho do e-commerce e a melhora sequencial no desempenho das lojas físicas.

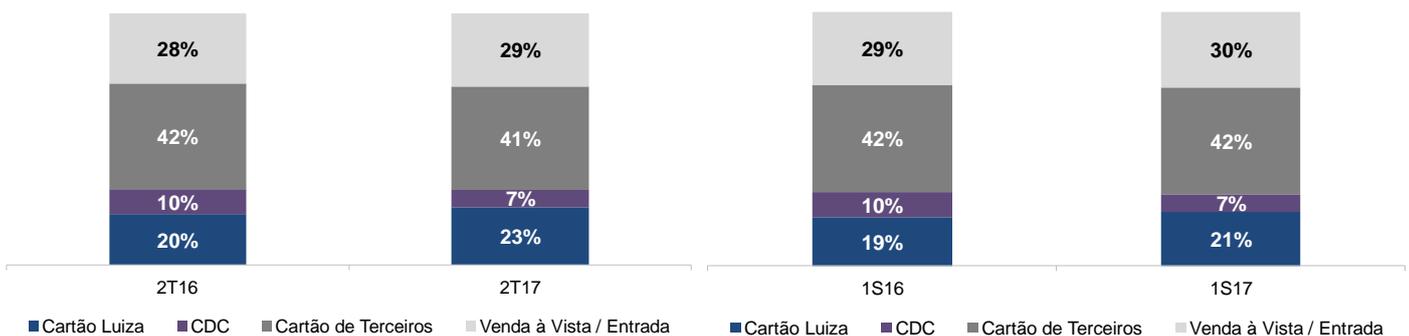
Crescimento das Vendas Brutas Mesmas Lojas (em %)

■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas Físicas  
■ Crescimento do Ecommerce  
■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (inclui e-commerce)  
■ Crescimento das Vendas Totais do Varejo



A participação do Cartão Luiza nas vendas totais aumentou 3 p.p. para 23% no 2T17, contribuindo para a estratégia da Companhia de aumentar a fidelização dos clientes. Em função de uma política de aprovação de crédito mais conservadora, a participação do CDC nas vendas diminuiu de 10% no 2T16 para 7% no 2T17.

Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



## Receita Bruta

R\$ milhões	2T17	2T16	Var(%)	1S17	1S16	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	3.060,2	2.437,8	25,5%	6.259,4	5.034,3	24,3%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	142,9	112,0	27,5%	281,6	227,8	23,6%
<b>Total Varejo</b>	<b>3.203,1</b>	<b>2.549,9</b>	<b>25,6%</b>	<b>6.541,0</b>	<b>5.262,1</b>	<b>24,3%</b>
Receita Bruta - Administração de Consórcios	17,0	13,9	22,5%	33,1	27,5	20,6%
Eliminações Inter-companhias	(2,9)	(2,2)	29,9%	(5,9)	(4,4)	32,9%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>3.217,2</b>	<b>2.561,5</b>	<b>25,6%</b>	<b>6.568,2</b>	<b>5.285,1</b>	<b>24,3%</b>

No 2T17, a receita bruta total cresceu 25,6% para R\$3,2 bilhões, devido ao aumento nas vendas mesmas lojas de 23,7% e à contribuição das lojas novas. Vale destacar o crescimento de 27,5% na receita de serviços, incluindo a venda de novos seguros, serviços digitais (Lú Conecta) e também comissões do Marketplace. No 1S17, a receita bruta cresceu 24,3% para R\$6,6 bilhões.

## Receita Líquida

R\$ milhões	2T17	2T16	Var(%)	1S17	1S16	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.561,2	2.038,8	25,6%	5.234,0	4.190,2	24,9%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	125,1	98,0	27,7%	247,2	199,7	23,8%
<b>Total Varejo</b>	<b>2.686,3</b>	<b>2.136,7</b>	<b>25,7%</b>	<b>5.481,3</b>	<b>4.390,0</b>	<b>24,9%</b>
Receita Líquida - Administração de Consórcios	15,8	12,8	23,7%	30,8	25,2	22,1%
Eliminações Inter-companhias	(2,9)	(2,2)	29,9%	(5,9)	(4,4)	32,9%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>2.699,2</b>	<b>2.147,3</b>	<b>25,7%</b>	<b>5.506,2</b>	<b>4.410,7</b>	<b>24,8%</b>

No 2T17, a receita líquida total evoluiu 25,7% para R\$2,7 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total. No 1S17, a receita líquida cresceu 24,8% para R\$5,5 bilhões.

## Lucro Bruto

R\$ milhões	2T17	2T16	Var(%)	1S17	1S16	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	702,0	577,0	21,6%	1.405,1	1.151,1	22,1%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	125,1	98,0	27,7%	247,2	199,7	23,8%
<b>Total Varejo</b>	<b>827,1</b>	<b>675,0</b>	<b>22,5%</b>	<b>1.652,4</b>	<b>1.350,8</b>	<b>22,3%</b>
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	7,8	7,5	4,8%	15,0	15,2	-1,2%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>834,9</b>	<b>682,5</b>	<b>22,3%</b>	<b>1.667,4</b>	<b>1.366,1</b>	<b>22,1%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>30,9%</b>	<b>31,8%</b>	<b>-0,9 pp</b>	<b>30,3%</b>	<b>31,0%</b>	<b>-0,7 pp</b>

No 2T17, o lucro bruto cresceu 22,3% para R\$834,9 milhões, equivalente a uma margem bruta de 30,9%. A variação da margem bruta foi reflexo de: (i) aumento significativo na participação do e-commerce nas vendas totais (+5,3 p.p. versus o 2T16) e (ii) preservação da margem bruta de todos os canais. No 1S17, o lucro bruto cresceu 22,1% para R\$1,7 bilhão, equivalente a uma margem bruta de 30,3%.

## Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T17	% RL	2T16	% RL	Var(%)	1S17	% RL	1S16	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(489,2)	-18,1%	(417,8)	-19,5%	17,1%	(997,8)	-18,1%	(844,6)	-19,1%	18,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(126,2)	-4,7%	(118,4)	-5,5%	6,5%	(246,3)	-4,5%	(229,5)	-5,2%	7,3%
<b>Subtotal</b>	<b>(615,4)</b>	<b>-22,8%</b>	<b>(536,2)</b>	<b>-25,0%</b>	<b>14,8%</b>	<b>(1.244,1)</b>	<b>-22,6%</b>	<b>(1.074,1)</b>	<b>-24,4%</b>	<b>15,8%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(10,2)	-0,4%	(5,5)	-0,3%	84,2%	(15,8)	-0,3%	(13,2)	-0,3%	19,1%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	9,0	0,3%	6,5	0,3%	38%	19,3	0,4%	(2,1)	0,0%	-
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(616,6)</b>	<b>-22,8%</b>	<b>(535,2)</b>	<b>-24,9%</b>	<b>15,2%</b>	<b>(1.240,5)</b>	<b>-22,5%</b>	<b>(1.089,4)</b>	<b>-24,7%</b>	<b>13,9%</b>

## Despesas com Vendas

No 2T17, as despesas com vendas totalizaram R\$489,2 milhões, equivalentes a 18,1% da receita líquida (-1,3 p.p. versus o 2T16), reflexo da continuidade do controle rigoroso nas despesas, ganhos de produtividade, diluição das despesas de marketing e de logística, renegociação dos contratos de aluguel, além da revisão de diversas despesas operacionais. No 1S17, as despesas com vendas totalizaram R\$997,8 milhões, equivalentes a 18,1% da receita líquida (-1,0 p.p. versus o 1S16).

## Despesas Gerais e Administrativas

No 2T17, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$126,2 milhões, equivalentes a 4,7% da receita líquida (-0,8 p.p. *versus* o 2T16), impactadas pela otimização dos processos administrativos. No 1S17, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$246,3 milhões, equivalentes a 4,5% da receita líquida (-0,7 p.p. *versus* o 1S16).

## Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$10,2 milhões no 2T17 e R\$15,8 milhões no 1S17.

## Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	2T17	% RL	2T16	% RL	Var(%)	1S17	% RL	1S16	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,3)	0,0%	(0,2)	0,0%	85,1%	2,3	0,0%	(0,3)	0,0%	-
Apropriação de Receita Diferida	11,3	0,4%	10,3	0,5%	9,7%	21,4	0,4%	20,2	0,5%	5,8%
Provisão para Perdas Tributárias	(2,4)	-0,1%	1,2	0,1%	-308%	(3,2)	-0,1%	1,2	0,0%	-364%
Despesas não Recorrentes	(1,4)	-0,1%	(5,3)	-0,2%	-74,1%	(1,9)	0,0%	(24,3)	-0,6%	-92,1%
Outros	1,8	0,1%	0,5	0,0%	258,5%	0,8	0,0%	1,1	0,0%	-33,0%
<b>Total</b>	<b>9,0</b>	<b>0,3%</b>	<b>6,5</b>	<b>0,3%</b>	<b>38%</b>	<b>19,3</b>	<b>0,4%</b>	<b>(2,1)</b>	<b>0,0%</b>	<b>-</b>

No 2T17, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$9,0 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receita diferida no montante de R\$11,3 milhões. No 1S17, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$19,3 milhões.

## Equivalência Patrimonial

No 2T17, o resultado da equivalência patrimonial cresceu 9,5% atingindo R\$17,4 milhões, equivalente a 0,6% da receita líquida. Os principais fatores que impactaram este resultado foram: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$13,6 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$3,9 milhões. No 1S17, o resultado da equivalência patrimonial atingiu R\$40,8 milhões, um crescimento de 33,3% em relação ao 1S16.

## EBITDA

No 2T17, o EBITDA aumentou 44,5% para R\$235,8 milhões, equivalente a uma margem de 8,7% (+1,1 p.p. *versus* o 2T16). O crescimento das vendas em todos os canais, a contribuição positiva do e-commerce e a diluição das despesas operacionais contribuíram para a evolução do EBITDA. No 1S17, o EBITDA cresceu 52,2% atingindo R\$467,7 milhões, equivalente a uma margem de 8,5% (+1,5 p.p. *versus* o 1S16).

## Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	2T17	% RL	2T16	% RL	Var(%)	1S17	% RL	1S16	% RL	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(136,8)	-5,1%	(149,3)	-7,0%	-8,4%	(290,7)	-5,3%	(291,9)	-6,6%	-0,4%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(52,7)	-2,0%	(65,2)	-3,0%	-19,2%	(120,6)	-2,2%	(131,6)	-3,0%	-8,3%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(33,6)	-1,2%	(42,2)	-2,0%	-20,4%	(66,7)	-1,2%	(76,8)	-1,7%	-13,2%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(42,5)	-1,6%	(33,5)	-1,6%	27,0%	(84,4)	-1,5%	(64,4)	-1,5%	31,1%
Outras Despesas	(8,0)	-0,3%	(8,4)	-0,4%	-4,6%	(19,1)	-0,3%	(19,1)	-0,4%	0,2%
<b>Receitas Financeiras</b>	27,6	1,0%	24,8	1,2%	11,1%	51,1	0,9%	53,4	1,2%	-4,4%
Rendimento de Aplicações Financeiras	1,4	0,1%	3,6	0,2%	-60,9%	6,6	0,1%	8,5	0,2%	-22,1%
Outras Receitas Financeiras	26,2	1,0%	21,2	1,0%	23,4%	44,5	0,8%	44,9	1,0%	-1,0%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(109,2)	-4,0%	(124,5)	-5,8%	-12,3%	(239,7)	-4,4%	(238,4)	-5,4%	0,5%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários <sup>1</sup>	8,6	0,3%	7,6	0,4%	13,5%	22,1	0,4%	17,3	0,4%	28,1%
<b>Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	(100,7)	-3,7%	(116,9)	-5,4%	-13,9%	(217,6)	-4,0%	(221,2)	-5,0%	-1,6%

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

No 2T17, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$100,7 milhões, melhorando 1,7 p.p. em relação ao 2T16. Em relação à receita líquida, o resultado financeiro melhorou 31,5%, passando de 5,4% para 3,7%. Este resultado foi impactado positivamente pela redução da dívida líquida e pela continuidade do ciclo de queda na taxa de juros (CDI diminuiu 24,4% no período). No 1S17, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$217,6 milhões, melhorando 1,0 p.p. em relação ao 1S16.

## Lucro líquido

No 2T17, o lucro líquido totalizou R\$72,4 milhões (margem líquida de 2,7%), com um ROE anualizado de 39%. No 1S17, o lucro líquido atingiu R\$130,9 milhões.

## Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-17	mar-17	dez-16	set-16	jun-16
(+) Contas a Receber	99,6	503,8	578,8	581,0	423,1	404,3
(+) Estoques	123,6	1.430,3	1.454,1	1.596,7	1.346,3	1.306,7
(+) Partes Relacionadas	6,0	47,1	56,8	64,0	50,3	41,2
(+) Impostos a Recuperar	(114,2)	182,7	195,5	212,2	293,1	296,9
(+) Outros Ativos	(5,8)	90,2	66,1	47,8	96,1	96,0
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>109,2</b>	<b>2.254,3</b>	<b>2.351,3</b>	<b>2.501,7</b>	<b>2.208,8</b>	<b>2.145,1</b>
(-) Fornecedores	433,4	1.860,5	1.762,4	2.365,0	1.528,5	1.427,1
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	47,1	191,5	188,1	188,4	186,1	144,5
(-) Impostos a Recolher	18,0	46,4	36,6	40,1	32,9	28,5
(-) Partes Relacionadas	(17,7)	60,3	56,3	73,0	53,8	78,0
(-) Receita Diferida	2,2	42,8	40,3	40,3	40,3	40,6
(-) Outras Contas a Pagar	69,9	163,2	128,8	115,3	118,0	93,3
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>552,9</b>	<b>2.364,8</b>	<b>2.212,4</b>	<b>2.822,1</b>	<b>1.959,5</b>	<b>1.811,9</b>
<b>(=) Capital de Giro</b>	<b>(443,7)</b>	<b>(110,5)</b>	<b>138,9</b>	<b>(320,4)</b>	<b>249,2</b>	<b>333,2</b>
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	65,8	240,6	342,4	276,2	187,0	174,9
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	6,3	11,4	15,7	18,6	12,6	5,1
<b>(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>72,1</b>	<b>252,0</b>	<b>358,0</b>	<b>294,9</b>	<b>199,6</b>	<b>179,9</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>(515,8)</b>	<b>(362,5)</b>	<b>(219,2)</b>	<b>(615,2)</b>	<b>49,7</b>	<b>153,3</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>-4,3%</b>	<b>-2,9%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>-5,4%</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,4%</b>
(=) Capital de Giro	(443,7)	(110,5)	138,9	(320,4)	249,2	333,2
(+) Saldo de Recebíveis Descontados	291,4	1.713,9	1.612,3	1.587,5	1.435,3	1.422,5
<b>(=) Capital de Giro Ampliado</b>	<b>(152,3)</b>	<b>1.603,4</b>	<b>1.751,2</b>	<b>1.267,2</b>	<b>1.684,6</b>	<b>1.755,7</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>-3,8%</b>	<b>12,7%</b>	<b>14,6%</b>	<b>11,1%</b>	<b>15,4%</b>	<b>16,4%</b>

Em jun/17, a necessidade de capital de giro ajustado ficou negativa em R\$362,5 milhões, mostrando uma importante evolução em relação ao ano anterior, com destaque para a melhoria do giro dos estoques (melhorou de 80 dias no 2T16 para 69 dias no 2T17) e do prazo médio de compras (melhorou de 86 dias no 2T16 para 91 dias no 2T17). Além disso, vale destacar a redução na conta de impostos a recuperar em R\$114,2 milhões de jun/16 para jun/17. Dessa forma, a Companhia melhorou sua necessidade de capital de giro ajustado em R\$515,8 milhões nos últimos 12 meses.

## Investimentos

R\$ milhões	2T17	%	2T16	%	1S17	%	1S16	%
Lojas Novas	4,1	10%	0,7	3%	14,7	19%	0,7	1%
Reformas	13,6	33%	6,3	23%	19,3	25%	13,0	26%
Tecnologia	20,6	49%	14,3	53%	39,2	50%	25,9	52%
Logística	2,1	5%	5,3	20%	3,1	4%	9,5	19%
Outros	1,3	3%	0,4	1%	1,7	2%	0,8	2%
<b>Total</b>	<b>41,7</b>	<b>100%</b>	<b>27,0</b>	<b>100%</b>	<b>77,9</b>	<b>100%</b>	<b>49,9</b>	<b>100%</b>

No 2T17, a Companhia aumentou os investimentos em 54,3% alcançando R\$41,7 milhões, incluindo a abertura de lojas, reformas, investimentos em tecnologia e logística, sendo 49% dos investimentos destinados para projetos de tecnologia em função da estratégia de transformação digital. No 1S17, os investimentos totalizaram R\$77,9 milhões, crescendo 56,2% em relação ao 1S16.

## Endividamento Líquido

R\$ milhões	Dif 12UM	jun-17	mar-17	dez-16	set-16	jun-16
(+) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(183,6)	718,7	688,3	838,0	980,9	902,3
(+) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	(131,4)	663,0	889,9	1.010,8	773,3	794,4
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>(315,0)</b>	<b>1.381,6</b>	<b>1.578,2</b>	<b>1.848,8</b>	<b>1.754,2</b>	<b>1.696,7</b>
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	67,6	265,1	255,1	599,1	234,6	197,5
(-) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	132,1	597,0	521,4	819,0	567,0	464,8
(-) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	(0,1)	-	-	0,2	2,8	0,1
<b>(-) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>199,5</b>	<b>862,0</b>	<b>776,5</b>	<b>1.418,3</b>	<b>804,3</b>	<b>662,5</b>
<b>(=) Endividamento Líquido</b>	<b>(514,6)</b>	<b>519,6</b>	<b>801,7</b>	<b>430,5</b>	<b>949,9</b>	<b>1.034,2</b>
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	65,8	240,6	342,4	276,2	187,0	174,9
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	6,3	11,4	15,7	18,6	12,6	5,1
<b>(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>72,1</b>	<b>252,0</b>	<b>358,0</b>	<b>294,9</b>	<b>199,6</b>	<b>179,9</b>
<b>(=) Endividamento Líquido Ajustado</b>	<b>(586,7)</b>	<b>267,6</b>	<b>443,7</b>	<b>135,6</b>	<b>750,3</b>	<b>854,3</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	-1%	52%	44%	45%	56%	53%
Endividamento de Longo Prazo / Total	1%	48%	56%	55%	44%	47%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	320,4	879,7	811,0	741,7	626,7	559,3
<b>Dívida Líquida Ajustada / EBITDA Ajustado</b>	<b>-1,2 x</b>	<b>0,3 x</b>	<b>0,5 x</b>	<b>0,2 x</b>	<b>1,2 x</b>	<b>1,5 x</b>

A dívida líquida ajustada (líquida de recebíveis de cartão de crédito não descontados) diminuiu de R\$854,3 milhões em jun/16 para R\$267,6 milhões em jun/17, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,5x para 0,3x, respectivamente. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu sua dívida líquida ajustada em R\$586,7 milhões, mesmo considerando recompra de ações e pagamento de dividendos no montante de R\$49,3 milhões nesse período, como reflexo da melhoria nos resultados e da gestão do capital de giro.

**ANEXO I**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO**

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T17	AV	2T16	AV	Var(%)	1S17	AV	1S16	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	3.217,2	119,2%	2.561,5	119,3%	25,6%	6.568,2	119,3%	5.285,1	119,8%	24,3%
Impostos e Cancelamentos	(518,0)	-19,2%	(414,3)	-19,3%	25,0%	(1.062,1)	-19,3%	(874,4)	-19,8%	21,5%
<b>Receita Líquida</b>	2.699,2	100,0%	2.147,3	100,0%	25,7%	5.506,2	100,0%	4.410,7	100,0%	24,8%
Custo Total	(1.864,3)	-69,1%	(1.464,8)	-68,2%	27,3%	(3.838,8)	-69,7%	(3.044,7)	-69,0%	26,1%
<b>Lucro Bruto</b>	834,9	30,9%	682,5	31,8%	22,3%	1.667,4	30,3%	1.366,1	31,0%	22,1%
Despesas com Vendas	(489,2)	-18,1%	(417,8)	-19,5%	17,1%	(997,8)	-18,1%	(844,6)	-19,1%	18,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(126,2)	-4,7%	(118,4)	-5,5%	6,5%	(246,3)	-4,5%	(229,5)	-5,2%	7,3%
Perda em Liquidação Duvidosa	(10,2)	-0,4%	(5,5)	-0,3%	84,2%	(15,8)	-0,3%	(13,2)	-0,3%	19,1%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	9,0	0,3%	6,5	0,3%	37,8%	19,3	0,4%	(2,1)	0,0%	-
Equivalência Patrimonial	17,4	0,6%	15,9	0,7%	9,5%	40,8	0,7%	30,6	0,7%	33,3%
Total de Despesas Operacionais	(599,2)	-22,2%	(519,3)	-24,2%	15,4%	(1.199,7)	-21,8%	(1.058,7)	-24,0%	13,3%
<b>EBITDA</b>	235,8	8,7%	163,2	7,6%	44,5%	467,7	8,5%	307,3	7,0%	52,2%
Depreciação e Amortização	(34,9)	-1,3%	(31,0)	-1,4%	12,7%	(69,4)	-1,3%	(61,9)	-1,4%	12,1%
<b>EBIT</b>	200,9	7,4%	132,2	6,2%	51,9%	398,3	7,2%	245,4	5,6%	62,3%
Resultado Financeiro	(109,2)	-4,0%	(124,5)	-5,8%	-12,3%	(239,7)	-4,4%	(238,4)	-5,4%	0,5%
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	91,6	3,4%	7,7	0,4%	1087,8%	158,6	2,9%	7,0	0,2%	2166,0%
IR / CS	(19,3)	-0,7%	2,7	0,1%	-811,1%	(27,7)	-0,5%	8,7	0,2%	-419,7%
<b>Lucro Líquido</b>	72,4	2,7%	10,4	0,5%	594,5%	130,9	2,4%	15,7	0,4%	735,3%

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	235,8	8,7%	163,2	7,6%	-	467,7	8,5%	307,3	7,0%	-
Despesas não Recorrentes	1,4	0,1%	5,3	0,2%	-	1,9	0,0%	24,3	0,6%	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	237,1	8,8%	168,5	7,8%	-	469,6	8,5%	331,6	7,5%	-
<b>Lucro Líquido</b>	72,4	2,7%	10,4	0,5%	-	130,9	2,4%	15,7	0,4%	-
Despesas não Recorrentes	1,4	0,1%	5,3	0,2%	-	1,9	0,0%	24,3	0,6%	-
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(0,5)	0,0%	(1,8)	-0,1%	-	(0,7)	0,0%	(8,3)	-0,2%	-
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	73,3	2,7%	13,9	0,6%	-	132,2	2,4%	31,7	0,7%	-

**ANEXO II**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO**

<b>ATIVO</b>	<b>jun/17</b>	<b>mar/17</b>	<b>dez/16</b>	<b>set/16</b>	<b>jun/16</b>
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	265,1	255,1	599,1	234,6	197,5
Títulos e Valores Mobiliários	597,0	521,4	819,0	567,0	464,8
Contas a Receber	503,8	578,8	581,0	423,1	404,3
Estoques	1.430,3	1.454,1	1.596,7	1.346,3	1.306,7
Partes Relacionadas	47,1	56,8	64,0	50,3	41,2
Tributos a Recuperar	182,7	195,5	212,2	293,1	296,9
Outros Ativos	90,2	66,1	47,8	96,1	96,0
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>3.116,3</b>	<b>3.127,8</b>	<b>3.919,8</b>	<b>3.010,3</b>	<b>2.807,4</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Títulos e Valores Mobiliários	-	-	0,2	2,8	0,1
Contas a Receber	4,3	3,1	3,6	2,3	2,0
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	236,5	238,0	242,0	243,8	239,7
Tributos a Recuperar	181,7	191,8	223,6	167,8	167,0
Depósitos Judiciais	297,0	292,7	292,2	281,8	273,0
Outros Ativos	40,8	40,2	52,3	50,6	50,1
Investimentos em Controladas	311,8	304,9	293,8	287,1	281,6
Imobilizado	557,4	558,0	560,1	559,0	562,4
Intangível	525,9	516,9	513,0	508,2	508,4
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>2.155,5</b>	<b>2.145,5</b>	<b>2.180,8</b>	<b>2.103,5</b>	<b>2.084,4</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>5.271,8</b>	<b>5.273,3</b>	<b>6.100,6</b>	<b>5.113,8</b>	<b>4.891,8</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	1.860,5	1.762,4	2.365,0	1.528,5	1.427,1
Empréstimos e Financiamentos	718,7	688,3	838,0	980,9	902,3
Salários, Férias e Encargos Sociais	191,5	188,1	188,4	186,1	144,5
Tributos a Recolher	46,4	36,6	40,1	32,9	28,5
Partes Relacionadas	60,3	56,3	73,0	53,8	78,0
Receita Diferida	42,8	40,3	40,3	40,3	40,6
Dividendos a Pagar	-	12,3	12,3	-	-
Outras Contas a Pagar	163,2	128,8	115,3	118,0	93,3
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>3.083,5</b>	<b>2.913,1</b>	<b>3.672,4</b>	<b>2.940,4</b>	<b>2.714,2</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	663,0	889,9	1.010,8	773,3	794,4
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	286,6	286,5	284,1	268,7	263,4
Receita Diferida	489,0	499,1	509,2	519,2	529,3
Outras Contas a Pagar	2,7	2,5	2,6	2,3	2,3
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.441,3</b>	<b>1.677,9</b>	<b>1.806,6</b>	<b>1.563,6</b>	<b>1.589,5</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>4.524,8</b>	<b>4.591,0</b>	<b>5.479,0</b>	<b>4.504,0</b>	<b>4.303,6</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	606,5	606,5	606,5	606,5	606,5
Reserva de Capital	22,2	20,1	19,0	17,9	16,8
Ações em Tesouraria	(28,7)	(28,7)	(28,7)	(5,9)	(1,1)
Reserva Legal	20,5	20,5	20,5	16,1	16,1
Reserva de Retenção de Lucros	-	3,1	3,1	-	-
Ajuste de Avaliação Patrimonial	1,8	2,3	1,2	1,4	0,9
Lucros Acumulados	124,7	58,6	-	(26,3)	(51,1)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>747,0</b>	<b>682,4</b>	<b>621,6</b>	<b>609,8</b>	<b>588,2</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>5.271,8</b>	<b>5.273,3</b>	<b>6.100,6</b>	<b>5.113,8</b>	<b>4.891,8</b>

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

<b>DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA AJUSTADO (em R\$ milhões)</b>	<b>2T17</b>	<b>2T16</b>	<b>1S17</b>	<b>1S16</b>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>72,4</b>	<b>10,4</b>	<b>130,9</b>	<b>15,7</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	18,5	(3,3)	26,3	(9,8)
Depreciação e Amortização	34,9	31,0	69,4	61,9
Juros sobre Empréstimos Provisionados	47,6	62,0	109,9	123,1
Equivalência Patrimonial	(17,4)	(15,9)	(40,8)	(30,6)
Dividendos Recebidos	10,0	17,0	26,3	53,6
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	31,8	21,4	60,2	53,2
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	10,4	12,6	20,5	27,5
Resultado na Venda de Ativos	0,3	0,2	(2,3)	0,3
Apropriação da Receita Diferida	(11,3)	(10,3)	(21,4)	(20,2)
Despesas com Plano de Ações e Opções	2,1	1,1	3,2	2,2
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>199,3</b>	<b>126,2</b>	<b>382,0</b>	<b>276,9</b>
Contas a Receber	61,2	(24,0)	54,9	10,2
Estoques	4,5	(39,6)	127,8	14,5
Tributos a Recuperar	22,9	21,1	71,3	47,7
Outros Ativos	(19,3)	(32,8)	(22,2)	(52,2)
<b>Variação nos Ativos Operacionais</b>	<b>69,3</b>	<b>(75,3)</b>	<b>231,8</b>	<b>20,2</b>
Fornecedores	98,1	33,0	(504,4)	(467,0)
Outras Contas a Pagar	27,4	14,7	8,7	(10,6)
<b>Variação nos Passivos Operacionais</b>	<b>125,6</b>	<b>47,7</b>	<b>(495,7)</b>	<b>(477,7)</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>394,1</b>	<b>98,7</b>	<b>118,1</b>	<b>(180,6)</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(41,7)	(27,0)	(77,9)	(49,9)
Recebimento de Venda de Imobilizado	0,0	0,0	3,2	0,0
Pagamento de renegociação de contrato de exclusividade	0,0	0,0	0,0	(11,2)
Investimento em Controlada	(1,0)	0,0	(1,0)	0,0
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(42,7)</b>	<b>(27,0)</b>	<b>(75,7)</b>	<b>(61,0)</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	200,0	104,4	202,6	193,0
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(373,9)	(117,1)	(624,6)	(228,0)
Variação de Outros Ativos Financeiros (Hedge)	1,2	(43,9)	(12,7)	(89,7)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(71,4)	(72,7)	(142,3)	(125,1)
Pagamento de Dividendos	(21,6)	0,0	(21,6)	0,0
Ações em Tesouraria, Adquiridas	0,0	(1,1)	0,0	(8,0)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>(265,8)</b>	<b>(130,5)</b>	<b>(598,6)</b>	<b>(257,7)</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários e Outros Ativos Financeiros	776,5	721,3	1.418,3	1.161,8
Saldo Final de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários e Outros Ativos Financeiros	862,0	662,5	862,0	662,5
<b>Variação no Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>85,6</b>	<b>(58,8)</b>	<b>(556,3)</b>	<b>(499,3)</b>

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 – 2T17**

2T17 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	3.203,2	17,0	(2,9)	3.217,2	195,0	47,5	(68,5)	3.391,2
Impostos e Cancelamentos	(516,8)	(1,2)	-	(518,0)	-	-	-	(518,0)
<b>Receita Líquida</b>	2.686,4	15,8	(2,9)	2.699,2	195,0	47,5	(68,5)	2.873,2
Custo Total	(1.859,2)	(7,9)	2,9	(1.864,3)	(23,6)	(5,8)	-	(1.893,7)
<b>Lucro Bruto</b>	827,1	7,8	(0,0)	834,9	171,4	41,7	(68,5)	979,5
Despesas com Vendas	(489,3)	-	0,0	(489,2)	(83,0)	(32,3)	47,3	(557,3)
Despesas Gerais e Administrativas	(119,4)	(6,8)	-	(126,2)	(1,0)	(4,9)	-	(132,1)
Perda em Liquidação Duvidosa	(10,2)	-	-	(10,2)	(56,9)	-	-	(67,1)
Equivalência Patrimonial	18,6	-	(1,2)	17,4	-	-	(17,4)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,8	0,2	-	9,0	(4,3)	(0,9)	(0,5)	3,3
Total de Despesas Operacionais	(591,4)	(6,6)	(1,2)	(599,2)	(145,2)	(38,1)	29,3	(753,2)
<b>EBITDA</b>	235,8	1,2	(1,2)	235,8	26,2	3,6	(39,2)	226,3
Depreciação e Amortização	(34,8)	(0,1)	-	(34,9)	(1,5)	(1,2)	0,5	(37,1)
<b>EBIT</b>	200,9	1,1	(1,2)	200,9	24,7	2,5	(38,7)	189,3
Resultado Financeiro	(109,9)	0,7	-	(109,2)	-	4,4	21,3	(83,6)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	91,0	1,8	(1,2)	91,6	24,7	6,8	(17,4)	105,6
IR / CS	(18,6)	(0,6)	-	(19,3)	(11,1)	(3,0)	-	(33,3)
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	72,4	1,2	(1,2)	72,4	13,6	3,9	(17,4)	72,4
Margem Bruta	30,8%	49,7%	1,3%	30,9%	87,9%	87,8%	100,0%	34,1%
Margem EBITDA	8,8%	7,7%	40,7%	8,7%	13,4%	7,6%	57,2%	7,9%
Margem Líquida	2,7%	7,6%	40,7%	2,7%	7,0%	8,1%	25,5%	2,5%

**ANEXO V**  
**RESULTADOS POR SEGMENTO – 1S17**

1S17 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	6.541,0	33,1	(5,9)	6.568,2	392,1	92,2	(135,4)	6.917,2
Impostos e Cancelamentos	(1.059,7)	(2,4)	-	(1.062,1)	-	-	-	(1.062,1)
<b>Receita Líquida</b>	5.481,3	30,8	(5,9)	5.506,2	392,1	92,2	(135,4)	5.855,1
Custo Total	(3.828,9)	(15,7)	5,9	(3.838,8)	(50,3)	(12,1)	-	(3.901,2)
<b>Lucro Bruto</b>	1.652,4	15,0	(0,1)	1.667,4	341,7	80,2	(135,4)	1.953,9
Despesas com Vendas	(997,9)	-	0,1	(997,8)	(161,5)	(62,5)	93,2	(1.128,6)
Despesas Gerais e Administrativas	(233,7)	(12,6)	-	(246,3)	(1,3)	(10,0)	-	(257,6)
Perda em Liquidação Duvidosa	(15,8)	-	-	(15,8)	(108,8)	-	-	(124,6)
Equivalência Patrimonial	43,7	-	(2,9)	40,8	-	-	(40,8)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	18,8	0,5	-	19,3	(6,7)	(1,4)	(2,8)	8,5
Total de Despesas Operacionais	(1.184,9)	(12,0)	(2,9)	(1.199,7)	(278,2)	(73,9)	49,6	(1.502,3)
<b>EBITDA</b>	467,6	3,0	(2,9)	467,7	63,5	6,3	(85,8)	451,6
Depreciação e Amortização	(69,2)	(0,2)	-	(69,4)	(3,0)	(2,3)	2,8	(71,9)
<b>EBIT</b>	398,4	2,8	(2,9)	398,3	60,5	3,9	(83,0)	379,7
Resultado Financeiro	(241,2)	1,5	-	(239,7)	-	9,4	42,2	(188,1)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	157,2	4,4	(2,9)	158,6	60,5	13,4	(40,8)	191,7
IR / CS	(26,3)	(1,5)	-	(27,7)	(27,2)	(5,8)	-	(60,8)
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	130,9	2,9	(2,9)	130,9	33,3	7,6	(40,8)	130,9
Margem Bruta	30,1%	48,8%	0,9%	30,3%	87,2%	86,9%	100,0%	33,4%
Margem EBITDA	8,5%	9,8%	49,1%	8,5%	16,2%	6,8%	63,4%	7,7%
Margem Líquida	2,4%	9,4%	49,1%	2,4%	8,5%	8,2%	30,2%	2,2%

**ANEXO VI**  
**RESULTADOS POR SEGMENTO – 2T16**

2T16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	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)
<b>Receita Líquida</b>	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)
<b>Lucro Bruto</b>	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)
<b>EBITDA</b>	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)
<b>EBIT</b>	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)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	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)
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	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%

**ANEXO VII**  
**RESULTADOS POR SEGMENTO – 1S16**

1S16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
<b>Receita Bruta</b>	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)
<b>Receita Líquida</b>	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)
<b>Lucro Bruto</b>	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)
<b>EBITDA</b>	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)
<b>EBIT</b>	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)
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional</b>	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)
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	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%

**ANEXO VIII**  
**RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO (ROIC) E INVESTIMENTO (ROE)**

<b>CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)</b>	<b>jun-17</b>	<b>mar-17</b>	<b>dez-16</b>	<b>set-16</b>	<b>jun-16</b>
<b>(=) Capital de Giro</b>	(110,5)	138,9	(320,4)	249,2	333,2
(+) Contas a receber	4,3	3,1	3,6	2,3	2,0
(+) IR e CS diferidos	181,7	191,8	223,6	167,8	167,0
(+) Impostos a recuperar	236,5	238,0	242,0	243,8	239,7
(+) Depósitos judiciais	297,0	292,7	292,2	281,8	273,0
(+) Outros ativos	40,8	40,2	52,3	50,6	50,1
(+) Invest. contr. em conjunto	311,8	304,9	293,8	287,1	281,6
(+) Imobilizado	557,4	558,0	560,1	559,0	562,4
(+) Intangível	525,9	516,9	513,0	508,2	508,4
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	<b>2.155,5</b>	<b>2.145,5</b>	<b>2.180,6</b>	<b>2.100,7</b>	<b>2.084,2</b>
(-) Provisão para contingências	286,6	286,5	284,1	268,7	263,4
(-) Receita diferida	489,0	499,1	509,2	519,2	529,3
(-) Outras contas a pagar	2,7	2,5	2,6	2,3	2,3
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	<b>778,3</b>	<b>788,0</b>	<b>795,8</b>	<b>790,3</b>	<b>795,0</b>
<b>(=) Capital Fixo</b>	<b>1.377,2</b>	<b>1.357,5</b>	<b>1.384,8</b>	<b>1.310,4</b>	<b>1.289,2</b>
<b>(=) Capital Investido Total</b>	<b>1.266,6</b>	<b>1.496,4</b>	<b>1.064,4</b>	<b>1.559,6</b>	<b>1.622,4</b>
(+) Dívida Líquida	519,6	801,7	430,5	949,9	1.034,2
(+) Dividendos a Pagar	-	12,3	12,3	-	-
(+) Patrimônio Líquido	747,0	682,4	621,6	609,8	588,2
<b>(=) Financiamento Total</b>	<b>1.266,6</b>	<b>1.496,4</b>	<b>1.064,4</b>	<b>1.559,6</b>	<b>1.622,4</b>
<b>RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)</b>	<b>2T17</b>	<b>1T17</b>	<b>4T16</b>	<b>3T16</b>	<b>2T16</b>
Receitas Financeiras	27,6	23,5	29,0	34,2	24,8
Despesas Financeiras	(136,8)	(153,9)	(167,2)	(161,5)	(149,3)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	<b>(109,2)</b>	<b>(130,4)</b>	<b>(138,2)</b>	<b>(127,2)</b>	<b>(124,5)</b>
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	76,1	74,9	87,3	81,2	75,7
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	<b>(33,1)</b>	<b>(55,5)</b>	<b>(50,9)</b>	<b>(46,1)</b>	<b>(48,8)</b>
IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	11,3	18,9	17,3	15,7	16,6
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	<b>(21,9)</b>	<b>(36,6)</b>	<b>(33,6)</b>	<b>(30,4)</b>	<b>(32,2)</b>
<b>RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE</b>	<b>2T17</b>	<b>1T17</b>	<b>4T16</b>	<b>3T16</b>	<b>2T16</b>
EBITDA	235,8	231,9	226,9	180,4	163,2
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(76,1)	(74,9)	(87,3)	(81,2)	(75,7)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>159,7</b>	<b>157,0</b>	<b>139,6</b>	<b>99,2</b>	<b>87,5</b>
Depreciação	(34,9)	(34,4)	(40,0)	(31,7)	(31,0)
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>124,7</b>	<b>122,5</b>	<b>99,6</b>	<b>67,5</b>	<b>56,5</b>
IR/CS correntes e diferidos	(19,3)	(8,5)	(2,6)	3,4	2,7
IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(11,3)	(18,9)	(17,3)	(15,7)	(16,6)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	<b>94,2</b>	<b>95,2</b>	<b>79,7</b>	<b>55,2</b>	<b>42,6</b>
<b>Capital Investido</b>	<b>1.266,6</b>	<b>1.496,4</b>	<b>1.064,4</b>	<b>1.559,6</b>	<b>1.622,4</b>
<b>ROIC Anualizado</b>	<b>30%</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>14%</b>	<b>11%</b>
Lucro Líquido	72,4	58,6	46,1	24,8	10,4
Patrimônio Líquido	747,0	682,4	621,6	609,8	588,2
<b>ROE Anualizado</b>	<b>39%</b>	<b>34%</b>	<b>30%</b>	<b>16%</b>	<b>7%</b>

**ANEXO IX**  
**ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL**

Receita Bruta por Canal	2T17	A.V.(%)	2T16	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	156,9	4,9%	122,5	4,8%	28,1%
Lojas convencionais	2.148,3	67,3%	1.847,6	72,7%	16,3%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>2.305,2</b>	<b>72,2%</b>	<b>1.970,1</b>	<b>77,5%</b>	<b>17,0%</b>
E-commerce	889,3	27,8%	572,1	22,5%	55,4%
<b>Total</b>	<b>3.194,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.542,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>25,7%</b>

Receita Bruta por Canal	1S17	A.V.(%)	1S16	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	310,2	4,8%	246,2	4,7%	26,0%
Lojas convencionais	4.374,9	67,1%	3.821,8	72,9%	14,5%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>4.685,1</b>	<b>71,9%</b>	<b>4.068,0</b>	<b>77,6%</b>	<b>15,2%</b>
E-commerce	1.833,8	28,1%	1.176,8	22,4%	55,8%
<b>Total</b>	<b>6.518,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.244,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>24,3%</b>

Número de Lojas por Canal - Final do Período	jun-17	Part(%)	jun-16	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	123	15,1%	114	14,5%	9
Lojas convencionais	690	84,8%	672	85,4%	18
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>813</b>	<b>99,9%</b>	<b>786</b>	<b>99,9%</b>	<b>27</b>
E-commerce	1	0,1%	1	0,1%	-
<b>Total</b>	<b>814</b>	<b>100,0%</b>	<b>787</b>	<b>100,0%</b>	<b>27</b>

<b>Área total de vendas (m²)</b>	509.909	100%	498.871	100%	2,2%
----------------------------------	---------	------	---------	------	------

As diferenças apresentadas na receita bruta do segmento de varejo e na abertura das vendas por canal referem-se aos rendimentos do fundo exclusivo no montante de R\$8,6 milhões no 2T17 e R\$7,6 milhões no 2T16.

## ANEXO X 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 *fundings* da Luizacred, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Em jun/17, a Luizacred tinha uma base total de 3,3 milhões de cartões emitidos. Durante o 2T17, a Luizacred manteve suas práticas conservadoras na taxa de aprovação das propostas de financiamentos. Vale destacar que, como os clientes do Cartão Luiza são mais fiéis, o faturamento do Cartão Luiza dentro das lojas cresceu 47,8% no 2T17. O faturamento do CDC continuou encolhendo em função do conservadorismo, passando de R\$82 milhões no 2T16 para R\$62 milhões no 2T17.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$4,8 bilhões ao final do 2T17, um aumento de 15,4% em relação ao 2T16. A carteira do Cartão Luiza cresceu 21,2% para R\$4,5 bilhões, enquanto a carteira de CDC diminuiu 37,1% para R\$243 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de focar o Cartão Luiza.

R\$ milhões	2T17	2T16	Var(%)	1S17	1S16	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.255	3.464	-6,0%	3.255	3.464	-6,0%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	756	512	47,8%	1.427	975	46,3%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	2.725	2.214	23,1%	5.152	4.264	20,8%
Faturamento CDC	62	82	-24,1%	146	174	-16,3%
Faturamento Empréstimo Pessoal	15	19	-22,2%	32	40	-19,7%
<b>Faturamento Total Luizacred</b>	<b>3.559</b>	<b>2.827</b>	<b>25,9%</b>	<b>6.758</b>	<b>5.455</b>	<b>23,9%</b>
Carteira Cartão	4.511	3.721	21,2%	4.511	3.721	21,2%
Carteira CDC	243	387	-37,1%	243	387	-37,1%
Carteira Empréstimo Pessoal	35	43	-18,4%	35	43	-18,4%
<b>Carteira Total</b>	<b>4.789</b>	<b>4.151</b>	<b>15,4%</b>	<b>4.789</b>	<b>4.151</b>	<b>15,4%</b>

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	2T17	AV	2T16	AV	Var(%)	1S17	AV	1S16	AV	Var(%)
<b>Receitas da Intermediação Financeira</b>	275,8	100,0%	297,5	100,0%	-7,3%	560,0	100,0%	602,3	100,0%	-7,0%
Cartão	226,8	82,2%	232,8	78,3%	-2,6%	460,0	82,1%	461,6	76,6%	-0,4%
CDC	38,3	13,9%	52,3	17,6%	-26,7%	78,7	14,1%	116,6	19,4%	-32,5%
EP	10,7	3,9%	12,4	4,2%	-14,2%	21,3	3,8%	24,1	4,0%	-11,7%
<b>Despesas da Intermediação Financeira</b>	(161,2)	-58,4%	(193,4)	-65,0%	-16,7%	(318,3)	-56,8%	(387,9)	-64,4%	-17,9%
Operações de Captação no Mercado	(47,3)	-17,1%	(59,5)	-20,0%	-20,5%	(100,7)	-18,0%	(120,2)	-20,0%	-16,3%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(113,9)	-41,3%	(134,0)	-45,0%	-15,0%	(217,7)	-38,9%	(267,7)	-44,4%	-18,7%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	114,6	41,6%	104,1	35,0%	10,1%	241,7	43,2%	214,4	35,6%	12,7%
<b>Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(65,3)	-23,7%	(57,8)	-19,4%	13,0%	(120,7)	-21,5%	(119,4)	-19,8%	1,0%
Receitas de Prestação de Serviços	114,3	41,4%	95,5	32,1%	19,6%	224,1	40,0%	176,7	29,3%	26,8%
Despesas de Pessoal	(2,1)	-0,8%	(1,0)	-0,3%	118,4%	(2,5)	-0,4%	(2,0)	-0,3%	27,0%
Outras Despesas Administrativas	(145,1)	-52,6%	(128,6)	-43,2%	12,9%	(281,7)	-50,3%	(255,1)	-42,3%	10,4%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,1%	(3,0)	-1,0%	-1,6%	(6,0)	-1,1%	(6,1)	-1,0%	-1,6%
Despesas Tributárias	(20,8)	-7,5%	(20,3)	-6,8%	2,4%	(41,3)	-7,4%	(39,2)	-6,5%	5,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(8,6)	-3,1%	(0,5)	-0,2%	1705%	(13,4)	-2,4%	6,2	1,0%	-317,0%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	49,3	17,9%	46,3	15,6%	6,4%	121,0	21,6%	94,9	15,8%	27,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(22,2)	-8,0%	(21,1)	-7,1%	4,8%	(54,5)	-9,7%	(43,6)	-7,2%	24,9%
<b>Lucro Líquido</b>	27,2	9,8%	25,2	8,5%	7,8%	66,5	11,9%	51,3	8,5%	29,6%

### Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira caíram 7,3% no 2T17 e 7,0% no 1S17, influenciadas principalmente pela redução de 26,7% e 32,5% nas receitas do CDC, respectivamente.

### Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa

Os indicadores de inadimplência continuam melhorando. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou 3,6% da carteira total em jun/17, diminuindo 0,3 p.p. em relação jun/16, devido a uma política de crédito mais conservadora.

Mesmo diante de um cenário macroeconômico ainda desafiador, a carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) atingiu 8,4% da carteira total em jun/17, uma redução de 3,3 p.p. em relação a jun/16 (11,7%), e melhor 0,4 p.p. *versus* mar/17 (8,8%). Na mesma linha, a despesa de PDD líquida de recuperação representou 2,4% da carteira total no 2T17, uma melhora em relação ao patamar de 3,2% no 2T16. Vale destacar que o índice de cobertura da carteira aumentou para 132% em jun/17 (123% em jun/16).

Magazine Luiza S.A  
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2017

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	jun/17		mar/17		dez/16		set/16		jun/16	
Carteira Total (R\$ milhões)	4.789	100,0%	4.543	100,0%	4.527	100,0%	4.193	100,0%	4.151	100,0%
000 a 014 dias	4.213	88,0%	3.975	87,5%	3.950	87,3%	3.607	86,0%	3.502	84,4%
015 a 030 dias	56	1,2%	55	1,2%	41	0,9%	43	1,0%	44	1,1%
031 a 060 dias	54	1,1%	51	1,1%	50	1,1%	45	1,1%	51	1,2%
061 a 090 dias	64	1,3%	62	1,4%	56	1,2%	54	1,3%	66	1,6%
091 a 120 dias	56	1,2%	49	1,1%	54	1,2%	55	1,3%	60	1,4%
121 a 150 dias	57	1,2%	55	1,2%	48	1,1%	52	1,3%	60	1,4%
151 a 180 dias	55	1,1%	48	1,1%	47	1,0%	56	1,3%	57	1,4%
180 a 360 dias	234	4,9%	249	5,5%	280	6,2%	281	6,7%	310	7,5%
Atraso de 15 a 90 Dias	174	3,6%	168	3,7%	147	3,2%	143	3,4%	162	3,9%
Atraso Maior 90 Dias	402	8,4%	400	8,8%	429	9,5%	444	10,6%	487	11,7%
Atraso Total	576	12,0%	568	12,5%	576	12,7%	586	14,0%	649	15,6%
PDD em IFRS	532	11,1%	528	11,6%	549	12,1%	562	13,4%	598	14,4%
Índice de Cobertura	132%		132%		128%		127%		123%	

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 2T17 foi de 41,6%, representando uma melhoria de 6,6 p.p. em relação ao 2T16, reflexo de um menor nível de provisão em função da redução nos indicadores de atraso. No 1S17, a margem bruta da intermediação financeira foi de 43,2%, um aumento de 7,6 p.p. em relação ao 1S16.

### Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$65,3 milhões no 2T17, um aumento nominal de 13,0%, em função do aumento da carteira de crédito e das despesas com vendas, além de consultorias e treinamentos. No 1S17, as outras despesas operacionais totalizaram R\$120,7 milhões, praticamente estáveis em relação ao 1S16. Vale destacar o crescimento de 26,8% da receita de prestação de serviços em relação ao 1S16.

### Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 2T17, o resultado operacional totalizou R\$49,3 milhões, representando 17,9% da receita da intermediação financeira (+2,3 p.p. versus o 2T16). No 1S17, o resultado operacional foi de R\$121,0 milhões, equivalente a 21,6% da receita da intermediação financeira, melhorando 5,8 p.p. em relação ao 1S16.

No 2T17, o lucro líquido da Luizacred cresceu 7,8%, passando para R\$27,2 milhões, com ROE de 19%. No 1S17, o lucro líquido aumentou 29,6% atingindo R\$66,5 milhões, equivalente a 11,9% da receita da intermediação financeira (+3,4 p.p. em relação ao 1S16).

Vale destacar a evolução dos resultados da Luizacred mesmo considerando uma redução significativa nas taxas de juros de refinanciamento (rotativo), que passaram de até 15,9% a.m. para até 9,9% a.m. a partir de abr/17.

### 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\$32,3 milhões no 2T17 e R\$75,1 milhões no 1S17. De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$638,6 milhões em jun/17. 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\$587,7 milhões.

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

**1 de agosto de 2017 (terça-feira)**

**10h00 – Horário de Brasília**

**9h00 – Horário Estados Unidos (EST)**

**Para participantes no Brasil:**

Telefone para conexão: +55 (11) 3193-1001

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

[Webcast Português](#)

**Para participantes no Exterior:**

Telefone para conexão EUA: +1 (786) 924 6977

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

[Webcast Inglês](#)

**Replay (disponível por 7 dias):**

Telefone para conexão no Brasil: +55 (11) 3193-1012

Senha: 2340354#

**Relações com Investidores**

**Roberto Bellissimo Rodrigues**

Diretor Financeiro e de RI

**Rovilson Vieira**

Gerente de RI

**Kenny Damazio**

Analista de RI

**Luis Luz**

Estagiário de RI

Tel.: +55 11 3504-2727

[ri@magazineluiza.com.br](mailto: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.*