



Magazine Luiza

Teleconferência de Resultados 2T15

31 de julho de 2015

Destaques do 2T15

Vendas

- Ganho consistente de participação de mercado
- Redução na receita líquida de 10,1% para R\$2,1 bilhões no 2T15: i) forte base de comparação (SSS de +24,5% no 2T14); ii) efeito das vendas da categoria de imagem e iii) cenário macroeconômico mais desafiador

E-commerce

- Participação subiu para 17,6% das vendas totais comparado com 15,7% no 2T14

Despesas Operacionais

- Despesas de vendas, gerais e administrativas reduziram 0,9% no 2T15, devido ao menor volume de vendas

EBITDA

- Expansão da margem EBITDA de 0,3 p.p. para 6,0% atingindo R\$126,6 milhões no 2T15, em função de: ganho da margem bruta e melhoria da equivalência patrimonial

Equivalência Patrimonial

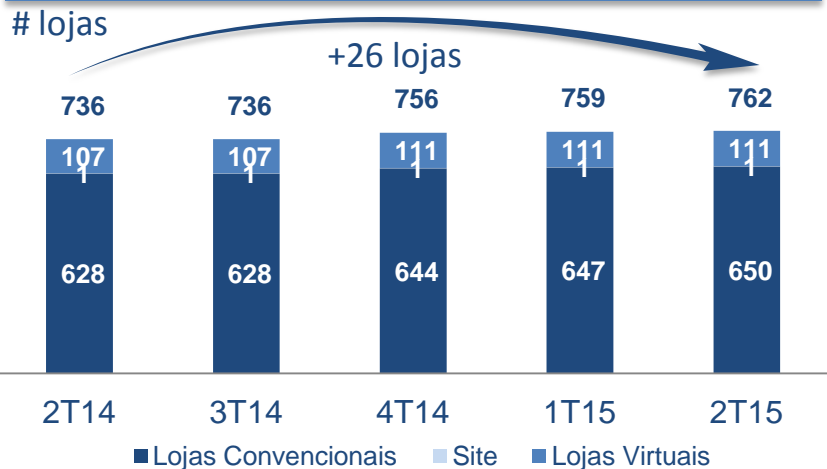
- Equivalência patrimonial da Luizacred e Luizaseg apresentaram novamente um excelente desempenho, alcançando R\$20,8 milhões no 2T15

Lucro Líquido

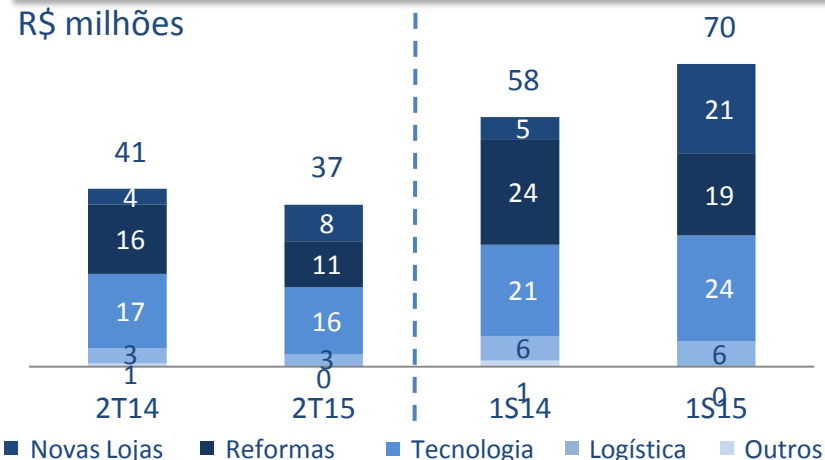
- Lucro Líquido totalizou R\$3,0 milhões no 2T15

Desempenho Operacional

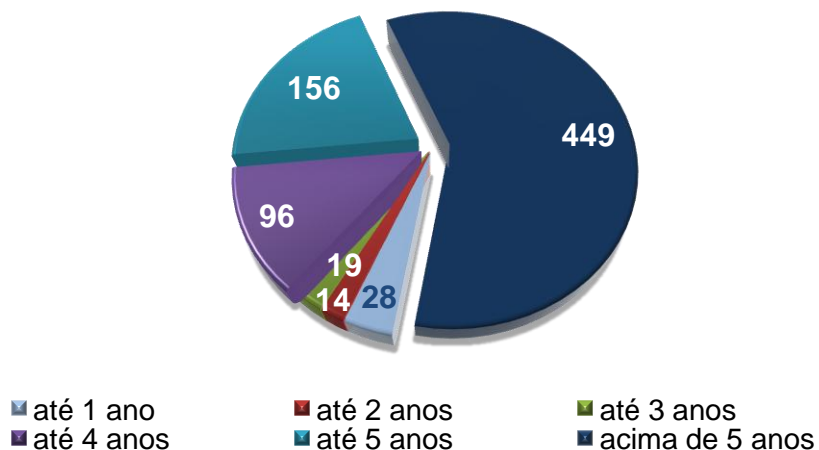
Evolução do Número de Lojas



Investimentos



Idade Média das Lojas



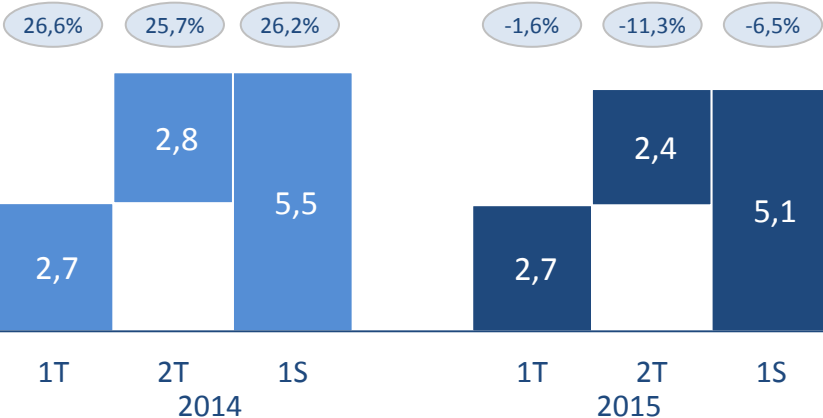
Considerações

- Abertura de 3 novas lojas no 2T15
- Aproximadamente 41% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação

Evolução da Receita Bruta

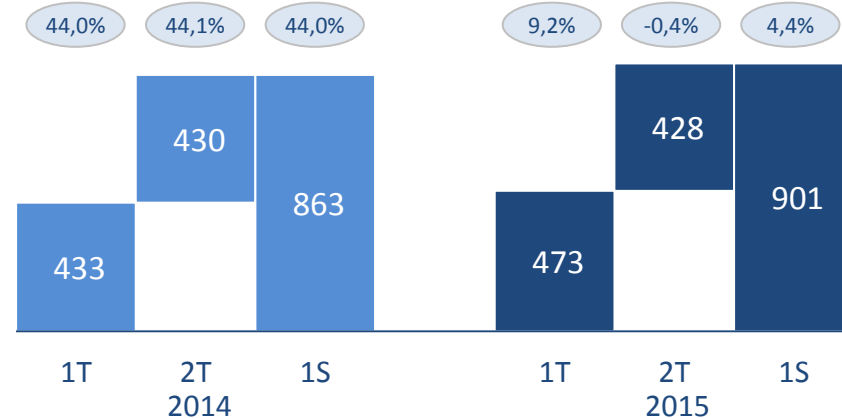
Receita Bruta - Consolidado

R\$ bilhões

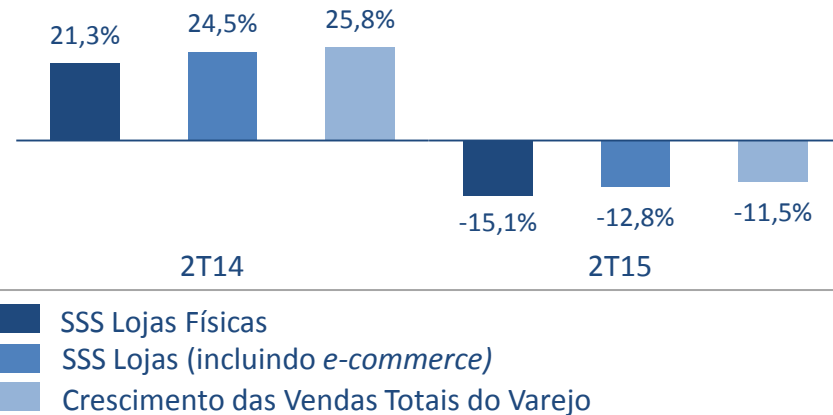


Receita Bruta - Internet

R\$ milhões



Crescimento das Vendas Mesmas Lojas

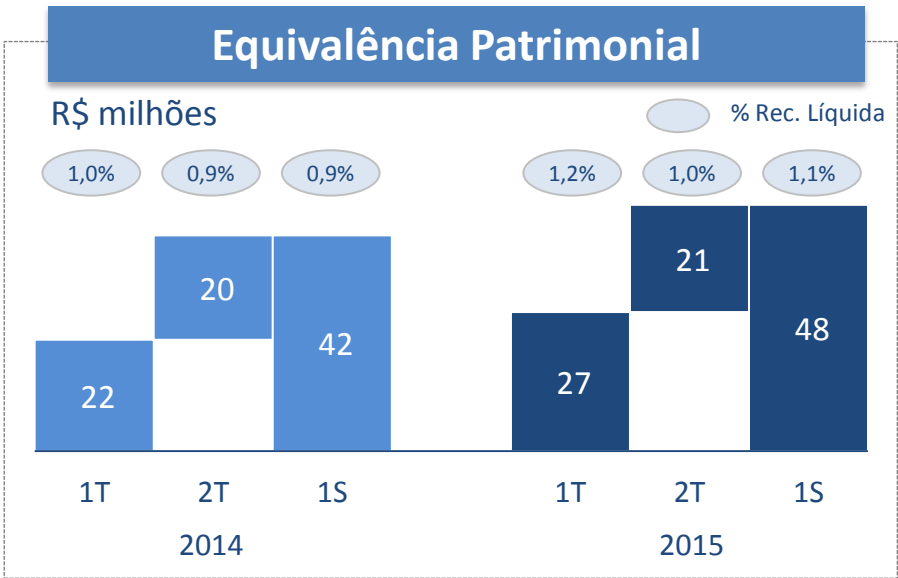
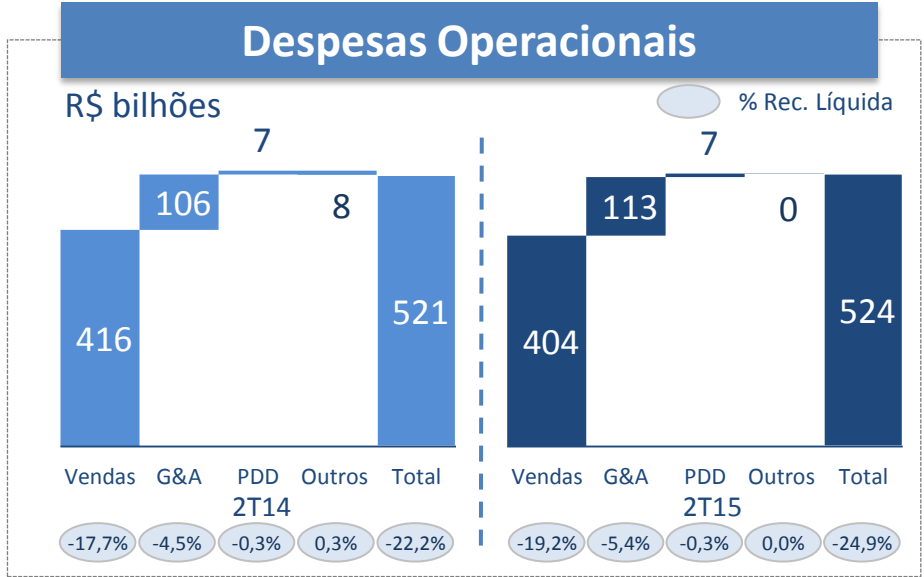
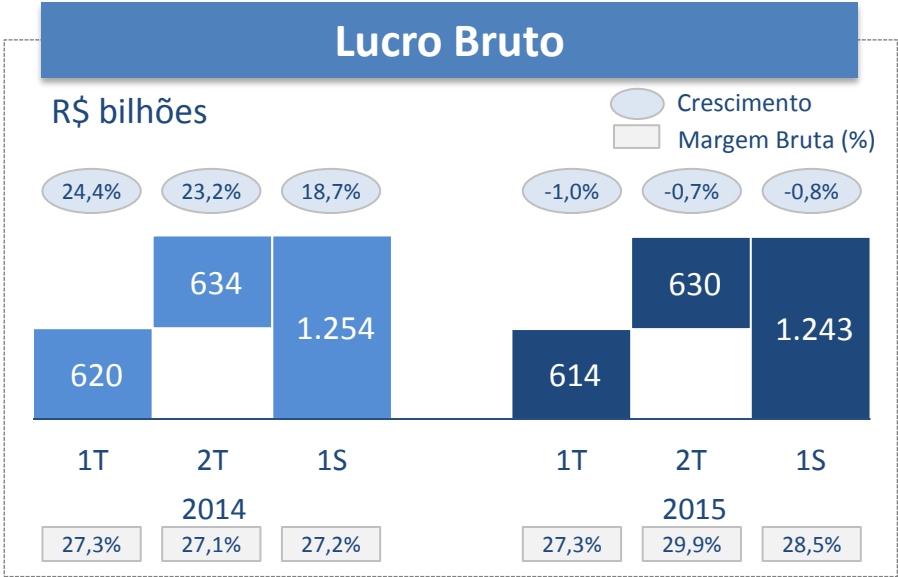


Considerações

- Ganho de participação de mercado
- Crescimento de vendas excluindo o efeito Copa do Mundo (+0,6%)
- Base de comparação elevada em relação ao 2T14 (SSS +24,5%)

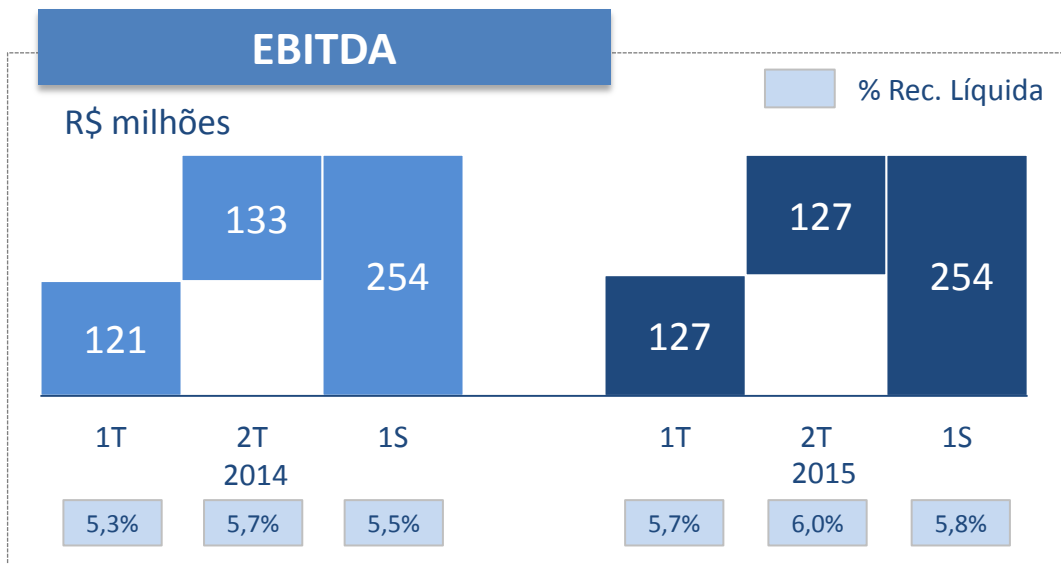
○ Crescimento vs o mesmo período do ano anterior

Lucro Bruto, Despesas Operacionais e Equivalência Patrimonial



- ### Considerações
- **Margem Bruta**
 - Elevação para 29,9% devido: i) melhor mix de vendas; ii) início de cobrança de frete e montagem no SE; iii) aumento da participação de serviços e iv) melhor negociação com fornecedores
 - **Despesas de vendas, gerais e administrativas**
 - Redução de 0,9%, devido ao menor volume de vendas
 - **Equivalência Patrimonial**
 - Luizacred: Lucro de R\$33,5 milhões com ROE de 25,4%
 - Luizaseg: Lucro de R\$8,2 milhões com ROE de 40,9%

EBITDA

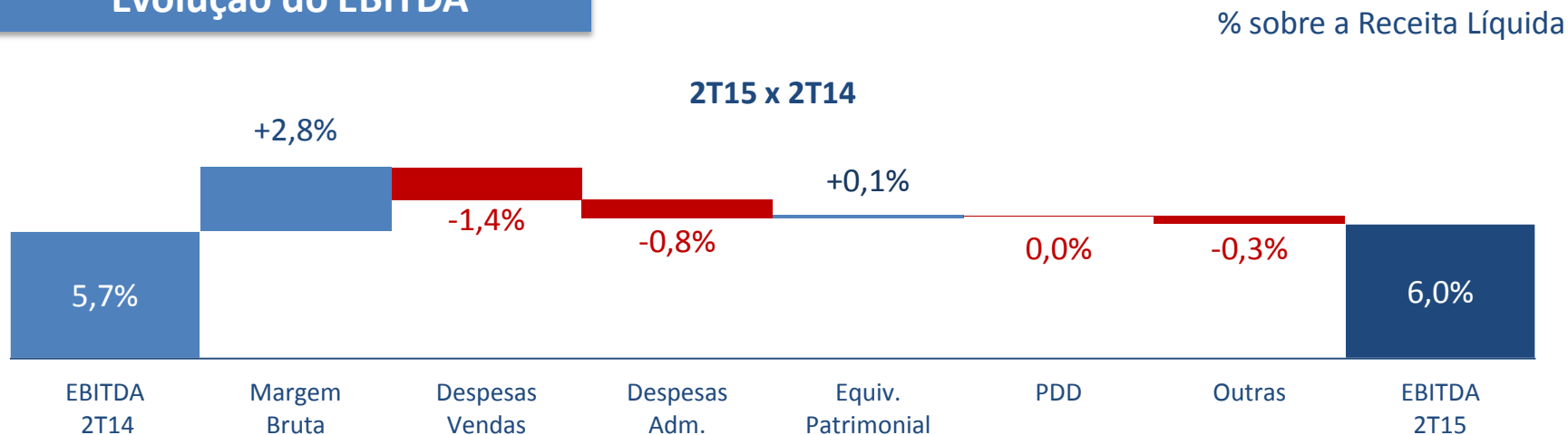


Considerações

EBITDA

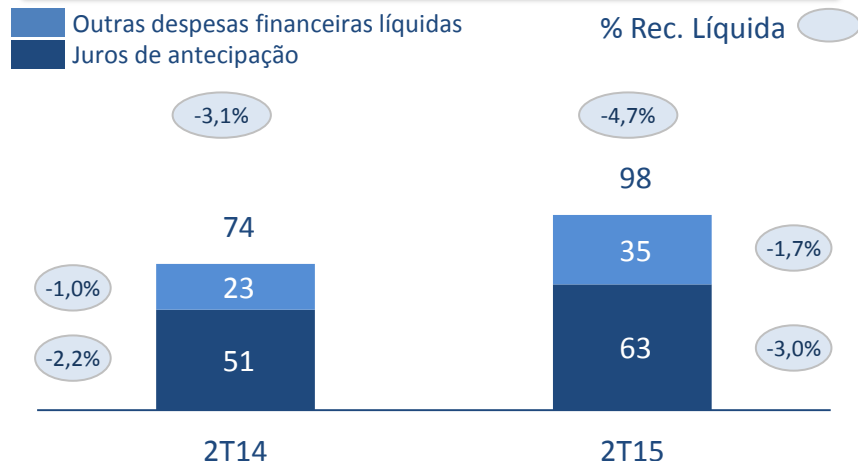
- Margem EBITDA alcançou 6,0%, evoluindo 0,3p.p. em relação ao 2T14
- Fatores que contribuíram:
 - ganho de margem bruta de 2,8p.p. e,
 - aumento da equivalência patrimonial da Luizacred e da Luizaseg

Evolução do EBITDA

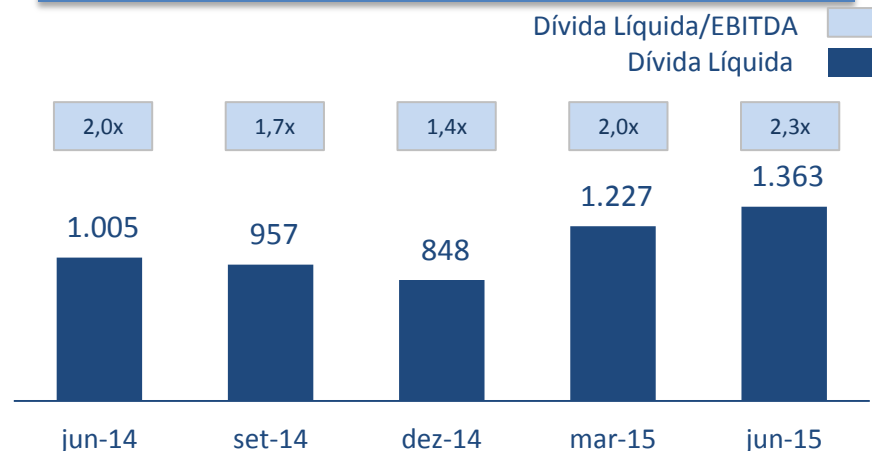


Resultado Financeiro e Capital de Giro

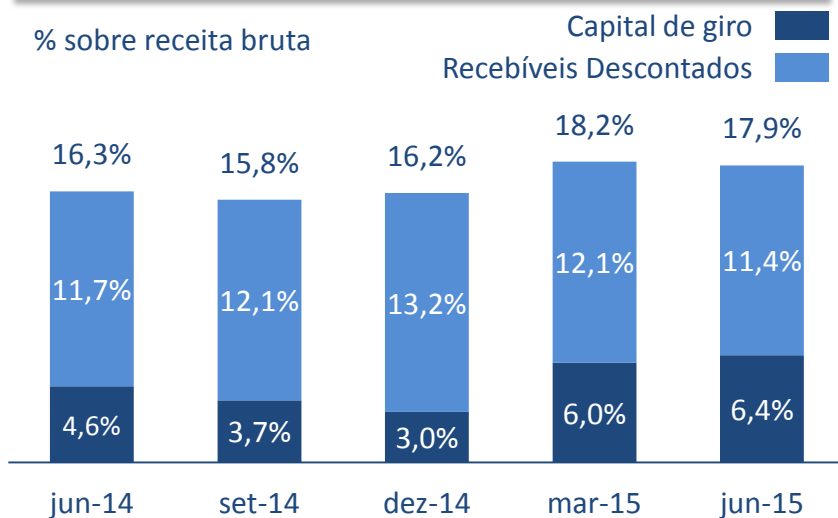
Resultado Financeiro*



Endividamento Líquido



Capital de Giro



Considerações

Resultado Financeiro Ajustado

- 4,7% da receita líquida no 2T15 (*versus* 3,1% no 2T14), em função de maior CDI e pela variação da necessidade de capital de giro

Capital de Giro

- Elevação do capital de giro para 6,4% em jun/15 principalmente em função de menor nível de vendas

Endividamento Líquido

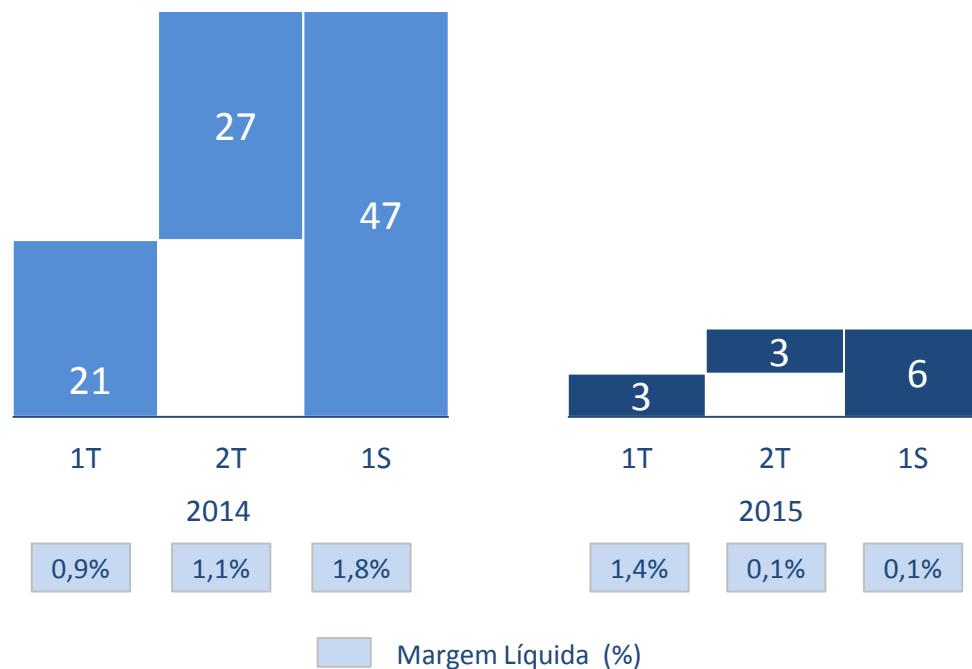
- Aumento da alavancagem financeira em 0,3x EBITDA de jun/14 para jun/15

* Ajustado pela receita de títulos e valores mobiliários

Lucro Líquido

Lucro Líquido

R\$ milhões



Considerações

▪ Lucro líquido no 2T15

- Lucro Líquido totalizou R\$3,0 milhões, com margem líquida de 0,1%.
- Rentabilidade impactada pelo desempenho de vendas e pelo aumento das despesas financeiras em função da maior taxa de juros no período

▪ Lucro líquido no 1S15

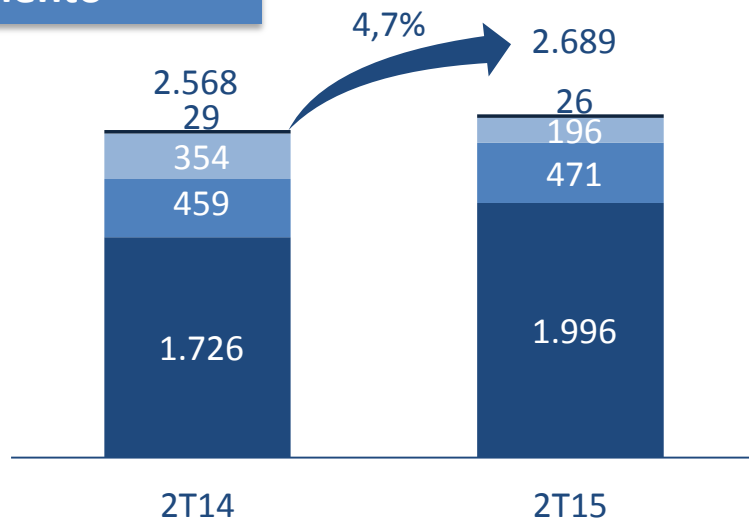
- Lucro Líquido totalizou R\$5,9 milhões, com margem líquida de 0,1%.
- Rentabilidade impactada pela forte base de comparação e efeito Copa do Mundo que impactou positivamente o 1S14

Luizacred

Faturamento

R\$ milhões

- EP
- CDC
- Cartão no ML
- Cartão Fora do ML



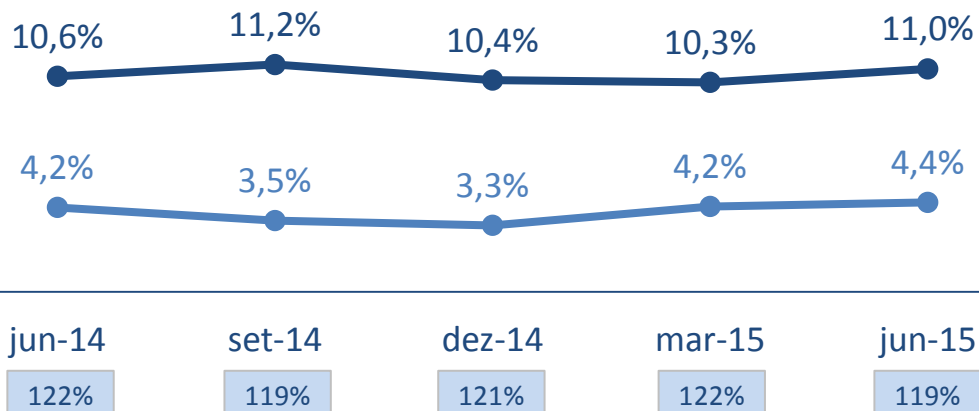
Considerações

- Crescimento da base de cartões de 3,4 milhões para 3,5 milhões (+3,6%)
- Crescimento de 4,7% no faturamento total
- Crescimento do faturamento do Cartão Luiza dentro do ML (2,7%) e fora (15,7%)
- Redução do faturamento do CDC em 44,8%, por conta de uma política de crédito mais conservadora

Visão Atraso

% carteira

- Atraso maior a 90 dias
- Atraso de 15 a 90 dias
- Índice de cobertura(%)








Considerações

- PDD sobre a receita total praticamente estável em 45,4% no 2T15 (45,5% no 2T14)
- Manutenção da provisão sobre carteira total: em 3,5% no 2T15 e no 2T14
- Manutenção do conservadorismo nas políticas de concessão de crédito e acompanhamento da carteira

Expectativas para 2015

- Fortalecer a estratégia multicanal
- Continuar crescendo acima da média do mercado
- Consolidar as lojas do Nordeste
- Manter competitividade comercial e visibilidade na mídia
- Racionalizar e diluir custos e despesas
- Focar na rentabilidade da operação

Movimento #abraceonovo

-  De: “Empresa de varejo tradicional com uma área digital”,
Para: “Empresa digital com pontos físicos e calor humano”
-  Aumentar a abordagem multicanal do negócio
(clientes multicanais são mais fiéis)
-  Digitalizar a experiência nas lojas físicas
(mobile vendas e mobile montador)
-  Aumentar a integração entre o site e as lojas
-  Estar onde, quando e como os clientes desejarem



movimento
#abraceonovo



Relações com Investidores

ri@magazineluiza.com.br
www.magazineluiza.com.br/ri

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 documento pode incluir 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.