

Magazine Luiza S.A. (BM&FBOVESPA: MGLU3)
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2017 (em IFRS)



Destaques do 1T17:

E-commerce cresceu 56% atingindo 28% das vendas
Lojas físicas evoluíram 12% no conceito mesmas lojas
Vendas totais aumentaram 23%, atingindo R\$3,4 bilhões
EBITDA cresceu 61% para R\$232 milhões (margem de 8,3%)
Lucro líquido aumentou de R\$5 milhões para R\$59 milhões
Redução da dívida líquida de R\$415 milhões em 12 meses

- **Ganho consistente de participação de mercado.** No 1T17, as vendas brutas consolidadas cresceram 23,0% para R\$3,4 bilhões, reflexo do crescimento de 21,6% nas vendas mesmas lojas (+56,2% no e-commerce e +11,6% 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 2,1% para os dois primeiros meses do ano, comparado com um crescimento bem maior da Companhia no mesmo período.
- **Crescimento acelerado no e-commerce.** As vendas do e-commerce cresceram 56,2% no 1T17 (comparado ao crescimento do mercado de 8,1%, segundo o E-bit), atingindo um recorde de 28,4% nas vendas totais. Este ganho de market-share foi resultado de diversas iniciativas, com os seguintes destaques: (i) aumento nas vendas pelas plataformas móveis, principalmente pelo *app*, que alcançou a marca de 5,4 milhões de downloads, (ii) crescimento da taxa de conversão em todas os canais do e-commerce, devido ao aumento do sortimento, redução de rupturas, melhoria nos indicadores de *pricing* 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.
- **Evolução do lucro bruto.** No 1T17, o lucro bruto cresceu 21,8%, atingindo R\$832,4 milhões. A margem bruta diminuiu 0,5 p.p. passando de 30,2% no 1T16 para 29,7% no 1T17, como reflexo dos seguintes fatores: (i) aumento significativo na participação do e-commerce nas vendas totais (+6,0 p.p. *versus* o 1T16) 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.
- **Diluição significativa das despesas operacionais.** No 1T17, as despesas operacionais foram diluídas em 2,3 p.p. para 22,2% da receita líquida, alcançando o menor nível de despesas operacionais dos últimos anos. Essa diluição reflete o crescimento do e-commerce, a alavancagem operacional nas lojas físicas e a maturação dos projetos de redução de despesas adotados pela Companhia dentro do programa de Orçamento Base Zero (OBZ) e Gestão Matricial de Despesas (GMD).
- **Forte crescimento do EBITDA e do lucro líquido.** No 1T17, o crescimento das vendas em todos os canais, a contribuição positiva do e-commerce, a diluição das despesas operacionais e a melhoria da equivalência patrimonial contribuíram para a evolução significativa do EBITDA de 60,9% para R\$231,9 milhões (+1,9 p.p. para 8,3% de margem) e do lucro líquido para R\$58,6 milhões (ROE anualizado de 36%).
- **Melhora no capital de giro e redução do endividamento líquido.** No 1T17, em função de uma melhora no giro dos estoques e uma melhor relação entre o saldo de estoques e fornecedores, a Companhia melhorou sua necessidade de capital de giro ajustado em R\$380,6 milhões nos últimos 12 meses. Neste mesmo período, a dívida líquida ajustada passou de R\$858,7 milhões em mar/16 para R\$443,7 milhões em mar/17, uma importante redução de R\$415,0 milhões, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,6x para 0,5x, respectivamente.
- **Melhoria no resultado da Luizacred.** O indicador da carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) melhorou 3,6 p.p. representando apenas 8,8% da carteira total em mar/17. Mesmo com uma política de crédito bastante conservadora, as vendas do Cartão Luiza dentro do Magazine Luiza cresceram 44,7% no 1T17. Em função desse crescimento e da melhora nos indicadores de inadimplência, o lucro líquido da Luizacred cresceu 50,5%, atingindo R\$39,4 milhões no 1T17, com ROE anualizado de 28%.

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2017

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T17	1T16	Var(%)
Receita Bruta	3.351,0	2.723,6	23,0%
Receita Líquida	2.806,9	2.263,5	24,0%
Lucro Bruto	832,4	683,6	21,8%
Margem Bruta	29,7%	30,2%	-0,5 pp
EBITDA	231,9	144,1	60,9%
Margem EBITDA	8,3%	6,4%	1,9 pp
EBITDA Ajustado	231,9	163,1	42,2%
Margem EBITDA Ajustada	8,3%	7,2%	1,1 pp
Lucro Líquido	58,6	5,3	1014,6%
Margem Líquida	2,1%	0,2%	1,9 pp
Lucro Líquido Ajustado	58,6	17,8	229,1%
Margem Líquida Ajustada	2,1%	0,8%	1,3 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	21,6%	0,0%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	11,6%	-6,1%	-
Crescimento nas Vendas Internet	56,2%	27,8%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	804	786	18 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	503.907	498.570	1,1%

MENSAGEM DA DIRETORIA

O primeiro trimestre de 2017 deve ser o início de uma gradual recuperação na economia brasileira. O cenário continua bastante desafiador, mas há pequenos sinais de melhoras na atividade econômica. As vendas do nosso setor, que apresentaram retração ao longo dos últimos dois anos, voltaram a crescer, ainda que timidamente. Neste cenário, o Magazine Luiza, que já estava crescendo, ganhando participação de mercado, acelerou o ritmo e alcançou o maior crescimento trimestral dos últimos anos. Nossas vendas totais cresceram 23%, comparado a um crescimento no mercado de aproximadamente 2%. Este foi o quinto trimestre consecutivo de crescimento de vendas, demonstrando a consistência da nossa estratégia e execução.

Para o Magazine Luiza, o cenário competitivo foi relativamente favorável neste primeiro trimestre. Em função da crise econômica dos últimos anos, a maioria das empresas estão buscando preservar sua rentabilidade, adotando políticas de preço mais racionais. Nesse sentido, ficamos mais competitivos, pois sempre adotamos uma estratégia de crescimento com lucro sustentável. Além disso, pequenas e médias empresas continuam fechando lojas ou estão com dificuldade de abastecimento e crédito para financiamento aos seus clientes, favorecendo um cenário de consolidação no setor, onde as empresas melhores preparadas ganham participação de mercado, que acreditamos ser o nosso caso.

O grande destaque dos nossos resultados foi novamente o e-commerce, que cresceu 56% no primeiro trimestre de 2017, a maior taxa de crescimento dos últimos 5 anos. A participação do e-commerce nas vendas totais aumentou 6 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre do ano passado, e alcançou quase 30% do faturamento. Ao mesmo tempo em que o e-commerce apresentou seu maior aumento de participação, conseguimos novamente aumentar a rentabilidade da Companhia, o que demonstra a contribuição positiva do canal online para o nosso negócio e o sucesso da nossa estratégia multicanal totalmente integrada.

Assim como o e-commerce, as lojas físicas também contribuíram significativamente para o desempenho da Companhia, e voltaram a apresentar taxa de crescimento de mais de dois dígitos no conceito mesmas lojas (+12% no primeiro trimestre de 2017). As lojas virtuais e a região Nordeste foram os grandes destaques em termos de crescimento. Abrimos quatro novas lojas, todas no Nordeste, e reformamos outras 46 lojas neste período.

Além do crescimento nas vendas, destacamos a qualidade e a sustentabilidade dos nossos resultados. Apresentamos crescimento em todos os canais de venda, preservamos a margem bruta nos canais, diluímos fortemente as despesas operacionais, melhoramos a rentabilidade das nossas parcerias (Luizacred e Luizaseg), diluímos despesas financeiras, multiplicamos o lucro líquido, otimizamos nosso capital de giro, aumentamos os investimentos em tecnologia e reduzimos significativamente nosso endividamento. Estes resultados, incluindo o maior lucro trimestral da nossa história, demonstra a solidez da nossa estratégia de transformação digital.

Transformação Digital

A principal estratégia da Companhia para os próximos cinco anos é a transformação digital. Nosso objetivo é transformar o Magazine Luiza, passando de uma empresa de varejo tradicional com uma área digital, para uma plataforma digital, com pontos físicos e calor humano. Essa estratégia 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.

Destacamos alguns resultados e iniciativas do primeiro trimestre: (i) Crescimento significativo das categorias de smartphones e Smart TVs, (ii) Lu Conecta: 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, (iii) Wi-fi: acesso gratuito à internet sem fio aos clientes em todas as lojas, (iv) Mobitec: implementação do novo mobiliário de tecnologia em todas as lojas até o final do segundo trimestre, (v) Plano Pós-pago: implementação do sistema próprio de vendas de planos pós-pago de operadora em todas as lojas, com foco em oferecer conexão à internet a um preço acessível aos nossos clientes, (vi) Smart Troca: inclusão de mais um parceiro na recompra de celulares usados, (vii) Mobile Vendas: implementado em todas as lojas, (viii) Mobile Pinpad: em processo de *rollout* até o final do ano, (ix) Mobile Estoquista: implementação do sistema de gestão de estoque multicanal para todas as lojas, (x) Mobile Entrega: implementado em 90% dos micro-transportadores da Malha Luiza, permitindo o *tracking* de pedidos aos clientes e (xi) Retira Loja: implementado em todas as lojas com aumento expressivo na quantidade de produtos elegíveis e na participação nas vendas totais do e-commerce.

Marketplace

Concluímos a aquisição da Integra Commerce, uma startup de tecnologia especializada na integração e gestão do relacionamento entre lojistas e marketplaces. Com essa aquisição, passamos a oferecer aos nossos parceiros funcionalidades como gestão de vendas, *pricing*, gestão de estoques e fretes, incluindo *tracking* de produtos, além de reduzir os custos gerais da plataforma.

A startup é referência no setor no fornecimento de *software as a service* (SaaS), permitindo que os parceiros administrem e otimizem seu dia-a-dia. A Integra é utilizada por mais de 200 lojistas, incluindo MadeiraMadeira, Época Cosméticos, Casa América, Whirlpool e DBestShop. Com isso, conseguimos multiplicar nossa capacidade de entrada de novos parceiros, além de avançar na nossa estratégia de transformar a Companhia em uma plataforma digital.

Continuamos o processo de expansão da oferta de produtos de terceiros em nosso marketplace. Atingimos mais de 220 mil SKUs de terceiros, sendo mais de 98% complementares ao nosso sortimento. Superamos a marca de 100 parceiros de diversas categorias e portes, tais como: Spicy, Avon, ClimaRio, Havan, Connectparts, Onofre, Saúde Já, Lojas Mel, MadeiraMadeira, Drograria SP, Drograria Pacheco, Mondelez, entre outros.

Luizalabs

A velocidade da implementação desses projetos se deve, em grande parte, ao fortalecimento da nossa cultura digital e nossa capacidade de desenvolver tecnologias. Nesse sentido, demos um grande passo nesse trimestre ao integrar a área de TI Corporativa, responsável pelos sistemas de *backoffice*, ao nosso laboratório de tecnologia e inovação, o Luizalabs. Acreditamos que essa integração aumentará ainda mais a nossa capacidade e velocidade na entrega dos projetos de tecnologia da transformação digital. Vale destacar que, com a aquisição da Integra, também incorporamos mais de 20 profissionais experientes e com sólidos conhecimentos de marketplace ao time do Luizalabs.

Considerações Finais

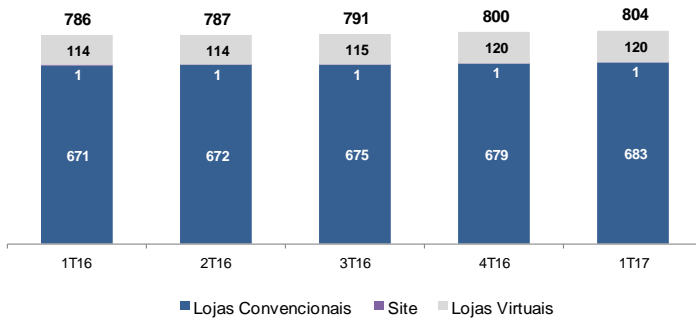
Os resultados apresentados neste primeiro trimestre de 2017 renovam nossa crença na estratégia de longo prazo, nos esforços de conexão cada vez maior com os clientes, e na consistência com que nossa equipe tem executado o plano da transformação digital. Agradecemos mais uma vez a confiança de nossos clientes, colaboradores, acionistas, fornecedores e parceiros.

A DIRETORIA

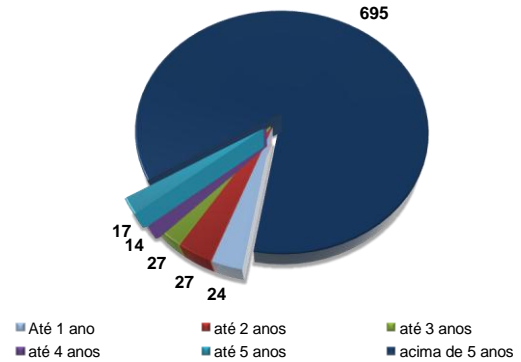
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magazine Luiza encerrou mar/17 com 804 lojas, sendo 683 convencionais, 120 virtuais e o *site*. No 1T17, a Companhia inaugurou 4 novas lojas convencionais na região Nordeste. Nos últimos 12 meses, a Companhia abriu 18 novas lojas. Da base total, 14% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



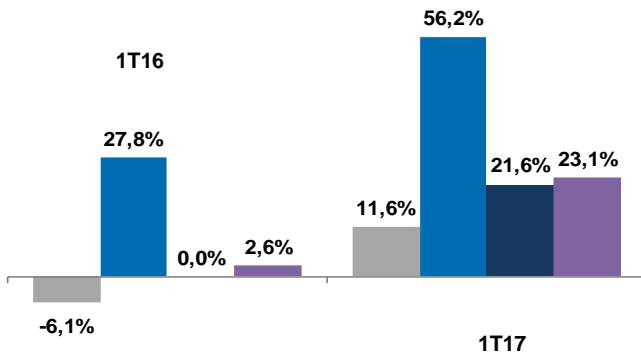
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



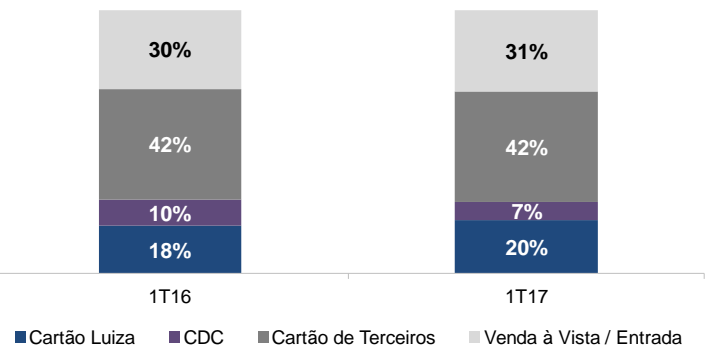
No conceito mesmas lojas, as vendas brutas aumentaram 21,6% no 1T17, reflexo do crescimento de 11,6% das lojas físicas e 56,2% no e-commerce. Este crescimento reflete a consistência no desempenho do e-commerce e a melhora sequencial no desempenho das lojas físicas.

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



Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



A participação do Cartão Luiza nas vendas totais aumentou 2 p.p. para 20% no 1T17, 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 1T16 para 7% no 1T17.

Receita Bruta

R\$ milhões	1T17	1T16	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	3.199,2	2.596,4	23,2%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	138,7	115,8	19,8%
Total Varejo	3.337,9	2.712,2	23,1%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	16,1	13,6	18,7%
Eliminações Inter-companhias	(3,0)	(2,2)	36,7%
Receita Bruta - Total	3.351,0	2.723,6	23,0%

No 1T17, a receita bruta total cresceu 23,0% para R\$3,4 bilhões, devido ao aumento nas vendas mesmas lojas de 21,6% e à contribuição das lojas novas.

Receita Líquida

R\$ milhões	1T17	1T16	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.672,8	2.151,5	24,2%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	122,1	101,8	20,0%
Total Varejo	2.794,9	2.253,2	24,0%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	15,0	12,4	20,5%
Eliminações Inter-companhias	(3,0)	(2,2)	36,7%
Receita Líquida - Total	2.806,9	2.263,5	24,0%

No 1T17, a receita líquida total evoluiu 24,0% para R\$2,8 bilhões, em linha com a variação da receita bruta total.

Lucro Bruto

R\$ milhões	1T17	1T16	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	703,2	574,1	22,5%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	122,1	101,8	20,0%
Total Varejo	825,3	675,8	22,1%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	7,2	7,7	-7,0%
Lucro Bruto - Total	832,4	683,6	21,8%
Margem Bruta - Total	29,7%	30,2%	-0,5 pp

No 1T17, o lucro bruto cresceu 21,8% para R\$832,4 milhões, equivalente a uma margem bruta de 29,7%. A variação da margem bruta foi reflexo de: (i) aumento significativo na participação do e-commerce nas vendas totais (+6,0 p.p. versus o 1T16) e (ii) preservação da margem bruta de todos os canais.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	1T17	% RL	1T16	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(508,6)	-18,1%	(426,8)	-18,9%	19,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(120,1)	-4,3%	(111,1)	-4,9%	8,2%
Subtotal	(628,7)	-22,4%	(537,8)	-23,8%	16,9%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(5,6)	-0,2%	(7,7)	-0,3%	-27,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	10,4	0,4%	(8,6)	-0,4%	-221%
Total de Despesas Operacionais	(623,9)	-22,2%	(554,1)	-24,5%	12,6%

Despesas com Vendas

No 1T17, as despesas com vendas totalizaram R\$508,6 milhões, equivalentes a 18,1% da receita líquida (-0,8 p.p. versus o 1T16), reflexo da continuidade do controle rigoroso nas despesas, ganhos de produtividade, redução das despesas de marketing, renegociação dos contratos de aluguel e serviços de logística, além da revisão de diversas despesas operacionais.

Despesas Gerais e Administrativas

No 1T17, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$120,1 milhões, equivalentes a 4,3% da receita líquida (-0,6 p.p. *versus* o 1T16), impactadas pela otimização dos processos administrativos.

Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$5,6 milhões no 1T17 (-0,1 p.p. *versus* o 1T16).

Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	1T17	% RL	1T16	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	2,6	0,1%	(0,2)	0,0%	1552%
Apropriação de Receita Diferida	10,1	0,4%	9,9	0,4%	1,7%
Provisão para Perdas Tributárias	(0,8)	0,0%	0,0	0,0%	-1708%
Despesas não Recorrentes	(0,6)	0,0%	(19,0)	-0,8%	97,1%
Outros	(1,0)	0,0%	0,6	0,0%	-254,7%
Total	10,4	0,4%	(8,6)	-0,4%	-221%

No 1T17, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$10,4 milhões, influenciadas principalmente pela apropriação de receita diferida no montante de R\$10,1 milhões.

Equivalência Patrimonial

No 1T17, o resultado da equivalência patrimonial atingiu R\$23,4 milhões, equivalente a 0,8% da receita líquida (+0,2 p.p. *versus* o 1T16). Os principais fatores que impactaram este resultado foram: (i) o desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$19,7 milhões e (ii) a Luizaseg, responsável pela equivalência de R\$3,7 milhões.

EBITDA

No 1T17, o EBITDA aumentou 60,9% para R\$231,9 milhões, equivalente a uma margem de 8,3% (+1,9 p.p. *versus* o 1T16). O crescimento das vendas em todos os canais, a contribuição positiva do e-commerce, a diluição das despesas operacionais e a melhoria da equivalência patrimonial contribuíram para a evolução do EBITDA.

Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	1T17	% RL	1T16	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(153,9)	-5,5%	(142,5)	-6,3%	8,0%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(68,0)	-2,4%	(66,4)	-2,9%	2,3%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(33,1)	-1,2%	(34,6)	-1,5%	-4,5%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(41,9)	-1,5%	(30,9)	-1,4%	35,5%
Outras Despesas	(11,1)	-0,4%	(10,7)	-0,5%	3,9%
Receitas Financeiras	23,5	0,8%	28,6	1,3%	-17,8%
Rendimento de Aplicações Financeiras	5,2	0,2%	4,9	0,2%	6,7%
Outras Receitas Financeiras	18,3	0,7%	23,7	1,0%	-22,8%
Resultado Financeiro Líquido	(130,4)	-4,6%	(113,9)	-5,0%	14,5%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários ¹	13,5	0,5%	9,7	0,4%	39,5%
Resultado Financeiro Líquido Ajustado	(116,9)	-4,2%	(104,2)	-4,6%	12,1%

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 1T17, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$116,9 milhões, melhorando 0,4 p.p. em relação ao 1T16. Em relação à receita líquida, o resultado financeiro melhorou 9,6%, passando de 4,6% para 4,2%. Este resultado foi impactado positivamente pela redução da dívida líquida e pelo início do ciclo de queda na taxa de juros (CDI diminuiu 6,8% no período).

Lucro líquido

No 1T17, o lucro líquido totalizou R\$58,6 milhões (margem líquida de 2,1%), com um ROE anualizado de 36%.

Capital de Giro

R\$ milhões	mar-17	dez-16	set-16	jun-16	mar-16
(+) Contas a Receber	578,8	581,0	423,1	404,3	389,6
(+) Estoques	1.454,1	1.596,7	1.346,3	1.306,7	1.279,3
(+) Partes Relacionadas	56,8	64,0	50,3	41,2	55,4
(+) Impostos a Recuperar	195,5	212,2	293,1	296,9	320,9
(+) Outros Ativos	66,1	47,8	96,1	96,0	60,7
(+) Ativos Circulantes Operacionais	2.351,3	2.501,7	2.208,8	2.145,1	2.105,9
(-) Fornecedores	1.762,4	2.365,0	1.528,5	1.427,1	1.394,1
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	188,1	188,4	186,1	144,5	141,7
(-) Impostos a Recolher	36,6	40,1	32,9	28,5	29,5
(-) Partes Relacionadas	56,3	73,0	53,8	78,0	61,9
(-) Receita Diferida	40,3	40,3	40,3	40,6	40,8
(-) Outras Contas a Pagar	128,8	115,3	118,0	93,3	92,2
(-) Passivos Circulantes Operacionais	2.212,4	2.822,1	1.959,5	1.811,9	1.760,3
(=) Capital de Giro	138,9	(320,4)	249,2	333,2	345,6
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	342,4	276,2	187,0	174,9	176,1
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	15,7	18,6	12,6	5,1	8,1
(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito	358,0	294,9	199,6	179,9	184,1
(=) Capital de Giro Ajustado	(219,2)	(615,2)	49,7	153,3	161,5
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	-1,8%	-5,4%	0,5%	1,4%	1,5%
(=) Capital de Giro	138,9	(320,4)	249,2	333,2	345,6
(+) Saldo de Recebíveis Descontados	1.612,3	1.587,5	1.435,3	1.422,5	1.433,1
(=) Capital de Giro Ampliado	1.751,2	1.267,2	1.684,6	1.755,7	1.778,7
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	14,6%	11,1%	15,4%	16,4%	16,8%

Em mar/17, a necessidade de capital de giro ajustado ficou negativa em R\$219,2 milhões, mostrando uma importante evolução em relação ao ano anterior, com destaque para a melhoria do giro dos estoques (melhorou de 73 dias no 1T16 para 66 dias no 1T17) e uma melhor relação entre o saldo de estoques e fornecedores. Além disso, vale destacar a redução na conta de impostos a recuperar em R\$125,4 milhões de mar/16 para mar/17. Dessa forma, a Companhia melhorou sua necessidade de capital de giro ajustado em R\$380,6 milhões nos últimos 12 meses.

Investimentos

R\$ milhões	1T17	%	1T16	%
Lojas Novas	10,6	29%	0,0	0%
Reformas	5,7	16%	6,6	29%
Tecnologia	18,7	52%	11,6	51%
Logística	0,9	3%	4,2	18%
Outros	0,4	1%	0,4	2%
Total	36,2	100%	22,8	100%

No 1T17, a Companhia aumentou os investimentos em 58,5% alcançando R\$36,2 milhões, incluindo a abertura de lojas, reformas, investimentos em tecnologia e logística, sendo 52% dos investimentos destinados para projetos de tecnologia em função da estratégia de transformação digital.

Endividamento Líquido

R\$ milhões	mar-17	dez-16	set-16	jun-16	mar-16
(+) Empréstimos e Financiamentos Circulante	688,3	838,0	980,9	902,3	713,6
(+) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	889,9	1.010,8	773,3	794,4	1.050,5
(=) Endividamento Bruto	1.578,2	1.848,8	1.754,2	1.696,7	1.764,1
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	255,1	599,1	234,6	197,5	411,3
(-) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	521,4	819,0	567,0	464,8	302,2
(-) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	-	0,2	2,8	0,1	7,8
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	776,5	1.418,3	804,3	662,5	721,3
(=) Endividamento Líquido	801,7	430,5	949,9	1.034,2	1.042,8
(-) Cartões de Crédito - Terceiros	342,4	276,2	187,0	174,9	176,1
(-) Cartão de Crédito - Luizacred	15,7	18,6	12,6	5,1	8,1
(-) Contas a Receber - Cartões de Crédito	358,0	294,9	199,6	179,9	184,1
(=) Endividamento Líquido Ajustado	443,7	135,6	750,3	854,3	858,7
Endividamento de Curto Prazo / Total	44%	45%	56%	53%	40%
Endividamento de Longo Prazo / Total	56%	55%	44%	47%	60%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	810,5	741,7	626,7	559,3	523,3
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA Ajustado	0,5 x	0,2 x	1,2 x	1,5 x	1,6 x

A dívida líquida ajustada (líquida de recebíveis de cartão de crédito não descontados) diminuiu de R\$858,7 milhões em mar/16 para R\$443,7 milhões em mar/17, reduzindo a relação dívida líquida ajustada/EBITDA ajustado de 1,6x para 0,5x, respectivamente. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu sua dívida líquida ajustada em R\$415,0 milhões, reflexo da melhoria nos resultados e da gestão do capital de giro.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T17	AV	1T16	AV	Var(%)
Receita Bruta	3.351,0	119,4%	2.723,6	120,3%	23,0%
Impostos e Cancelamentos	(544,1)	-19,4%	(460,1)	-20,3%	18,2%
Receita Líquida	2.806,9	100,0%	2.263,5	100,0%	24,0%
Custo Total	(1.974,5)	-70,3%	(1.579,9)	-69,8%	25,0%
Lucro Bruto	832,4	29,7%	683,6	30,2%	21,8%
Despesas com Vendas	(508,6)	-18,1%	(426,8)	-18,9%	19,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(120,1)	-4,3%	(111,1)	-4,9%	8,2%
Perda em Liquidação Duvidosa	(5,6)	-0,2%	(7,7)	-0,3%	-27,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	10,4	0,4%	(8,6)	-0,4%	-220,8%
Equivalência Patrimonial	23,4	0,8%	14,7	0,6%	59,2%
Total de Despesas Operacionais	(600,6)	-21,4%	(539,4)	-23,8%	11,3%
EBITDA	231,9	8,3%	144,1	6,4%	60,9%
Depreciação e Amortização	(34,4)	-1,2%	(30,9)	-1,4%	11,5%
EBIT	197,5	7,0%	113,2	5,0%	74,4%
Resultado Financeiro	(130,4)	-4,6%	(113,9)	-5,0%	14,5%
Lucro (Prejuízo) Operacional	67,0	2,4%	(0,7)	0,0%	-
IR / CS	(8,5)	-0,3%	6,0	0,3%	-242,1%
Lucro Líquido	58,6	2,1%	5,3	0,2%	1014,6%

ANEXO II
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	mar/17	dez/16	set/16	jun/16	mar/16
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	255,1	599,1	234,6	197,5	411,3
Títulos e Valores Mobiliários	521,4	819,0	567,0	464,8	302,2
Contas a Receber	578,8	581,0	423,1	404,3	389,6
Estoques	1.454,1	1.596,7	1.346,3	1.306,7	1.279,3
Partes Relacionadas	56,8	64,0	50,3	41,2	55,4
Tributos a Recuperar	195,5	212,2	293,1	296,9	320,9
Outros Ativos	66,1	47,8	96,1	96,0	60,7
Total do Ativo Circulante	3.127,8	3.919,8	3.010,3	2.807,4	2.819,4
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Títulos e Valores Mobiliários	-	0,2	2,8	0,1	7,8
Contas a Receber	3,1	3,6	2,3	2,0	1,9
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	238,0	242,0	243,8	239,7	236,1
Tributos a Recuperar	191,8	223,6	167,8	167,0	164,2
Depósitos Judiciais	292,7	292,2	281,8	273,0	260,1
Outros Ativos	40,2	52,3	50,6	50,1	49,4
Investimentos em Controladas	304,9	293,8	287,1	281,6	282,0
Imobilizado	558,0	560,1	559,0	562,4	569,6
Intangível	516,9	513,0	508,2	508,4	507,3
Total do Ativo não Circulante	2.145,5	2.180,8	2.103,5	2.084,4	2.078,4
TOTAL DO ATIVO	5.273,3	6.100,6	5.113,8	4.891,8	4.897,8
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	1.762,4	2.365,0	1.528,5	1.427,1	1.394,1
Empréstimos e Financiamentos	688,3	838,0	980,9	902,3	713,6
Salários, Férias e Encargos Sociais	188,1	188,4	186,1	144,5	141,7
Tributos a Recolher	36,6	40,1	32,9	28,5	29,5
Partes Relacionadas	56,3	73,0	53,8	78,0	61,9
Receita Diferida	40,3	40,3	40,3	40,6	40,8
Dividendos a Pagar	12,3	12,3	-	-	-
Outras Contas a Pagar	128,8	115,3	118,0	93,3	92,2
Total do Passivo Circulante	2.913,1	3.672,4	2.940,4	2.714,2	2.473,9
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	889,9	1.010,8	773,3	794,4	1.050,5
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	286,5	284,1	268,7	263,4	254,7
Receita Diferida	499,1	509,2	519,2	529,3	539,4
Outras Contas a Pagar	2,5	2,6	2,3	2,3	2,3
Total do Passivo não Circulante	1.677,9	1.806,6	1.563,6	1.589,5	1.846,8
TOTAL DO PASSIVO	4.591,0	5.479,0	4.504,0	4.303,6	4.320,7
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	606,5	606,5	606,5	606,5	606,5
Reserva de Capital	20,1	19,0	17,9	16,8	15,7
Ações em Tesouraria	(28,7)	(28,7)	(5,9)	(1,1)	(16,4)
Reserva Legal	20,5	20,5	16,1	16,1	16,1
Reserva de Retenção de Lucros	3,1	3,1	-	-	-
Outros Resultados Abrangentes	2,3	1,2	1,4	0,9	0,2
Lucros Acumulados	58,6	-	(26,3)	(51,1)	(45,1)
Total do Patrimônio Líquido	682,4	621,6	609,8	588,2	577,0
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	5.273,3	6.100,6	5.113,8	4.891,8	4.897,8

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

DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA AJUSTADO (em R\$ milhões)	1T17	1T16
Lucro Líquido	58,6	5,3
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	7,8	(6,5)
Depreciação e Amortização	34,4	30,9
Juros sobre Empréstimos Provisionados	62,2	61,2
Equivalência Patrimonial	(23,4)	(14,7)
Dividendos Recebidos	16,3	36,6
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	28,3	31,8
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	10,1	14,8
Resultado na Venda de Ativos	(2,6)	0,2
Apropriação da Receita Diferida	(10,1)	(9,9)
Despesas com Plano de Opções de Ações	1,1	1,1
Lucro Líquido Ajustado	182,7	150,7
Contas a Receber	(6,3)	34,2
Estoques	123,3	54,1
Tributos a Recuperar	48,5	26,5
Outros Ativos	(2,9)	(19,4)
Varição nos Ativos Operacionais	162,6	95,4
Fornecedores	(602,6)	(500,0)
Outras Contas a Pagar	(18,7)	(25,4)
Varição nos Passivos Operacionais	(621,3)	(525,4)
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	(276,0)	(279,3)
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(36,2)	(22,8)
Recebimento de Venda de Imobilizado	3,2	0,0
Pagamento de renegociação de contrato de exclusividade	0,0	(11,2)
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	(33,1)	(34,0)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	2,6	88,6
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(250,7)	(110,8)
Varição de Outros Ativos Financeiros (Hedge)	(13,9)	(45,7)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(70,9)	(52,4)
Ações em Tesouraria, Adquiridas	0,0	(6,9)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos	(332,8)	(127,2)
Saldo Inicial de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários e Outros Ativos Financeiros	1.418,3	1.161,8
Saldo Final de Caixa, Equivalentes e Títulos, Valores Mobiliários e Outros Ativos Financeiros	776,5	721,3
Varição no Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	(641,8)	(440,5)

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 – 1T17

1T17 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
Receita Bruta	3.337,9	16,1	(3,0)	3.351,0	197,0	44,7	(66,9)	3.525,9
Impostos e Cancelamentos	(542,9)	(1,1)	-	(544,1)	-	-	-	(544,1)
Receita Líquida	2.794,9	15,0	(3,0)	2.806,9	197,0	44,7	(66,9)	2.981,8
Custo Total	(1.969,6)	(7,8)	3,0	(1.974,5)	(26,7)	(6,3)	-	(2.007,5)
Lucro Bruto	825,3	7,2	(0,0)	832,4	170,3	38,5	(66,9)	974,4
Despesas com Vendas	(508,6)	-	0,0	(508,6)	(78,5)	(30,1)	45,9	(571,3)
Despesas Gerais e Administrativas	(114,4)	(5,8)	-	(120,1)	(0,2)	(5,2)	-	(125,5)
Perda em Liquidação Duvidosa	(5,6)	-	-	(5,6)	(51,9)	-	-	(57,5)
Equivalência Patrimonial	25,1	-	(1,7)	23,4	-	-	(23,4)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	10,0	0,4	-	10,4	(2,4)	(0,5)	(2,3)	5,2
Total de Despesas Operacionais	(593,5)	(5,4)	(1,7)	(600,6)	(133,0)	(35,8)	20,3	(749,1)
EBITDA	231,8	1,8	(1,7)	231,9	37,3	2,6	(46,6)	225,3
Depreciação e Amortização	(34,3)	(0,1)	-	(34,4)	(1,5)	(1,2)	2,3	(34,8)
EBIT	197,5	1,7	(1,7)	197,5	35,8	1,5	(44,3)	190,5
Resultado Financeiro	(131,3)	0,8	-	(130,4)	-	5,1	20,9	(104,4)
Lucro (Prejuízo) Operacional	66,2	2,6	(1,7)	67,0	35,8	6,5	(23,4)	86,0
IR / CS	(7,6)	(0,8)	-	(8,5)	(16,2)	(2,9)	-	(27,5)
Lucro (Prejuízo) Líquido	58,6	1,7	(1,7)	58,6	19,7	3,7	(23,4)	58,6
Margem Bruta	29,5%	48,0%	0,6%	29,7%	86,5%	86,0%	100,0%	32,7%
Margem EBITDA	8,3%	12,1%	57,4%	8,3%	18,9%	5,9%	69,6%	7,6%
Margem Líquida	2,1%	11,4%	57,4%	2,1%	10,0%	8,3%	35,0%	2,0%

ANEXO V
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1T16

1T16 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
Receita Bruta	2.712,2	13,6	(2,2)	2.723,6	193,0	48,2	(61,8)	2.903,0
Impostos e Cancelamentos	(459,0)	(1,1)	-	(460,1)	-	-	-	(460,1)
Receita Líquida	2.253,2	12,4	(2,2)	2.263,5	193,0	48,2	(61,8)	2.442,8
Custo Total	(1.577,4)	(4,7)	2,2	(1.579,9)	(30,4)	(8,7)	-	(1.619,0)
Lucro Bruto	675,8	7,7	-	683,6	162,6	39,5	(61,8)	823,9
Despesas com Vendas	(426,8)	-	-	(426,8)	(72,7)	(33,5)	46,4	(486,6)
Despesas Gerais e Administrativas	(105,1)	(5,9)	-	(111,1)	(0,5)	(6,1)	-	(117,7)
Perda em Liquidação Duvidosa	(7,7)	-	-	(7,7)	(66,9)	-	-	(74,6)
Equivalência Patrimonial	16,3	-	(1,6)	14,7	-	-	(14,7)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	(8,6)	0,0	-	(8,6)	3,3	0,0	(2,3)	(7,5)
Total de Despesas Operacionais	(531,9)	(5,9)	(1,6)	(539,4)	(136,8)	(39,6)	29,5	(686,3)
EBITDA	143,9	1,8	(1,6)	144,1	25,8	(0,0)	(32,4)	137,5
Depreciação e Amortização	(30,8)	(0,1)	-	(30,9)	(1,5)	(1,3)	2,3	(31,4)
EBIT	113,1	1,7	(1,6)	113,2	24,3	(1,3)	(30,1)	106,1
Resultado Financeiro	(114,6)	0,7	-	(113,9)	-	4,5	15,4	(93,9)
Lucro (Prejuízo) Operacional	(1,5)	2,4	(1,6)	(0,7)	24,3	3,2	(14,7)	12,1
IR / CS	6,8	(0,8)	-	6,0	(11,2)	(1,6)	-	(6,9)
Lucro (Prejuízo) Líquido	5,3	1,6	(1,6)	5,3	13,1	1,6	(14,7)	5,3
Margem Bruta	30,0%	62,1%	0,0%	30,2%	84,3%	82,0%	100,0%	33,7%
Margem EBITDA	6,4%	14,3%	73,3%	6,4%	13,4%	0,0%	52,4%	5,6%
Margem Líquida	0,2%	12,9%	73,3%	0,2%	6,8%	3,3%	23,7%	0,2%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	143,9	1,8	(1,6)	144,1	25,8	(0,0)	(32,4)	137,5
Despesas não Recorrentes	19,0	-	-	19,0	-	-	-	19,0
EBITDA Ajustado	162,9	1,8	(1,6)	163,1	25,8	(0,0)	(32,4)	156,5
Margem EBITDA Ajustada	7,2%	14,3%	73,3%	7,2%	13,4%	0,0%	52,4%	6,4%
Lucro (Prejuízo) Líquido	5,3	1,6	(1,6)	5,3	13,1	1,6	(14,7)	5,3
Despesas não Recorrentes	19,0	-	-	19,0	-	-	-	19,0
IR/CS s/ Despesas não Recorrentes	(6,5)	-	-	(6,5)	-	-	-	(6,5)
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	17,8	1,6	(1,6)	17,8	13,1	1,6	(14,7)	17,8
Margem Líquida Ajustada	0,8%	12,9%	73,3%	0,8%	6,8%	3,3%	23,7%	0,7%

ANEXO VI
ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Receita Bruta por Canal	1T17	A.V.(%)	1T16	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	153,3	4,6%	123,7	4,6%	24,0%
Site	944,5	28,4%	604,6	22,4%	56,2%
Subtotal - Canal Virtual	1.097,8	33,0%	728,3	26,9%	50,7%
Lojas convencionais	2.226,6	67,0%	1.974,2	73,1%	12,8%
Total	3.324,4	100,0%	2.702,5	100,0%	23,0%

Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar-17	Part(%)	mar-16	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	120	14,9%	114	14,5%	6
Site	1	0,1%	1	0,1%	-
Subtotal - Canal Virtual	121	15,0%	115	14,6%	6
Lojas convencionais	683	85,0%	671	85,4%	12
Total	804	100,0%	786	100,0%	18

Área total de vendas (m²)	503.907	100%	498.570	100%	1,1%
----------------------------------	---------	------	---------	------	------

As diferenças apresentadas na receita bruta do segmento de varejo na abertura por canal e os demonstrativos de resultados referem-se aos rendimentos do fundo exclusivo no montante de R\$13,5 milhões no 1T17 e R\$9,7 milhões no 1T16.

ANEXO VII 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 mar/17, a Luizacred tinha uma base total de 3,3 milhões de cartões emitidos. Durante o 1T17, 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 44,7% no 1T17. O faturamento do CDC continuou encolhendo em função do conservadorismo, passando de R\$92 milhões no 1T16 para R\$84 milhões no 1T17.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$4,5 bilhões ao final do 1T17, um aumento de 7,9% em relação ao 1T16. A carteira do Cartão Luiza cresceu 15,2% para R\$4,2 bilhões, enquanto a carteira de CDC diminuiu 45,5% para R\$264 milhões, seguindo a estratégia da Luizacred de focar o Cartão Luiza.

R\$ milhões	1T17	1T16	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.272	3.487	-6,2%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	671	464	44,7%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	2.427	2.051	18,3%
Faturamento CDC	84	92	-9,3%
Faturamento Empréstimo Pessoal	17	21	-17,3%
Faturamento Total Luizacred	3.199	2.628	21,7%
Carteira Cartão	4.241	3.682	15,2%
Carteira CDC	264	485	-45,5%
Carteira Empréstimo Pessoal	37	43	-13,8%
Carteira Total	4.543	4.210	7,9%

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	1T17	AV	1T16	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	284,2	100,0%	304,8	100,0%	-6,7%
Cartão	233,2	82,1%	228,8	75,1%	1,9%
CDC	40,4	14,2%	64,3	21,1%	-37,2%
EP	10,6	3,7%	11,7	3,8%	-9,0%
Despesas da Intermediação Financeira	(157,2)	-55,3%	(194,5)	-63,8%	-19,2%
Operações de Captação no Mercado	(53,4)	-18,8%	(60,8)	-19,9%	-12,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(103,8)	-36,5%	(133,7)	-43,9%	-22,4%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	127,0	44,7%	110,3	36,2%	15,2%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(55,4)	-19,5%	(61,7)	-20,2%	-10,2%
Receitas de Prestação de Serviços	109,9	38,7%	81,2	26,6%	35,3%
Despesas de Pessoal	(0,4)	-0,1%	(1,0)	-0,3%	-59,6%
Outras Despesas Administrativas	(136,5)	-48,0%	(126,5)	-41,5%	7,9%
Depreciação e Amortização	(3,0)	-1,1%	(3,0)	-1,0%	-1,6%
Despesas Tributárias	(20,5)	-7,2%	(18,9)	-6,2%	8,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(4,8)	-1,7%	6,6	2,2%	-172,4%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	71,7	25,2%	48,6	15,9%	47,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(32,3)	-11,4%	(22,5)	-7,4%	43,9%
Lucro Líquido	39,4	13,9%	26,2	8,6%	50,5%

Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira caíram 6,7% no 1T17 *versus* o 1T16, influenciadas principalmente pela redução de 37,2% nas receitas do CDC.

Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa

Os indicadores de inadimplência continuam melhorando. A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou 3,7% da carteira total em mar/17, melhorando 0,6 p.p. em relação mar/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 8,8% da carteira total em mar/17, uma redução de 3,6 p.p. em relação a mar/16 (12,4%), e melhor 0,7 p.p. *versus* dez/16 (9,5%). Na mesma linha, a despesa de PDD líquida de recuperação representou 2,3% da carteira total no 1T17, uma melhora em relação ao patamar de 3,2% no 1T16 e 2,4% no 4T16. Vale destacar que o índice de cobertura da carteira aumentou para 132% em mar/17 (121% em mar/16).

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2017

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar/17		dez/16		set/16		jun/16		mar/16	
Carteira Total (R\$ milhões)	4.543	100,0%	4.527	100,0%	4.193	100,0%	4.151	100,0%	4.210	100,0%
000 a 014 dias	3.975	87,5%	3.950	87,3%	3.607	86,0%	3.502	84,4%	3.506	83,3%
015 a 030 dias	55	1,2%	41	0,9%	43	1,0%	44	1,1%	57	1,4%
031 a 060 dias	51	1,1%	50	1,1%	45	1,1%	51	1,2%	55	1,3%
061 a 090 dias	62	1,4%	56	1,2%	54	1,3%	66	1,6%	69	1,6%
091 a 120 dias	49	1,1%	54	1,2%	55	1,3%	60	1,4%	55	1,3%
121 a 150 dias	55	1,2%	48	1,1%	52	1,3%	60	1,4%	55	1,3%
151 a 180 dias	48	1,1%	47	1,0%	56	1,3%	57	1,4%	58	1,4%
180 a 360 dias	249	5,5%	280	6,2%	281	6,7%	310	7,5%	354	8,4%
Atraso de 15 a 90 Dias	168	3,7%	147	3,2%	143	3,4%	162	3,9%	182	4,3%
Atraso Maior 90 Dias	400	8,8%	429	9,5%	444	10,6%	487	11,7%	522	12,4%
Atraso Total	568	12,5%	576	12,7%	586	14,0%	649	15,6%	704	16,7%
PDD em IFRS	528	11,6%	549	12,1%	562	13,4%	598	14,4%	631	15,0%
Índice de Cobertura	132%		128%		127%		123%		121%	

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 1T17 foi de 44,7%, representando uma melhoria de 8,5 p.p. em relação ao 1T16, reflexo de um menor nível de provisão em função da melhoria nos indicadores de atraso.

Outras Despesas/Receitas Operacionais

As outras despesas operacionais totalizaram R\$55,4 milhões no 1T17, uma redução nominal de 10,2%, em função principalmente da melhoria das receitas de prestação de serviços e ganhos de produtividade.

Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 1T17, o resultado operacional totalizou R\$71,7 milhões, representando 25,2% da receita da intermediação financeira (+9,3 p.p. *versus* o 1T16).

No 1T17, o lucro líquido da Luizacred cresceu 50,5%, passando para R\$39,4 milhões, com ROE de 28%.

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\$42,8 milhões no 1T17. De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$626,3 milhões em mar/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\$579,8 milhões.

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

5 de maio de 2017 (sexta-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: 2792446#

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo Rodrigues

Diretor Financeiro e de RI

Rovilson Vieira

Gerente de RI

Kenny Damazio

Analista de RI

Tel.: +55 11 3504-2727

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.