



Magazine Luiza

Teleconferência de Resultados 1T15

8 de maio de 2015

Destaques do 1T15

Vendas

- Ganhos de market share, principalmente em tecnologia
- Receita líquida basicamente estável em R\$2.252,4 milhões no 1T15: redução de vendas mesmas lojas de 3,0% (+9,2% no e-commerce e -5,3% nas lojas físicas)

E-commerce

- Participação subiu para 17,9% das vendas totais contra 16,1% no 1T14

Despesas Operacionais

- Melhor controle de despesas: despesas de vendas, gerais e administrativas cresceram apenas 1,6% em 1T15, bem abaixo da inflação do período

EBITDA

- Crescimento do EBITDA de 5,5% para R\$127,4 milhões no 1T15, com expansão da margem EBITDA de 0,4 p.p. para 5,7%

Luizacred

- Equivalência patrimonial da Luizacred cresceu 19,4% no 1T15 para R\$23,7 milhões, com retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) de 35,1% e,

Lucro Líquido

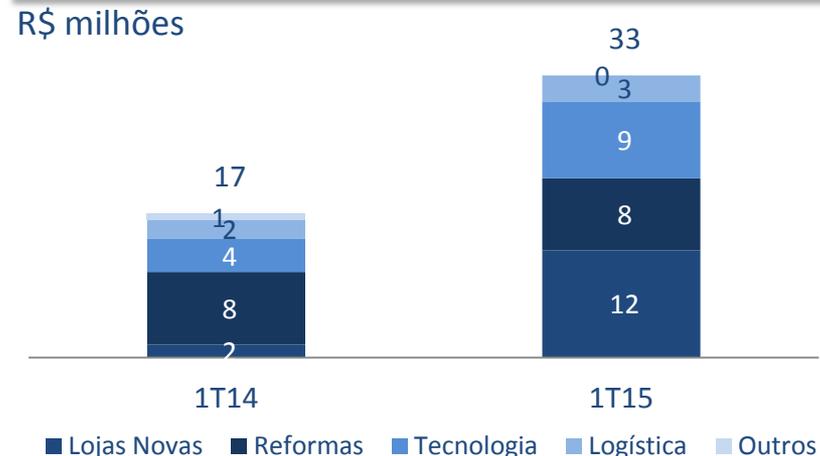
- Redução do lucro líquido em 86,1% para R\$2,9 milhões no 1T15, com margem líquida de 0,1%.

Desempenho Operacional

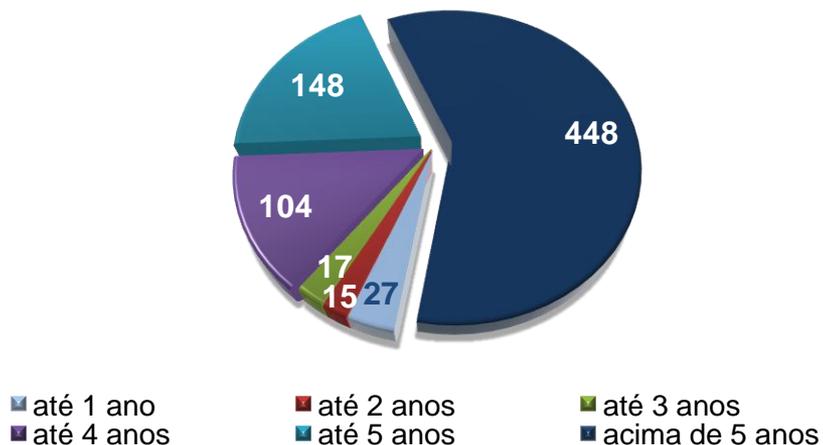
Evolução do Número de Lojas



Investimentos



Idade Média das Lojas



Considerações

- Abertura de 3 novas lojas
- Aproximadamente 41% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação

Evolução da Receita Bruta

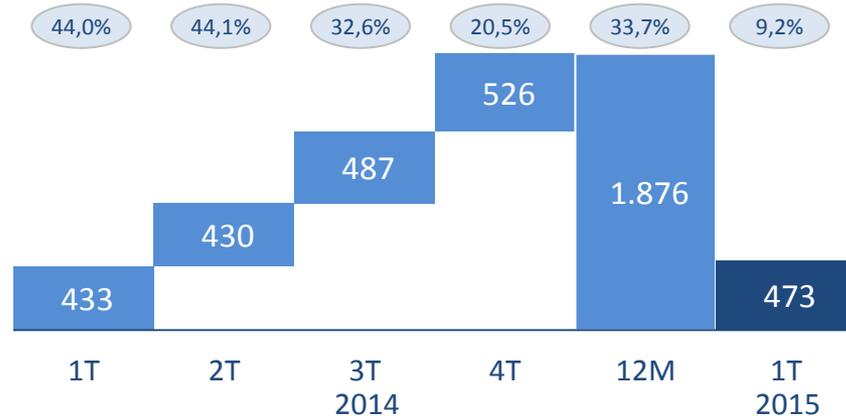
Receita Bruta - Consolidado

R\$ bilhões

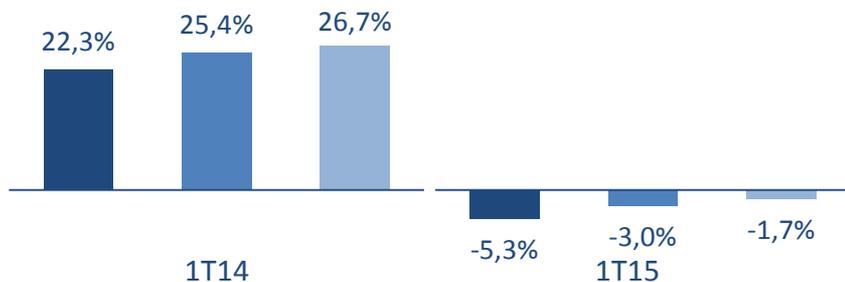


Receita Bruta - Internet

R\$ milhões



Crescimento das Vendas Mesmas Lojas



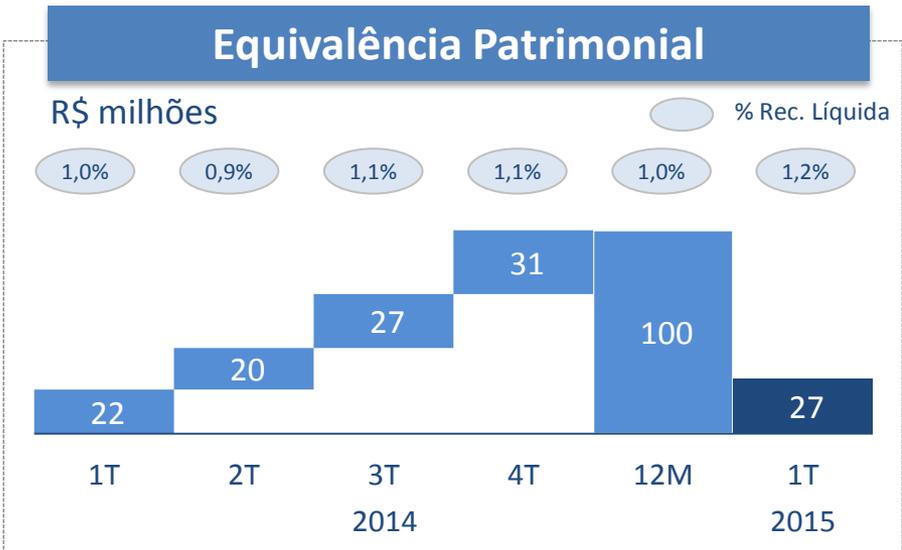
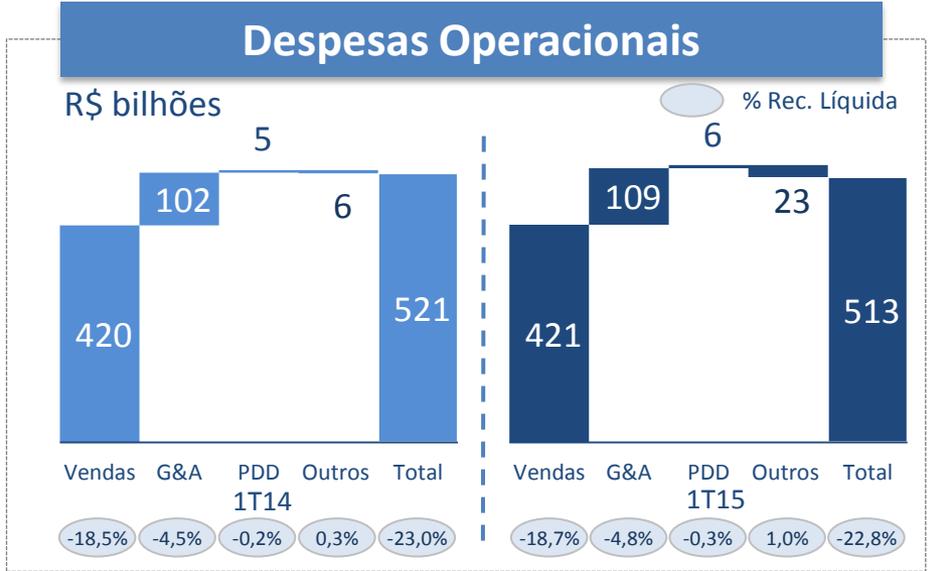
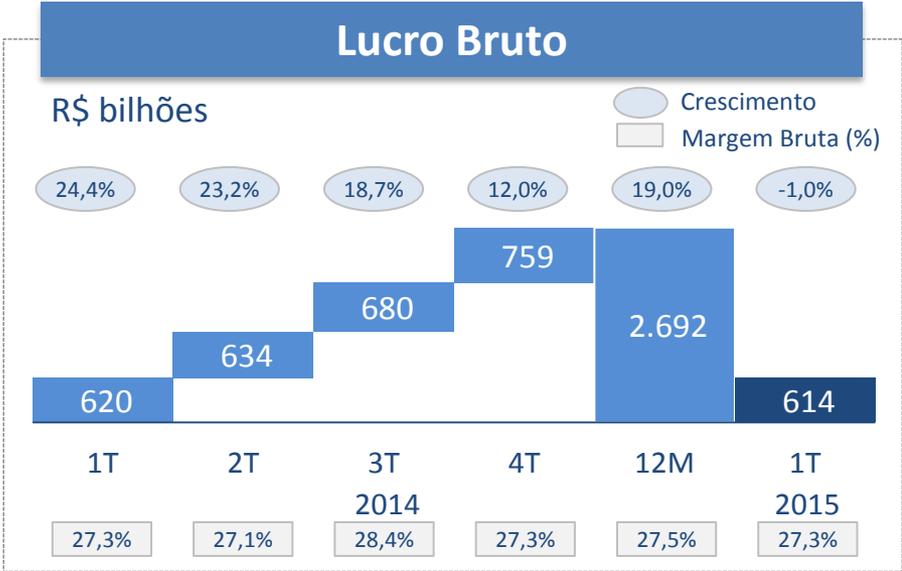
- SSS Lojas Físicas
- SSS Lojas (incluindo e-commerce)
- Crescimento das Vendas Totais do Varejo

○ Crescimento vs o mesmo período do ano anterior

Considerações

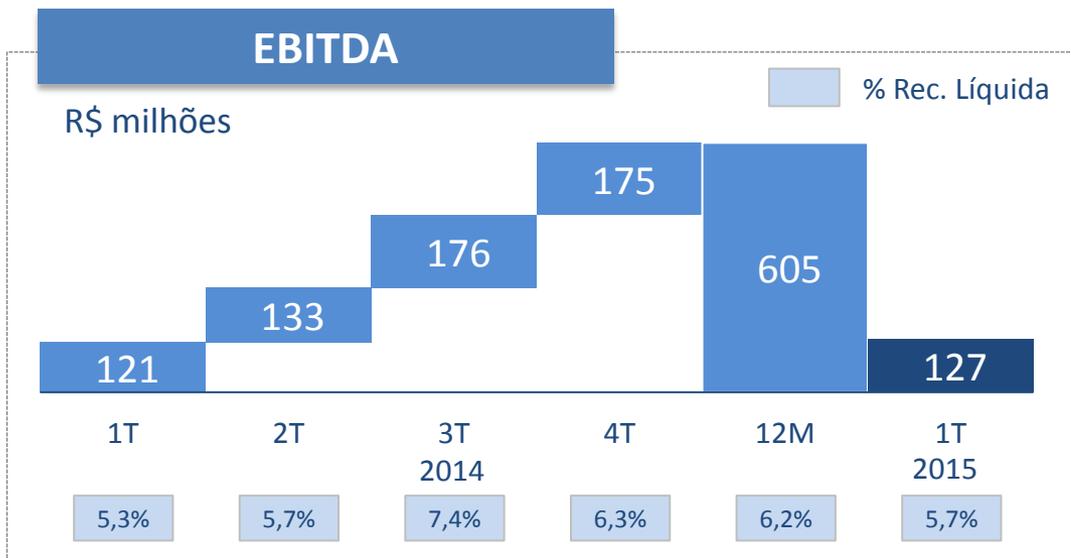
- Receita líquida basicamente estável no 1T15
 - Desconsiderando as vendas da categoria imagem, a receita bruta das demais categorias cresceu 4,8%
 - 3,0% de decréscimo no conceito mesmas lojas** (SSS de -5,3% nas lojas físicas e +9,2% no e-commerce)
- Forte base de comparação:** tanto no e-commerce (SSS de +44,0%,) quanto nas lojas físicas (SSS de +22,3%)

Lucro Bruto, Despesas Operacionais e Equivalência Patrimonial



- ### Considerações
- Lucro Bruto**
 - Estável em 27,3% apesar do aumento da participação do e-commerce para 18% das vendas e cenário desafiador
 - Despesas de vendas, gerais e administrativas**
 - Crescimento de 1,6%, bem abaixo da inflação no período
 - Equivalência Patrimonial**
 - Destaque para desempenho da Luizacred:
 - Margem EBITDA de 19,3% no 1T15 (17,8% no 1T14)
 - Margem líquida de 11,1% no 1T15 (10,2% no 1T14)

EBITDA

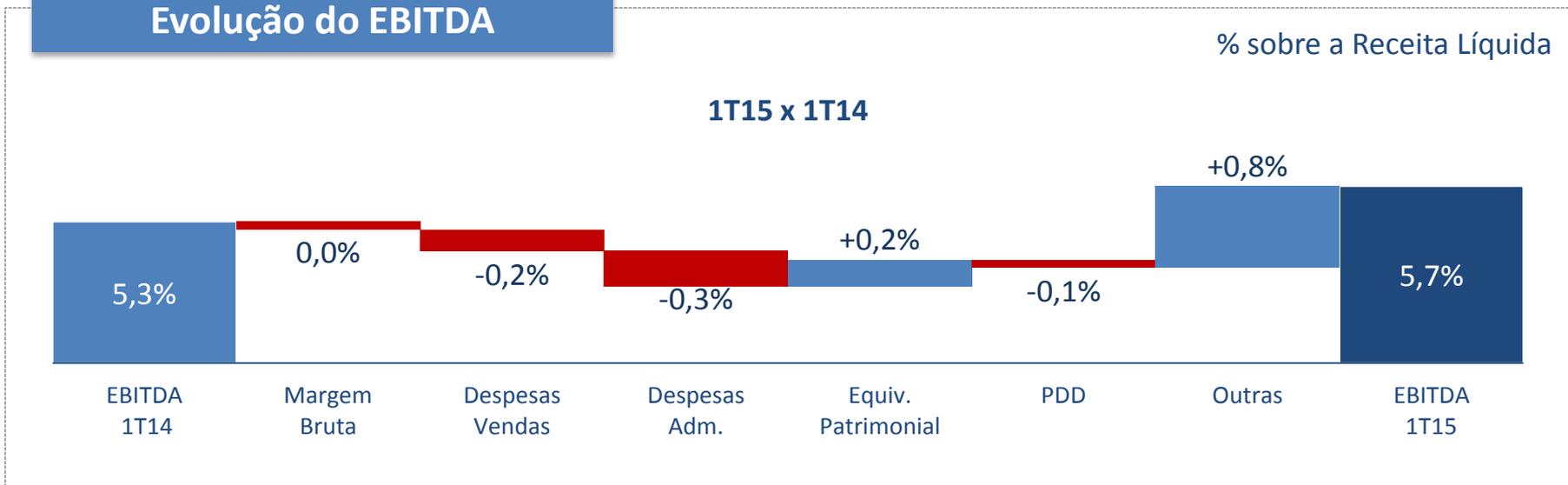


Considerações

EBITDA

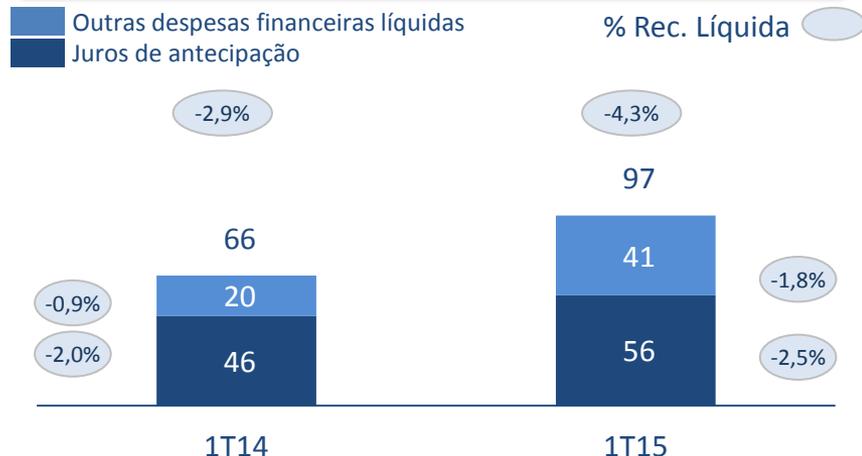
- Aumento da margem EBITDA em 0,4 p.p. *versus* 1T14 para 5,7% no 1T15
- Fatores que contribuíram :
 - i) manutenção da margem bruta
 - ii) melhor controle de despesas operacionais e,
 - iii) aumento da equivalência patrimonial.

Evolução do EBITDA

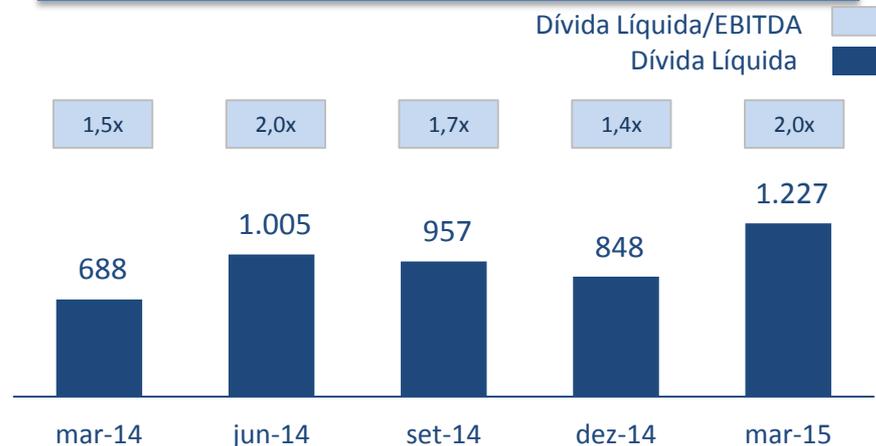


Resultado Financeiro e Capital de Giro

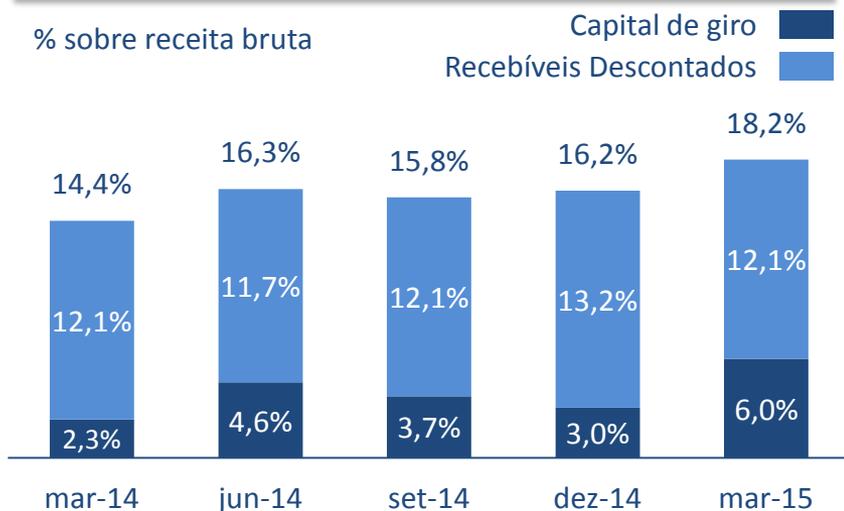
Resultado Financeiro*



Endividamento Líquido



Capital de Giro



Considerações

Resultado Financeiro Ajustado

- Aumento de 46,2% para 4,3% da receita líquida em 1T15 (*versus* 2,9% no 1T14), em função de maior CDI e pela variação da necessidade de capital de giro

Capital de Giro

- Elevação do capital de giro para 6,0% em mar/15 em função da sazonalidade, de vendas menores e de compras estratégicas, que deve ser revertida ao longo do ano

Endividamento Líquido

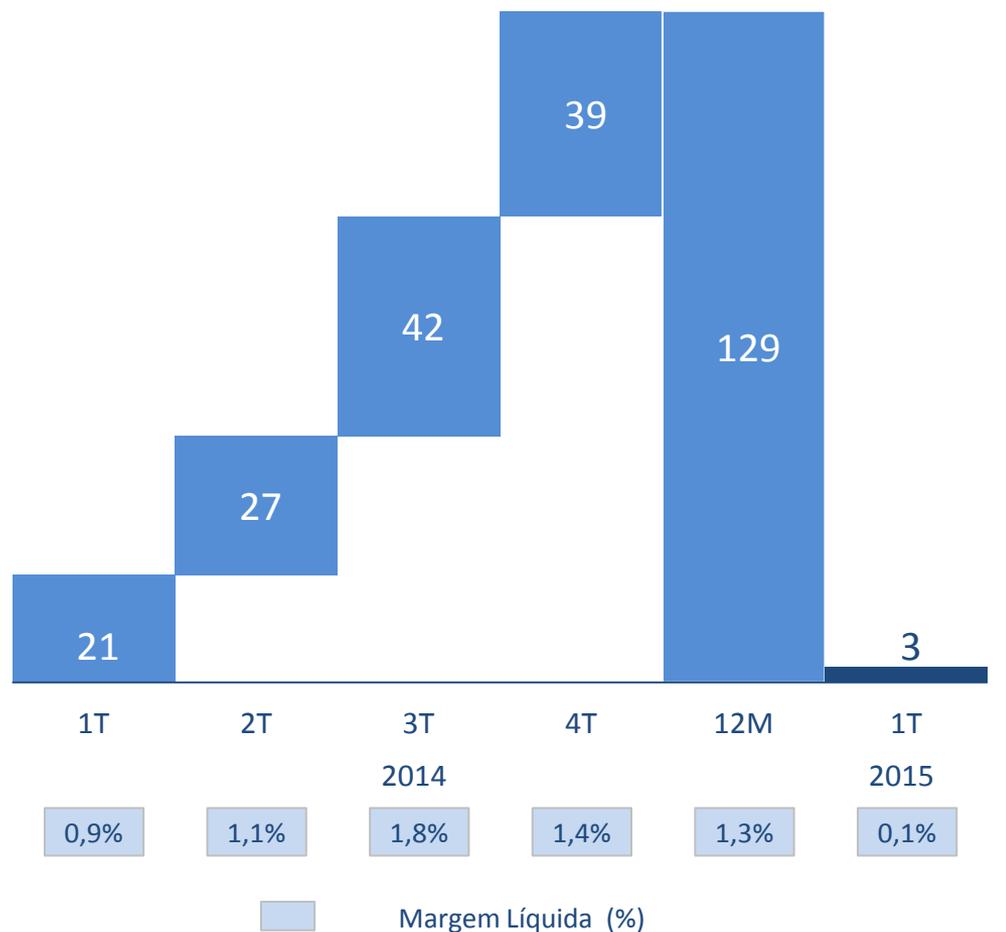
- Aumento da alavancagem financeira para 2,0x EBITDA em mar/15 *versus* 1,4x em dez/14

* Ajustado pela receita de títulos e valores mobiliários

Lucro Líquido

Lucro Líquido

R\$ milhões



Considerações

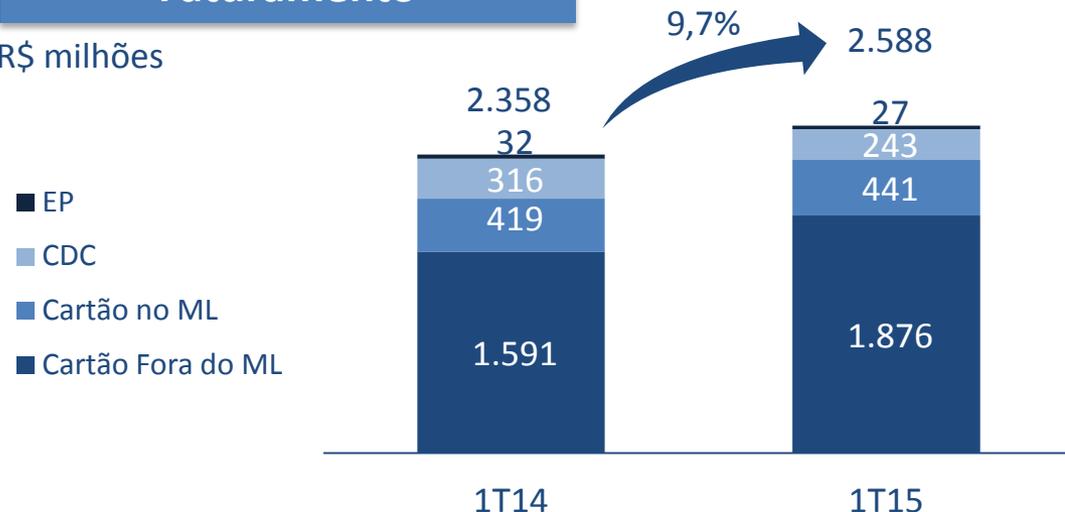
▪ Lucro líquido no 1T15

- Redução do lucro líquido de 86,1% para R\$2,9 milhões no 1T15, com margem líquida de 0,1%
- Rentabilidade impactada pelo aumento das despesas financeiras em função da maior taxa de juros no período e desempenho de vendas.

Luizacred

Faturamento

R\$ milhões



Considerações

- Crescimento de 9,7% no faturamento total
- Crescimento do faturamento do Cartão Luiza dentro do ML em 5,3% e fora em 17,9%
 - Respondeu por 63,8% das receitas da Luizacred no 1T15, comparado a 55,2% no 1T14.
- Redução do faturamento do CDC em 23,1%, por conta de uma política de crédito mais conservadora.

Visão Atraso

% carteira



Considerações

- Redução da PDD sobre a receita total para 40,0% no 1T15 de 44,9% no 1T14
- Redução da provisão sobre carteira total: para 3,0% no 1T15 de 3,4% no 1T14
- 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



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.