

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 1T19

7 de maio de 2019



Drives 2019

Magalu

Alavancagem
de plataforma
(MaaS)

Entrega mais
rápida (loja/casa)



Crescimento
Chinês

Super App

Melhor
experiência
do Varejo

Cultura Data
Driven e de
automação

Clientes

- 18 milhões de clientes ativos (+34% versus 1T18)
- Selo RA 1000 na lojas físicas e e-commerce (com marketplace)
- Crescimento de 26% nas ligações solucionadas no primeiro atendimento
- Redução de 60% nas reclamações formais
- Central de atendimento opera 24 horas, 7 dias na semana

E-commerce

- Crescimento de 68% na base ativa de clientes
- Crescimento de 50% em vendas, número de itens distintos mais que dobrou
- Entrada venda da categoria de livros: + de 240 mil títulos (1P+3P)
- 33 milhões de downloads no App – MAU de 6 milhões
- Entrega Expressa já está disponível em mais de 250 cidades

Marketplace

- 5.000 sellers e mais de 5,4MM de SKU's
- R\$432 milhões de GMV (18% do total de vendas do e-commerce e 28% da base de clientes no tri)
- Crescimento de 244% em relação ao 1T18
- Magalu Pagamentos já conta com mais de 3.750 sellers
- Magalu Entregas:
 - Magalu Entregas modelo básico - 53% dos sellers e 35% dos pedidos
 - Modalidade Cross Docking – piloto com 20 sellers (redução prazo e custo)

Lojas Físicas

- Crescimento de 23% na base ativa de clientes
- Ganho de marketshare em todas as categorias e regiões
- Crescimento de 16% nas vendas (8% mesmas lojas)
- Entrada no Norte: início do processo de abertura de 48 lojas no Pará e Maranhão

Luizacred

- Maior financeira de cartão de crédito do país
- Carteira de crédito de R\$8,8 bilhões (48% de crescimento)
- Base do cartão Luiza cresceu 26% alcançando 4,4 milhões no 1T19
- Usuários do App do Cartão Luiza alcançou 465 mil (penetração de 45% das novas contas)
- Índice de Eficiência melhorou 3 pontos percentuais

NETSHOES

- A Netshoes:
 - Maior player online de roupas, calçados e artigos esportivos
 - Principais marcas: Netshoes, Zattini e Shoestock

- Netshoes em números (2018):
 - 24 milhões de usuários
 - 6,8 milhões de usuários ativos
 - 12 milhões de pedidos
 - R\$ 204 de ticket médio
 - +1.000 sellers no marketplace
 - Sortimento: ~250 mil SKUs
 - GMV : R\$2,6 bilhões
 - Marketplace: 15% de participação

- A aquisição, em linha com a estratégia de crescimento exponencial:
 - Adição de novas categorias
 - Aumento da base ativa de clientes
 - Aumento da frequência de compra

- Assinamos em 29 de abril Acordo de Aquisição:
 - Valor: US\$2,00/ação
 - Valor Total: US\$62 milhões
 - Sujeito a aprovação de 2/3 dos acionistas presentes em Assembleia e do CADE
 - Aprovação de acionistas detentores de 48% do capital social

Destques 1T19 (Pró-forma)

Vendas

- Vendas totais aumentaram 28%, atingindo R\$5,7 bilhões
- Crescimento de 16% nas vendas lojas físicas (8% nas mesmas lojas)

E-commerce

- Crescimento de 50% no total (41% das vendas totais)
- Vendas do Marketplace cresceram 244% (18% do e-commerce)

Lucro Bruto

- Lucro bruto cresceu 16% (redução de 0,9 p.p. na margem bruta)
- Lei do Bem, e-commerce, marketplace

Despesas Operacionais

- Diluição das despesas em 0,6 p.p. para 20,6% da receita líquida
- Investimentos no aumento do nível de serviço e aquisição de novos clientes

EBITDA Lucro Líquido

- Evolução do EBITDA de 6% para R\$318 milhões (margem de 7,4%)
- Lucro líquido de R\$139 milhões com ROE de 23%

Geração de Caixa

- O fluxo de caixa das operações de R\$733 milhões nos últimos 12 meses
- ROIC de 20% no 1T19 e 27% nos últimos 12 meses

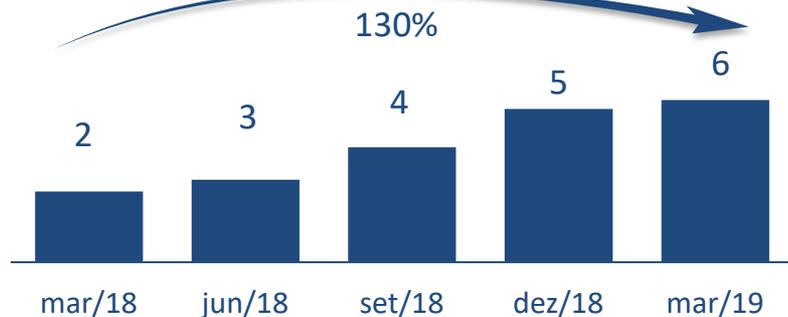
Estrutura de Capital

- Posição de caixa líquido ajustado de R\$1,4 bilhão em mar/19
- Posição total de caixa de R\$1,8 bilhão

Evolução da Base de usuários

MAU

milhões



Fonte: Appanie

Base ativa de clientes

milhões



Destaques

- Crescimento de 130% nos últimos 12 meses
- Um dos Apps mais baixados do varejo
- 33 milhões de downloads

Destaques

- Crescimento de 34% na base ativa de clientes
- Inclusão de novas categorias e melhora na experiência do cliente contribuíram para esse crescimento

Desempenho Operacional

Evolução do Número de Lojas

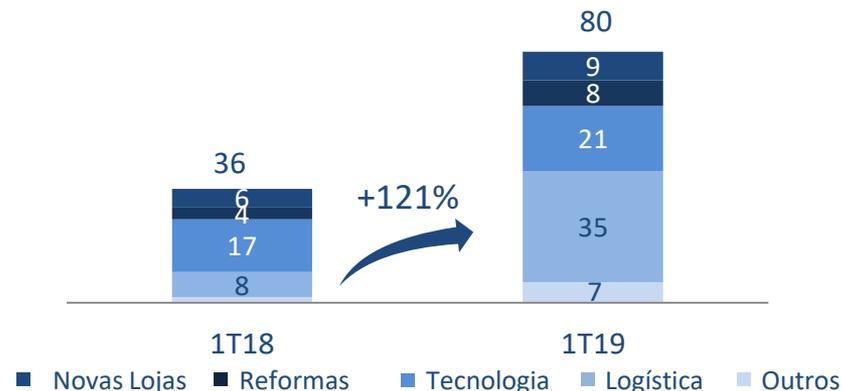
lojas

+101 lojas

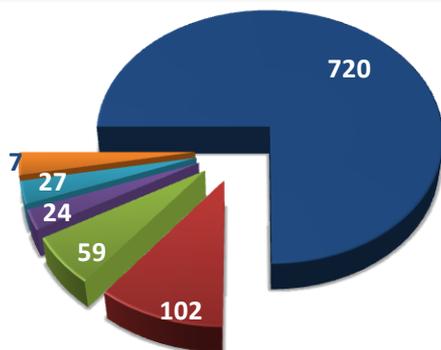


Investimentos

R\$ milhões



Idade Média das Lojas



■ Acima de 5 anos ■ Até 1 ano ■ até 2 anos
 ■ até 3 anos ■ até 4 anos ■ até 5 anos

Destaques

- Abertura de 5 lojas no 1T19
- Aproximadamente 25% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação
- Investimentos de R\$80 milhões no 1T19, em projetos relacionados ao crescimento

Evolução das Vendas

Vendas Totais

R\$ bilhões



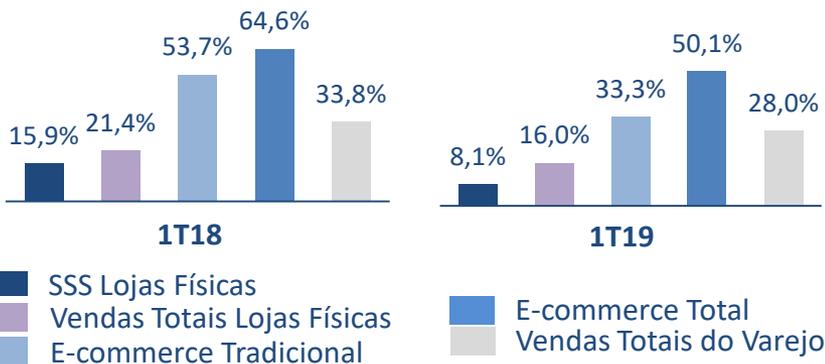
Vendas – E-commerce Total*

R\$ milhões

* Site, App e Marketplace



Crescimento das Vendas

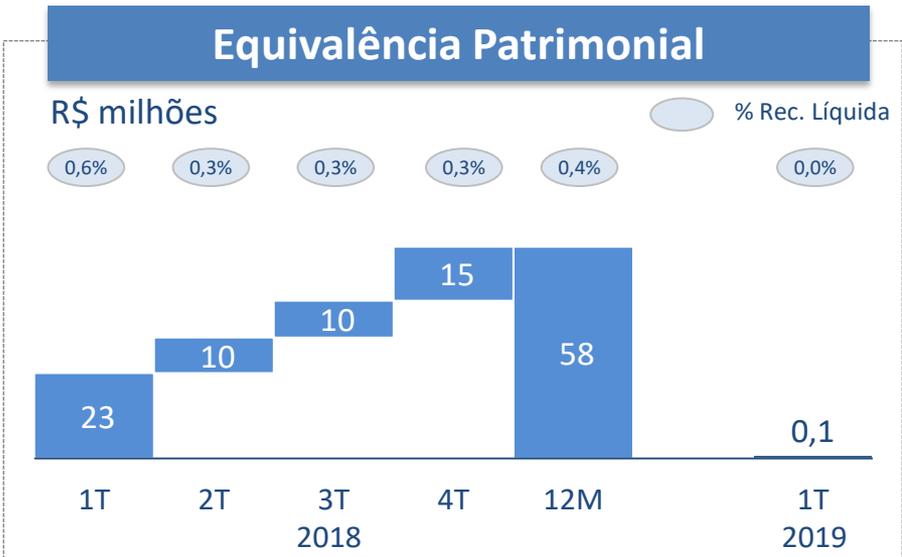
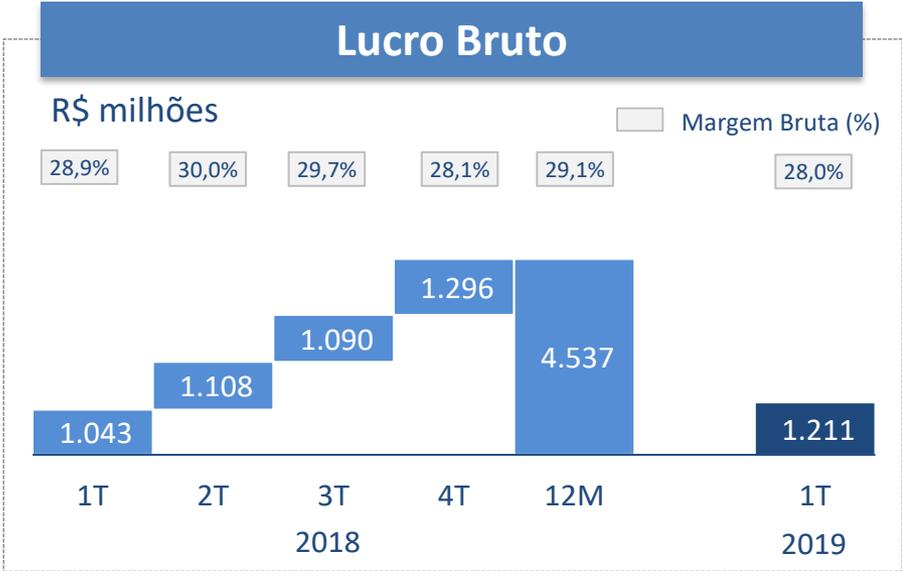


Destques

- SSS lojas físicas de 8% no 1T19 mesmo com uma forte base de comparação
- Aumento da participação do e-commerce de 35,3% no 1T18 para 41,4% das vendas totais no 1T19
- Mercado de móveis e eletro cresceu apenas 3,8% nos dois primeiros meses do ano (PMC/IBGE)
- Mercado de e-commerce cresceu 12,9% (Ebit) no 1T19

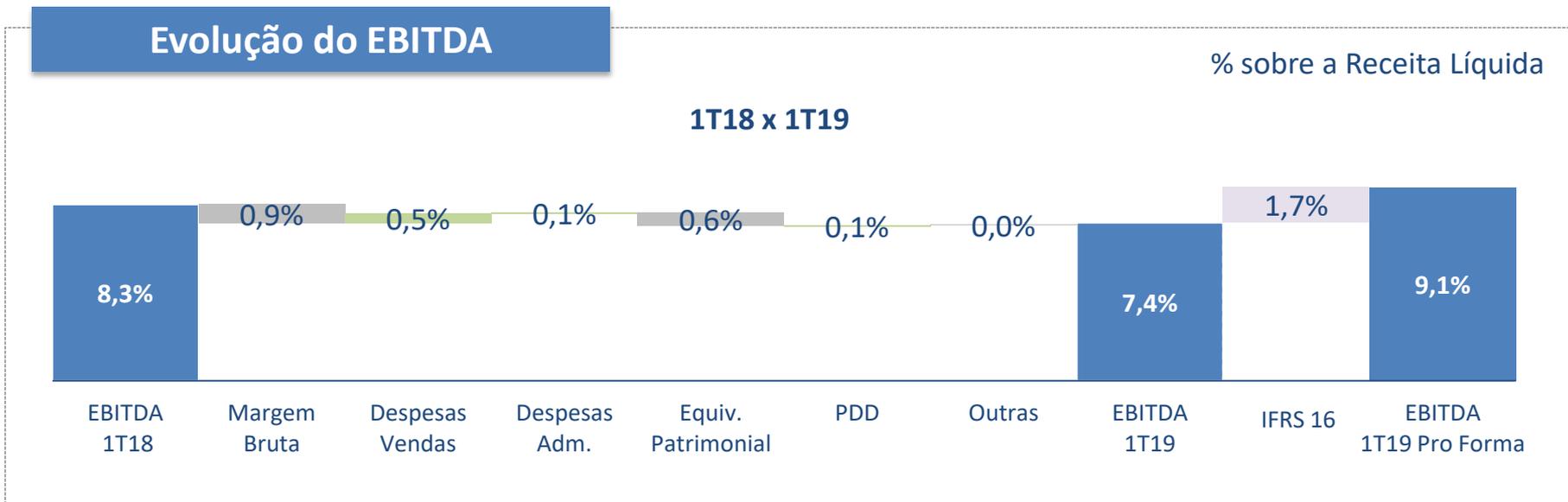
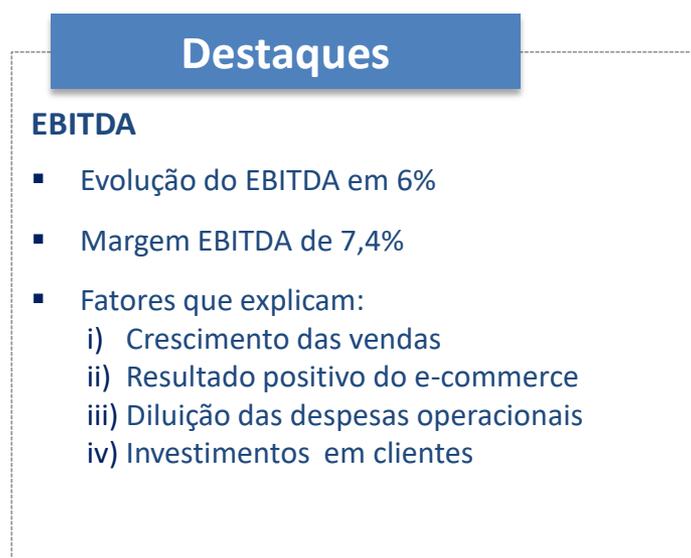
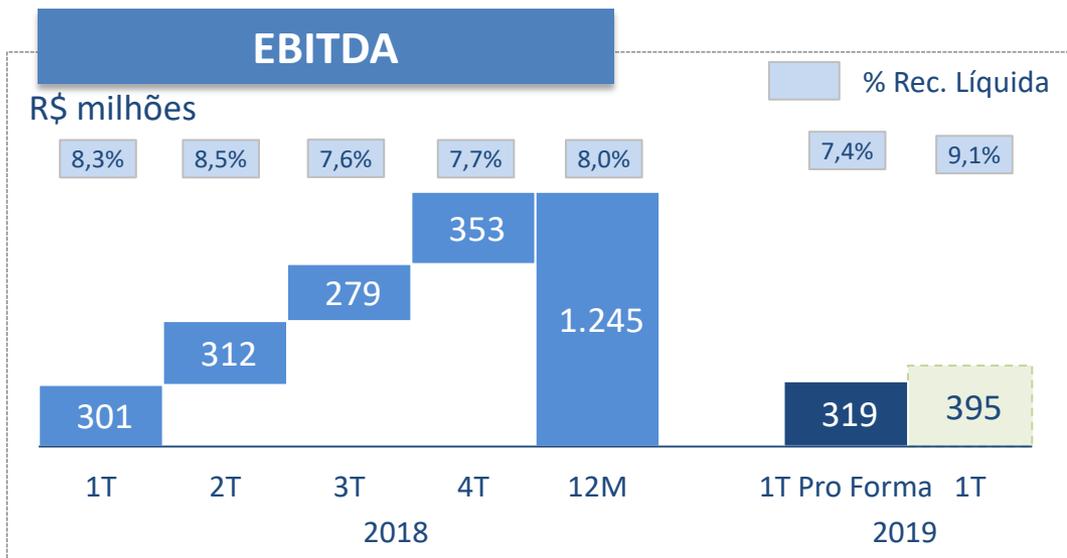
Crescimento vs o mesmo período do ano anterior

Lucro Bruto, Despesas Operacionais e Equivalência Patrimonial



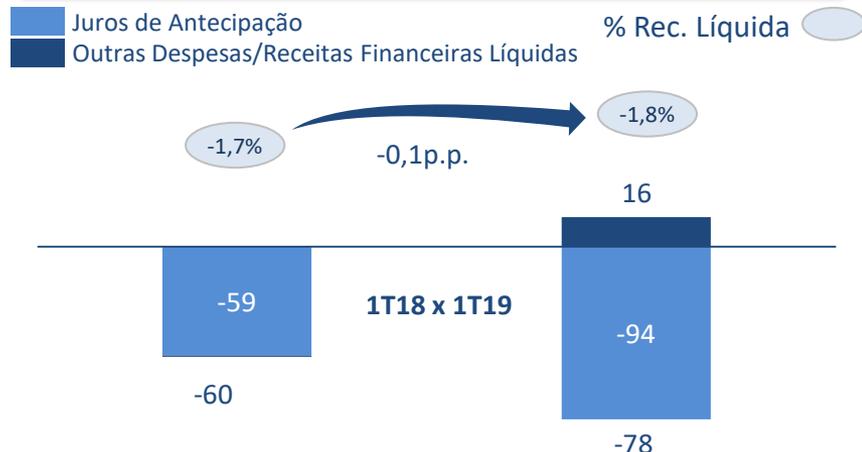
- ### Destaques
- **Despesas Operacionais**
Redução em 0,6 p.p. no 1T19 (20,6% da Receita Líquida)
 - **Equivalência Patrimonial**
Luizacred: -R\$0,4 milhão
Luizaseg: R\$0,5 milhão
- O resultado da Luizacred foi influenciado pelo IFRS 9 e crescimento acelerado da carteira de crédito (+48%) e expansão da base de cartões emitidos (+26%)

EBITDA

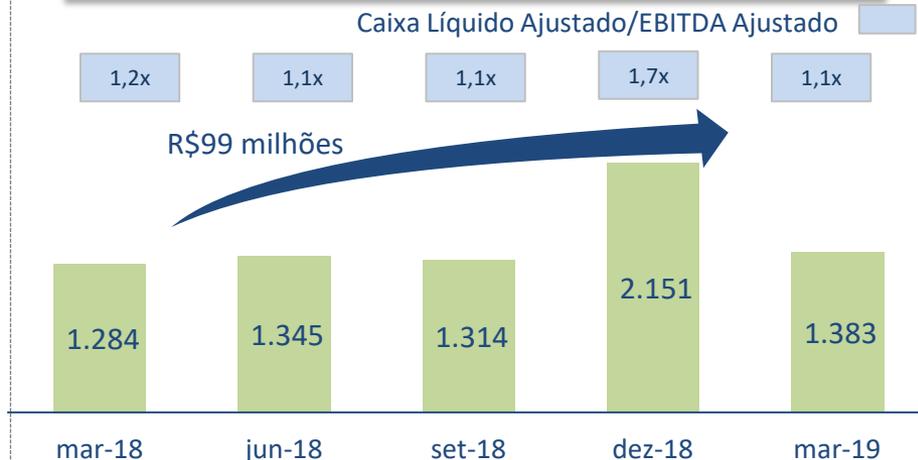


Resultado Financeiro e Capital de Giro

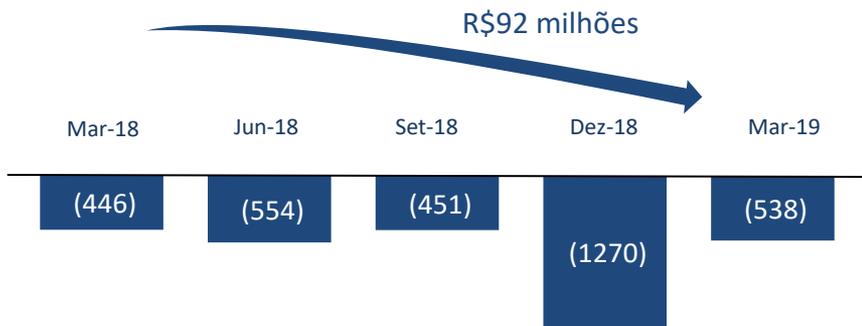
Despesas Financeiras



Caixa Líquido Ajustado **



Capital de Giro Ajustado



Destaques

- Resultado Financeiro**
 Resultado Financeiro Líquido Pro Forma foi de R\$77,7 milhões
- Capital de Giro**
 Disciplina na gestão de capital de giro
- Caixa Líquido**
 Posição total de caixa de R\$1,8 bilhão, sendo R\$ 0,5 bilhão em caixa e R\$ 1,3 bilhão em recebíveis de cartão de crédito

** Ajustado pelos recebíveis de cartão de crédito

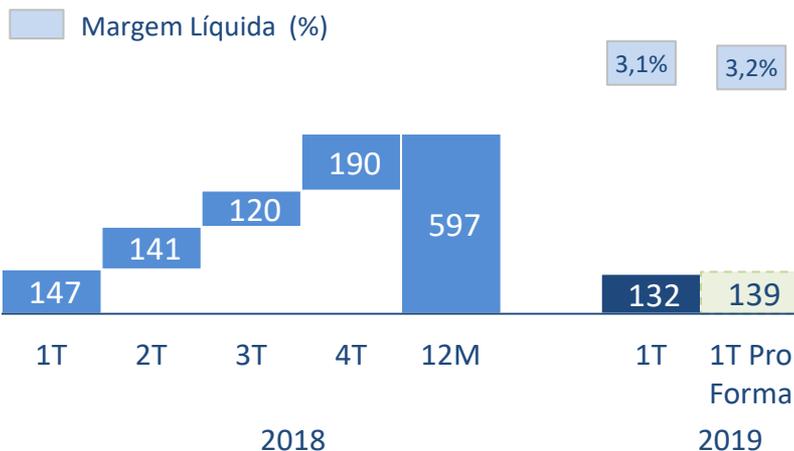
Fluxo de Caixa e Lucro Líquido

Fluxo de Caixa

1T19 – últimos 12 meses



Lucro Líquido



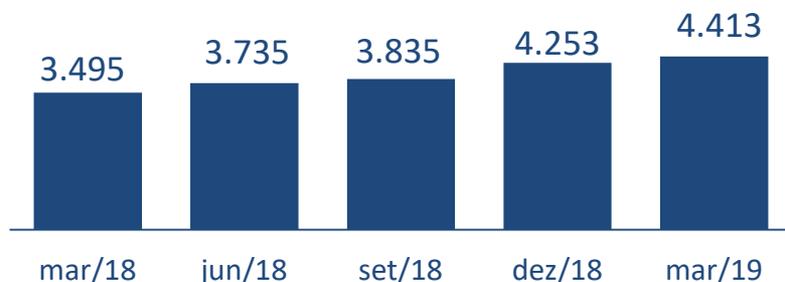
Destaques

- Estrutura de Capital**
 Melhora de R\$99 milhões nos últimos 12 meses
 Em mar/19 posição de caixa de R\$1,4 bilhão
- Lucro Líquido**
 Lucro líquido de R\$132 milhões no 1T19
 Lucro líquido Pro Forma de R\$139 milhões no 1T19
 ROE de 23%

Luizacred

Base do Cartão Luiza

Milhares de cartões



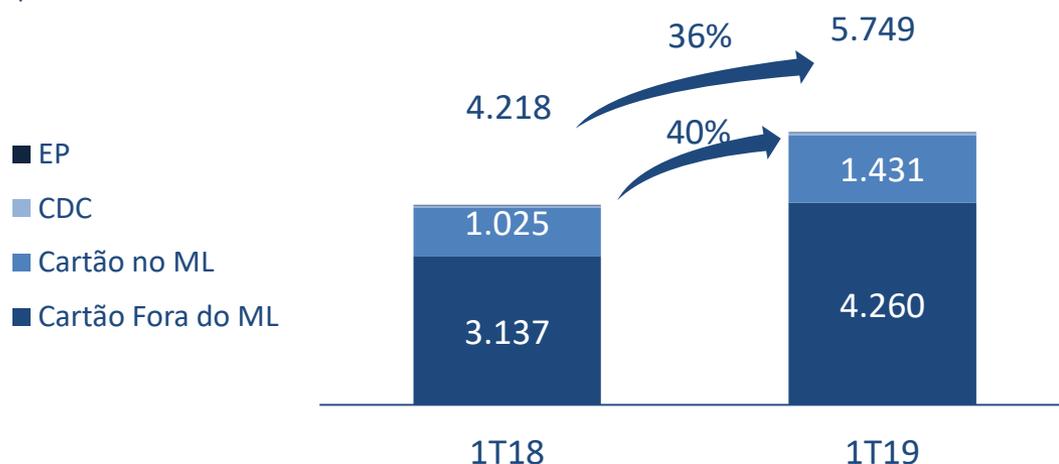
App Cartão Luiza
+465 mil
downloads

Destaques

- Cartão Luiza: clientes mais fiéis, maior recompra, ticket médio e frequência
- Crescimento da base do Cartão Luiza de 26% nos últimos 12 meses
- Crescimento líquido de 160 mil cartões no 1T19

Faturamento

R\$milhões



Destaques

- Aumento de 36% no faturamento total
- Aumento do Cartão Luiza dentro do ML em 40% e fora do ML em 36%
- Carteira de crédito alcançou R\$8,8 bilhões crescendo 48% nos últimos 12 meses

Luizacred – Lucro Líquido

Visão Atraso

% carteira

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

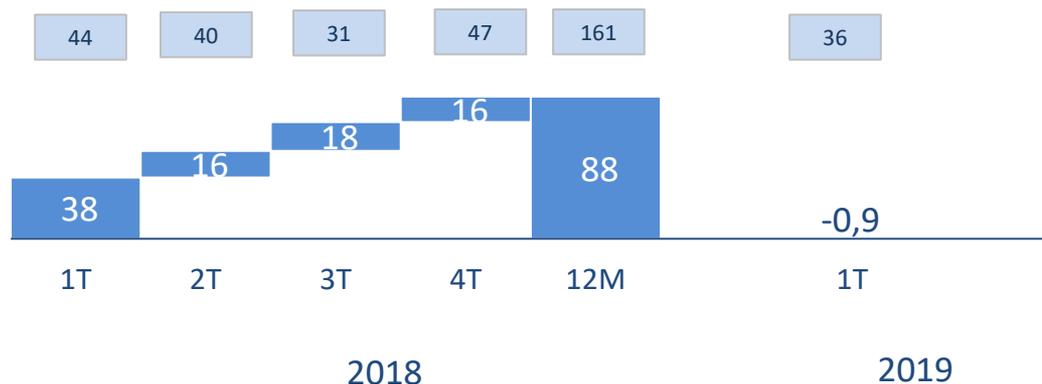


Destaques

- NPL 90 atingiu 7,7% da carteira total
- Índice de cobertura da carteira foi de 179%

Lucro Líquido

R\$ milhões

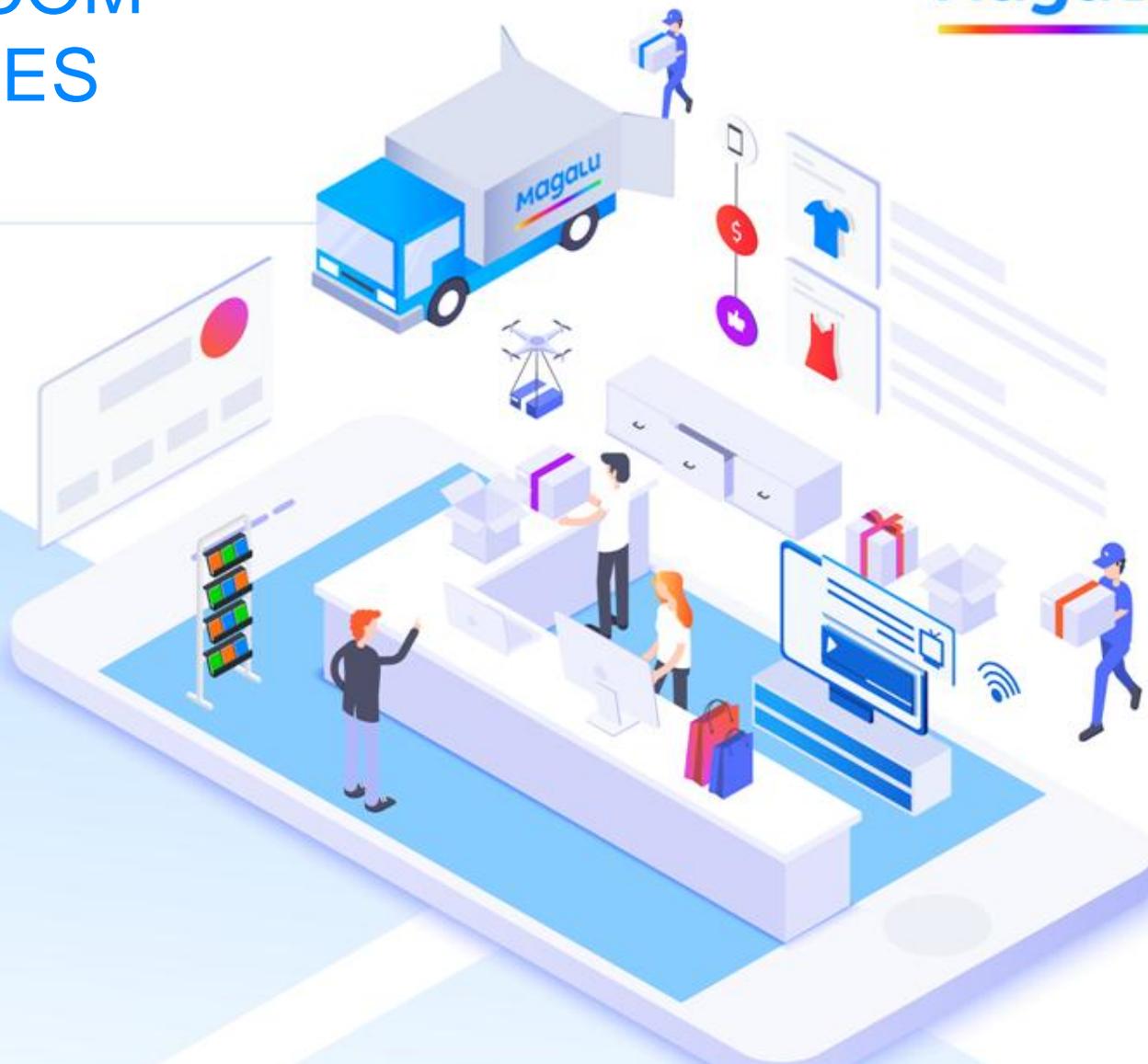


Destaques

- Aumento das provisões devido ao IFRS 9 (incluindo provisões para limite de crédito)
- Prejuízo líquido de R\$0,9 milhão
- Lucro Líquido em BRGAAP de R\$ 36 milhões com ROE de 17%

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

RI@MAGAZINELUIZA.COM.BR
MAGAZINELUIZA.COM.BR/RI



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.