

MAGAZINE LUIZA S.A.

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ/MF 47.960.950/0001-21

NIRE 35.300.104.811

COMUNICADO AO MERCADO

Magazine Luiza S.A. ("Companhia") comunica aos seus respectivos acionistas e ao mercado em geral que foi escolhida como a melhor empresa para se trabalhar do setor varejista e a segunda no ranking geral, segundo o relatório do Great Place to Work de 2018. A companhia, que hoje conta com mais de 20.000 funcionários, está na lista há mais de duas décadas.

O ranking é elaborado a partir de um estudo dos especialistas da GPTW sobre a cultura e prática das grandes empresas nacionais. A voz dos funcionários é ouvida em uma pesquisa de clima. "O que queremos é que o Magalu seja realmente um excelente lugar pra trabalhar", afirma Patrícia Pugas, diretora executiva de gestão de pessoas do Magazine Luiza. "A colocação no ranking é apenas uma consequência dessa vontade."

Além do destaque na lista geral, o Magazine Luiza também foi apontado como a empresa que melhor se comunica com seus funcionários. Essa comunicação é feita com a ajuda de uma rede social própria, um canal de televisão, a TV Luiza, e uma emissora de rádio, a Rádio Luiza, que promovem uma interação constante com os "Magalus" - como são chamados os funcionários da empresa, internamente.

Consórcio Luiza

O Consórcio Luiza, empresa do Grupo Magazine Luiza que está no ranking há oito anos, também obteve uma posição de destaque: ficou em 3º lugar entre as melhores do segmento "Médias Nacionais", companhias que têm de 100 a 999 funcionários.

Great Place to Work

Fundado há 25 anos, nos Estados Unidos, o Great Place to Work traz em sua marca o prestígio e o reconhecimento internacional por desenvolver as pesquisas das Melhores Empresas para Trabalhar em 59 países (América do Norte, América Latina, Europa, África, Oceania e Ásia), impactando mais de 12 milhões de funcionários. Em 2018, 2.300 empresas que operam no Brasil se inscreveram para participar do ranking.

Sobre o Magazine Luiza

Magazine Luiza é um dos maiores varejistas brasileiros, com mais de 50 milhões de clientes. A empresa possui uma forte presença geográfica, com onze centros de distribuição estrategicamente localizados para atender mais de 880 lojas distribuídas em 16 estados. A partir de um varejista tradicional do interior com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia está se transformando em uma *tech company*, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para



brasileiros de todas as classes. No centro do sucesso da empresa está uma plataforma de varejo multicanal, capaz de atingir clientes através de dispositivos móveis, site e lojas físicas. A transformação digital da empresa é conduzida por um time de desenvolvimento interno, o Luizalabs, que é composto por mais de 450 engenheiros e especialistas. Entre outras coisas, os engenheiros do Luizalabs utilizam tecnologias como *big data* e *machine learning* para criar aplicativos para as diversas áreas da Companhia, como atendimento, logística, financeiro e gestão de estoque, com o objetivo de eliminar a fricção do processo de varejo, melhorando as margens, os prazos de entrega e a experiência do cliente. A empresa tem estado na vanguarda da adoção do e-commerce na América Latina, e a operação online atualmente representa mais de 1/3 das vendas totais. O Magalu também possui um modelo logístico inovador e pioneiro. As operações logísticas online e offline são 100% integradas, e permitem que a Companhia aproveite sua presença física para reduzir radicalmente os prazos e custos de entrega.

São Paulo, 14 de agosto de 2018.

Roberto Bellissimo Rodrigues
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

