

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T19

13 de agosto de 2019



Drives 2019

magalu



- 22 milhões de clientes ativos (+53% versus 2T18)
- Selo RA 1000 na lojas físicas e e-commerce (com marketplace)
- Crescimento de 23% nas ligações solucionadas no primeiro atendimento
- Redução de 50% no tempo médio de espera no atendimento
- Índice de satisfação (CSAT) do marketplace cresceu 24%

E-commerce

- Crescimento de 50% na base ativa de clientes
- MAU de 12 milhões (incluindo o Superapp Magalu, Netshoes, Zattini e Época Cosméticos)
- Entrega Expressa: 40% das entregas em domicílio
- Logbee: atuando em mais de 100 cidades
- Piloto do *shipping from store* em mais de 60 lojas

Marketplace

- Crescimento de 289% em relação ao 2T18
- R\$583 milhões de GMV (24% do total de vendas do e-commerce)
- 8.100 sellers e mais de 7,5 milhões de SKU's
- 45% dos clientes compraram algum item do marketplace
- 100% das transações com emissão de Nota Fiscal
- Magalu Entregas:
 - Magalu Entregas modelo básico - 60% dos sellers
 - Modalidade Cross Docking – piloto com 135 sellers (redução prazo e custo)

Lojas Físicas

- Crescimento de 19% na base ativa de clientes

- Ganho de 1,5 p.p. de marketshare total

- Crescimento de 9% nas vendas (vs. 34% no 2T18)

- 10% de crescimento de vendas mesmas lojas - desconsiderando efeitos da Copa do Mundo no 2T18.

- Campanha “Smartphoniza Brasil”: categoria cresceu mais que o dobro do mercado

- Maior financeira de cartão de crédito do país (crescimento +50% no 2T19)
- Carteira de crédito de R\$9,5 bilhões (44% de crescimento)
- Base do cartão Luiza cresceu 24% alcançando 4,6 milhões no 2T19
- Frequência de uso: 7x ao mês
- Lucro R\$35 milhões (ROE 16,2%) de acordo com as normas do Banco Central

- 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

- Conclusão da Aquisição:
 - Valor: US\$3,70/ação
 - Valor Total: US\$115 milhões

Destaques 2T19 (Pró-forma)

Vendas

- Vendas totais aumentaram 24%, atingindo R\$5,7 bilhões
- Crescimento de 9% nas vendas lojas físicas (0,3% nas mesmas lojas)

E-commerce

- Crescimento de 56% no total (41% das vendas totais)
- Vendas do Marketplace cresceram 289% (24% do e-commerce)

Lucro Bruto

- Lucro bruto cresceu 12% (redução de 0,8 p.p. na margem bruta)
- Lei do Bem, e-commerce, marketplace

Despesas Operacionais

- Representaram 22% da receita líquida
- Investimentos no aumento do nível de serviço e aquisição de novos clientes

EBITDA Lucro Líquido

- EBITDA de R\$304 milhões (margem de 7,2%)
- Lucro líquido de R\$108 milhões (margem de 2,6%)

Geração de Caixa

- O fluxo de caixa das operações de R\$0,7 bilhão nos últimos 12 meses
- ROIC de 17% no 2T19 e 23% nos últimos 12 meses

Estrutura de Capital

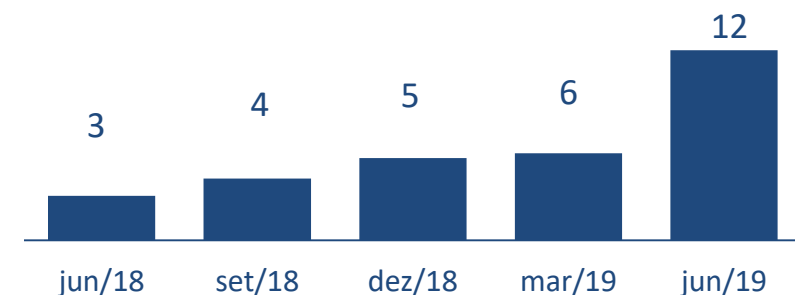
- Posição de caixa líquido ajustado de R\$0,8 bilhão em jun/19
- Posição total de caixa de R\$2,0 bilhões

Evolução da Base de usuários

MAU

milhões

329%

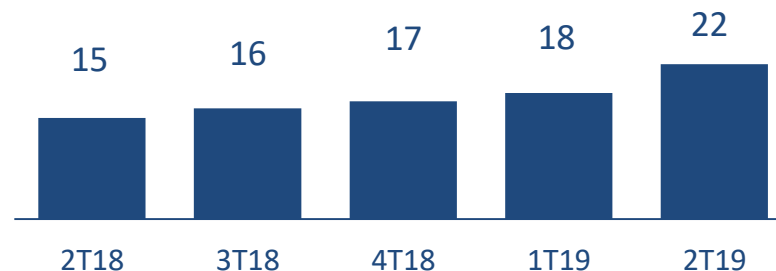


Fonte: Appanie

Base ativa de clientes

milhões

53%



Destaques

- MAU de 12 milhões (incluindo o Superapp Magalu, Netshoes, Zattini e Época Cosméticos)

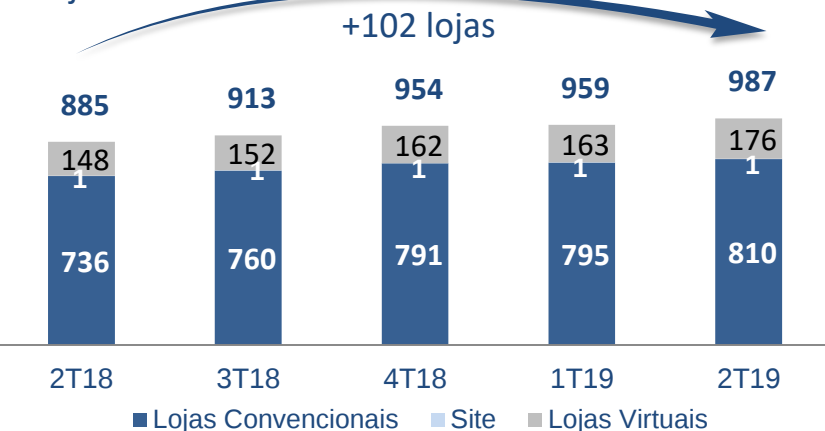
Destaques

- Crescimento de 53% na base ativa de clientes
- Inclusão de novas categorias e melhora na experiência do cliente contribuíram para esse crescimento
- No e-commerce a base ativa de clientes cresceu 128%, considerando os clientes únicos da Netshoes

Desempenho Operacional

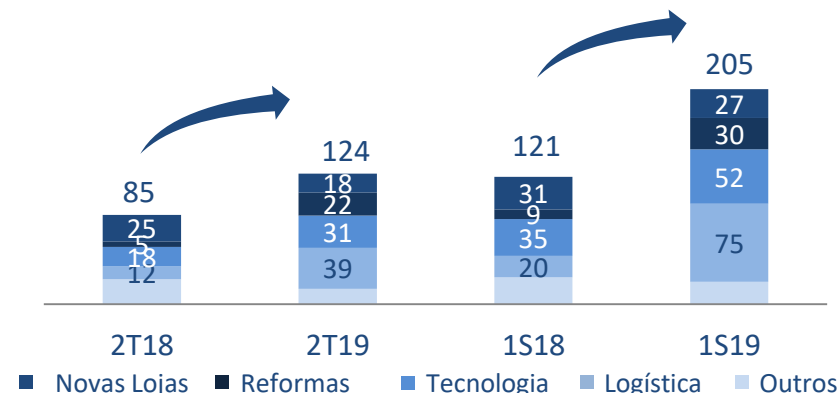
Evolução do Número de Lojas

lojas

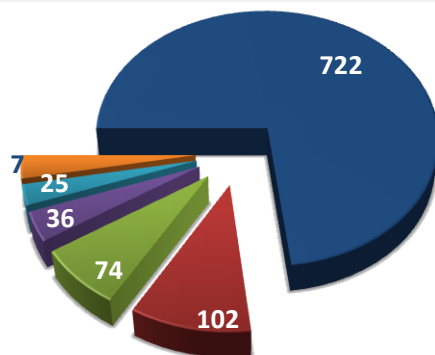


Investimentos

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

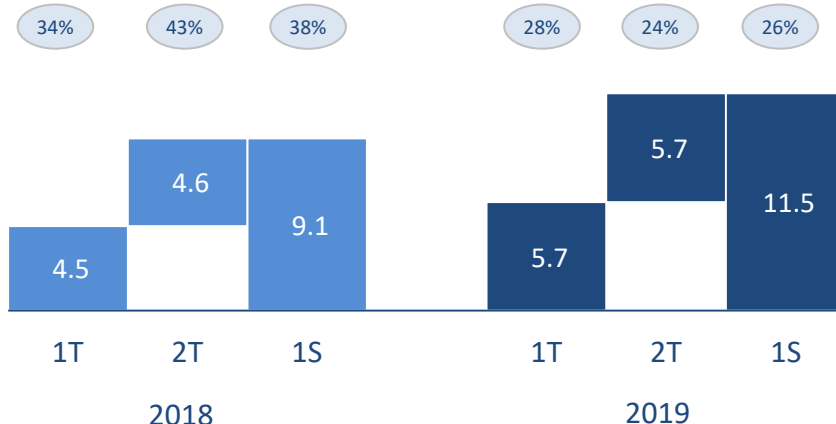
Destaques

- Abertura de 27 lojas no 2T19 e adição de uma loja Shoestock (Netshoes)
- Aproximadamente 27% das lojas ainda encontram-se em processo de maturação
- Investimentos de R\$124 milhões no 2T19, em projetos relacionados ao crescimento

Evolução das Vendas

Vendas Totais

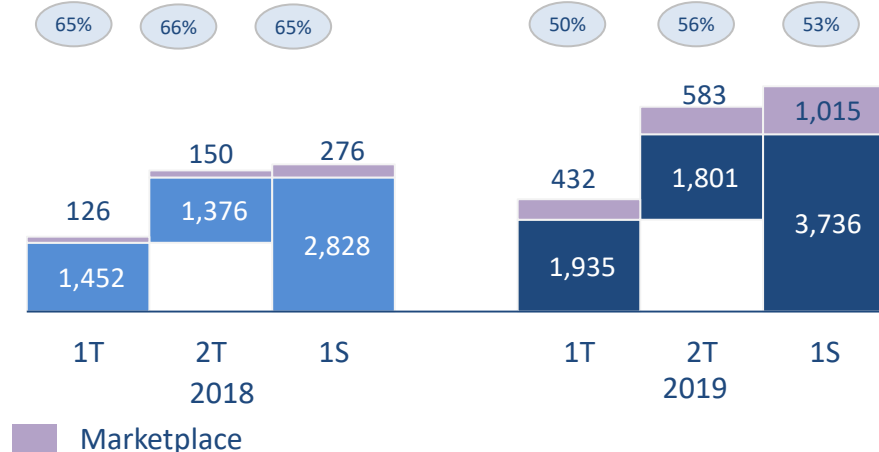
R\$ bilhões



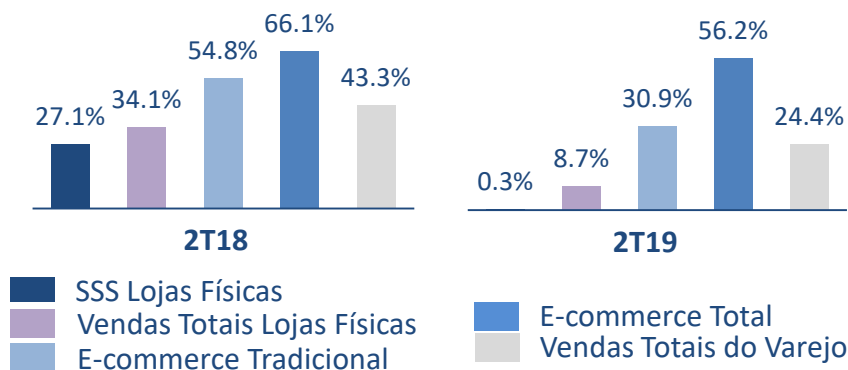
Vendas – E-commerce Total*

R\$ milhões

* Site, App e Marketplace



Crescimento das Vendas



Destaques

- SSS lojas físicas de 0,3% no 2T19 com uma forte base de comparação (27,1% no 2T18)
- Aumento da participação do e-commerce de 33,0% no 2T18 para 41,5% das vendas totais no 2T19
- Mercado de móveis e eletro cresceu 3,1% (PMC/IBGE)
- Mercado de e-commerce cresceu 10,8% (Ebit) no 2T19

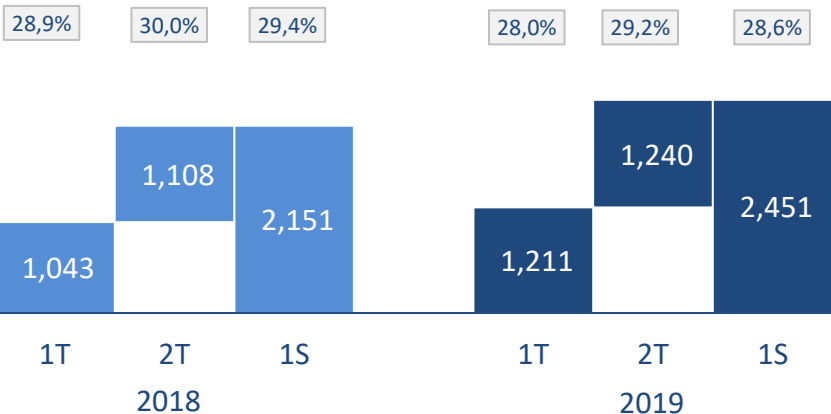
Crescimento vs o mesmo período do ano anterior

Lucro Bruto, Despesas Operacionais e Equivalência Patrimonial

Lucro Bruto

R\$ milhões

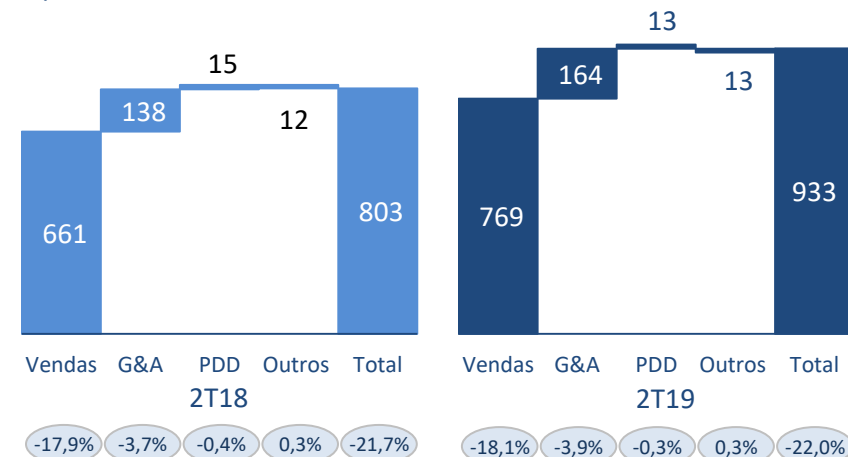
■ Margem Bruta (%)



Despesas Operacionais

R\$ milhões

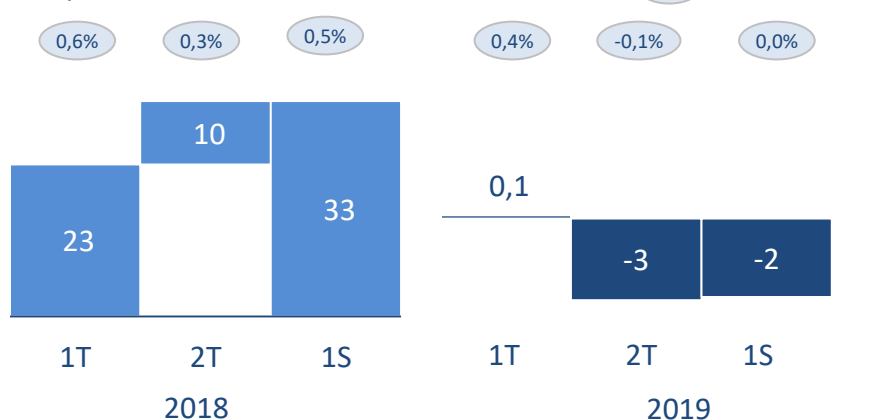
○ % Rec. Líquida



Equivalência Patrimonial

R\$ milhões

○ % Rec. Líquida



Destaques

Despesas Operacionais

22,0% da Receita Líquida – investimentos em aquisição de novos clientes e aumento do nível de serviço

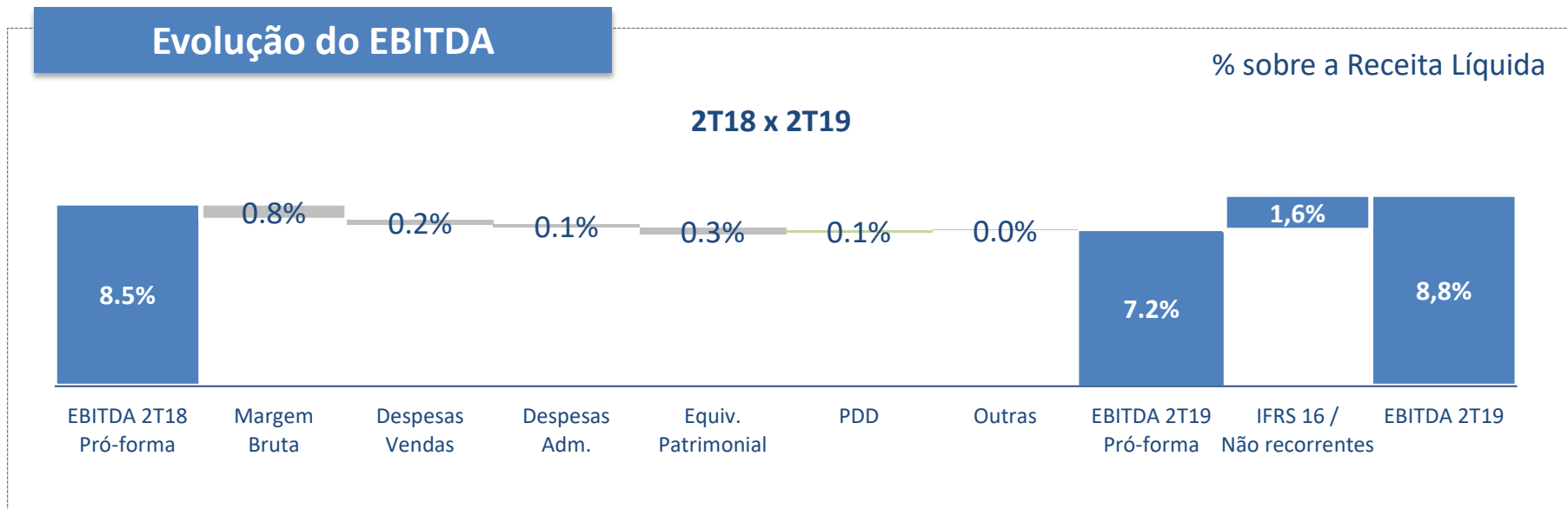
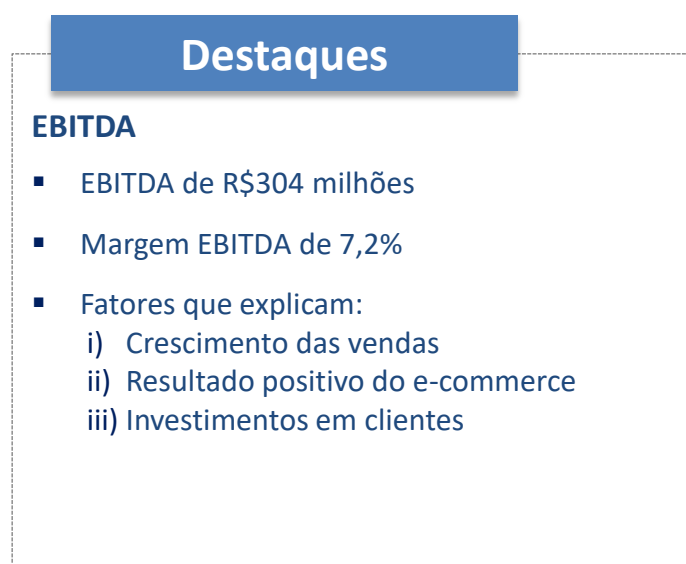
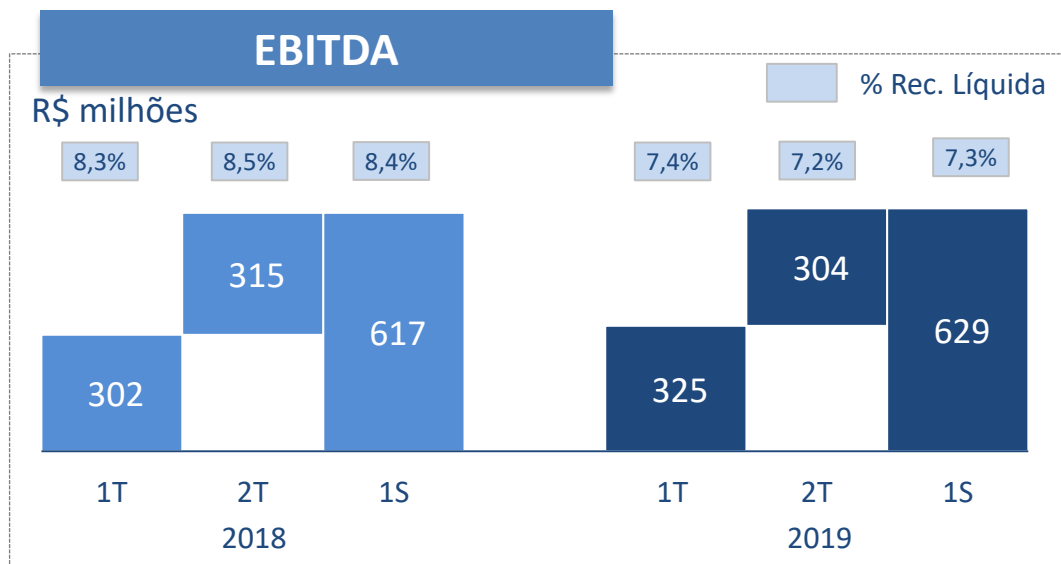
Equivalência Patrimonial

Luizacred: -R\$4 milhões

Luizaseg: R\$1,5 milhão

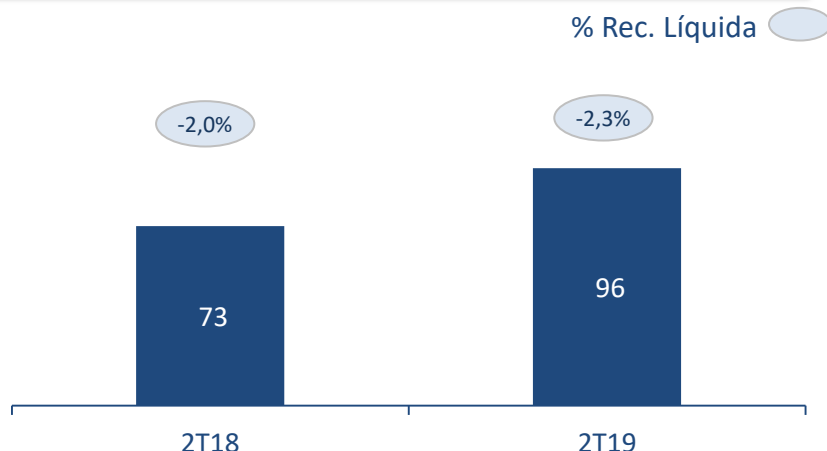
O resultado da Luizacred foi influenciado pelo IFRS 9 e crescimento acelerado da carteira de crédito (+44%) e expansão da base de cartões emitidos (+24%)

EBITDA – Pró-forma

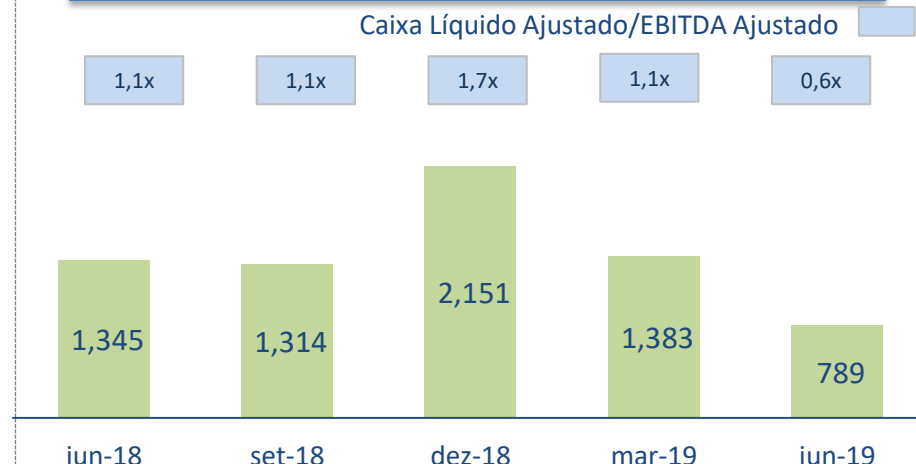


Resultado Financeiro e Capital de Giro

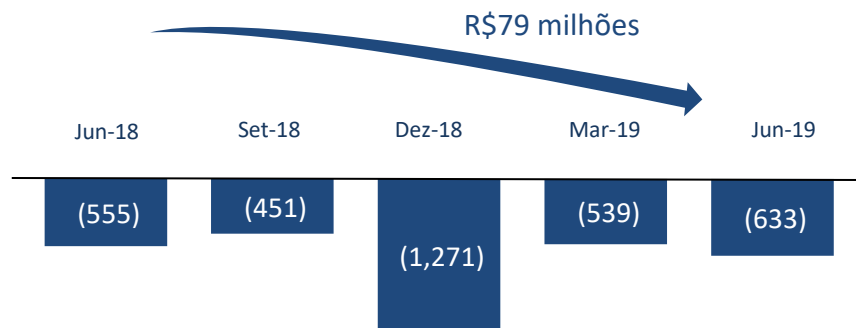
Resultado Financeiro – Pró-forma



Caixa Líquido Ajustado **



Capital de Giro Ajustado



Destaques

- **Resultado Financeiro**
Resultado Financeiro Líquido Pró-forma foi de R\$95,9 milhões
- **Capital de Giro**
Disciplina na gestão de capital de giro
- **Estrutura de Capital**
Variação no caixa líquido está totalmente relacionado com a aquisição da Netshoes (jun/19)

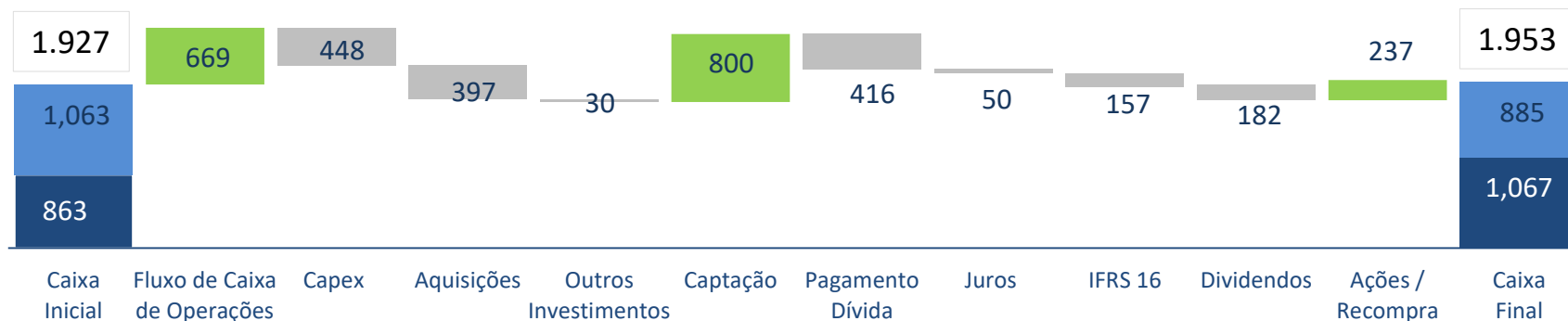
** Ajustado pelos recebíveis de cartão de crédito

Fluxo de Caixa e Lucro Líquido

Fluxo de Caixa

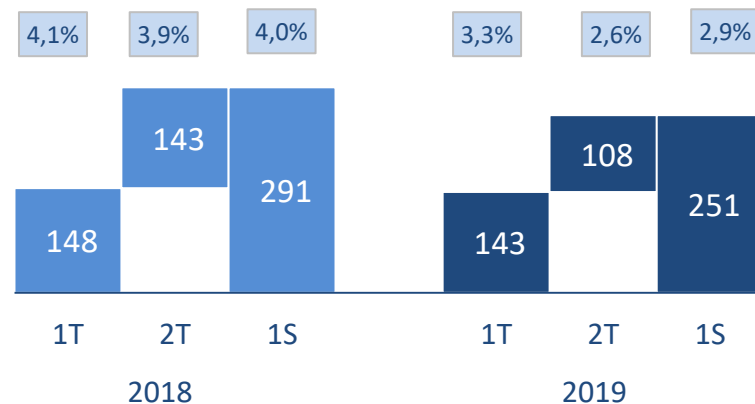
2T19 – últimos 12 meses

Recebíveis
Caixa



Lucro Líquido Pró-forma

Margem Líquida (%)



Destaques

Caixa Líquido

Posição total de caixa de R\$2,0 bilhões, sendo R\$ 1,1 bilhão em caixa e R\$ 0,9 bilhão em recebíveis de cartão de crédito

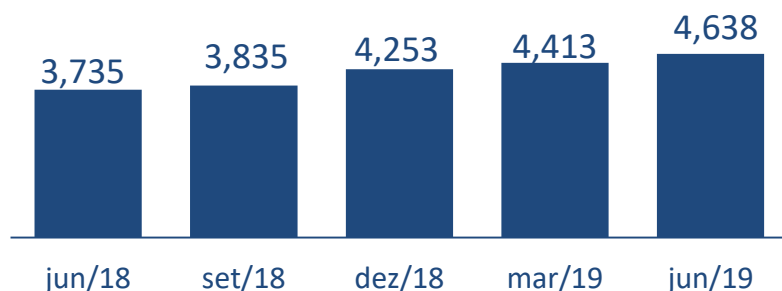
Lucro Líquido

Lucro líquido Pró-forma de R\$108 milhões no 2T19

Luizacred

Base do Cartão Luiza

Milhares de cartões



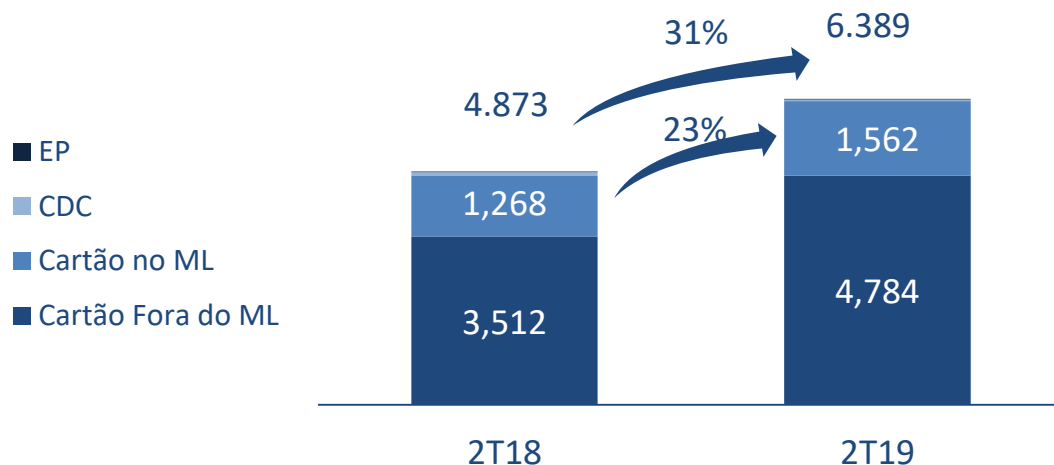
App Cartão Luiza
+565 mil
downloads

Destaques

- Cartão Luiza: clientes mais fiéis, maior recompra, ticket médio e frequência
- Crescimento da base do Cartão Luiza de 24% nos últimos 12 meses
- Crescimento líquido de 225mil cartões no 2T19

Faturamento

R\$milhões



Destaques

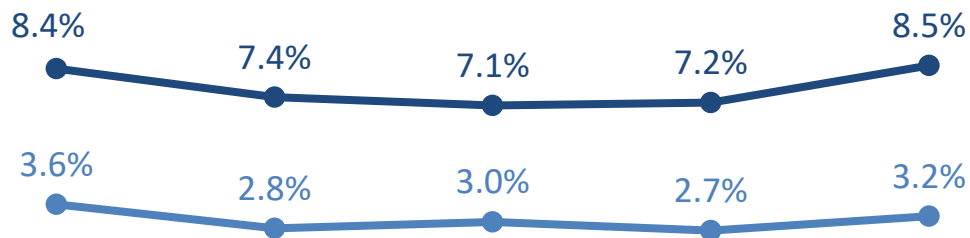
- Aumento de 31% no faturamento total
- Aumento do Cartão Luiza dentro do ML em 23% e fora do ML em 36%
- Carteira de crédito alcançou R\$9,5 bilhões crescendo 44% nos últimos 12 meses

Luizacred – Lucro Líquido

Visão Atraso

% carteira

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

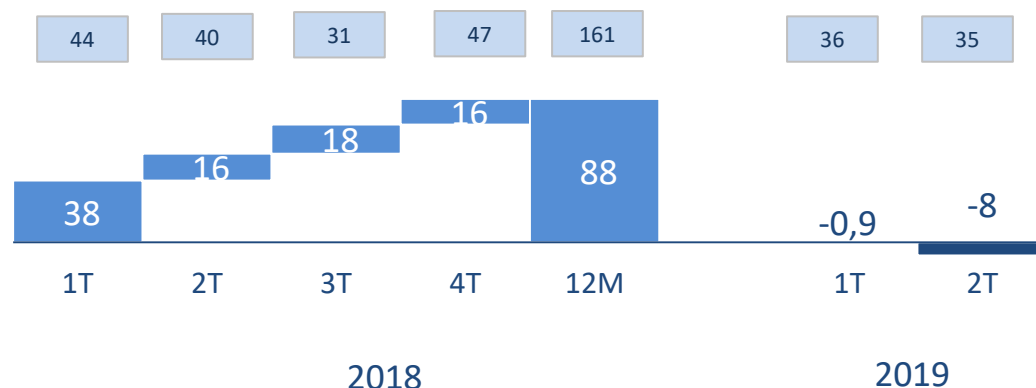


Destaques

- NPL 90 atingiu 8,5% da carteira total (aumento da participação de clientes novos na base)
- Índice de cobertura da carteira foi de 168%
- NPL até 90 dias melhorou no 2T19 para 3,2%

Lucro Líquido

R\$ milhões



Destaques

- Aumento das provisões devido ao IFRS 9 (incluindo provisões para limite de crédito)
- Prejuízo líquido de R\$8 milhões
- Lucro Líquido em BRGAAP de R\$ 35 milhões com ROE de 16%

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.