



Magazine Luiza S.A. (BM&FBOVESPA: MGLU3)
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2015 (em IFRS)



DESTAQUES 2T15

Ganho consistente de participação de mercado
Crescimento de vendas excluindo o efeito Copa do Mundo (+0,6%)
Evolução da margem EBITDA para 6,0% (+0,3p.p.)

- **Ganho consistente de participação de mercado.** Considerando os dados da pesquisa mensal do comércio publicada pelo IBGE (PMC) para os cinco primeiros meses do ano, a Companhia aumentou sua participação de mercado. No 2T15, as vendas líquidas alcançaram R\$2.107,3 milhões, decréscimo de 10,1%, em função de: i) base de comparação elevada em relação ao 2T14 (SSS de +24,5%); ii) efeito das vendas da categoria de imagem em decorrência do evento da Copa do Mundo e iii) cenário macroeconômico mais desafiador. No 2T15, as vendas no conceito mesmas lojas (SSS) apresentaram uma redução de 12,8%, reflexo da retração em 15,1% nas lojas físicas e 0,4% no e-commerce. Desconsiderando as vendas da categoria de imagem, que decresceram 52,8% no 2T15, as vendas das demais categorias cresceram 0,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.
- **Margem EBITDA alcançou 6,0%, evoluindo 0,3p.p. em relação ao 2T14.** Apesar do decréscimo nas vendas mesmas lojas, a Companhia apresentou uma evolução da margem EBITDA, que totalizou R\$126,6 milhões. Esse resultado foi obtido em função de: i) ganho de margem bruta de 2,8 p.p. (reflexo de melhor mix de vendas, início da cobrança de frete e montagem, aumento da participação de serviços e melhor negociação com fornecedores); ii) melhor controle das despesas operacionais e iii) resultados das empresas coligadas Luizacred e Luizaseg.
- **Luizacred e Luizaseg apresentaram novamente um excelente desempenho.** O resultado da equivalência patrimonial cresceu 2,7% em relação ao 2T14 para R\$20,8 milhões. A Luizacred evoluiu sua base de cartões, apresentou um crescimento de receitas, manteve a inadimplência sob controle e alcançou um lucro líquido de R\$33,5 milhões, com ROE de 25,4%. A Luizaseg apresentou um crescimento na receita de 38,4% e lucro líquido de R\$8,2 milhões (+84,4% em relação ao 2T14), com ROE de 40,9%.
- **Lucro líquido totalizou R\$3,0 milhões no 2T15.** Apesar do crescimento da margem bruta e da margem EBITDA, o lucro líquido foi influenciado pela menor diluição das despesas fixas e pelo aumento das despesas financeiras, em função da evolução significativa da taxa básica de juros no período.

MGLU3: R\$ 2,73 por ação
 Total de Ações: 177.991.467
 Valor de Mercado: R\$ 0,5 bilhão

Teleconferência: 31 de julho de 2015 (sexta-feira)
 11:00AM no horário de Brasília: +55 11 2188-0155
 10:00AM no horário dos EUA (EST): +1 646 843-6054

Relações com Investidores: Tel. +55 11 3504-2727
www.magazineluiza.com.br/ri
ri@magazineluiza.com.br

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2015

R\$ milhões (exceto quando indicado)	2T15	2T14	Var(%)	1S15	1S14	Var(%)
Receita Bruta	2.444,8	2.756,6	-11,3%	5.099,4	5.455,7	-6,5%
Receita Líquida	2.107,3	2.342,8	-10,1%	4.359,7	4.611,6	-5,5%
Lucro Bruto	629,5	633,7	-0,7%	1.243,4	1.253,7	-0,8%
Margem Bruta	29,9%	27,1%	2,8 pp	28,5%	27,2%	1,3 pp
EBITDA	126,6	133,0	-4,8%	254,0	253,8	0,1%
Margem EBITDA	6,0%	5,7%	0,3 pp	5,8%	5,5%	0,3 pp
Lucro Líquido	3,0	26,6	-88,6%	5,9	47,2	-87,5%
Margem Líquida	0,1%	1,1%	-1,0 pp	0,1%	1,0%	-0,9 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	-12,8%	24,5%	-	-7,9%	24,9%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-15,1%	21,3%	-	-10,3%	21,8%	-
Crescimento nas Vendas Internet	-0,4%	44,1%	-	4,4%	44,0%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	762	736	26 lojas	762	736	26 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	485.697	471.926	2,9%	485.697	471.926	2,9%

MENSAGEM DA DIRETORIA EXECUTIVA

Movimento #abraceonovo. O fenômeno da internet e o aumento do uso de dispositivos móveis, tais como *smartphones* e *tablets*, estão mudando a vida das pessoas para melhor, e o Magazine Luiza quer ajudar cada vez mais nossos clientes nessa inclusão digital. Neste sentido, lançamos internamente neste ano um novo ciclo do planejamento estratégico, chamado **Movimento #abraceonovo**. Este movimento visa promover uma significativa transformação digital na Companhia. Nosso objetivo é transformar o Magazine Luiza, passando de uma empresa de varejo tradicional com uma forte plataforma digital, para uma empresa digital, com pontos físicos e calor humano.

Como primeiro passo dessa transformação digital, criamos o Luizalabs, nosso próprio fomentador de ideias e soluções tecnológicas. O Luizalabs está encarregado de desenvolver e apoiar este projeto de transformação digital, envolvendo tanto o e-commerce quanto as lojas físicas. Investimos também para melhorar nossa operação multicanal com mudanças importantes na nossa logística e em ações de marketing, levando em conta os diferentes canais de vendas e o perfil dos mais de 40 milhões de clientes.

Agora, estamos iniciando uma nova etapa desta transformação, com o processo de digitalização das lojas: i) implementando rede de internet sem fio em nossas lojas e ii) introduzindo o uso de dispositivos móveis (*smartphones*) para auxiliar os vendedores (“Mobile Vendas”) proporcionando uma nova experiência de compra para os nossos clientes, mais rápida e amigável. Estes dispositivos móveis também estão auxiliando os montadores (“Mobile Montador”) no processo de montagem dos produtos nas casas dos nossos clientes.

Atualmente, o e-commerce já representa 18% das vendas, e a maior parte dos seus clientes já são multicanais. Os clientes multicanais são mais fiéis, compram com maior frequência (em média 3 vezes ao ano), mais categorias (em média 4) e mais produtos (em média 8), quando comparados aos clientes tradicionais. Além disso, tais clientes apresentam uma maior propensão a possuir o Cartão Luiza, com um menor nível de inadimplência.

Em 2015, a nossa estratégia de marketing conta com o patrocínio do futebol, combinado com a promoção “Esse Condomínio é Meu”. No mês de julho, sorteamos o primeiro ganhador da promoção. Neste mesmo mês, iniciamos a segunda fase da campanha que, além de sortear mais um condomínio equivalente a um prêmio de R\$1 milhão, também sorteará mensalmente um carro novo até o final do ano. A promoção é válida para compras realizadas em todos os canais de vendas da Companhia.

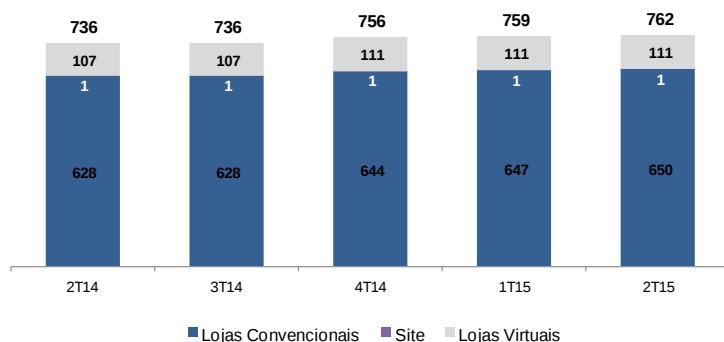
O varejo está passando por um período de ajustes significativos na economia brasileira. Permanecemos, no entanto, confiantes na nossa capacidade de crescer, ganhar participação de mercado e melhorar a nossa eficiência operacional. Continuamos investindo e priorizando projetos estratégicos que deverão melhorar nosso modelo de negócio multicanal e aumentar a nossa rentabilidade.

A Diretoria

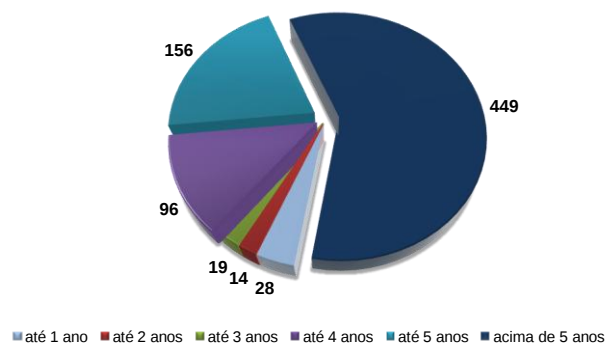
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magazine Luiza encerrou jun/15 com 762 lojas, sendo 650 convencionais, 111 virtuais e o *site*. No 2T15, a Companhia inaugurou três novas lojas convencionais (uma no Sudeste e duas no Nordeste). Desta base, 41% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



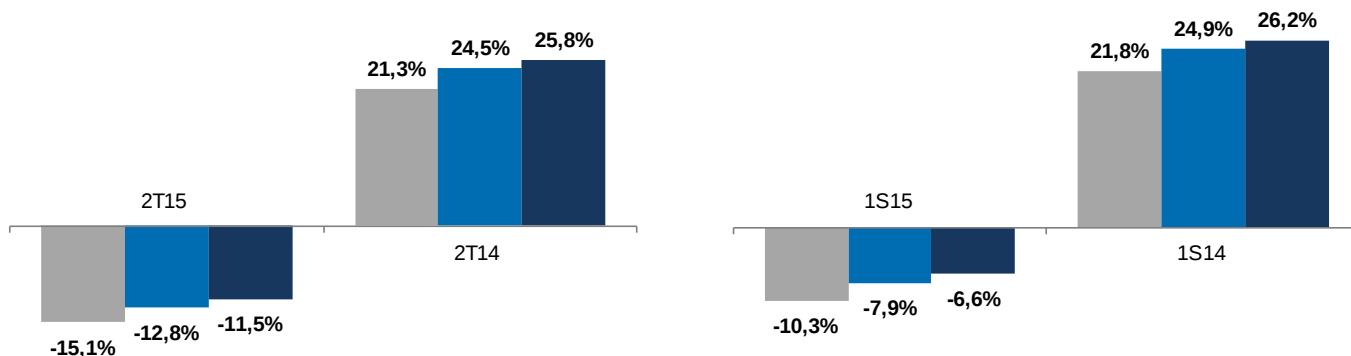
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



No conceito mesmas lojas, incluindo o e-commerce, as vendas brutas encolheram 12,8% no 2T15, enquanto que as vendas totais do varejo caíram 11,5%. Desconsiderando a categoria de imagem, influenciada pela forte base de comparação durante a Copa do Mundo, as vendas totais das demais categorias cresceram 0,6% no 2T15.

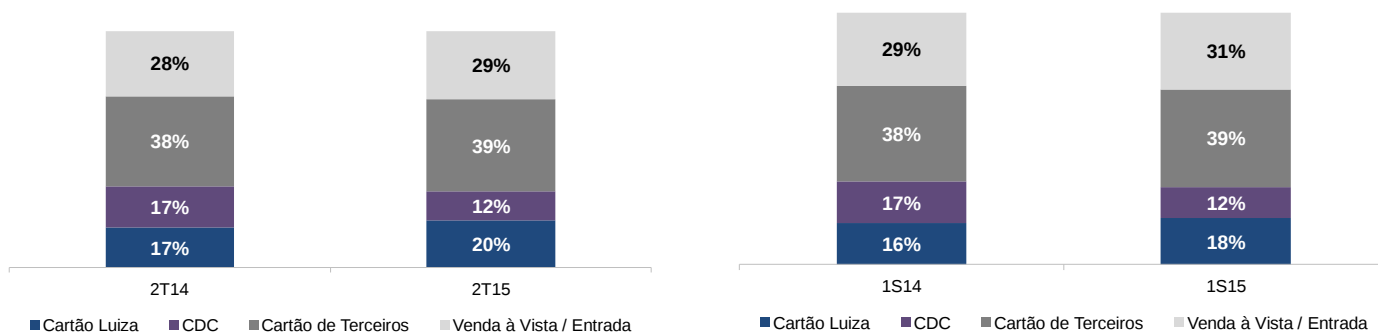
Crescimento das Vendas Brutas Mesmas Lojas (em %)

■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas Físicas
■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (inclui e-commerce)
■ Crescimento das Vendas Totais do Varejo



A participação do Cartão Luiza nas vendas totais cresceu de 17% no 2T14 para 20% no 2T15, 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 continuou a reduzir e representou 12% das vendas no 2T15, *versus* 17% no 2T14. A Companhia mantém sua política de limitar as vendas sem juros no Cartão Luiza em no máximo 15%.

Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



Receita Bruta

R\$ milhões	2T15	2T14	Var(%)	1S15	1S14	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.312,7	2.619,7	-11,7%	4.835,2	5.195,2	-6,9%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	121,6	128,4	-5,3%	243,8	243,9	0,0%
Total Varejo	2.434,3	2.748,2	-11,4%	5.079,1	5.439,1	-6,6%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	12,6	10,2	23,6%	24,5	20,1	21,9%
Eliminações Inter-companhias	(2,1)	(1,8)	21,5%	(4,1)	(3,5)	17,6%
Receita Bruta - Total	2.444,8	2.756,6	-11,3%	5.099,4	5.455,7	-6,5%

A receita bruta total diminuiu 11,3% no 2T15, passando para R\$2.444,8 milhões em função do desempenho da receita de revenda de mercadorias de -11,7%. Destacamos a evolução da participação da receita de serviços para 5,0% da receita bruta do varejo no 2T15, contra uma participação de 4,7% em igual trimestre do ano anterior. No 1S15, a receita bruta total apresentou uma redução de 6,5% para R\$5.099,4 milhões.

Receita Líquida

R\$ milhões	2T15	2T14	Var(%)	1S15	1S14	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.991,9	2.223,0	-10,4%	4.128,7	4.383,4	-5,8%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	106,0	112,2	-5,5%	212,8	213,4	-0,3%
Total Varejo	2.097,9	2.335,2	-10,2%	4.341,5	4.596,8	-5,6%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	11,5	9,3	23,9%	22,4	18,3	22,1%
Eliminações Inter-companhias	(2,1)	(1,8)	21,5%	(4,1)	(3,5)	17,6%
Receita Líquida - Total	2.107,3	2.342,8	-10,1%	4.359,7	4.611,6	-5,5%

A receita líquida total diminuiu 10,1% no 2T15 para R\$2.107,3 milhões. A diferença entre o crescimento da receita bruta e a receita líquida é explicada pelo aumento da participação de produtos isentos de Pis/Cofins (tais como *smartphones*). No 1S15, a receita líquida total encolheu 5,5% para R\$4.359,7 milhões.

Lucro Bruto

R\$ milhões	2T15	2T14	Var(%)	1S15	1S14	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	516,3	515,4	0,2%	1.016,6	1.028,4	-1,2%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	106,0	112,2	-5,5%	212,8	213,4	-0,3%
Total Varejo	622,3	627,6	-0,8%	1.229,3	1.241,8	-1,0%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	7,2	6,1	17,7%	14,0	11,9	18,0%
Lucro Bruto - Total	629,5	633,7	-0,7%	1.243,4	1.253,7	-0,8%
Margem Bruta - Total	29,9%	27,1%	2,8 pp	28,5%	27,2%	1,3 pp

No 2T15, o lucro bruto totalizou R\$629,5 milhões, com uma expansão na margem bruta de 2,8 p.p. para 29,9%. A melhora da margem bruta é explicada pelo (i) efeito mix (menor peso da categoria de imagem, maior peso de móveis e *smartphones*); (ii) início da cobrança de frete e montagem para as lojas do Sudeste a partir de abr/15; (iii) aumento da participação de serviços e (iv) melhor negociação com fornecedores, incluindo as compras estratégicas do final do 1T15.

Despesas Operacionais

R\$ milhões	2T15	% RL	2T14	% RL	Var(%)	1S15	% RL	1S14	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(404,4)	-19,2%	(415,8)	-17,7%	-2,7%	(825,7)	-18,9%	(835,7)	-18,1%	-1,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(112,8)	-5,4%	(106,2)	-4,5%	6,2%	(221,8)	-5,1%	(208,5)	-4,5%	6,4%
Subtotal	(517,2)	-24,5%	(522,0)	-22,3%	-0,9%	(1.047,5)	-24,0%	(1.044,2)	-22,6%	0,3%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(6,8)	-0,3%	(7,1)	-0,3%	-3,6%	(13,0)	-0,3%	(11,8)	-0,3%	10,1%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	0,2	0,0%	8,1	0,3%	-97,4%	23,3	0,5%	14,1	0,3%	65,0%
Total de Despesas Operacionais	(523,8)	-24,9%	(521,0)	-22,2%	0,5%	(1.037,2)	-23,8%	(1.041,9)	-22,6%	-0,4%

Despesas com Vendas

As despesas com vendas totalizaram R\$404,4 milhões no 2T15, equivalentes a 19,2% da receita líquida (1,5 p.p. maior em relação ao 2T14). Vale destacar que a Companhia conseguiu reduzir as despesas com vendas em 2,7% mantendo sua estratégia comercial. No 1S15, as despesas com vendas representaram 18,9% das vendas líquidas, equivalentes a um aumento de 0,8 p.p. em relação ao 1S14.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$112,8 milhões no 2T15 e alcançaram 5,4% da receita líquida (0,9 p.p. maior em relação ao 2T14), em função principalmente do dissídio coletivo da categoria no final de 2014. No 1S15, a participação das despesas gerais e administrativas foi de 5,1% da receita líquida, equivalente a um aumento de 0,6 p.p. em relação ao 2T14.

Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$6,8 milhões no 2T15 e R\$13,0 milhões no 1S15, ambas representando 0,3% da receita líquida.

Outras Receitas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	2T15	% RL	2T14	% RL	Var(%)	1S15	% RL	1S14	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,2)	0,0%	(0,8)	0,0%	-78,8%	(0,4)	0,0%	(0,9)	0,0%	-61,4%
Apropriação de Receita Diferida	8,2	0,4%	8,7	0,4%	-5,7%	31,4	0,7%	16,6	0,4%	88,7%
Provisão para Perdas Tributárias	(2,0)	-0,1%	2,5	0,1%	-181%	1,9	0,0%	0,9	0,0%	118,8%
Despesas não Recorrentes	(5,9)	-0,3%	(2,6)	-0,1%	127,3%	(10,9)	-0,3%	(2,6)	-0,1%	323,7%
Outros	0,1	0,0%	0,3	0,0%	-61%	1,4	0,0%	0,2	0,0%	637,4%
Total	0,2	0,0%	8,1	0,3%	-97,4%	23,3	0,5%	14,1	0,3%	65,0%

As outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$0,2 milhão no 2T15, influenciadas pela apropriação de receita diferida no montante de R\$8,2 milhões e por despesas não recorrentes no valor de R\$5,9 milhões, despesas estas relacionadas principalmente a abertura de novas lojas. No 1S15, as outras receitas operacionais líquidas totalizaram R\$23,3 milhões (equivalente a 0,5% da receita).

Equivalência Patrimonial

No 2T15, o resultado da equivalência patrimonial mostrou novamente uma evolução, com lucro de R\$20,8 milhões, equivalente a 1,0% da receita líquida. Os principais fatores que impactaram positivamente o resultado da equivalência patrimonial foram (i) o desempenho da Luizacred, que apresentou crescimento de receitas, inadimplência sob controle e ROE de 25,4%; e (ii) o resultado da Luizaseg, que apresentou um aumento da lucratividade e ROE de 40,9%. No 1S15, o resultado da equivalência patrimonial totalizou R\$47,8 milhões, equivalente a 1,1% da receita líquida, e um crescimento de 14,1% em relação ao 1S14.

EBITDA

No 2T15, o resultado antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA) totalizou R\$126,6 milhões com uma expansão da margem EBITDA de 0,3 p.p. passando de 5,7% no 2T14 para 6,0% no 2T15. Os principais fatores que contribuíram para a evolução do EBITDA foram: (i) melhora da margem bruta e (ii) o resultado da equivalência patrimonial da Luizacred e da Luizaseg. No 1S15, o EBITDA totalizou R\$254,0 milhões, com uma margem EBITDA de 5,8%.

Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	2T15	% RL	2T14	% RL	Var(%)	1S15	% RL	1S14	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(153,6)	-7,3%	(105,7)	-4,5%	45,3%	(278,3)	-6,4%	(201,1)	-4,4%	38,4%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(62,4)	-3,0%	(42,5)	-1,8%	46,8%	(123,2)	-2,8%	(81,4)	-1,8%	51,3%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(37,2)	-1,8%	(30,9)	-1,3%	20,1%	(72,0)	-1,7%	(60,5)	-1,3%	19,0%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(26,2)	-1,2%	(19,6)	-0,8%	34,0%	(47,3)	-1,1%	(35,6)	-0,8%	32,9%
Outras Despesas	(27,8)	-1,3%	(12,7)	-0,5%	118,7%	(35,8)	-0,8%	(23,5)	-0,5%	52,1%
Receitas Financeiras	48,9	2,3%	26,2	1,1%	86,7%	69,3	1,6%	47,2	1,0%	46,9%
Rendimento de Aplicações Financeiras	2,0	0,1%	1,8	0,1%	12,4%	5,5	0,1%	3,1	0,1%	79,9%
Outras Receitas Financeiras	46,8	2,2%	24,4	1,0%	92,2%	63,8	1,5%	44,1	1,0%	44,6%
Resultado Financeiro Líquido	(104,7)	-5,0%	(79,5)	-3,4%	31,6%	(209,0)	-4,8%	(153,9)	-3,3%	35,8%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários ¹	6,3	0,3%	6,0	0,3%	6,2%	14,1	0,3%	14,3	0,3%	-1,5%
Resultado Financeiro Líquido Ajustado	(98,4)	-4,7%	(73,6)	-3,1%	33,7%	(195,0)	-4,5%	(139,6)	-3,0%	39,6%

Nota(1): rendimentos do fundo exclusivo, que são contabilizadas como receitas financeiras na Controladora e como receita bruta no Consolidado, conforme Notas Explicativas do ITR.

No 2T15, o resultado financeiro líquido ajustado foi de R\$98,4 milhões. Este resultado financeiro foi impactado principalmente pelo aumento do CDI e pelos juros de antecipação de cartão de terceiros e do Cartão Luiza, que representaram R\$63,4 milhões no período. No 1S15, o resultado financeiro líquido ajustado totalizou R\$195,0 milhões e representou 4,5% da receita líquida.

Lucro Líquido

O lucro líquido totalizou R\$3,0 milhões no 2T15, equivalente a uma margem líquida de 0,1%. No 1S15, o lucro líquido acumulado foi de R\$5,9 milhões (ou margem líquida de 0,1%).

Capital de Giro

R\$ milhões	jun-15	mar-15	dez-14	set-14	jun-14
Contas a Receber	419,4	480,4	618,3	583,8	577,4
Estoques	1.293,4	1.388,6	1.472,7	1.268,4	1.144,2
Partes Relacionadas	52,4	60,9	93,2	74,5	87,8
Impostos a Recuperar	337,6	291,6	295,6	211,3	193,4
Outros Ativos	103,5	76,0	52,9	50,5	57,1
Ativos Circulantes Operacionais	2.206,3	2.297,4	2.532,8	2.188,5	2.060,0
Fornecedores	1.175,1	1.239,2	1.789,9	1.388,1	1.189,5
Salários, Férias e Encargos Sociais	145,8	161,2	167,4	173,0	153,2
Impostos a Recolher	31,0	22,0	44,6	36,0	46,5
Partes Relacionadas	57,2	62,4	80,3	64,5	66,8
Impostos Parcelados	-	6,5	6,5	6,5	7,1
Outras Contas a Pagar	78,2	115,0	95,2	101,6	101,7
Passivos Circulantes Operacionais	1.487,3	1.606,3	2.184,0	1.769,6	1.564,8
Capital de Giro	719,0	691,1	348,8	419,0	495,2
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	6,4%	6,0%	3,0%	3,7%	4,6%
Saldo de Recebíveis Descontados	1.273,4	1.392,0	1.515,6	1.352,4	1.270,3
Capital de Giro Ajustado	1.992,4	2.083,1	1.864,5	1.771,3	1.765,5
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	17,9%	18,2%	16,2%	15,8%	16,3%

Em jun/15, o capital de giro líquido totalizou R\$719,0 milhões, representando 6,4% da receita bruta dos últimos 12 meses. A variação do capital de giro no 2T15 foi influenciada principalmente pelo menor nível de vendas. No 1S15, os estoques caíram R\$179,4 milhões, enquanto o saldo de fornecedores reduziu-se em R\$614,8 milhões, gerando uma necessidade de capital de giro de R\$435,4 milhões. Vale destacar que mesmo com um prazo médio de compras maior, o saldo de fornecedores caiu em função de um volume de compras menor.

Investimentos

R\$ milhões	2T15	%	2T14	%	1S15	%	1S14	%
Lojas Novas	8,5	23%	3,6	9%	20,8	30%	5,1	9%
Reformas	10,6	28%	16,0	39%	18,9	27%	24,4	42%
Tecnologia	15,5	41%	17,3	42%	24,4	35%	21,1	37%
Logística	2,8	8%	3,5	8%	5,8	8%	5,7	10%
Outros	0,1	0%	0,7	2%	0,1	0%	1,4	2%
Total	37,5	100%	41,1	100%	70,1	100%	57,7	100%

Os investimentos em ativo imobilizado e intangível alcançaram R\$37,5 milhões no 2T15, incluindo a abertura de três novas lojas, 27 reformas de lojas, investimentos em tecnologia e logística. Os investimentos em lojas novas já contemplam as lojas a serem inauguradas ao longo do segundo semestre. No 1S15, os investimentos somaram R\$70,1 milhões, um crescimento de 21,5% em relação ao mesmo período do ano passado, principalmente em função da antecipação no cronograma de inaugurações e reformas de lojas.

Endividamento Líquido

R\$ milhões	jun-15	mar-15	dez-14	set-14	jun-14
(+) Empréstimos e Financiamentos Circulante	370,8	392,5	591,4	447,7	422,4
(+) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	1.484,8	1.486,5	1.120,2	1.076,9	1.154,0
(=) Endividamento Bruto	1.855,6	1.879,0	1.711,6	1.524,5	1.576,5
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	227,1	282,7	412,2	132,8	287,4
(-) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	238,8	337,4	451,0	435,2	283,8
(-) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	26,5	32,3	-	-	-
(-) Caixa e Disponibilidades (Total)	492,4	652,5	863,1	567,9	571,1
(=) Endividamento Líquido	1.363,2	1.226,5	848,5	956,6	1.005,3
Endividamento de Curto Prazo / Total	20%	21%	35%	29%	27%
Endividamento de Longo Prazo / Total	80%	79%	65%	71%	73%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	605,5	611,9	605,3	561,6	507,9
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado	2,3 x	2,0 x	1,4 x	1,7 x	2,0 x

Em jun/15, a Companhia apresentou empréstimos e financiamentos no valor de R\$1.855,6 milhões, caixa e aplicações financeiras de R\$492,4 milhões, perfazendo uma dívida líquida de R\$1.363,2 milhões, equivalente a 2,3x vezes o EBITDA ajustado dos últimos 12 meses. A variação da dívida líquida em jun/15 *versus* mar/15 é explicada pela maior necessidade de capital de giro, investimentos e dividendos pagos no período.

ANEXO I
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2T15	AV	2T14	AV	Var(%)	1S15	AV	1S14	AV	Var(%)
Receita Bruta	2.444,8	116,0%	2.756,6	117,7%	-11,3%	5.099,4	117,0%	5.455,7	118,3%	-6,5%
Impostos e Cancelamentos	(337,5)	-16,0%	(413,8)	-17,7%	-18,4%	(739,7)	-17,0%	(844,0)	-18,3%	-12,4%
Receita Líquida	2.107,3	100,0%	2.342,8	100,0%	-10,1%	4.359,7	100,0%	4.611,6	100,0%	-5,5%
Custo Total	(1.477,8)	-70,1%	(1.709,0)	-72,9%	-13,5%	(3.116,4)	-71,5%	(3.357,9)	-72,8%	-7,2%
Lucro Bruto	629,5	29,9%	633,7	27,1%	-0,7%	1.243,4	28,5%	1.253,7	27,2%	-0,8%
Despesas com Vendas	(404,4)	-19,2%	(415,8)	-17,7%	-2,7%	(825,7)	-18,9%	(835,7)	-18,1%	-1,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(112,8)	-5,4%	(106,2)	-4,5%	6,2%	(221,8)	-5,1%	(208,5)	-4,5%	6,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(6,8)	-0,3%	(7,1)	-0,3%	-3,6%	(13,0)	-0,3%	(11,8)	-0,3%	10,1%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	0,2	0,0%	8,1	0,3%	-97,4%	23,3	0,5%	14,1	0,3%	65,0%
Equivalência Patrimonial	20,8	1,0%	20,3	0,9%	2,7%	47,8	1,1%	41,9	0,9%	14,1%
Total de Despesas Operacionais	(503,0)	-23,9%	(500,7)	-21,4%	0,4%	(989,4)	-22,7%	(999,9)	-21,7%	-1,1%
EBITDA	126,6	6,0%	133,0	5,7%	-4,8%	254,0	5,8%	253,8	5,5%	0,1%
Depreciação e Amortização	(31,0)	-1,5%	(27,7)	-1,2%	12,1%	(62,7)	-1,4%	(54,7)	-1,2%	14,7%
EBIT	95,6	4,5%	105,3	4,5%	-9,2%	191,2	4,4%	199,1	4,3%	-3,9%
Resultado Financeiro	(104,7)	-5,0%	(79,5)	-3,4%	31,6%	(209,0)	-4,8%	(153,9)	-3,3%	35,8%
Lucro Operacional	(9,1)	-0,4%	25,8	1,1%	-135,4%	(17,8)	-0,4%	45,2	1,0%	-139,4%
IR / CS	12,2	0,6%	0,8	0,0%	1343,7%	23,7	0,5%	2,0	0,0%	1101,0%
Lucro Líquido	3,0	0,1%	26,6	1,1%	-88,6%	5,9	0,1%	47,2	1,0%	-87,5%

ANEXO II
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO	jun/15	mar/15	dez/14	set/14	jun/14
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	227,1	282,7	412,2	132,8	287,4
Títulos e Valores Mobiliários	238,8	337,4	451,0	435,2	283,8
Contas a Receber	419,4	480,4	618,3	583,8	577,4
Estoques	1.293,4	1.388,6	1.472,7	1.268,4	1.144,2
Partes Relacionadas	52,4	60,9	93,2	74,5	87,8
Tributos a Recuperar	337,6	291,6	295,6	211,3	193,4
Outros Ativos	103,5	76,0	52,9	50,5	57,1
Total do Ativo Circulante	2.672,2	2.917,6	3.395,9	2.756,4	2.631,1
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Títulos e Valores Mobiliários	26,5	32,3	-	-	-
Contas a Receber	2,4	2,9	5,0	1,3	3,8
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	171,6	160,3	146,4	141,2	146,9
Tributos a Recuperar	119,3	95,6	106,5	154,1	159,8
Depósitos Judiciais	236,1	220,8	209,6	199,2	187,9
Outros Ativos	53,8	53,0	52,0	53,4	48,2
Investimentos em Controladas	313,2	294,7	319,6	313,4	287,1
Imobilizado	563,9	561,5	566,2	549,7	534,7
Intangível	497,8	493,9	488,8	487,8	487,9
Total do Ativo não Circulante	1.984,6	1.915,1	1.894,1	1.899,9	1.856,3
TOTAL DO ATIVO	4.656,8	4.832,7	5.290,0	4.656,3	4.487,4
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	jun/15	mar/15	dez/14	set/14	jun/14
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	1.175,1	1.239,2	1.789,9	1.388,1	1.189,5
Empréstimos e Financiamentos	370,8	392,5	591,4	447,7	422,4
Salários, Férias e Encargos Sociais	145,8	161,2	167,4	173,0	153,2
Tributos a Recolher	31,0	22,0	44,6	36,0	46,5
Partes Relacionadas	57,2	62,4	80,3	64,5	66,8
Tributos Parcelados	-	6,5	6,5	6,5	7,1
Receita Diferida	29,2	31,0	37,7	37,7	37,7
Dividendos a Pagar	-	16,3	18,3	-	-
Outras Contas a Pagar	78,2	115,0	95,2	101,6	101,7
Total do Passivo Circulante	1.887,3	2.046,1	2.831,4	2.254,9	2.025,0
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	1.484,8	1.486,5	1.120,2	1.076,9	1.154,0
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	252,8	243,9	265,7	254,9	262,2
Receita Diferida	293,0	299,4	315,9	326,4	334,6
Outras Contas a Pagar	2,5	2,5	2,4	2,0	1,8
Total do Passivo não Circulante	2.033,1	2.032,3	1.704,1	1.660,2	1.752,6
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	606,5	606,5	606,5	606,5	606,5
Reserva de Capital	12,3	11,2	10,1	9,0	7,9
Ações em Tesouraria	(5,2)	(24,3)	(20,2)	(11,7)	-
Reserva Legal	16,1	16,1	16,1	9,7	9,7
Reserva de Retenção de Lucros	101,8	143,2	143,2	39,4	39,4
Outros Resultados Abrangentes	(1,1)	(1,3)	(1,3)	(1,0)	(0,7)
Lucros Acumulados	5,9	2,9	-	89,3	47,2
Total do Patrimônio Líquido	736,3	754,3	754,5	741,2	709,9
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.656,8	4.832,7	5.290,0	4.656,3	4.487,4

ANEXO III

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO AJUSTADO

DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA AJUSTADO (em R\$ milhões)	2T15	2T14	1S15	1S14
Lucro Líquido	3,0	26,6	5,9	47,2
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(12,9)	(1,4)	(24,8)	(3,0)
Depreciação e Amortização	31,0	27,7	62,7	54,7
Juros sobre Empréstimos Provisionados	59,4	37,8	115,6	72,3
Equivalência Patrimonial, Líquida de Dividendos Recebidos	(11,0)	(20,3)	16,2	(18,2)
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	67,1	17,9	80,7	36,2
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	12,3	10,1	(4,9)	21,7
Resultado na Venda de Ativos	0,2	0,8	0,4	0,9
Apropriação da Receita Diferida	(8,2)	(8,7)	(31,4)	(16,6)
Despesas com Plano de Opções de Ações	1,1	1,1	2,2	2,2
Lucro Líquido Ajustado	142,1	91,6	222,6	197,4
Contas a Receber	33,9	(83,3)	165,2	(73,7)
Estoques	55,6	117,6	134,8	98,7
Tributos a Recuperar	(69,6)	21,2	(54,8)	24,1
Outros Ativos	(37,3)	(17,4)	(42,3)	(30,6)
Variação nos Ativos Operacionais	(17,4)	38,1	203,0	18,5
Fornecedores	(64,1)	(338,9)	(614,8)	(462,0)
Outras Contas a Pagar	(57,3)	(1,1)	(90,6)	(32,2)
Variação nos Passivos Operacionais	(121,4)	(340,0)	(705,4)	(494,3)
Fluxo de Caixa das Atividade Operacionais	3,4	(210,2)	(279,8)	(278,4)
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(37,5)	(41,1)	(70,1)	(57,7)
Investimento em Controlada	(5,0)	0,0	(5,0)	0,0
Venda de Contrato de Exclusividade e Direito de Exploração	0,0	3,0	0,0	3,0
Fluxo de Caixa das Atividade de Investimentos	(42,5)	(38,1)	(75,1)	(54,7)
Captação de Empréstimos e Financiamentos e Hedge	94,9	411,6	729,3	412,2
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos e Hedge	(121,2)	(72,1)	(603,9)	(165,4)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(56,5)	(30,2)	(97,0)	(62,9)
Ações em Tesouraria, Adquiridas	(6,6)	0,0	(10,7)	(19,8)
Pagamento de Dividendos	(31,5)	(31,5)	(33,5)	(31,5)
Fluxo de Caixa das Atividade de Financiamentos	(120,9)	277,9	(15,8)	132,7
Saldo Inicial de Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	652,5	541,5	863,1	771,6
Saldo Final de Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	492,4	571,1	492,4	571,1
Variação no Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	(160,0)	29,6	(370,7)	(200,5)

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 e (ii) contabilização do *hedge* de valor justo em Captações e Pagamentos de Empréstimos e Financiamentos e Hedge.

ANEXO IV
RESULTADOS POR SEGMENTO – 2T15

2T15 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio	Eliminações	Consolidado	Financeira	Seguradora	Eliminações	Consolidado
		100%			50%	50%		Pro-Forma
Receita Bruta	2.434,3	12,6	(2,1)	2.444,8	220,6	55,4	(65,4)	2.655,3
Impostos e Cancelamentos	(336,4)	(1,1)	-	(337,5)	-	-	-	(337,5)
Receita Líquida	2.097,9	11,5	(2,1)	2.107,3	220,6	55,4	(65,4)	2.317,9
Custo Total	(1.475,6)	(4,3)	2,1	(1.477,8)	(33,4)	(6,2)	-	(1.517,4)
Lucro Bruto	622,3	7,2	-	629,5	187,2	49,2	(65,4)	800,5
Despesas com Vendas	(404,4)	-	-	(404,4)	(79,2)	(40,5)	52,3	(471,8)
Despesas Gerais e Administrativas	(106,9)	(5,9)	-	(112,8)	(0,6)	(5,8)	-	(119,1)
Perda em Liquidação Duvidosa	(6,8)	-	-	(6,8)	(78,7)	-	-	(85,5)
Equivalência Patrimonial	22,0	-	(1,2)	20,8	-	-	(20,8)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	0,2	0,0	-	0,2	0,7	0,1	(1,4)	(0,4)
Total de Despesas Operacionais	(495,9)	(5,9)	(1,2)	(503,0)	(157,7)	(46,3)	30,1	(676,8)
EBITDA	126,5	1,3	(1,2)	126,6	29,4	2,9	(35,3)	123,6
Depreciação e Amortização	(30,9)	(0,1)	-	(31,0)	(1,6)	(0,0)	1,4	(31,2)
EBIT	95,5	1,2	(1,2)	95,6	27,9	2,9	(33,9)	92,5
Resultado Financeiro	(105,3)	0,5	-	(104,7)	-	3,9	13,1	(87,7)
Lucro Operacional	(9,7)	1,8	(1,2)	(9,1)	27,9	6,8	(20,8)	4,7
IR / CS	12,7	(0,6)	-	12,2	(11,1)	(2,7)	-	(1,7)
Lucro Líquido	3,0	1,2	(1,2)	3,0	16,7	4,1	(20,8)	3,0
Margem Bruta	29,7%	62,4%	0,0%	29,9%	84,8%	88,8%	100,0%	34,5%
Margem EBITDA	6,0%	11,3%	55,3%	6,0%	13,3%	5,3%	54,0%	5,3%
Margem Líquida	0,1%	10,3%	55,3%	0,1%	7,6%	7,4%	31,8%	0,1%

ANEXO V
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1S15

1S15 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
Receita Bruta	5.079,1	24,5	(4,1)	5.099,4	433,3	102,4	(127,7)	5.507,4
Impostos e Cancelamentos	(737,6)	(2,1)	-	(739,7)	-	-	-	(739,7)
Receita Líquida	4.341,5	22,4	(4,1)	4.359,7	433,3	102,4	(127,7)	4.767,7
Custo Total	(3.112,1)	(8,4)	4,1	(3.116,4)	(64,3)	(12,2)	-	(3.192,9)
Lucro Bruto	1.229,3	14,0	-	1.243,4	369,0	90,1	(127,7)	1.574,8
Despesas com Vendas	(825,7)	-	-	(825,7)	(154,1)	(74,0)	104,0	(949,8)
Despesas Gerais e Administrativas	(210,5)	(11,3)	-	(221,8)	(1,5)	(12,0)	-	(235,3)
Perda em Liquidação Duvidosa	(13,0)	-	-	(13,0)	(146,4)	-	-	(159,4)
Equivalência Patrimonial	50,2	-	(2,4)	47,8	-	-	(47,8)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	23,3	0,0	-	23,3	3,5	0,1	(2,8)	24,1
Total de Despesas Operacionais	(975,7)	(11,3)	(2,4)	(989,4)	(298,5)	(85,9)	53,4	(1.320,3)
EBITDA	253,6	2,8	(2,4)	254,0	70,5	4,3	(74,2)	254,5
Depreciação e Amortização	(62,6)	(0,2)	-	(62,7)	(3,1)	(0,0)	2,8	(63,1)
EBIT	191,1	2,6	(2,4)	191,2	67,3	4,3	(71,5)	191,4
Resultado Financeiro	(210,1)	1,0	-	(209,0)	-	8,0	23,7	(177,4)
Lucro Operacional	(19,0)	3,6	(2,4)	(17,8)	67,3	12,3	(47,8)	14,0
IR / CS	24,9	(1,2)	-	23,7	(26,9)	(4,9)	-	(8,1)
Lucro Líquido	5,9	2,4	(2,4)	5,9	40,4	7,4	(47,8)	5,9
Margem Bruta	28,3%	62,6%	0,0%	28,5%	85,2%	88,1%	100,0%	33,0%
Margem EBITDA	5,8%	12,3%	58,8%	5,8%	16,3%	4,2%	58,1%	5,3%
Margem Líquida	0,1%	10,8%	58,8%	0,1%	9,3%	7,2%	37,4%	0,1%

ANEXO VI
RESULTADOS POR SEGMENTO – 2T14

2T14 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio	Eliminações	Consolidado	Financeira	Seguradora	Eliminações	Consolidado
		100%			50%	50%		Pro-Forma
Receita Bruta	2.748,2	10,2	(1,8)	2.756,6	204,0	40,0	(66,5)	2.934,2
Impostos e Cancelamentos	(412,9)	(0,9)	-	(413,8)	-	-	-	(413,8)
Receita Líquida	2.335,2	9,3	(1,8)	2.342,8	204,0	40,0	(66,5)	2.520,3
Custo Total	(1.707,6)	(3,2)	1,8	(1.709,0)	(27,9)	(3,7)	0,8	(1.739,8)
Lucro Bruto	627,6	6,1	-	633,7	176,1	36,3	(65,6)	780,5
Despesas com Vendas	(415,8)	-	-	(415,8)	(74,9)	(30,1)	55,8	(465,0)
Despesas Gerais e Administrativas	(101,4)	(4,7)	-	(106,2)	(0,5)	(5,4)	-	(112,1)
Perda em Liquidação Duvidosa	(7,1)	-	-	(7,1)	(74,8)	-	-	(81,8)
Equivalência Patrimonial	21,4	-	(1,1)	20,3	-	-	(20,3)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,1	0,0	-	8,1	5,8	0,1	(1,4)	12,6
Total de Despesas Operacionais	(494,9)	(4,7)	(1,1)	(500,7)	(144,4)	(35,4)	34,2	(646,4)
EBITDA	132,7	1,4	(1,1)	133,0	31,7	0,9	(31,4)	134,2
Depreciação e Amortização	(27,6)	(0,1)	-	(27,7)	(1,6)	(0,0)	1,4	(27,9)
EBIT	105,1	1,3	(1,1)	105,3	30,1	0,9	(30,1)	106,3
Resultado Financeiro	(79,9)	0,3	-	(79,5)	-	2,8	9,8	(67,0)
Lucro Operacional	25,3	1,6	(1,1)	25,8	30,1	3,7	(20,3)	39,3
IR / CS	1,4	(0,5)	-	0,8	(12,0)	(1,5)	-	(12,6)
Lucro Líquido	26,6	1,1	(1,1)	26,6	18,1	2,2	(20,3)	26,6
Margem Bruta	26,9%	65,8%	0,0%	27,1%	86,3%	90,8%	98,7%	31,0%
Margem EBITDA	5,7%	14,9%	63,0%	5,7%	15,5%	2,3%	47,3%	5,3%
Margem Líquida	1,1%	11,9%	63,0%	1,1%	8,8%	5,5%	30,5%	1,1%

ANEXO VII
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1S14

1S14 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio	Eliminações	Consolidado	Financeira	Seguradora	Eliminações	Consolidado
		100%			50%	50%		Pro-Forma
Receita Bruta	5.439,1	20,1	(3,5)	5.455,7	399,1	70,8	(124,7)	5.800,8
Impostos e Cancelamentos	(842,3)	(1,8)	-	(844,0)	-	-	-	(844,0)
Receita Líquida	4.596,8	18,3	(3,5)	4.611,6	399,1	70,8	(124,7)	4.956,8
Custo Total	(3.355,0)	(6,4)	3,5	(3.357,9)	(54,0)	(7,4)	1,8	(3.417,6)
Lucro Bruto	1.241,8	11,9	-	1.253,7	345,1	63,4	(122,9)	1.539,2
Despesas com Vendas	(835,7)	-	-	(835,7)	(139,4)	(51,5)	105,1	(921,6)
Despesas Gerais e Administrativas	(199,0)	(9,4)	-	(208,5)	(1,0)	(10,8)	-	(220,3)
Perda em Liquidação Duvidosa	(11,8)	-	-	(11,8)	(145,5)	-	-	(157,3)
Equivalência Patrimonial	43,9	-	(2,0)	41,9	-	-	(41,9)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	14,1	0,0	-	14,1	7,2	0,1	(2,8)	18,7
Total de Despesas Operacionais	(988,5)	(9,4)	(2,0)	(999,9)	(278,7)	(62,2)	60,4	(1.280,4)
EBITDA	253,3	2,5	(2,0)	253,8	66,4	1,2	(62,5)	258,8
Depreciação e Amortização	(54,5)	(0,2)	-	(54,7)	(3,3)	(0,0)	2,8	(55,2)
EBIT	198,8	2,3	(2,0)	199,1	63,1	1,2	(59,7)	203,7
Resultado Financeiro	(154,6)	0,7	-	(153,9)	-	5,5	17,8	(130,6)
Lucro Operacional	44,2	3,0	(2,0)	45,2	63,1	6,7	(41,9)	73,1
IR / CS	3,0	(1,0)	-	2,0	(25,2)	(2,7)	-	(25,9)
Lucro Líquido	47,2	2,0	(2,0)	47,2	37,9	4,0	(41,9)	47,2
Margem Bruta	27,0%	64,8%	0,0%	27,2%	86,5%	89,5%	98,5%	31,1%
Margem EBITDA	5,5%	13,4%	56,9%	5,5%	16,6%	1,7%	50,1%	5,2%
Margem Líquida	1,0%	10,9%	56,9%	1,0%	9,5%	5,7%	33,6%	1,0%

ANEXO VIII
ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Receita Bruta por Canal	2T15	A.V.(%)	2T14	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	114,8	4,7%	124,8	4,5%	-8,0%
Site	428,3	17,6%	429,9	15,7%	-0,4%
Subtotal - Canal Virtual	543,1	22,4%	554,7	20,2%	-2,1%
Lojas convencionais	1.884,9	77,6%	2.187,5	79,8%	-13,8%
Total	2.428,0	100,0%	2.742,2	100,0%	-11,5%

Receita Bruta por Canal	1S15	A.V.(%)	1S14	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	235,2	4,6%	244,3	4,5%	-3,7%
Site	901,3	17,8%	863,1	15,9%	4,4%
Subtotal - Canal Virtual	1.136,4	22,4%	1.107,4	20,4%	2,6%
Lojas convencionais	3.928,6	77,6%	4.317,4	79,6%	-9,0%
Total	5.065,0	100,0%	5.424,8	100,0%	-6,6%

Número de Lojas por Canal - Final do Período	jun-15	Part(%)	jun-14	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	111	14,6%	107	14,5%	4
Site	1	0,1%	1	0,1%	-
Subtotal - Canal Virtual	112	14,7%	108	14,7%	4
Lojas convencionais	650	85,3%	628	85,3%	22
Total	762	100,0%	736	100,0%	26

Área total de vendas (m²)	485.697	100%	471.926	100%	2,9%
----------------------------------	---------	------	---------	------	------

Nota: seguindo as especificações do Pronunciamento Técnico CPC 36, foi alterada a contabilização dos rendimentos de fundos exclusivos onde o Magazine Luiza é detentor total do controle de suas cotas, passando de receita financeira para receita operacional de serviços do segmento de varejo o montante de R\$6,3 milhões no 2T15 e R\$6,0 milhões no 2T14. As diferenças apresentadas na receita bruta do segmento de varejo entre a abertura por canal e os demonstrativos de resultados referem-se a tais reclassificações.

ANEXO IX 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 *funding* da Luizacred, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Em jun/15, a Luizacred tinha uma base total de 3,5 milhões de cartões emitidos, crescendo 3,6% em relação a jun/14. No 2T15, vale destacar o crescimento do Cartão Luiza, especialmente fora das lojas, e o conservadorismo na aprovação de crédito, em especial no CDC.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, alcançou R\$4,5 bilhões ao final do 2T15, crescimento de 4,5% em relação ao 2T14, com destaque para a carteira de cartão de crédito, que cresceu 16,6%, enquanto a carteira do CDC diminuiu 27,4%.

R\$ milhões	2T15	2T14	Var(%)	1S15	1S14	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.511	3.389	3,6%	3.511	3.389	3,6%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	471	459	2,7%	912	878	4,0%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	1.996	1.726	15,7%	3.873	3.317	16,8%
Faturamento CDC	196	354	-44,8%	439	671	-34,6%
Faturamento Empréstimo Pessoal	26	29	-10,8%	52	61	-13,7%
Faturamento Total Luizacred	2.689	2.568	4,7%	5.276	4.926	7,1%
Carteira Cartão	3.588	3.076	16,6%	3.588	3.076	16,6%
Carteira CDC	826	1.138	-27,4%	826	1.138	-27,4%
Carteira Empréstimo Pessoal	48	57	-15,6%	48	57	-15,6%
Carteira Total	4.462	4.272	4,5%	4.462	4.272	4,5%

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). A Luizacred manteve suas práticas conservadoras na taxa de aprovação das propostas de financiamentos no 2T15.

Demonstração de Resultados

R\$ milhões	2T15	AV	2T14	AV	Var(%)	1S15	AV	1S14	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	346,8	100,0%	329,0	100,0%	5,4%	685,5	100,0%	643,8	100,0%	6,5%
Cartão	234,1	67,5%	191,8	58,3%	22,0%	450,3	65,7%	365,6	56,8%	23,2%
CDC	99,8	28,8%	121,7	37,0%	-17,9%	210,0	30,6%	247,6	38,5%	-15,2%
EP	12,9	3,7%	15,5	4,7%	-16,6%	25,3	3,7%	30,6	4,8%	-17,4%
Despesas da Intermediação Financeira	(224,2)	-64,6%	(205,4)	-62,4%	9,2%	(421,4)	-61,5%	(399,0)	-62,0%	5,6%
Operações de Captação no Mercado	(66,9)	-19,3%	(55,8)	-17,0%	19,8%	(128,6)	-18,8%	(108,0)	-16,8%	19,0%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(157,3)	-45,4%	(149,5)	-45,5%	5,2%	(292,8)	-42,7%	(290,9)	-45,2%	0,6%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	122,7	35,4%	123,7	37,6%	-0,8%	264,1	38,5%	244,8	38,0%	7,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(66,9)	-19,3%	(63,5)	-19,3%	5,4%	(129,4)	-18,9%	(118,6)	-18,4%	9,2%
Receitas de Prestação de Serviços	94,3	27,2%	79,0	24,0%	19,4%	181,1	26,4%	154,4	24,0%	17,3%
Despesas de Pessoal	(1,2)	-0,3%	(1,1)	-0,3%	10,2%	(3,0)	-0,4%	(2,1)	-0,3%	44,8%
Outras Despesas Administrativas	(136,5)	-39,4%	(129,4)	-39,3%	5,5%	(265,4)	-38,7%	(238,6)	-37,1%	11,2%
Depreciação e Amortização	(3,1)	-0,9%	(3,3)	-1,0%	-3,7%	(6,3)	-0,9%	(6,5)	-1,0%	-3,7%
Despesas Tributárias	(21,8)	-6,3%	(20,5)	-6,2%	6,4%	(42,8)	-6,2%	(40,2)	-6,2%	6,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	1,4	0,4%	11,7	3,5%	-88,2%	7,0	1,0%	14,5	2,2%	-51,8%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	55,8	16,1%	60,2	18,3%	-7,3%	134,7	19,6%	126,2	19,6%	6,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(22,3)	-6,4%	(24,1)	-7,3%	-7,3%	(53,8)	-7,9%	(50,5)	-7,8%	6,7%
Lucro Líquido	33,5	9,6%	36,1	11,0%	-7,3%	80,8	11,8%	75,8	11,8%	6,7%

Receitas da Intermediação Financeira

As receitas da intermediação financeira cresceram 5,4% no 2T15 em relação ao mesmo período do ano anterior, devido ao crescimento de 22,0% das operações financeiras realizadas com o Cartão Luiza, que compensou a redução de 17,9% nas operações financeiras realizadas com o CDC.

Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa

Os indicadores de inadimplência da Luizacred continuam sob controle. O indicador de curto prazo (NPL 15) aumentou 0,2 p.p. em relação a jun/14 e a carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) subiu 0,4 p.p. em relação a jun/14.

As provisões líquidas de recuperações da Luizacred cresceram apenas 5,2% no 2T15 em relação ao 2T14, e representaram 3,5% da carteira total no 2T15, estáveis em relação ao 2T14 (3,5%). Vale destacar que o índice de cobertura da carteira ficou basicamente estável em 119% em jun/15 versus 122% em jun/14.

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 2º Trimestre de 2015

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	jun/15		mar/15		dez/14		set/14		jun/14	
Carteira Total (R\$ milhões)	4.462,3	100,0%	4.495,1	100,0%	4.642,7	100,0%	4.356,2	100,0%	4.271,5	100,0%
000 a 014 dias	3.775,4	84,6%	3.845,3	85,5%	4.007,3	86,3%	3.716,8	85,3%	3.641,4	85,2%
015 a 030 dias	55,1	1,2%	56,6	1,3%	44,2	1,0%	43,2	1,0%	48,8	1,1%
031 a 060 dias	59,9	1,3%	55,3	1,2%	46,4	1,0%	45,9	1,1%	51,5	1,2%
061 a 090 dias	82,7	1,9%	76,1	1,7%	61,4	1,3%	63,6	1,5%	77,2	1,8%
091 a 120 dias	73,2	1,6%	60,3	1,3%	57,6	1,2%	63,7	1,5%	66,8	1,6%
121 a 150 dias	70,9	1,6%	56,7	1,3%	53,0	1,1%	58,2	1,3%	72,4	1,7%
151 a 180 dias	65,4	1,5%	52,0	1,2%	52,1	1,1%	63,4	1,5%	62,1	1,5%
180 a 360 dias	279,6	6,3%	292,8	6,5%	320,7	6,9%	301,4	6,9%	251,4	5,9%
Atraso de 15 a 90 Dias	197,7	4,4%	188,0	4,2%	152,0	3,3%	152,7	3,5%	177,5	4,2%
Atraso Maior 90 Dias	489,2	11,0%	461,8	10,3%	483,4	10,4%	486,8	11,2%	452,7	10,6%
Atraso Total	686,9	15,4%	649,8	14,5%	635,4	13,7%	639,5	14,7%	630,2	14,8%
PDD em IFRS	580,8	13,0%	565,1	12,6%	583,4	12,6%	577,2	13,3%	552,0	12,9%
Índice de Cobertura	119%		122%		121%		119%		122%	

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 2T15 foi de 35,4%, representando uma queda de 2,2 p.p. quando comparado ao 2T14 (37,6%). O resultado bruto da Luizacred foi influenciado pelo maior CDI médio entre os períodos, apesar do crescimento da receita bruta da intermediação financeira.

Outras Receitas (Despesas) Operacionais

- **Receitas de Prestação de Serviços:** aumentaram 19,4% em relação ao 2T14, devido, principalmente, às comissões recebidas pelo uso do Cartão Luiza fora das lojas do Magazine Luiza, pelas receitas de seguros e prestações de novos serviços oferecidos aos clientes;
- **Despesas com Vendas e Administrativas** (de pessoal, administrativas, depreciação, amortização e tributárias): totalizaram 46,9% da receita de intermediação financeira, estáveis em relação ao 2T14;
- **Outras Receitas (Despesas):** totalizaram receitas líquidas de R\$1,4 milhão, equivalente a 0,4% da receita da intermediação financeira (principalmente em função do aumento das provisões cíveis e trabalhistas).

Resultado Operacional e Lucro Líquido

No 2T15, o resultado operacional foi de R\$55,8 milhões, representando 16,1% da receita da intermediação financeira.

No 2T15, o lucro líquido totalizou R\$33,5 milhões, atingindo rentabilidade anualizada de 25,4% sobre o Patrimônio Líquido Médio (ROE).

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\$38,1 milhões no 2T15. De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$584,5 milhões em jun/15. 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\$537,0 milhões.

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

31 de julho de 2015 (sexta-feira)

11h00 – Horário de Brasília

10h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Para participantes no Brasil:

Telefone para conexão: +55 (11) 2188-0155

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

<http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=%2FZwbyMq2TeVaaMrKkF%2FuVw%3D%3D>

Para participantes no Exterior:

Telefone para conexão EUA: +1 (646) 843 6054

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

<http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=pbuTYjpN2hfkg5F8Cm4eeg%3D%3D>

Replay (disponível por 7 dias):

Telefone para conexão no Brasil: +55 (11) 2188-0040

Identificador para versão em Português e Inglês: Magazine Luiza

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo Rodrigues

Diretor Financeiro e de RI

Daniela Bretthauer

Diretora de RI

Rovilson Vieira

Especialista de RI

André Junqueira

Especialista 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.