



CANAIS

AGENDA

AGRONEGÓCIOS

ARTIGOS

AUTOS & MOTOS

AVIAÇÃO & DEFESA

BANCOS

CARNAVAL

CLUBE FATOR BRASIL

COLUNISTAS

COMBUSTÍVEIS

COMÉRCIO EXTERIOR

CONSTRUÇÃO CIVIL & DECORAÇÃO

CULTURA

DIREITO & JUSTIÇA

DUTOS

EDUCAÇÃO & QUALIFICAÇÃO

EMPRESAS & NEGÓCIOS

ENERGIA

ENOGASTRONOMIA

ESPORTE BUSINESS

EVENTOS

FARMACOLOGIA

FATOR CULT

FATOR PÚBLICO

GÁS

INDÚSTRIA NAVAL & OFFSHORE

INTERNACIONAL

INVESTIMENTOS & ÍNDICES

LIVROS

LOGÍSTICA

MARINHA MERCANTE

MARKETING

MEIO AMBIENTE

MODA & BELEZA

NAVIPEÇAS

NÁUTICA & PESCA

PAPEL & CELULOSE

PERFIL

PET SHOP

PETROQUÍMICA & QUÍMICA

PETRÓLEO

PORTOS & TERMINAIS

PRÊMIOS &

21/02/2017 - 07:54

Magazine Luiza fecha 2016 com receita e lucro em alta. vendas digitais disparam no 4T16

Receitas brutas no quarto trimestre sobem 14%, com expansão de todos os canais. Crescimento de vendas em 2016 é de 8,3%, atingindo um faturamento total de R\$ 11,4 bilhões. Lucro líquido soma 86,6 milhões de reais no ano, revertendo prejuízo obtido em 2015. Crescimento de 53,8% do Ebtida anual. Canais online representam mais de um quarto das vendas totais da empresa — um recorde histórico. Faturamento do e-commerce aumenta mais de 40% no último trimestre. Vendas nas lojas físicas voltam a crescer.

São Paulo — O Magazine Luiza (BMF&Bovespa: MGLU3), uma das maiores redes de varejo do Brasil, acaba de apresentar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) seu resultado fiscal do exercício 2016.

Apesar das dificuldades impostas por mais um período de retração econômica, a companhia apresenta resultados positivos e crescentes em todos os seus indicadores financeiros, com evolução consistente da performance ao longo do ano passado.

Em 2016, o Magazine Luiza atingiu um faturamento total de R\$ 11,4 bilhões, crescimento de 8,3% em relação ao resultado do ano anterior. O desempenho significou ganho de participação de mercado nas principais categorias de produtos oferecidas pela empresa. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as vendas nominais totais de eletroeletrônicos e móveis caíram 7,5% no ano passado.

O lucro líquido anual da companhia chegou a R\$ 86,6 milhões — revertendo prejuízo registrado em 2015. Nos 12 meses de 2016, o Ebtida atingiu R\$714,6 milhões, e o endividamento líquido foi reduzido em R\$ 353,2 milhões. Com isso, a relação dívida líquida ajustada/Ebtida passou de 1 para 0,2 entre dezembro de 2015 e dezembro de 2016, menor índice histórico para o último trimestre do ano.

Estratégia digital vencedora — Por trás dos bons resultados apresentados pela companhia, está uma série de ações de melhoria da gestão e controle de despesas, incluindo a aplicação do Orçamento Base Zero (OBZ). Os números também são fruto da estratégia de transformação do Magazine Luiza em uma empresa digital, com pontos físicos e calor humano. Essa estratégia envolve desde o treinamento contínuo de vendedores e um sistema de distribuição único para todos os canais de venda até o desenvolvimento de um sistema proprietário de recomendação de compras, a aposta em novos canais como o site de e-commerce Época Cosméticos e a introdução de estratégias multicanal como o Retire na Loja, que permite que o cliente compre no site ou no app e retire o produto nas lojas físicas da rede.

No quarto trimestre de 2016, as vendas digitais do Magazine Luiza registraram uma participação recorde no total de receitas da companhia: 26,3%, com crescimento de 41,4% no período. Trata-se de um percentual muito superior ao do mercado. Segundo do E-bit, o e-commerce brasileiro registrou uma expansão média de 8,2% nos últimos três meses do ano.

A estratégia de aprofundamento contínuo da integração dos diferentes canais de vendas, também beneficiou o resultado das 800 lojas físicas da rede. Considerando-se os mesmos pontos, o aumento de vendas no quarto trimestre de 2016 foi de 6%.

A venda de celulares foi impulsionada pelo serviço de buy-back, no qual o celular usado do cliente serve como parte do pagamento na compra de um modelo novo. Além disso, as lojas ganharam novos serviços digitais, como wi-fi disponível para os clientes, além de passarem a vender cartões de conteúdo para plataformas como Netflix, Google Play e para games. Os vendedores também podem vender o Lu Conecta, serviço de instalação de aplicativos e configuração de smartphone, além de Help Desk para tirar dúvidas.

Um quarto trimestre forte — Os três últimos meses de 2016 confirmaram a tendência de melhoria progressiva e consistente dos indicadores do Magazine Luiza. As vendas brutas consolidadas cresceram 14,3% no período, atingindo R\$3,4 bilhões.

Graças a um cenário de mais racionalidade de preços no mercado de e-commerce e nas lojas físicas, e ao aumento de participação nas vendas de categorias mais rentáveis, a margem bruta aumentou 0,7 ponto percentual no período, chegando a 29,6%.

A geração de caixa operacional também apresentou uma evolução significativa, com resultado

BANNERS

PUBLIEDITORIAIS

VÍDEOS

"INSTITUCIONAIS"



Coloque anúncios
seu site com o
AdSense

APRENDA
MAIS


HOMENAGENS

positivo de 653,7 milhões de reais. O lucro líquido no período foi de 46,1 milhões de reais – melhor resultado de 2016.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Em novembro, o Magazine Luiza teve o melhor Black Friday de sua história, o que contribuiu para o crescimento de mais de 40% das vendas via e-commerce no período.

SAÚDE
SEGUROS
SIDERURGIA & MINERAÇÃO

Destaques de 2016: ganho consistente de participação de mercado — Crescimento expressivo do e-commerce. A empresa atingiu a marca de 4,5 milhões de downloads em seu aplicativo de vendas mobile.

TECNOLOGIA & INOVAÇÃO

Aumento da margem bruta, diluição significativa das despesas operacionais e forte crescimento do Ebitda e do lucro líquido. Além de melhora no capital de giro, geração de caixa operacional e redução significativa do endividamento líquido.

TURISMO DE NEGÓCIOS

No ano, mais de 80 mil SKUs foram incorporados ao Marketplace do Magazine Luiza. Categorias como produtos para pets, jóias, livros, bebidas e alimentos passaram a ser vendidas virtualmente. Parceiros como Multi-Ar, Whirlpool, Empório da Cerveja, Toymania, Multishop, entre outros, foram incluídos na lista.

Em dezembro de 2016, a empresa operava 800 lojas. Apenas no quarto trimestre, 15 lojas foram inauguradas.

Magazine Luiza — Prestes a completar 60 anos de história e tendo como missão a democratização do consumo, o Magazine Luiza é uma das maiores empresas brasileiras do setor de varejo.

Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da BM&FBOvespa. Nos últimos anos, fez 13 aquisições, consolidando sua presença nacional. Atualmente, o Magazine Luiza emprega cerca de 20 mil funcionários e possui um total de 800 lojas – físicas e o site. Seus canais digitais já são responsáveis por cerca de 25% do faturamento total. E as operações físicas e virtuais passam por constante processo de integração.

Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios. Há 19 anos, está entre as melhores empresas para trabalhar nos rankings da revista VocêS/A e do Great Place to Work Institute.

[Enviar](#) [Imprimir](#)

Powered by Google



Treinamento Web Gratuito

Anúncio Empreendedor Digital



Carnaval deverá movimentar R\$ 5,8 bilhões no tu...

revistafatorbrasil.com.br