



# Teleconferência de Resultados 3T12

13 de novembro de 2012



---

## ▪ Destaques 3T12

- Indicadores Financeiros
- Indicadores Operacionais
- Expectativas para o 4T12 e para 2013

# Destaques do 3T12

## Iniciativas e Conquistas

- **Crescimento expressivo em vendas *versus* 3T11**
  - 15,2% de crescimento nas vendas
  - 9,6% de crescimento mesmas lojas
    - 25,5% de crescimento da Internet
    - 7,4% de crescimento mesmas lojas físicas
- **Crescimento sustentável**
  - Evolução da margem bruta consolidada – 33,5% da receita líquida
    - Aumento de 0,8pp em relação ao 3T11
    - Manutenção em relação ao 2T12
  - Disciplina financeira (vendas sem juros limitadas)
  - Taxa de aprovação conservadora
- **Conclusão do processo de integração da Maia**
  - Conclusão da integração sistêmica – Out 2012
    - Melhoria na margem bruta no 4T12 e 2013, através de uma maior eficiência na gestão de preços e estoques e da redução de despesas gerais e administrativas
- **Racionalização dos custos e despesas**
  - Programa de racionalização de custos e despesas – foco principal da Companhia em 2012
  - Redução de 0,8pp nas despesas com vendas, gerais e administrativas do segmento de varejo
    - 25,4% da receita líquida versus 26,2% no 3T11

## Impactos nos Resultados

- **Expansão e Investimentos em infraestrutura**
  - Investimentos totais: R\$44,8 milhões
    - Abertura de 5 novas lojas convencionais e iniciados os investimentos em mais 9 lojas que serão abertas no 4T12
    - Reformas de lojas
    - Investimentos em Logística e Tecnologia
- **Despesas extraordinárias de integração:**
  - Total de R\$6,3 milhões – treinamento de funcionários e virada das lojas do Nordeste
- **Resultados da Luizacred**
  - Melhoria dos indicadores de atraso – destaque para carteira em atraso acima de 90 dias
  - Manutenção do conservadorismo
    - Redução da taxa de aprovação de crédito
    - Provisões robustas
- **Resultados do Magazine Luiza**
  - Resultado do trimestre impactado por vendas levemente abaixo do esperado, esforços na integração do Nordeste e conservadorismo nas provisões

# Inaugurações – 3T12

Campo Grande - MS



Viçosa - MG



Olinda – PE



Salvador - BA



Jaboatão dos Guararapes - PE



- 
- Destaques 3T12

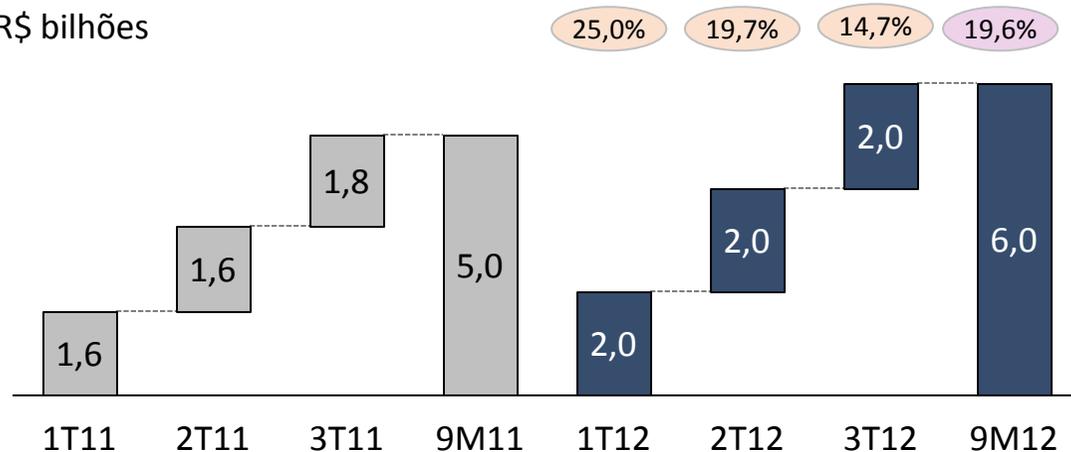
- **Indicadores Financeiros**

- Indicadores Operacionais
- Expectativas para o 4T12 e para 2013

# Evolução da Receita Bruta

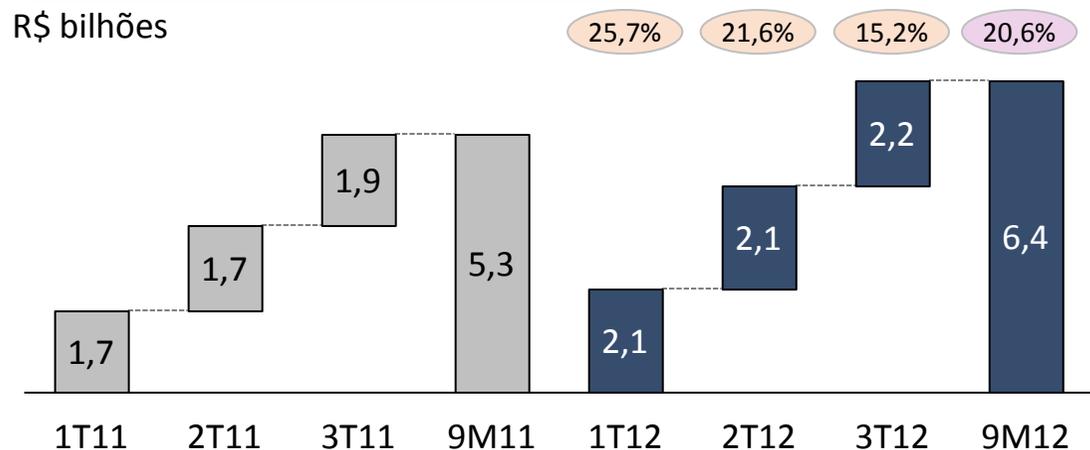
## Varejo

R\$ bilhões



## Total Consolidado

R\$ bilhões

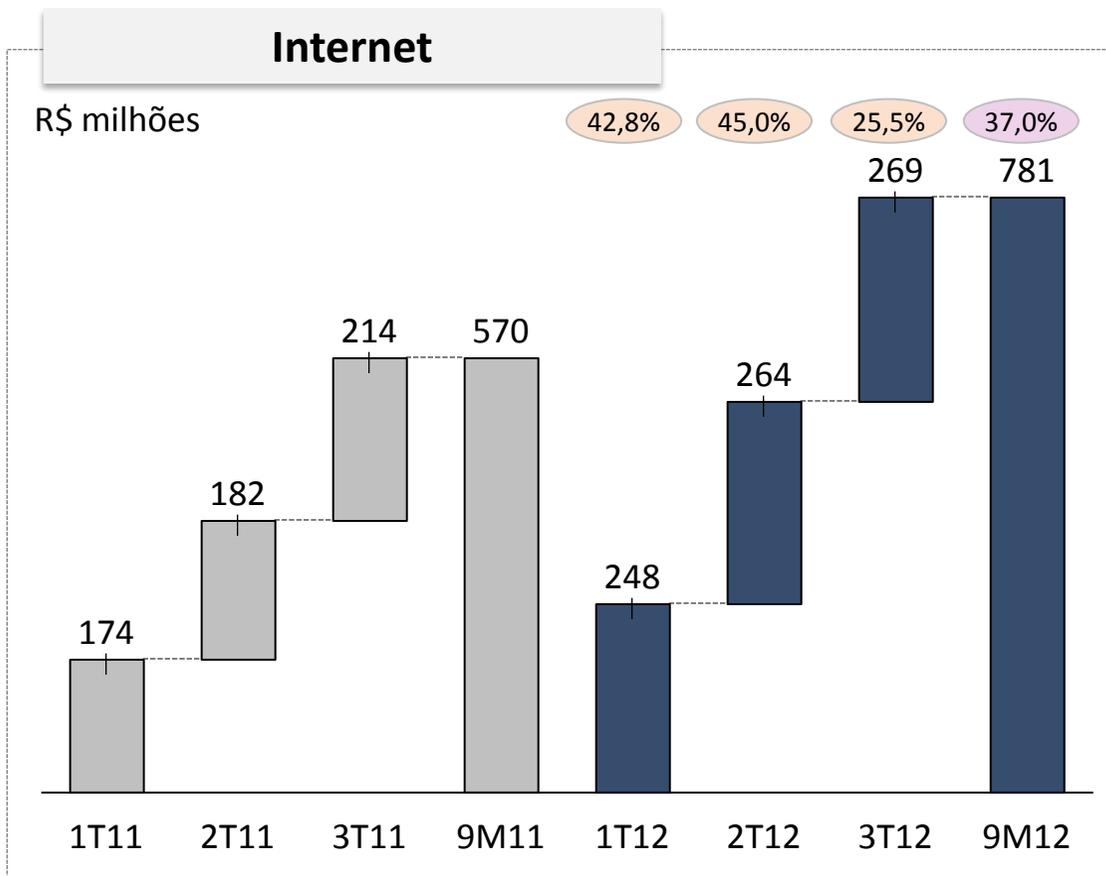


## Considerações

- Evolução de **14,7%** da receita bruta do varejo versus o 3T11 e crescimento de **9,6%** no conceito mesmas lojas, impulsionado por:
  - E-commerce
  - Maturação das lojas
- Vendas da região Nordeste – **R\$287 milhões (14,2% das vendas totais do varejo)**, impactadas pontualmente pelo processo de integração, mas já retornaram a patamares de crescimento superiores ao da média da Companhia
- Crescimento de **15,2%** da receita bruta consolidada versus o 3T11:
  - Crescimento na receita do segmento de financiamento ao consumo de 23,0%, influenciado principalmente pela receita de CDC e de serviços
- **Aumento do número de lojas** – de 684 no final de 3T11 para **736 lojas no final do 3T12**

○ Crescimento vs o mesmo trimestre do ano anterior ○ Crescimento vs o 9M do ano anterior

# Evolução da Receita Bruta – Internet



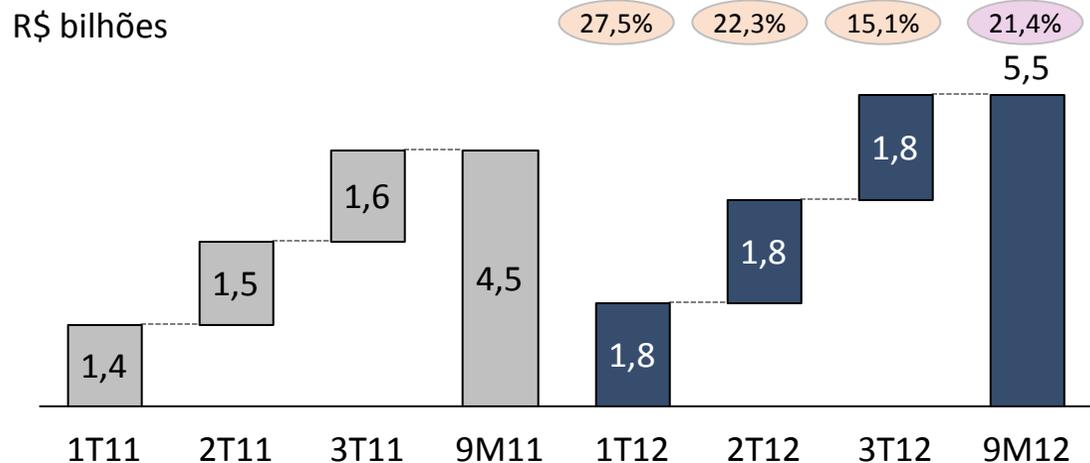
## Considerações

- Crescimento de 25,5% no 3T12 *versus* 3T11 e 37,0% no 9M12 *versus* 9M11 impulsionado por:
  - Aumento do mix de produto
  - Inovações em conteúdo
  - Investimentos em infraestrutura de Tecnologia de Informação e sistemas
  - Abordagem multicanal: compartilhamento da infra-estrutura dos outros canais

○ Crescimento vs o mesmo trimestre do ano anterior ○ Crescimento vs o 9M do ano anterior

# Evolução da Receita Líquida e Lucro Bruto

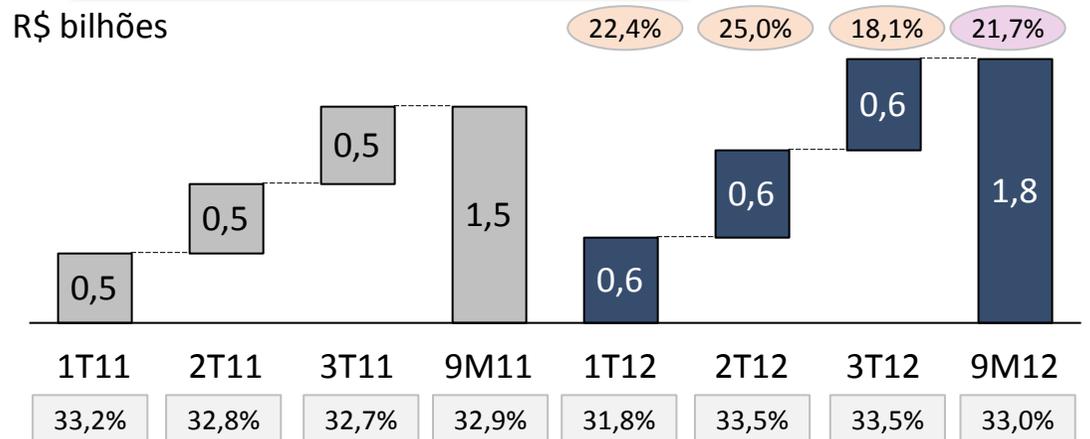
## Receita Líquida – Consolidada



## Considerações

- Crescimento de **15,1%** no **3T12**, em linha com o crescimento da receita bruta
- Crescimento de **21,4%** no **9M12 versus o 9M11**

## Lucro Bruto – Consolidado

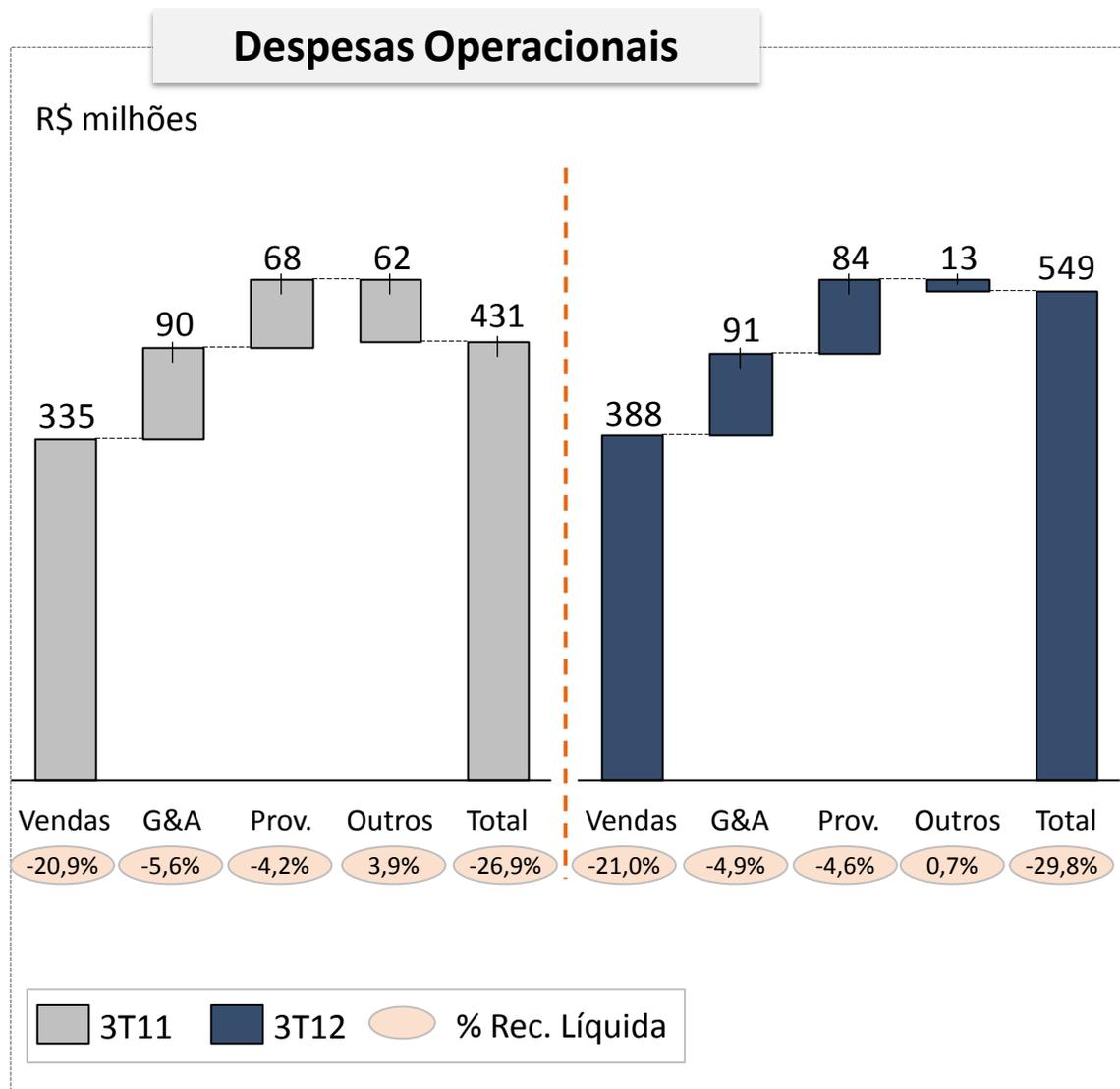


## Considerações

- **Melhora de 0,8pp na margem bruta consolidada do 3T12 versus o 3T11 e manutenção com relação ao 2T12:**
  - Margem bruta do **Varejo**: **28,8%** no **3T12**
  - Margem bruta das lojas do **Nordeste** foi de **25,3%** no 3T12, comparado com 29,4% das demais lojas – **integração sistêmica** possibilita a obtenção de **margem bruta semelhante** à das **demais regiões**

  Crescimento vs o mesmo trimestre do ano anterior
   Crescimento vs o 9M do ano anterior
   Margem Bruta (%)

# Despesas Operacionais – Consolidado



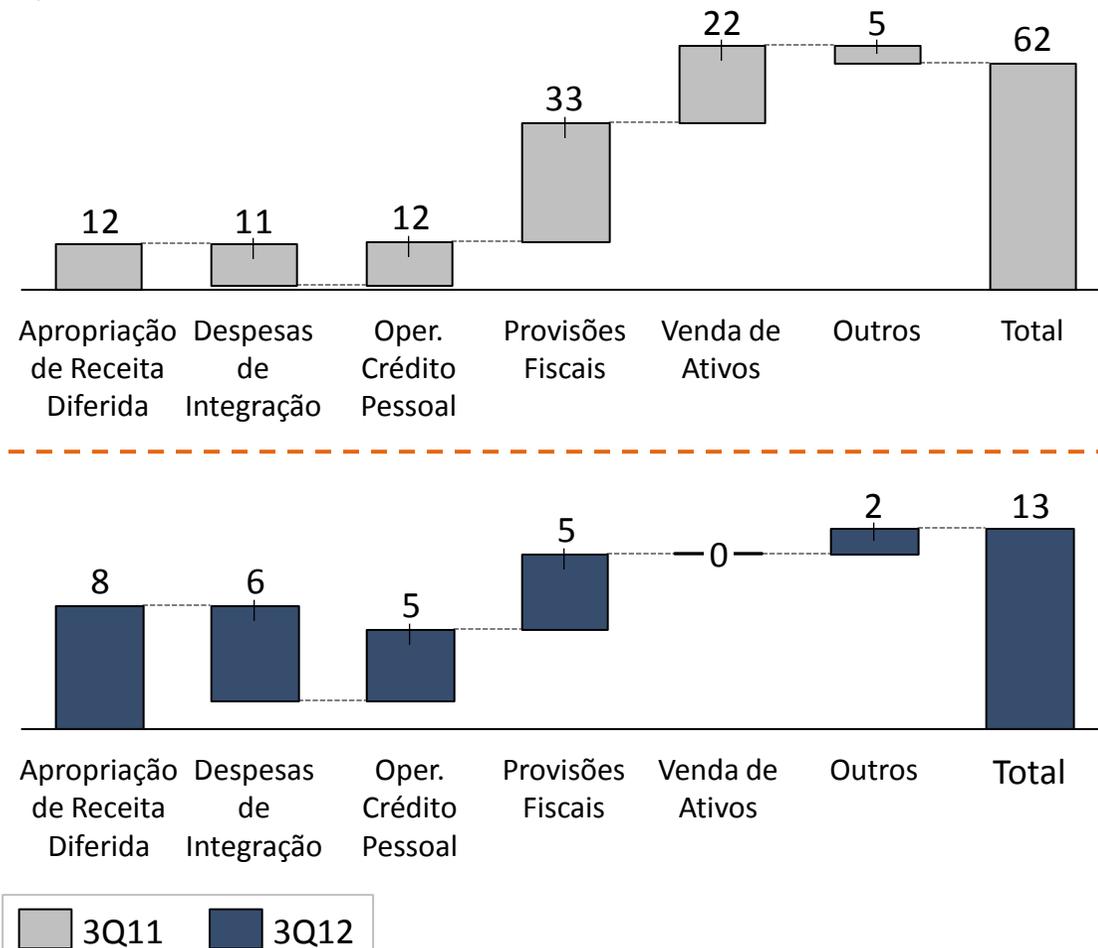
## Considerações

- As **despesas com vendas** em linha com o 3T11 e levemente acima do 2T12 (20,7%)
  - Apesar do projeto de redução de despesas, as vendas abaixo das expectativas impediram uma maior diluição neste trimestre
- **Despesas gerais e administrativas:** diluição de 0,7pp em relação ao ano anterior, fruto da racionalização de despesas proposta este ano
- **PDD:**
  - PDD de R\$68,1 milhões (4,2% da receita líquida) no 3T11 para R\$84,1 milhões no 3T12 (4,6% da receita líquida)
  - Provisões robustas (conservadorismo da Luizacred)
- **Outras Despesas (Receitas) Operacionais:** (detalhamento no próximo slide)

# Outras Despesas (Receitas) Operacionais – Consolidado

## Outras Despesas (Receitas) Operacionais

R\$ milhões



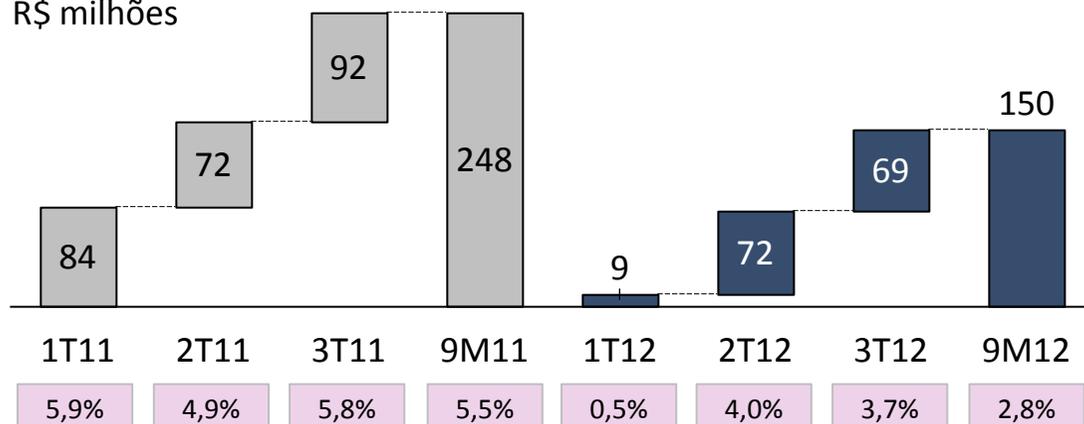
## Considerações

- **Outras Despesas (Receitas) Operacionais:**
  - **Receita Diferida:**
    - De R\$12,4 milhões no 3T11 para R\$8,2 milhões no 3T12 - **redução na apropriação de receitas diferidas** (método linear)
  - **Despesas extraordinárias** com o processo de integração das redes de R\$6,3 milhões no 3T12
  - **Alteração na contabilização do empréstimo pessoal**, que passou a ser contabilizado no resultado da intermediação financeira da Luizacred, reduzindo a receita de *profit sharing* de R\$12,0 milhões para R\$4,7 milhões
  - **Provisões fiscais:** R\$32,6 milhões de reversão de provisões na Maia no 3T11 *versus* R\$5,0 milhões no 3T12
  - **Venda de ativos:** venda da estrutura de divulgação da Luizacred

# Evolução do EBITDA e EBITDA Ajustado

## EBITDA

R\$ milhões

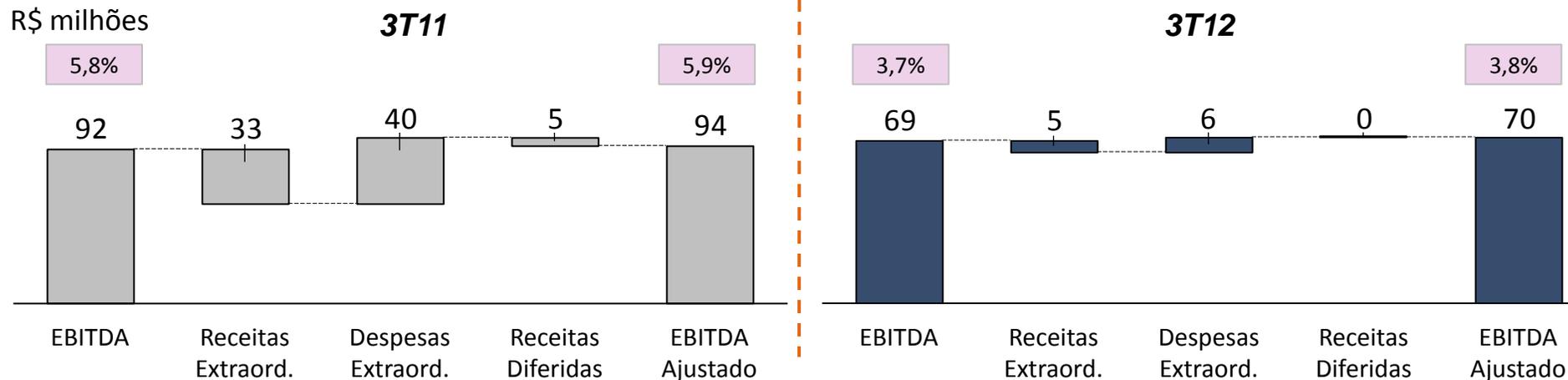


## Considerações

- Margem EBITDA de 3,7% no 3T12 impactado pelo:
  - Processo de integração da Lojas Maia
  - Aumento das provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa
- O EBITDA da região Nordeste foi de R\$5,8 milhões no 3T12 e ainda não reflete os benefícios esperados após a integração da Lojas Maia

## EBITDA Ajustado

R\$ milhões

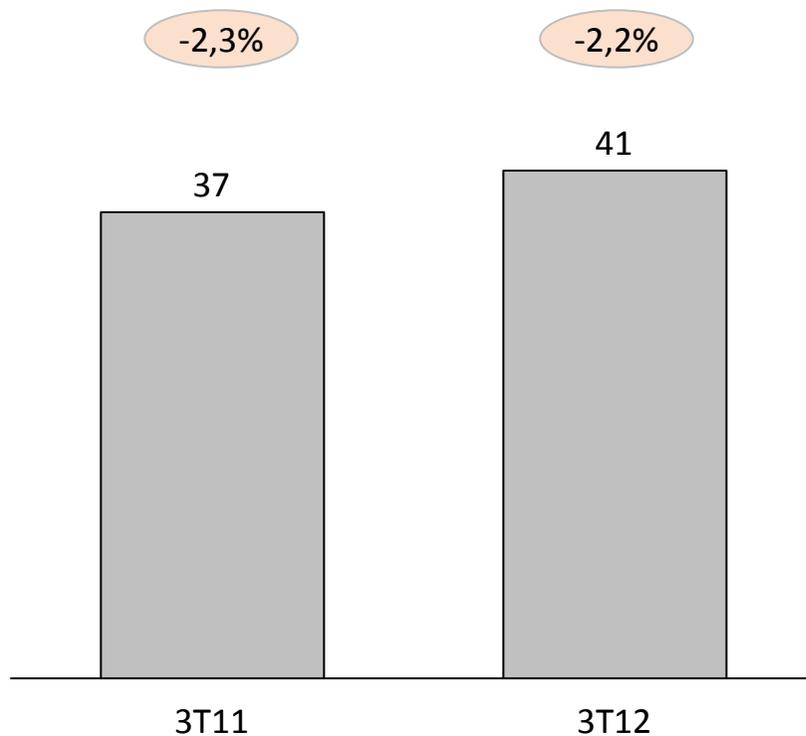


Margem EBITDA (%)

# Despesas Financeiras – Consolidado

## Despesas Financeiras

R\$ milhões



■ Despesas Financeiras    ● % Rec. Líquida

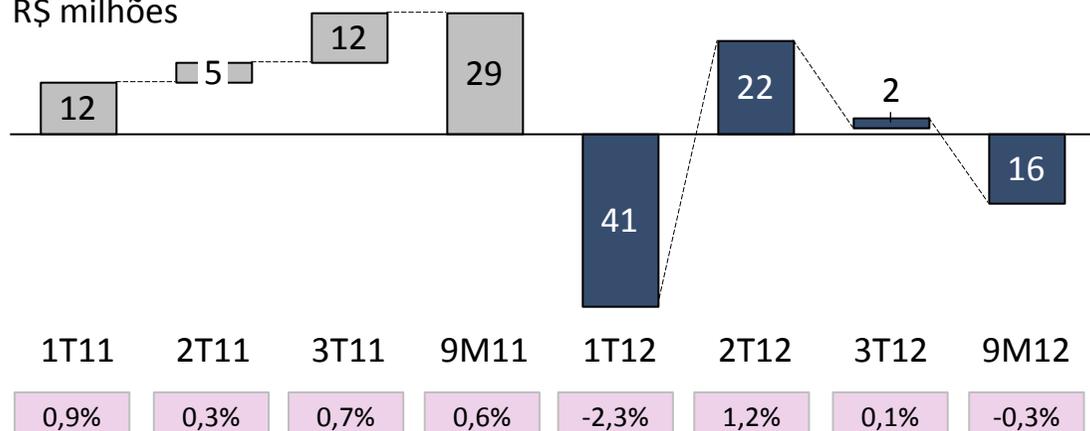
## Considerações

- **Resultado Financeiro:**
  - **Redução de 2,3% no 3T11 para 2,2% da receita líquida no 3T12:**
    - Impactado positivamente pela redução do CDI
    - Parcialmente compensado pelo aumento da necessidade de capital de giro no período
  - **No 9M12, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$125,2 milhões, passando de 2,8% para 2,3% da receita líquida do período**

# Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

## Lucro Líquido

R\$ milhões

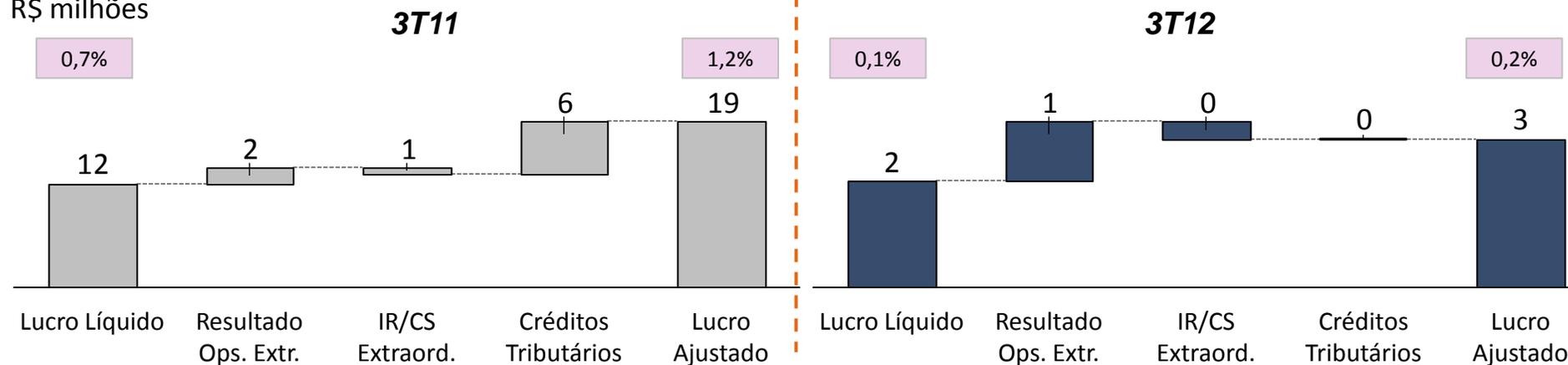


## Considerações

- Lucro líquido impactado também pelo:
  - Processo de integração da Lojas Maia
  - Aumento nas provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa
- Excluindo as despesas e receitas extraordinárias, o lucro líquido ajustado foi de R\$3,2 milhões, equivalente a 0,2% da receita líquida

## Lucro Líquido Ajustado

R\$ milhões

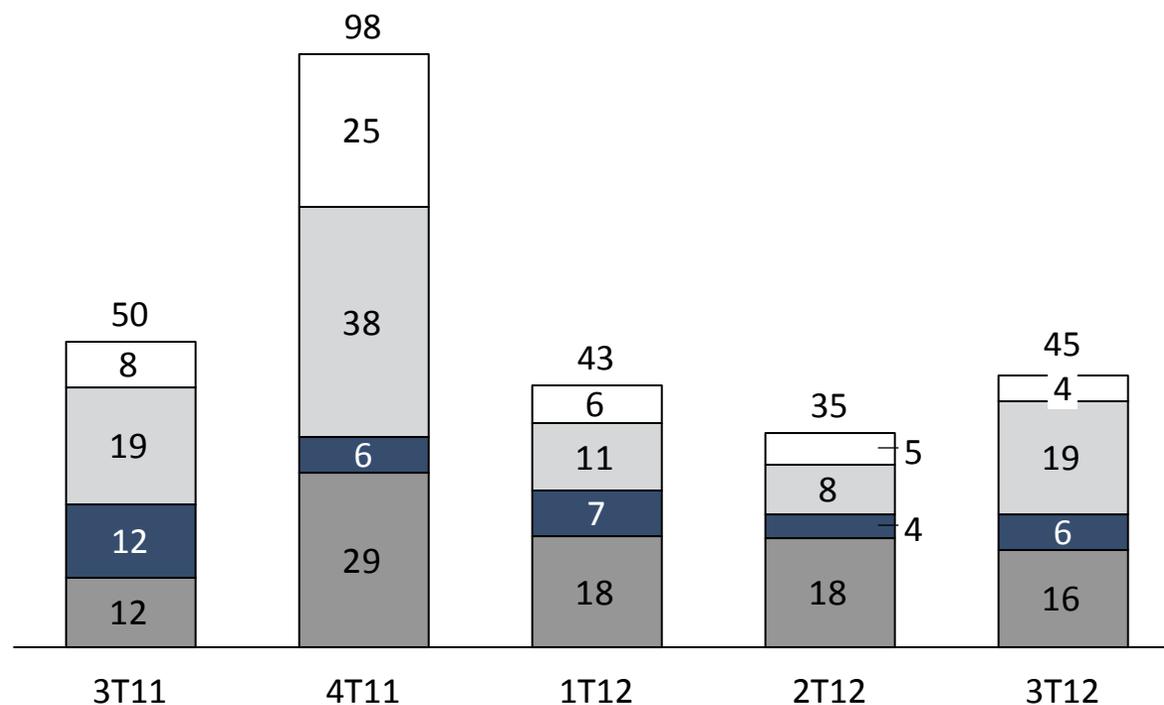


Margem Líquida (%)

# Investimentos

## Investimentos

R\$ milhões



Lojas Novas Reformas Tecnologia Outros

## Considerações

- **Reformas de lojas** – R\$18,6 milhões
- **Lojas novas**
  - Inauguração de 5 lojas novas convencionais no 3T12
  - Iniciados os investimentos em mais 9 lojas que serão abertas no 4T12
- **Outros investimentos** incluem investimentos em logística, no total de R\$11,1 milhões no 3T12

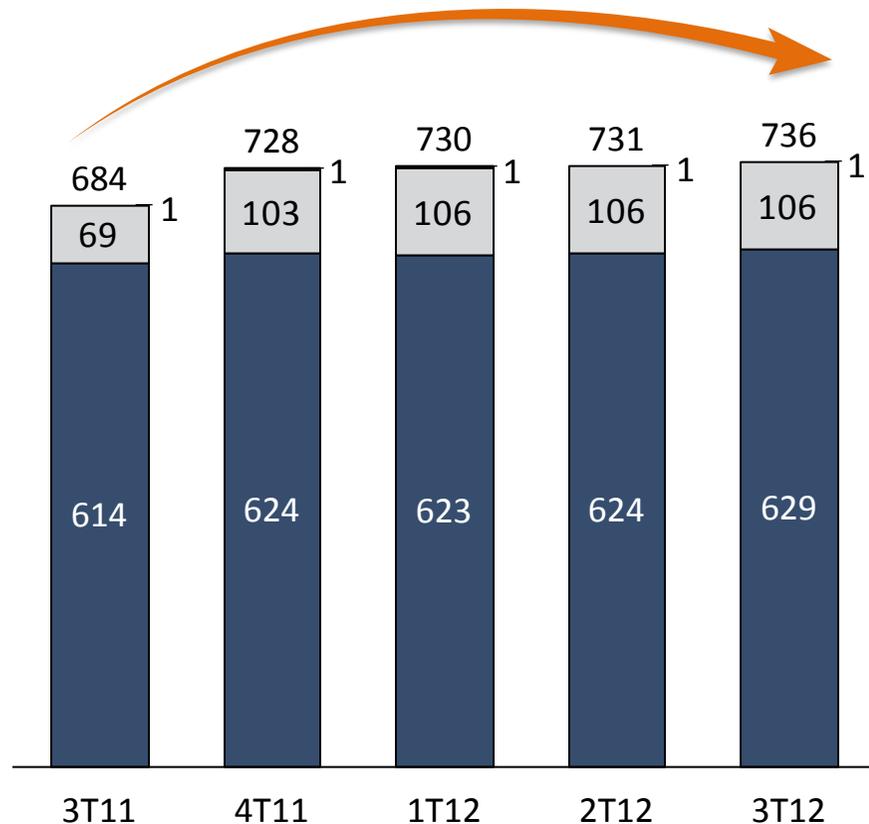
- 
- Destaques 3T12
  - Indicadores Financeiros
  - **Indicadores Operacionais**
  - Expectativas para o 4T12 e para 2013

# Desempenho Operacional – Lojas

## Evolução do Número de Lojas

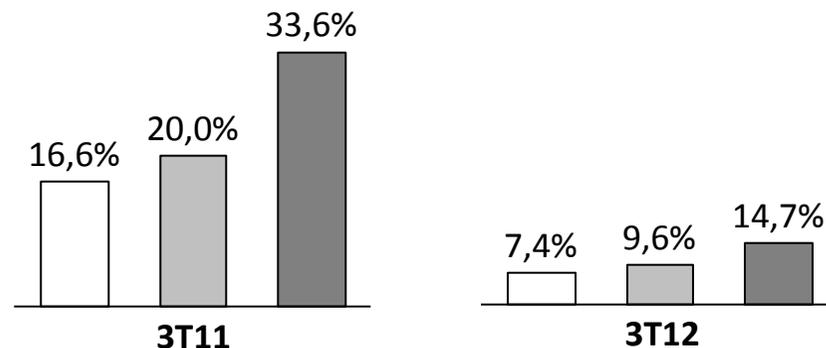
# lojas

+ 52 lojas



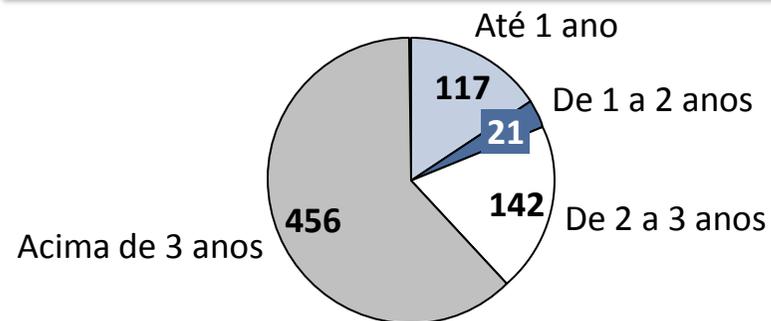
Site Lojas Virtuais Lojas Convencionais

## Crescimento das Vendas Mesmas Lojas



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

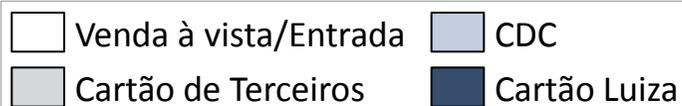
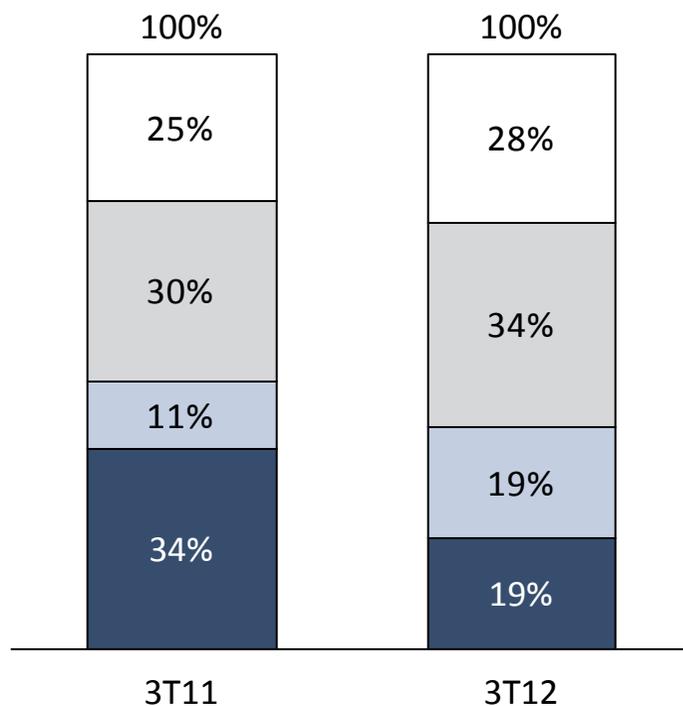
## Idade Média das Lojas



# Desempenho Operacional – Luizacred

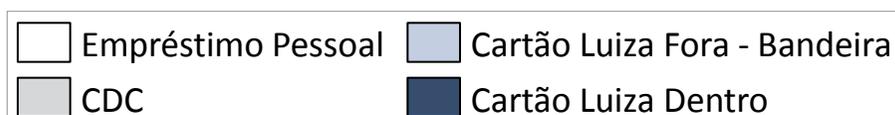
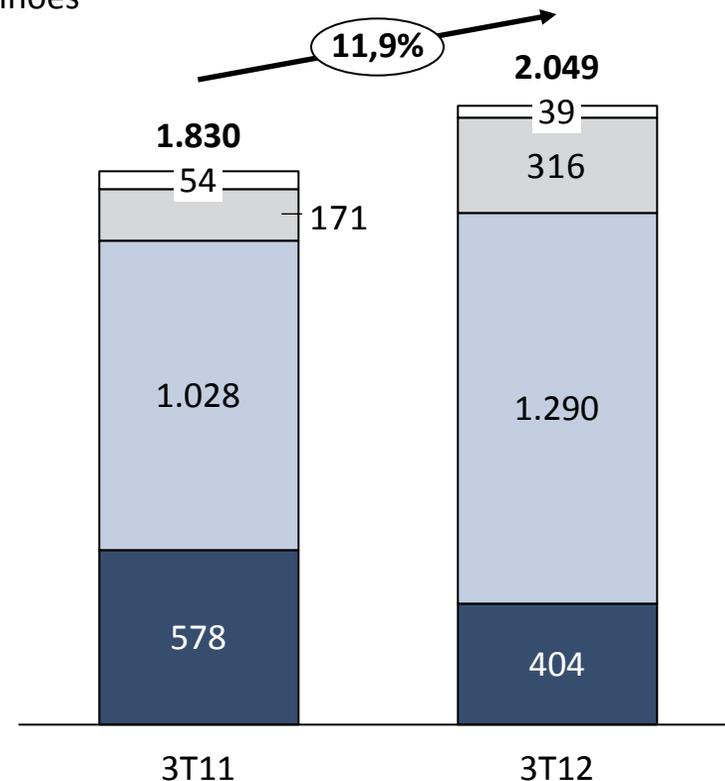
## Mix de Vendas Financiadas

% da venda total



## Faturamento Luizacred

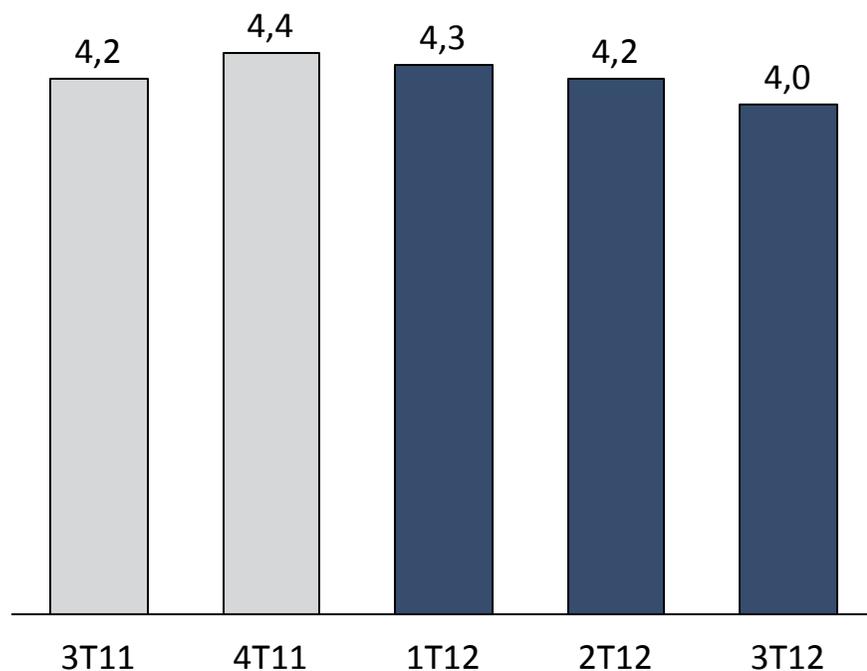
R\$ milhões



# Desempenho Operacional – Composição da carteira

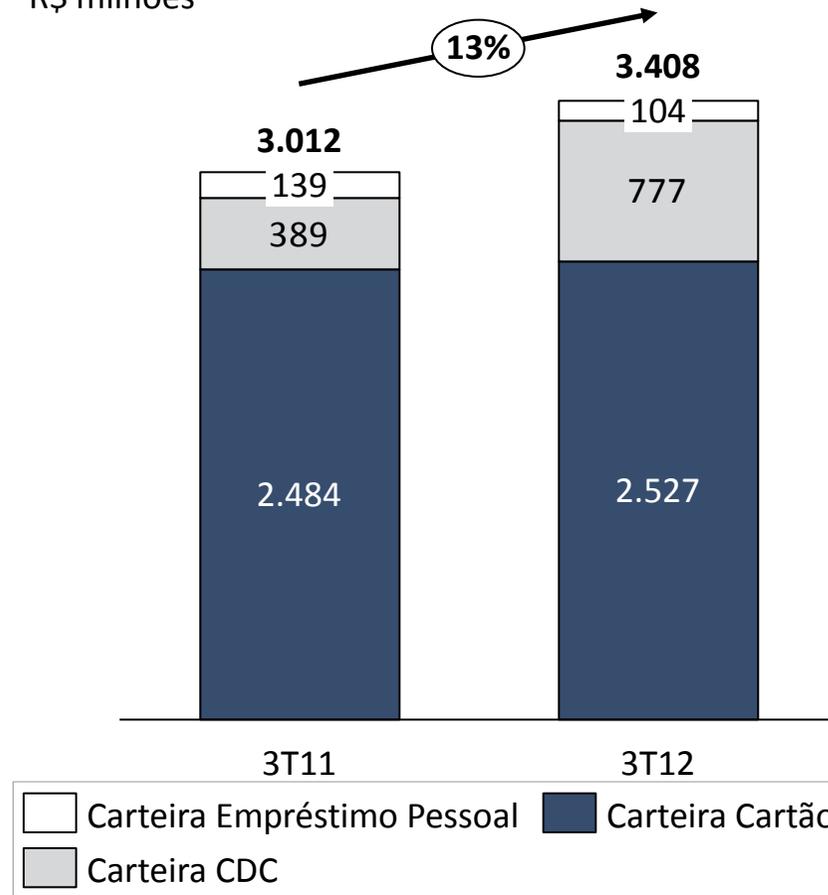
## Base de Cartões Luiza

# milhões



## Composição da carteira

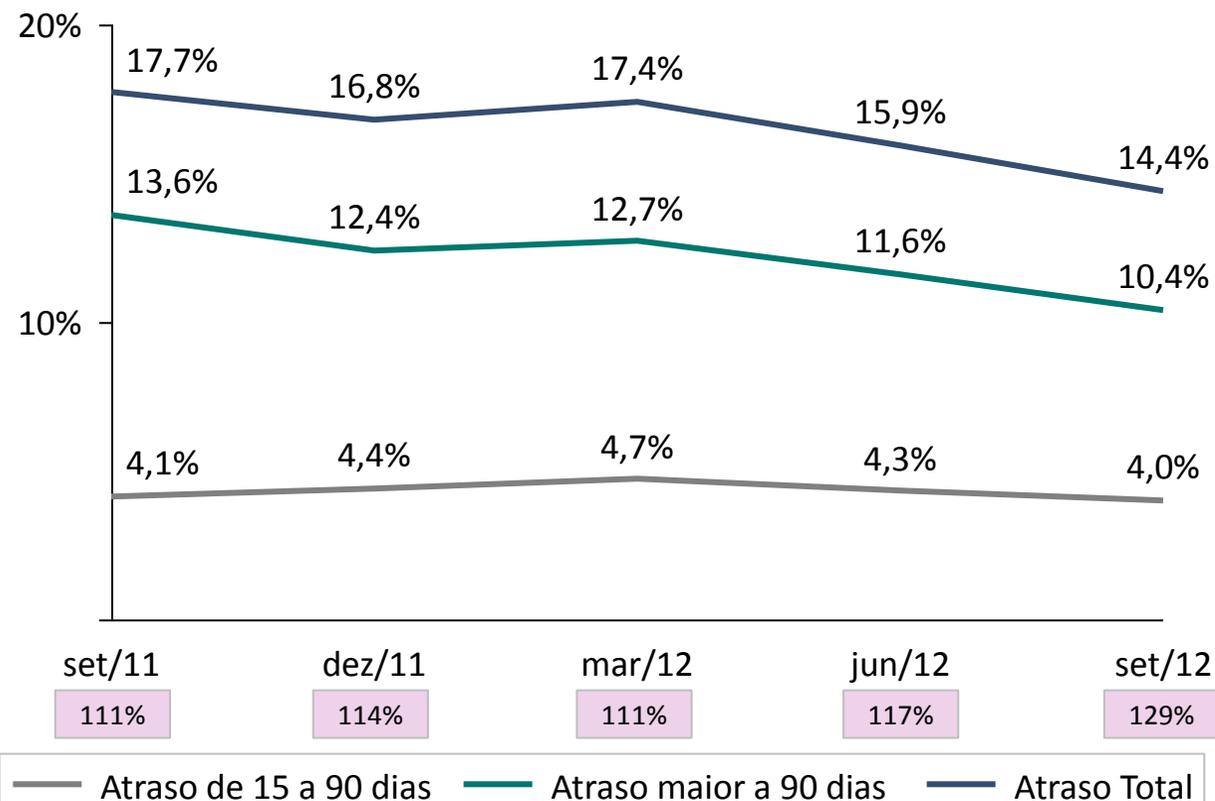
R\$ milhões



# Carteira da Luizacred

## Visão Atraso

% carteira



Índice de cobertura(%)

## Considerações

- De forma oposta ao observado no mercado, os **indicadores de atraso** da Luizacred no final de setembro de 2012 **melhoraram** significativamente em relação a junho de 2012 e setembro de 2011 devido ao:
  - Conservadorismo na taxa de aprovação de crédito
  - Controle constante de inadimplência por loja
- **Saldo de provisões: redução de R\$6,7 milhões** no 3T12 (R\$467,5 milhões em jun/12 para R\$460,8 milhões em set/12)
- **Saldo da carteira acima de 90 dias: redução de R\$45,0 milhões** no 3T12 (R\$400,9 milhões em jun/12 para R\$355,9 milhões em set/12)
- Aumento do **índice de cobertura** de 117% no 2T12 para 129% no 3T12

- 
- Destaques 3T12
  - Indicadores Financeiros
  - Indicadores Operacionais
  - **Expectativas para o 4T12 e para 2013**

# Expectativas para o 4T12 e para 2013

1

## Crescimento de Vendas e Sinergias

- **Crescimento consistente:**
  - Maturação das lojas novas, das lojas do Nordeste e vendas da Internet
  - Melhor desempenho da economia (4T12)
- **Gestão totalmente integrada – 2013**
  - Diluição de SG&A
  - Benefícios na gestão de capital de giro e de preços – aumento da margem das lojas do NE

2

## Virada da marca – Salvador

- **Virada da marca** Lojas Maia para Magazine Luiza na região metropolitana de Salvador em outubro de 2012
- Expressivo crescimento de vendas na região dado:
  - Novo mix de produtos
  - Ambientes mais modernos

3

## Investimentos e Expansão

- Investimentos em tecnologia, logística e reforma de lojas
- Abertura orgânica de **9 lojas no 4T12, totalizando 22 novas lojas no ano**
  - 12 no Nordeste
  - 10 no Sul/Sudeste

4

## Resultados

- **4T12 e 2013: aumento consistente da rentabilidade**
  - Crescente **maturação** das lojas novas
  - Continuidade do **programa de redução e diluição de despesas operacionais**
  - **Captura de sinergias** provenientes das integrações de Maia e Baú

# Virada da Marca – Região Metropolitana de Salvador



18 lojas  
reinauguradas



---

**Relações com Investidores**  
**ri@magazineluiza.com.br**  
**www.magazineluiza.com.br/ri**

### **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 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.*



magazine luiza  
www.magineluiza.com.br

# Teleconferência de Resultados 3T12

13 de novembro de 2012



**magazineluiza**  
vem ser feliz