



# Teleconferência de Resultados 1T12

15 de maio de 2012



---

## ▪ Destaques 1T12 e Expectativas para os Próximos Trimestres

- Indicadores Financeiros
- Indicadores Operacionais

# Destaques do 1T12

## Iniciativas e Conquistas

- **Crescimento expressivo em vendas *versus* 1T11**
  - 25,7% de crescimento nas vendas
  - 15,9% de crescimento mesmas lojas
  - 42,8% de crescimento da Internet
- **Crescimento sustentável**
  - Margem bruta em linha com o projetado
  - Disciplina financeira (vendas sem juros)
  - Resultado em linha com as expectativas
- **Finalização da Integração das lojas do Baú**
  - Integração sistêmica concluída
  - Início do processo de maturação
  - Início da captura de sinergias
- **Continuidade do Processo de Integração da Maia**
  - Incorporação societária – 30 abr.
  - Integração sistêmica – início 2T12
- **Racionalização dos custos e despesas**
  - Projeto de racionalização de custos e despesas – maioria das oportunidades implementadas (jan. e fev.) , trazendo benefícios para os próximos trimestres

## Impactos nos Resultados

- **Despesas Extraordinárias: total de R\$33,5 milhões**
  - Magazine Luiza e Lojas do Baú: R\$20,3 milhões
  - Lojas Maia: R\$13,2 milhões
- **Expansão e Investimentos em infraestrutura**
  - Abertura de 7 novas lojas
  - Fechamento de 5 lojas do Baú
  - Investimentos totais: R\$43,2 milhões
    - Logística: R\$12,5 milhões (finalização da expansão do CD de Louveira)
- **Resultados da Luizacred**
  - Manutenção do conservadorismo
  - Redução da taxa de aprovação de crédito
  - Participação no projeto de redução de custos
- **Resultados do Magazine Luiza**
  - Maioria das despesas extraordinárias previstas para 2012 já realizada em jan. e fev.
  - Março 2012: despesas operacionais significativamente menores, garantindo resultados positivos para a Companhia

# Expectativas para os próximos trimestres

1

## Crescimento de Vendas

- Crescimento consistente:
  - Maturação das lojas novas
  - Internet
  - Boas perspectivas de mercado (redução dos juros básicos da economia)

2

## Processo de Integração da Lojas Maia

- Integração sistêmica – até o final do 3T12
- Gestão totalmente integrada – 4T12
  - Diluição de despesas administrativas e de logística
  - Benefícios na gestão de capital de giro e de preços – aumento da margem bruta

3

## Resultados – Luizacred

- Manutenção das taxas de aprovação
- Melhora na rentabilidade a partir do 2S12
  - Maturação da carteira e diluição de despesas
  - Redução proporcional das provisões como consequência da melhoria na qualidade da carteira em atraso

4

## Resultados – Magazine Luiza

- Continuidade do projeto de racionalização de custos e despesas: implantação de novas oportunidades de redução de custos ao longo de 2012
- Melhoria da rentabilidade trimestre a trimestre
- Melhores indicadores de produtividade e resultados positivos para 2012

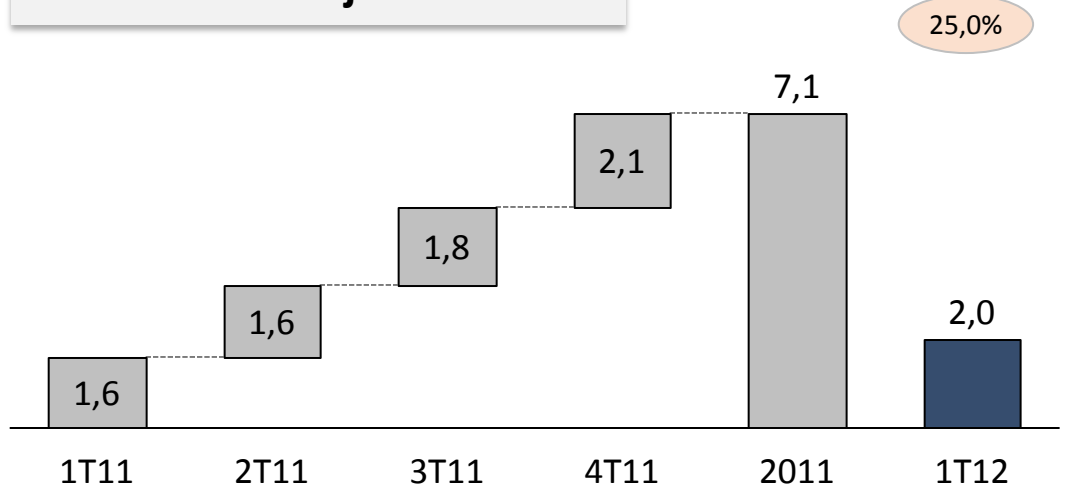
- 
- Destaques 1T12 e Expectativas para os Próximos Trimestres

- **Indicadores Financeiros**

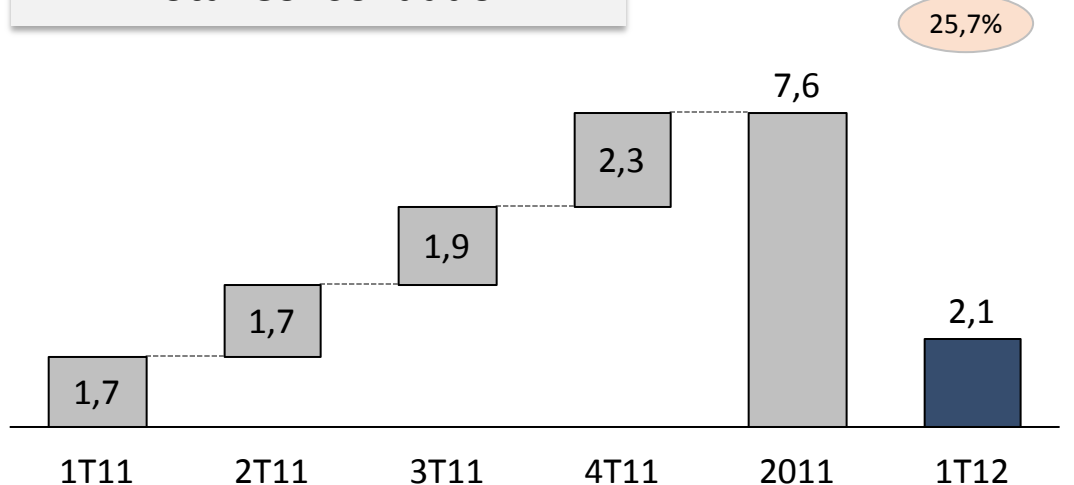
- Indicadores Operacionais

# Evolução da Receita Bruta (R\$ bilhões)

## Varejo



## Total Consolidado

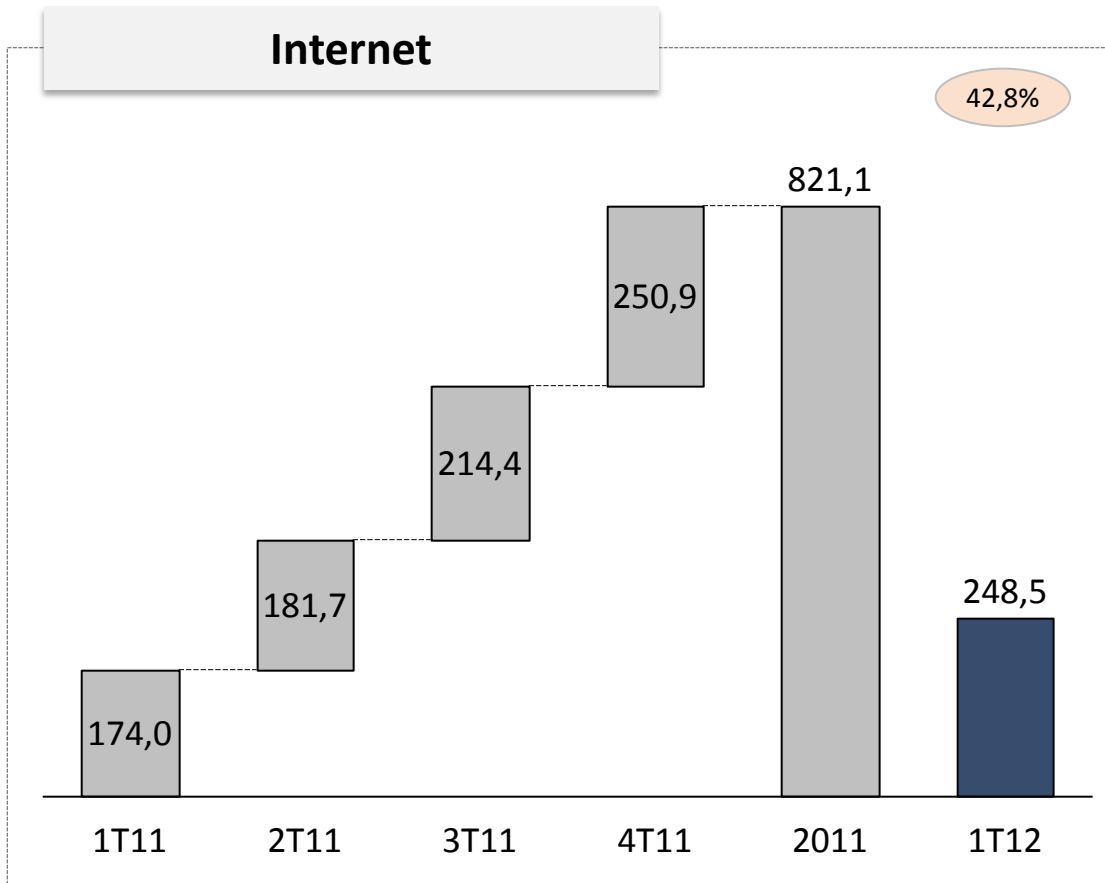


○ Crescimento vs o mesmo trimestre do ano anterior

## Considerações

- Evolução de **25,0%** da receita bruta do varejo *versus* o 1T11 e crescimento de **15,9%** no conceito **mesmas lojas**, impulsionado por:
  - Maturação das Lojas
  - Liquidação Fantástica
- **Aumento do número de lojas** – de 604 no final de 1T11 para 730 lojas no final do 1T12
- Crescimento de **25,7%** da receita bruta **consolidada** *versus* o 1T11:
  - Crescimento do segmento varejo
  - Crescimento na receita do segmento de financiamento ao consumo de 34,7% (influenciado pela receita de serviços e pelo empréstimo pessoal que passou a ser contabilizado na Luizacred)

# Evolução da Receita Bruta – Internet (R\$ milhões)



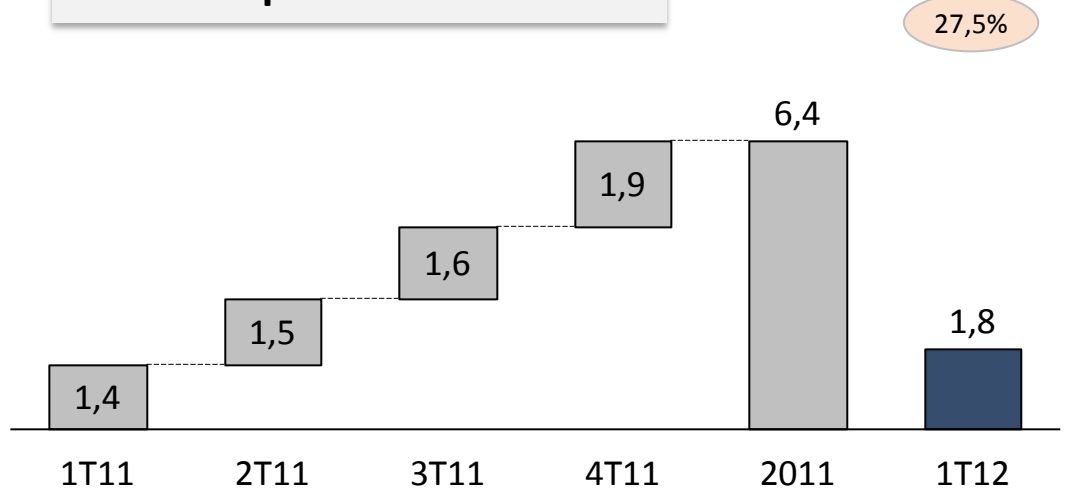
## Considerações

- Crescimento de 42,8% impulsionado por:
  - **Abordagem multicanal:** compartilhamento da infra-estrutura dos outros canais
  - **Aumento do número de SKUs** (*long tail*) e melhoria do mix de produtos
  - **Inovações** em conteúdo
  - **Investimentos** em sistemas e logística, para garantir o melhor atendimento ao cliente (Magazine Luiza é diamante no *e-bit*)

○ Crescimento vs o mesmo trimestre do ano anterior

# Evolução da Receita Líquida e Lucro Bruto (R\$ bilhões)

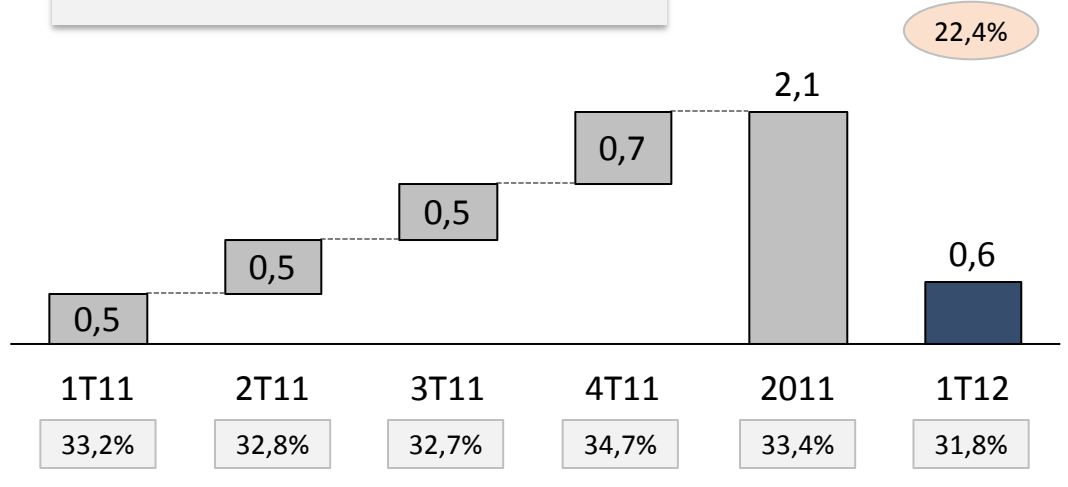
## Receita Líquida - Consolidada



## Considerações

- Forte crescimento devido ao **avanço da receita bruta** (segmento de varejo e financiamento ao consumo)
- Crescimento da receita líquida acima da receita bruta – **aumento de produtos sujeitos a substituição tributária** (contabilizada no CMV)

## Lucro Bruto - Consolidado



## Considerações

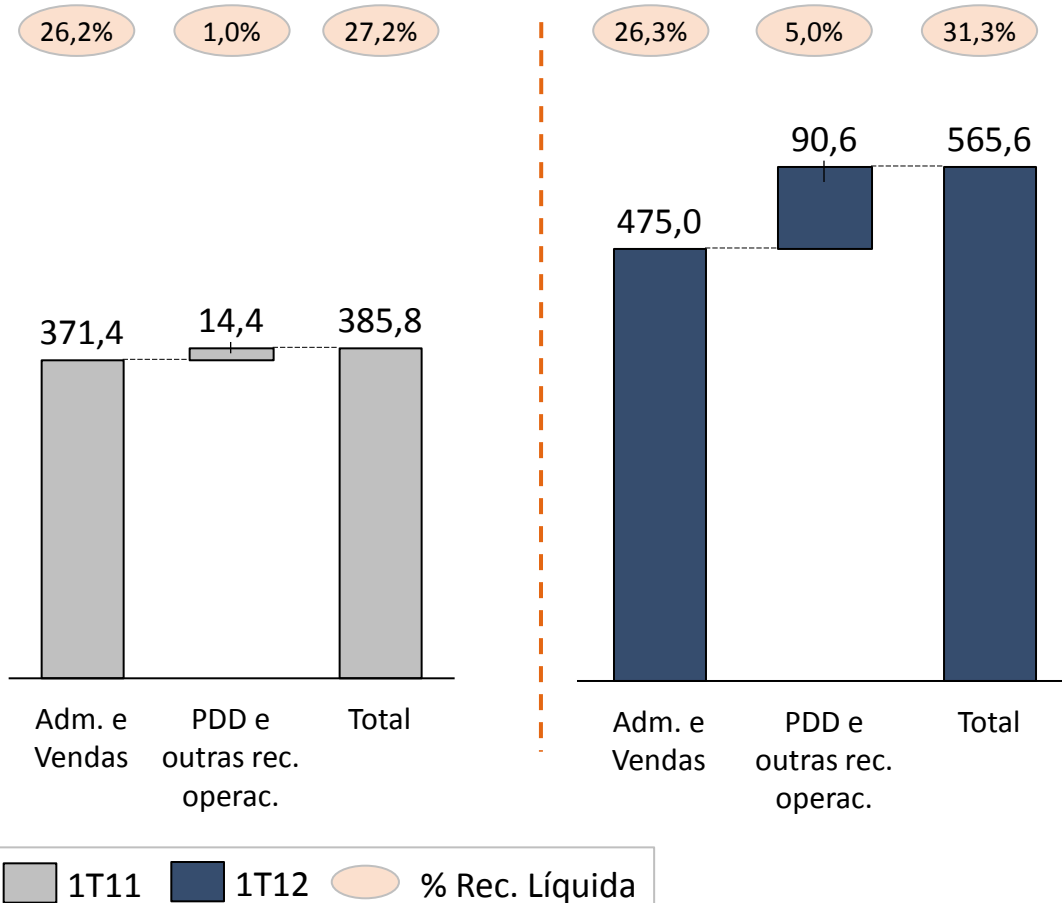
- Redução da margem do varejo devido a:
  - Forte crescimento da **Liquidação**
  - Maior participação da **Internet**
  - **Integração** das Lojas do Baú
  - Baixa margem bruta na Maia (escoamento de produtos)
- Aumento da margem do segmento de financiamento ao consumo devido a:
  - **Redução do CDI**

○ Crescimento vs o mesmo trimestre do ano anterior    □ Margem Bruta (%)



# Despesas Operacionais – Consolidado

## Despesas Operacionais (R\$ MM)

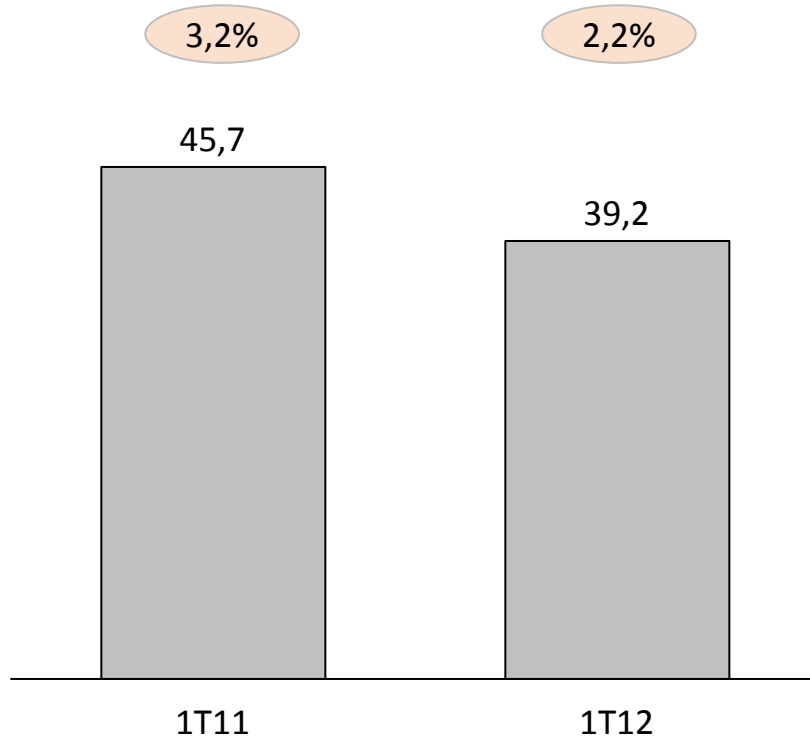


## Considerações

- **Despesas Administrativas e com Vendas:**
  - Impacto das **despesas extraordinárias** com novas lojas, integração das lojas do Baú e gastos com a revisão dos quadros administrativos e de lojas
  - Início da **captura das sinergias** com integração do escritório das lojas do Baú e racionalização de despesas
- **PDD:**
  - Provisões robustas (conservadorismo da Luizacred)
- **Outras Despesas Operacionais:**
  - Impacto das despesas extraordinárias e empréstimo pessoal
- **Despesas Extraordinárias:**
  - Total de R\$33,5 milhões, sendo R\$20,3 milhões no Magazine Luiza e Baú e R\$13,2 milhões na Maia

# Despesas Financeiras – Consolidado

## Despesas Financeiras (R\$ MM)



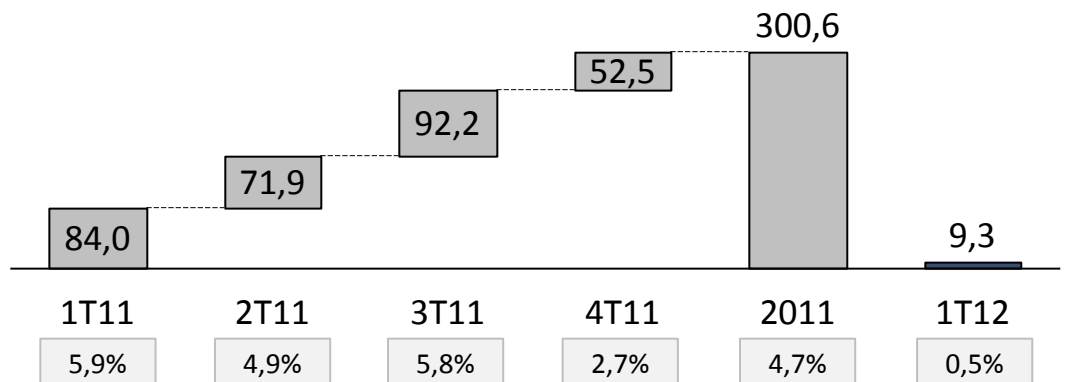
■ Despesas Financeiras    ● % Rec. Líquida

## Considerações

- **Resultado Financeiro:**
  - Redução de 3,2% no 1T11 para 2,2% da receita líquida no 1T12
  - Impactado pela **redução do endividamento líquido** e da **diminuição do CDI** no período
  - Antecipação do Cartão Luiza estável: R\$6,2 milhões no 1T11 e 1T12, (0,3% da receita líquida consolidada)
  - Política de **minimizar a venda sem juros** no Cartão Luiza, bem como limitar a participação de cartão de crédito de terceiros na venda total, **incentivando sempre as vendas pela Luizacred**

# Evolução do EBITDA e EBITDA Ajustado (R\$ milhões)

## EBITDA

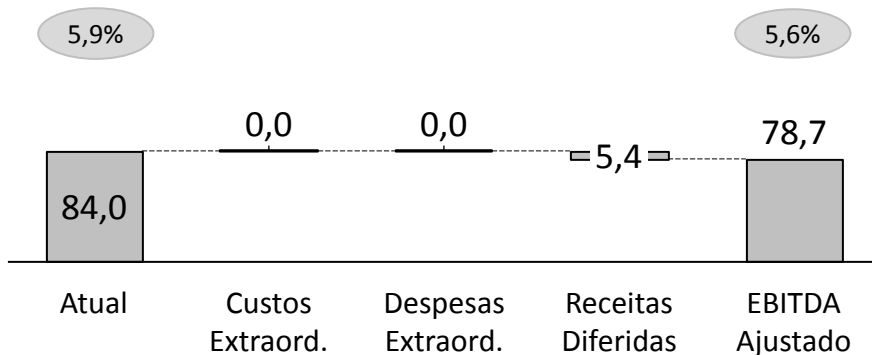


## Considerações

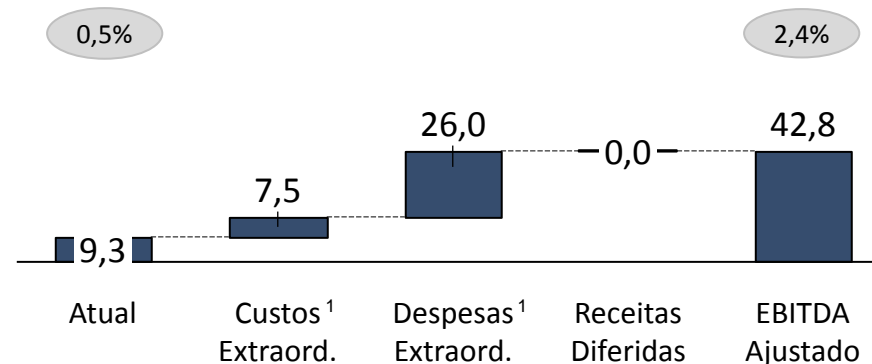
- EBITDA impactado por:
  - **Despesas extraordinárias** (despesas pré-operacionais de lojas novas, gastos com a integração das redes e **redução da margem bruta** na Lojas Maia)
  - **Aumento das provisões** para perdas em crédito de liquidação duvidosa

## EBITDA Ajustado

1T11



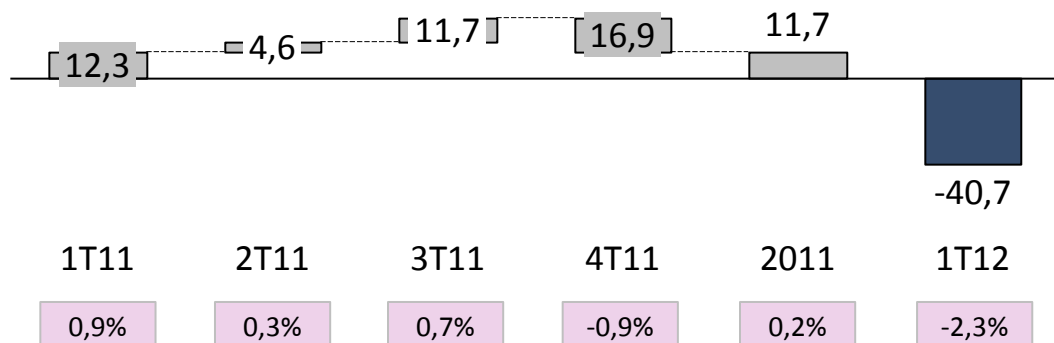
1T12



■ Margem EBITDA (%)

# Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado (R\$ milhões)

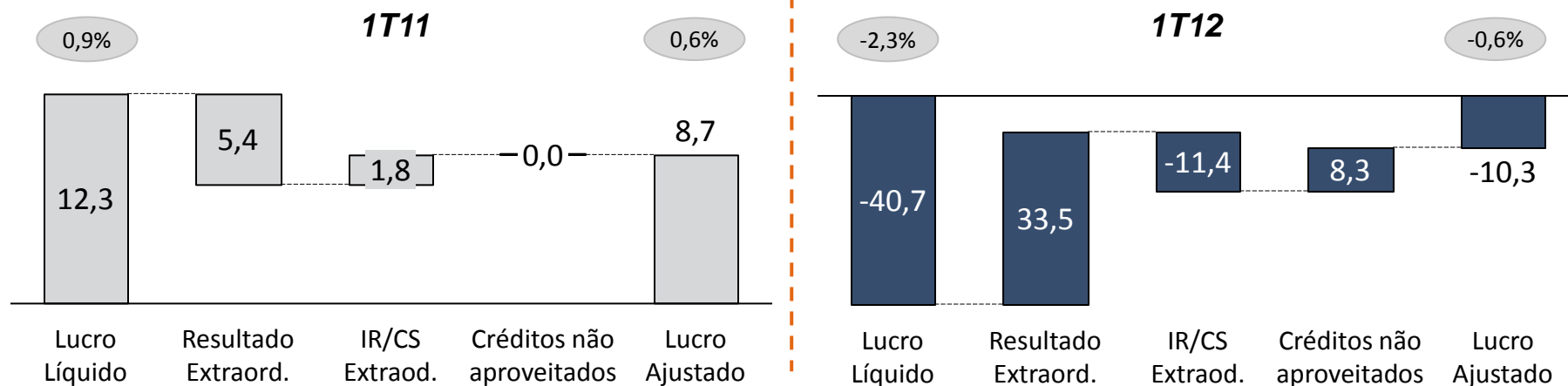
## Lucro Líquido



## Considerações

- Lucro líquido impactado por:
  - Despesas extraordinárias
  - Aumento das provisões para perdas
  - Não contabilização de impostos diferidos ativos em função do prejuízo da Lojas Maia no montante de R\$8,3 milhões (este prejuízo deve ser compensado com o aproveitamento fiscal do ágio da aquisição)

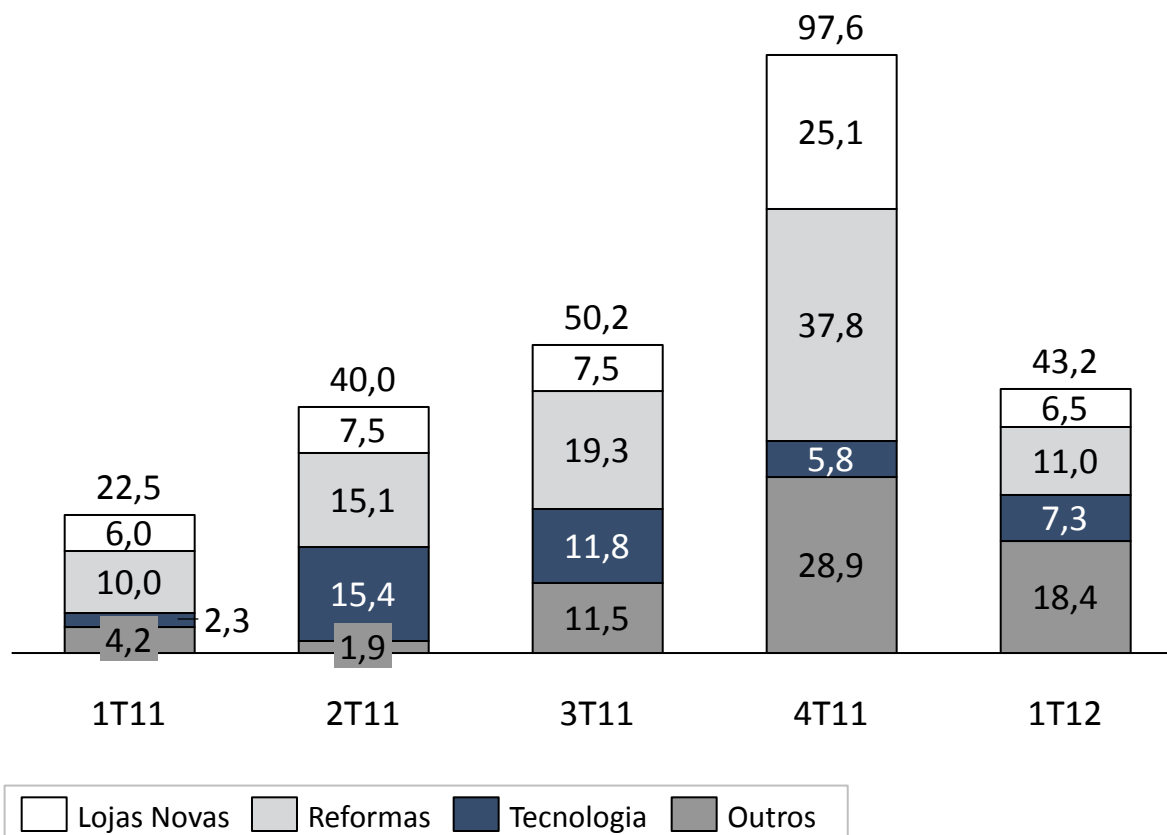
## Lucro Líquido Ajustado



Margem Líquida (%)

# Investimentos (R\$ milhões)

## Investimentos



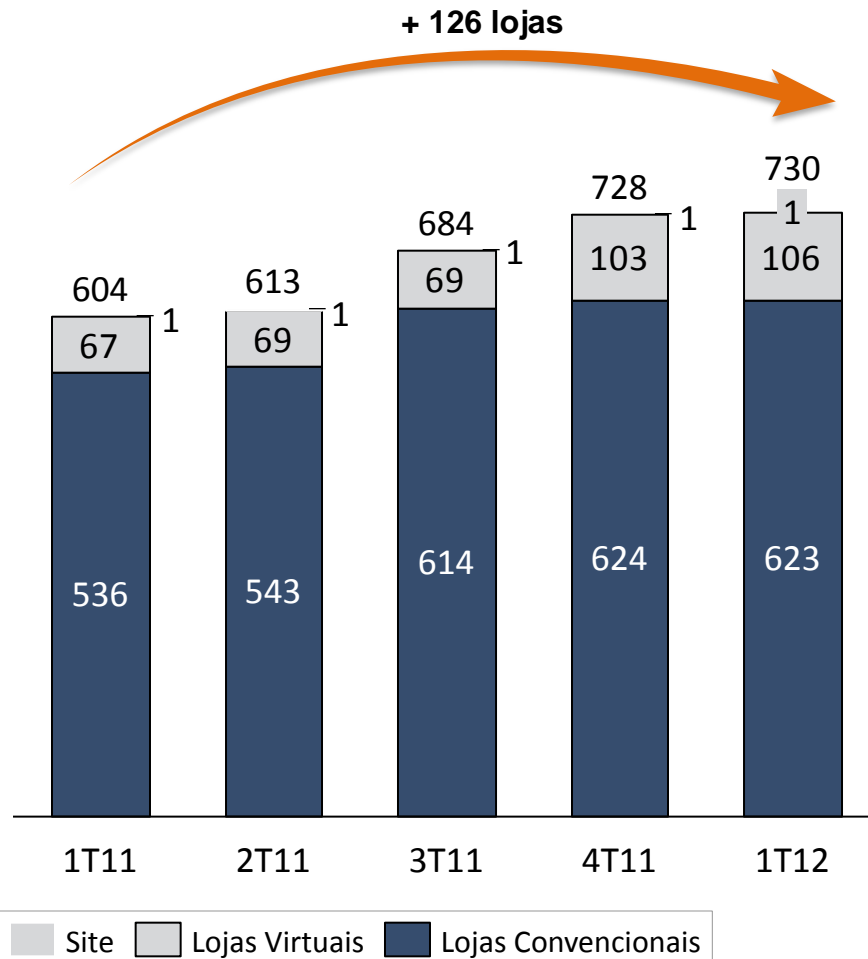
## Considerações

- Inauguração de **7 lojas novas** (4 lojas convencionais no Nordeste e 3 lojas virtuais no Paraná)
- Outros investimentos incluem a conclusão da **ampliação do centro de distribuição de Louveira** e outros investimentos em logística, no total de R\$12,5 milhões no 1T12.

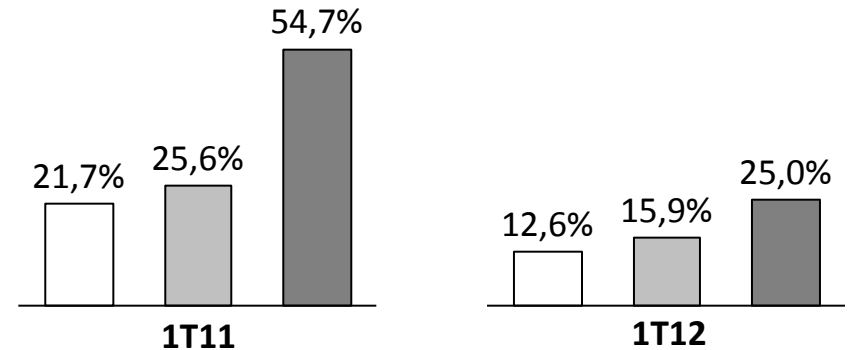
- 
- Destaques 1T12 e Expectativas para os Próximos Trimestres
  - Indicadores Financeiros
  - **Indicadores Operacionais**

# Desempenho Operacional – Lojas

## Evolução do Número de Lojas (qte)

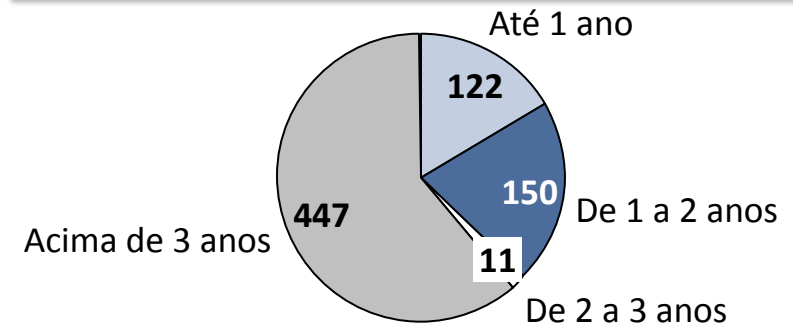


## Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (%)



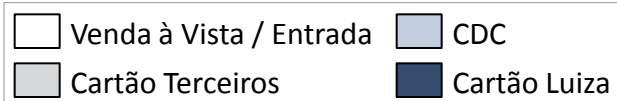
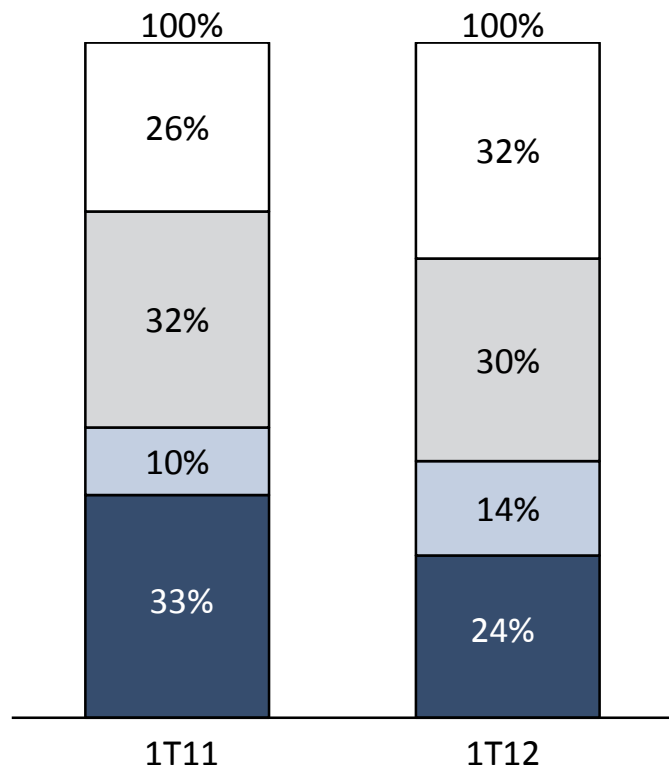
- Crescimento das Vendas Mesmas Lojas Físicas
- Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (incluindo e-commerce)
- Crescimento das Vendas Totais do Varejo

## Idade Média das Lojas

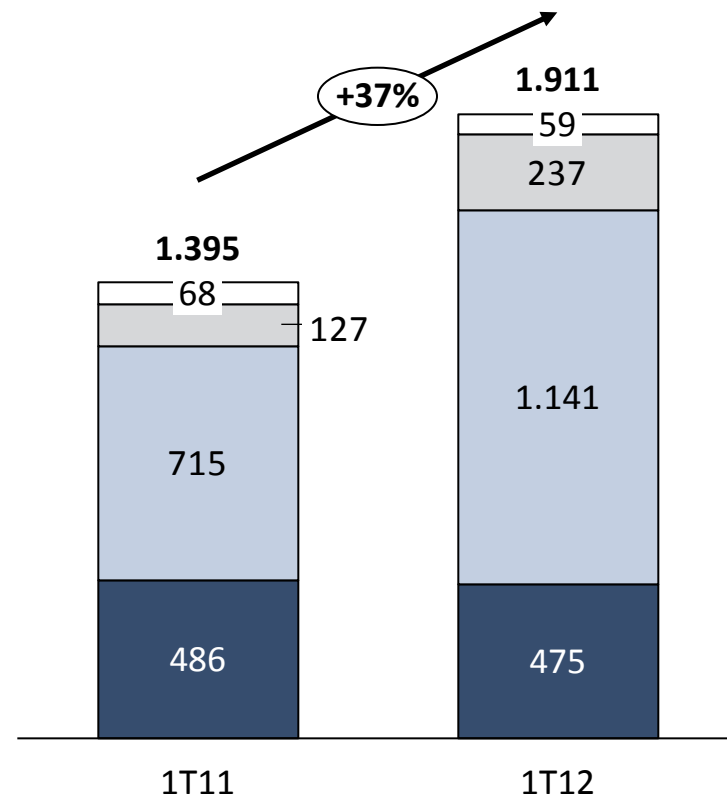


# Desempenho Operacional – Luizacred

## Mix de Vendas Financiadas (%)



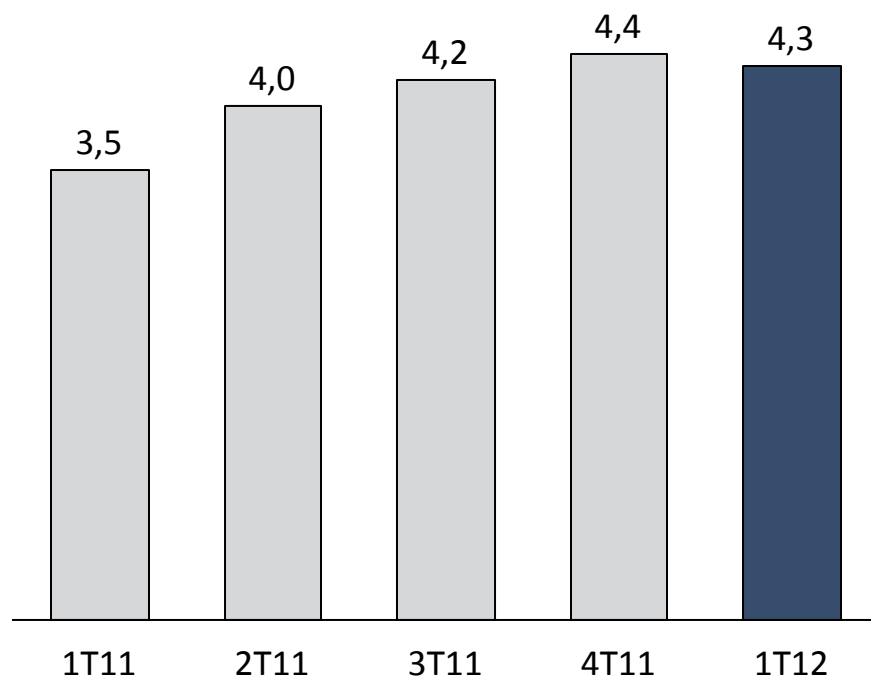
## Faturamento Luizacred (R\$ MM)



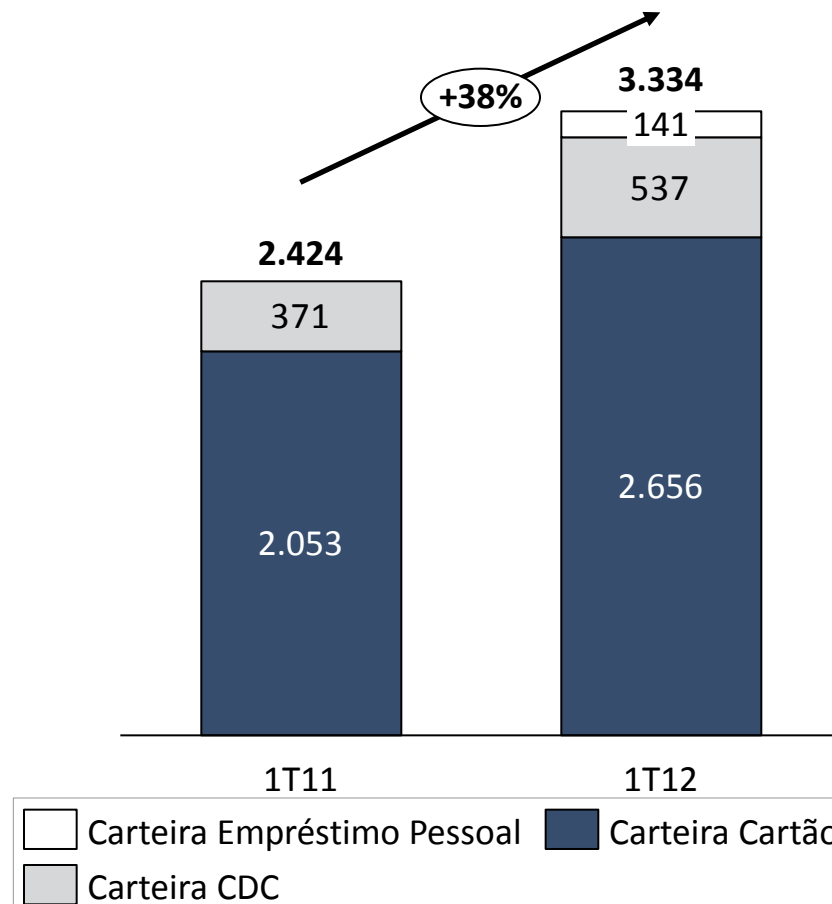


# Desempenho Operacional – Composição da carteira

## Base de Cartões Luiza (MM de cartões)



## Composição da carteira (R\$ MM)



# Carteira da Luizacred (R\$ milhões)

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	Mar 2012		Dez 2011		Set 2011		Jun 2011		Mar 2011	
Carteira Total (R\$ MM)	3.334,1	100,0%	3.334,2	100,0%	3.011,7	100,0%	2.668,3	100,0%	2.424,2	100,0%

000 a 014 dias	2.754,4	82,6%	2.773,8	83,2%	2.478,2	82,3%	2.155,4	80,8%	1.890,1	78,0%
015 a 030 dias	52,9	1,6%	43,2	1,3%	34,2	1,1%	78,8	3,0%	96,6	4,0%
031 a 060 dias	47,8	1,4%	39,5	1,2%	36,2	1,2%	51,9	1,9%	59,7	2,5%
061 a 090 dias	56,8	1,7%	64,4	1,9%	52,7	1,8%	48,4	1,8%	63,7	2,6%
091 a 120 dias	46,5	1,4%	53,2	1,6%	54,0	1,8%	45,3	1,7%	66,2	2,7%
121 a 150 dias	44,3	1,3%	46,4	1,4%	48,8	1,6%	47,3	1,8%	51,6	2,1%
151 a 180 dias	54,4	1,6%	41,9	1,3%	51,8	1,7%	51,2	1,9%	33,5	1,4%
180 a 360 dias	277,1	8,3%	271,8	8,2%	255,7	8,5%	190,0	7,1%	162,8	6,7%

Atraso de 15 a 90 dias	157,5	4,7%	147,0	4,4%	123,2	4,1%	179,1	6,7%	219,9	9,1%
Atraso maior a 90 dias	422,2	12,7%	413,3	12,4%	410,3	13,6%	333,8	12,5%	314,2	13,0%
Atraso Total	579,7	17,4%	560,4	16,8%	533,5	17,7%	512,9	19,2%	534,1	22,0%

PDD em IFRS	467,5	14,0%	469,5	14,1%	455,7	15,1%	372,9	14,0%	333,4	13,8%
-------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Índice de Cobertura	111%	114%	111%	112%	106%
---------------------	------	------	------	------	------

---

**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.*



# Teleconferência de Resultados 1T12

15 de maio de 2012



**magazineluiza**  
vem ser feliz