



magazine luiza
www.magineluiza.com.br

Teleconferência de Resultados 4T12

27 de março de 2013

magazine luiza
vem ser feliz

▪ Destaques 4T12 e 2012

- Indicadores Operacionais
- Indicadores Financeiros
- Expectativas para 2013

Destaques do 4T12 e 2012 – Consolidado

Desempenho de Vendas

- **Crescimento de receita bruta consolidada**
 - 4T12: 15,2% *versus* 4T11 – R\$2,6 bilhões
 - 2012: 19,1 % *versus* 2011 – R\$9,1 bilhões
- **Crescimento de vendas no conceito mesmas lojas**
 - 4T12: 11,9% *versus* 4T11
 - 2012: 12,5% *versus* 2011
- **Drivers de crescimento:** processo de maturação das lojas novas, notadamente do Nordeste, e acelerado crescimento do *e-commerce*, apesar do ambiente econômico desafiador e da competição acirrada

Integração do Nordeste e Baú

- **Integrações em 2012**
 - 104 lojas no Sul/Sudeste (Lojas do Baú) – concluído fev.
 - 150 lojas no Nordeste (Lojas Maia) – concluído out.
- **Lojas, CDs e sistemas contábeis e de gestão** – totalmente integrados
- **O processo de integração foi concluído com pleno êxito**, apesar da sua complexidade, com o envolvimento direto de mais de 200 colaboradores da Companhia
- **Conclusão de um ciclo de crescimento bastante importante para a consolidação da Companhia no varejo brasileiro**

Programa “Mais com Menos”

- **Primeiro passo de um ciclo com foco em produtividade e rentabilidade**
- **4T12: redução de 0,7pp nas despesas operacionais recorrentes**, ajustadas às despesas extraordinárias, quando comparadas ao 4T11

Resultados

- **4T12:** (+) crescimento das vendas, racionalização de despesas e melhor desempenho da Luizacred; (-) queda da margem bruta consolidada (2,3pp - estímulo do consumo através de promoções e campanhas de marketing intensivas; vendas de Natal abaixo das expectativas)
- **2012:** (-) despesas extraordinárias de integração das lojas do Nordeste e Baú, provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa robustas na Luizacred e processo de maturação das lojas novas em curso

Destaques do 4T12 e 2012 – por Segmento

Varejo

- 4T12: **crescimento da receita bruta total do varejo de 15,5% versus 4T11** – R\$2,4 bilhões
- 4T12: **crescimento de vendas no conceito mesmas lojas de 11,9%** (10,2% somente lojas físicas)
- Necessidade de estimular o consumo através de promoções e campanhas como a *Black Friday* - **redução de margem bruta de 2,9pp**
- **Despesas operacionais - queda de 3,1pp**, fruto do programa de redução de custos e despesas e aumento da produtividade de lojas.
- Em 2012, a Companhia **abriu 22 novas lojas, fechou 7 e reformou 75 lojas**, sendo 16 relacionadas à virada da marca na região metropolitana de Salvador.

E-commerce

- **4T12**: receita bruta de R\$313,7 milhões, **25,0% superior ao 4T11**
- **2012**: R\$1,1 bilhão e crescimento de **33,3% em relação a 2011**
- Crescimento de audiência do site, ampliação do sortimento e novas parcerias B2B e *market place*
- **Prêmios de melhor loja de eletrodomésticos e loja mais querida do Brasil pelo e-bit**
- Foco constante em **inovações** com o lançamento da nova versão do site/mobile e melhoria significativa nas áreas de logística e operações
- **Magazinevocê**: mais de 70.000 divulgadores após 10 meses do lançamento em fev. de 2012

Luizacred

- 4T12: **expansão da margem bruta em 6,5pp versus 4T11**, atingindo 90,6%
 - Redução do CDI e aumento da participação do crédito direto ao consumidor (CDC)
- Indicadores de atraso (NPL 90 dias) – caiu de 10,4% no 3T12 para **8,2% no 4T12** (redução de 3,4pp na PDD/receita líquida versus 3T12)
- Equilíbrio entre o CDC e o cartão de crédito *co-branded*
- Implantação do projeto de racionalização de custos e despesas e aumento de produtividade nas lojas
- **4T12: margem EBITDA de 11,6% e margem líquida de 6,0%**

-
- Destaques 4T12 e 2012

- **Indicadores Operacionais**

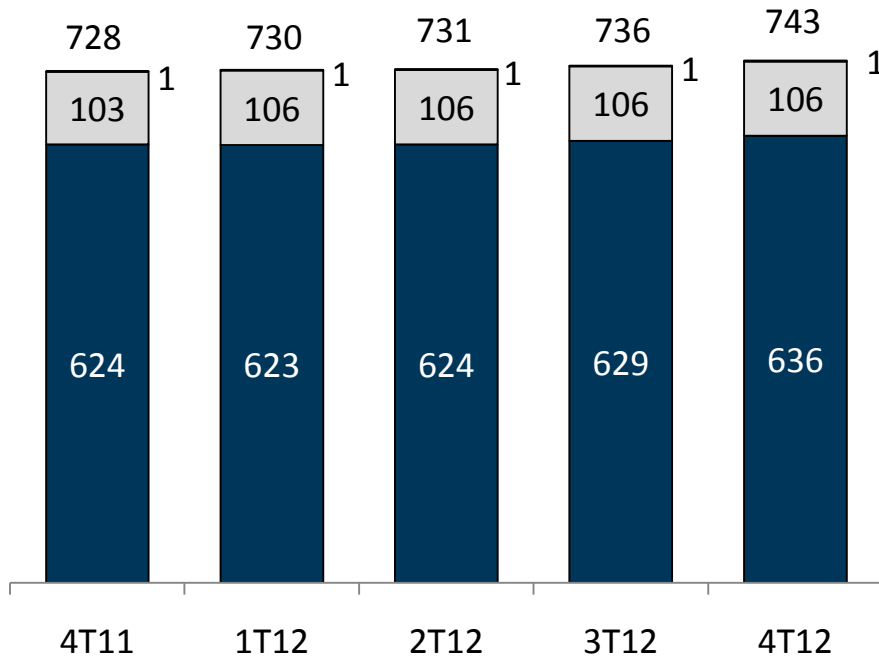
- Indicadores Financeiros
- Expectativas para 2013

Desempenho Operacional – Lojas

Evolução do Número de Lojas

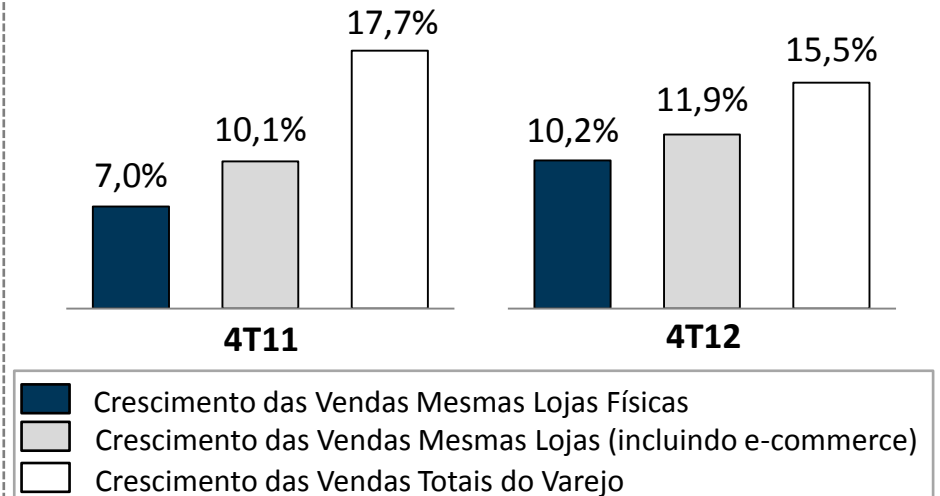
lojas

+ 15 lojas



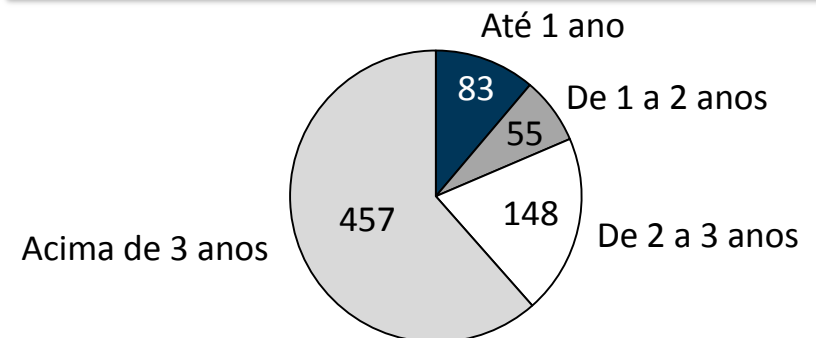
Lojas Convencionais Lojas Virtuais Site

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

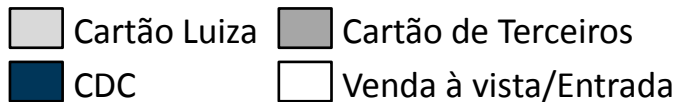
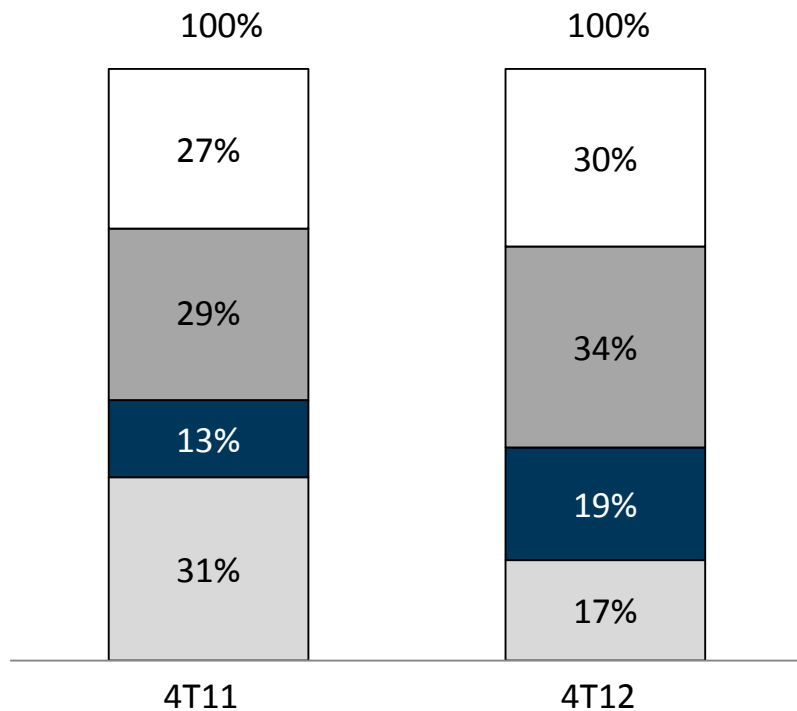
Idade Média das Lojas



Desempenho Operacional – Luizacred

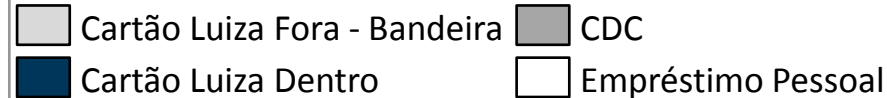
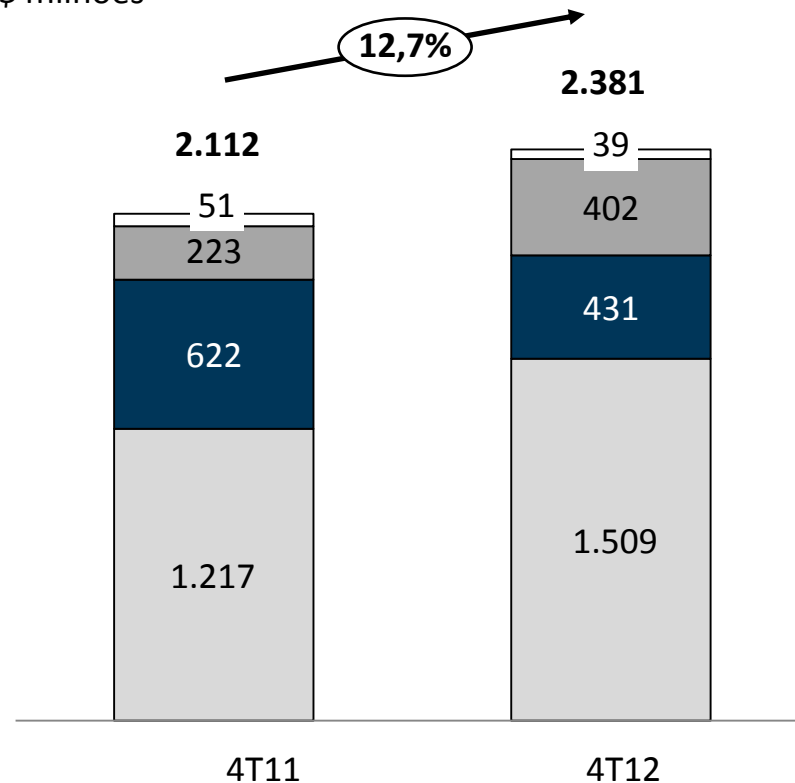
Mix de Vendas Financiadas

% da venda total



Faturamento Luizacred

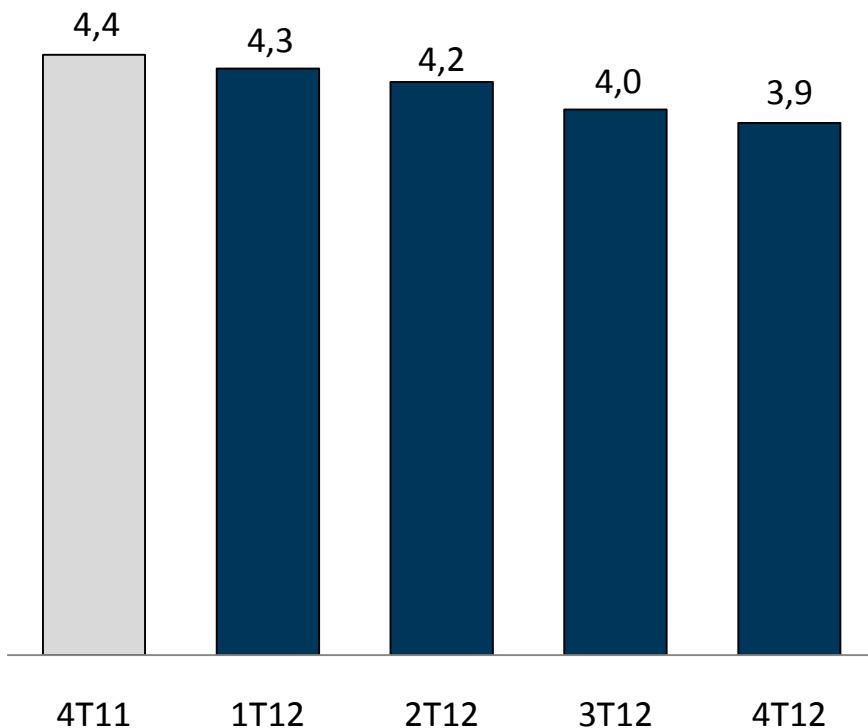
R\$ milhões



Desempenho Operacional – Composição da carteira

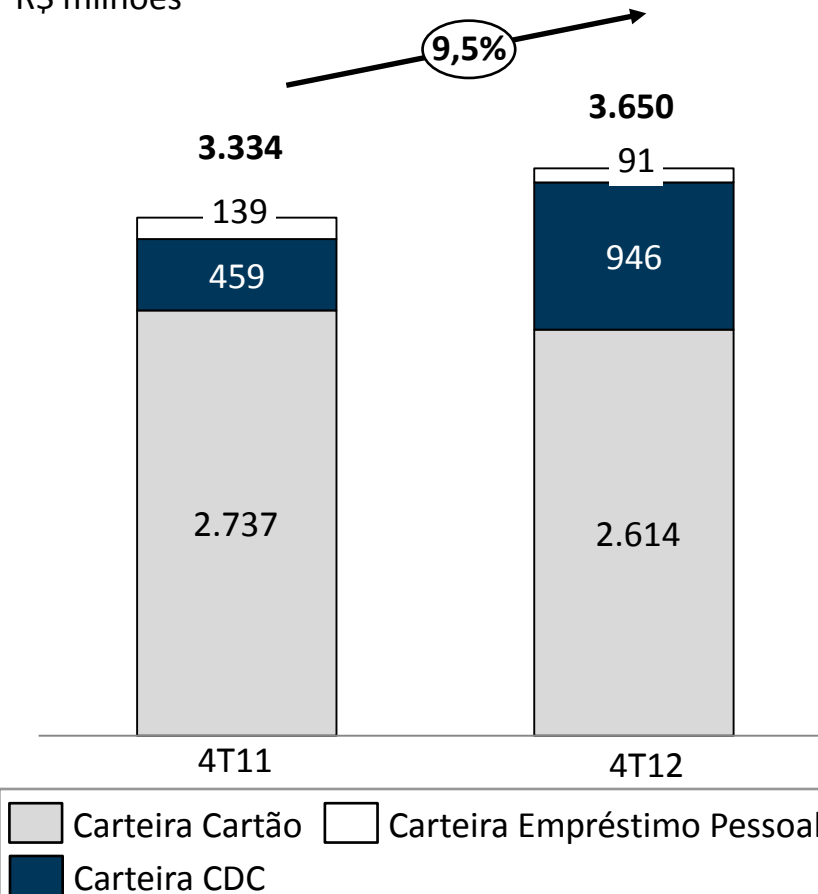
Base de Cartões Luiza

milhões



Composição da carteira

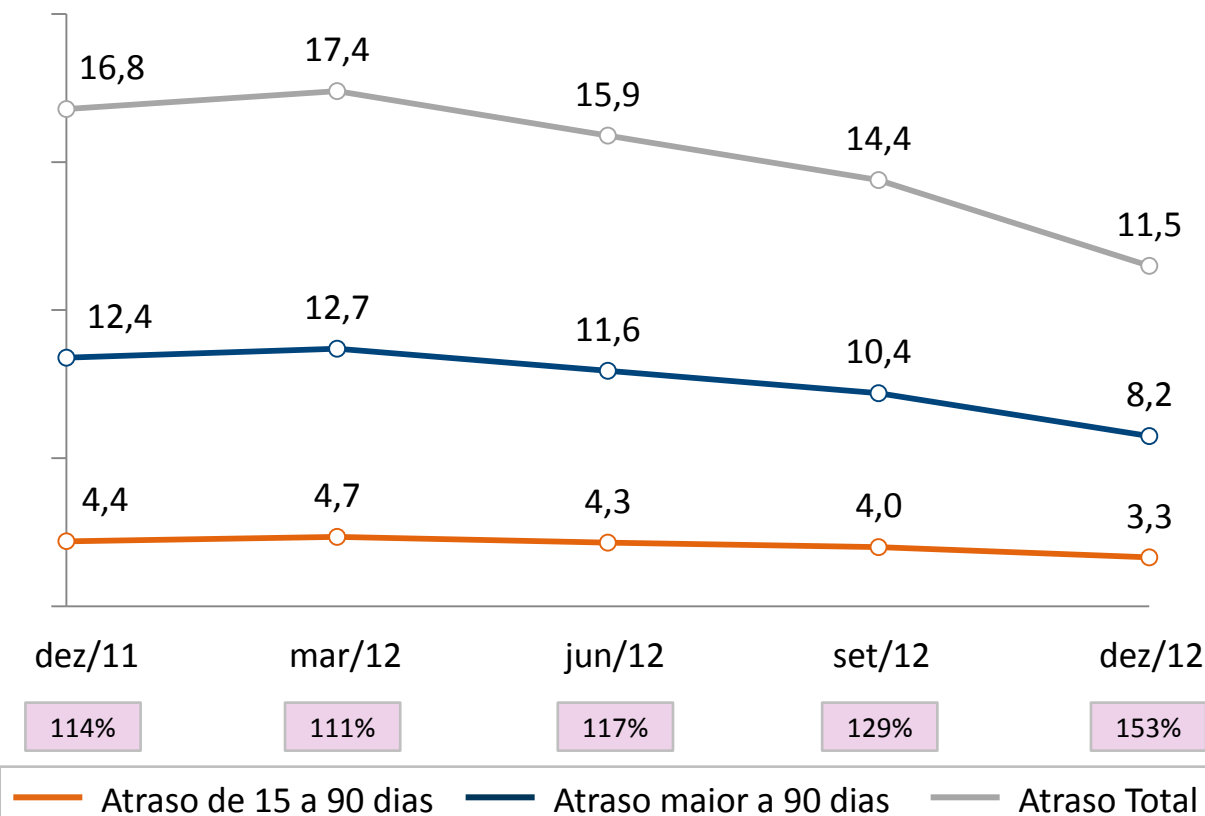
R\$ milhões



Carteira da Luizacred

Visão Atraso

% carteira



Considerações

- **Indicadores de atraso da carteira da Luizacred** ao final de dez/12 **melhoraram significativamente** em relação à set/12 e dez/11.
- **Provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa:** 4,3% da carteira total no 4T12, abaixo das provisões observadas no 3T12 (4,7%)
- **Saldo de provisões: redução de R\$4,4 milhões** no 4T12 (R\$460,8 milhões em set/12 para R\$456,4 milhões em dez/12)
- **Saldo da carteira acima de 90 dias: redução de R\$57,1 milhões** no 4T12 (R\$355,9 milhões em set/12 para R\$298,8 milhões em dez/12)
- Aumento do **índice de cobertura** de 129% no 3T12 para 153% no 4T12

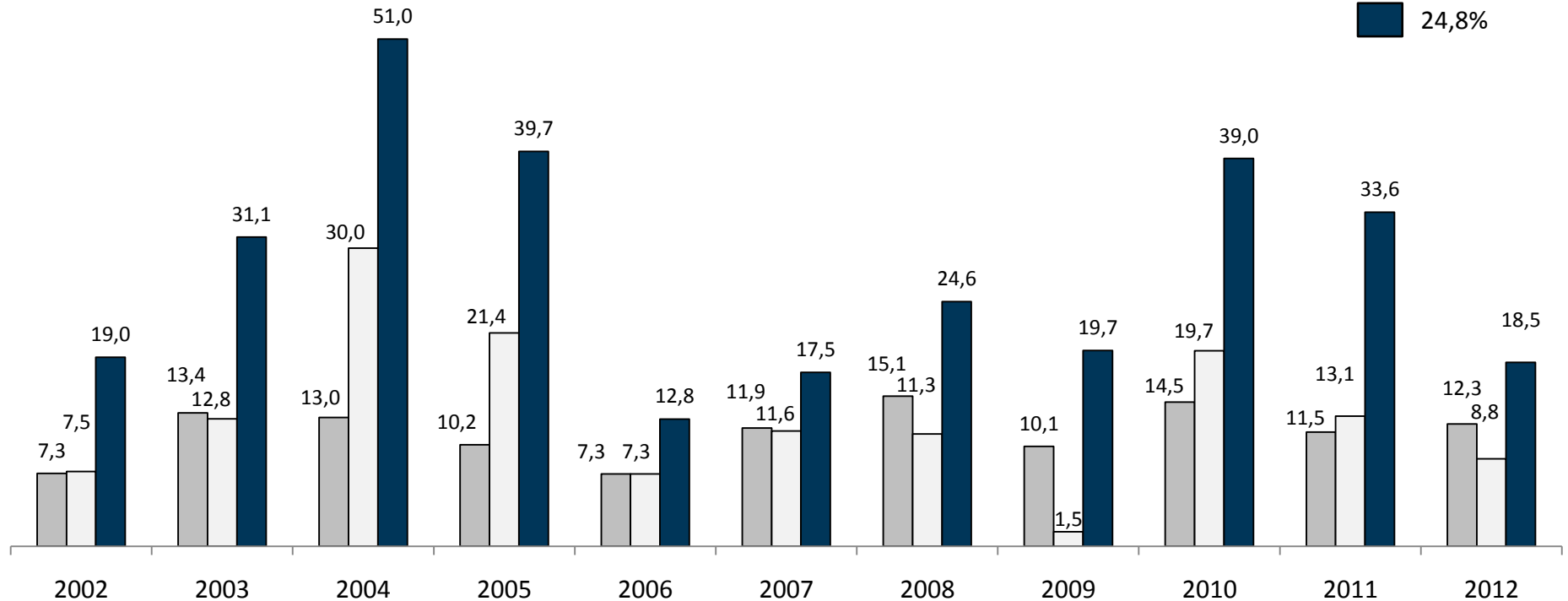
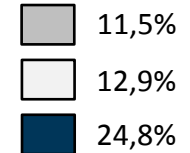
Índice de cobertura(%)

Comparativo Crescimento do Varejo

Faturamento Nominal

% variação anual

CAGR 2002 – 2012



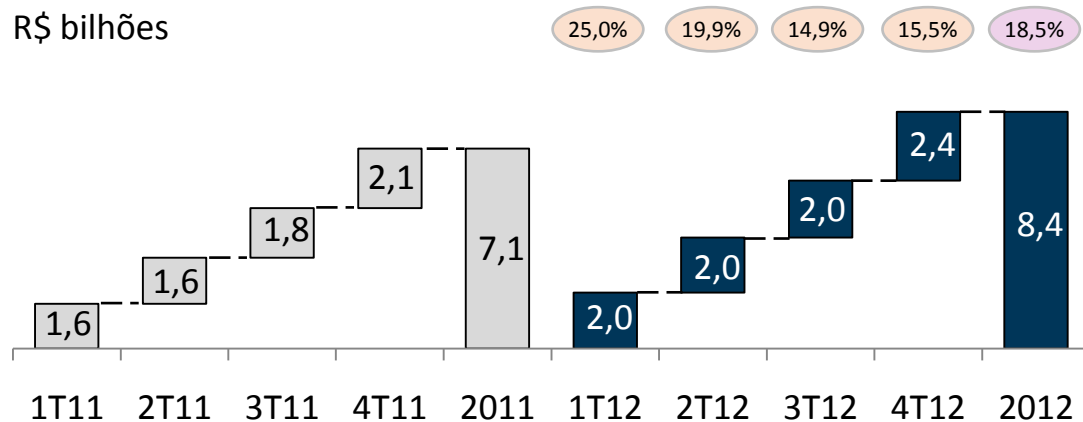
Comércio Restrito
 Móveis e Eletrodomésticos
 Magazine Luiza (Varejo)

-
- Destaques 4T12 e 2012
 - Indicadores Operacionais
 - **Indicadores Financeiros**
 - Expectativas para 2013

Evolução da Receita Bruta

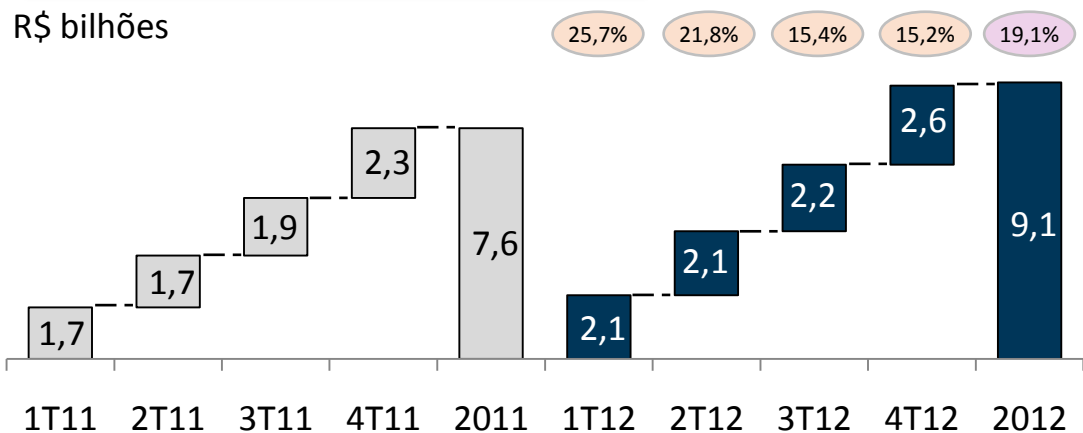
Varejo

R\$ bilhões



Total Consolidado

R\$ bilhões



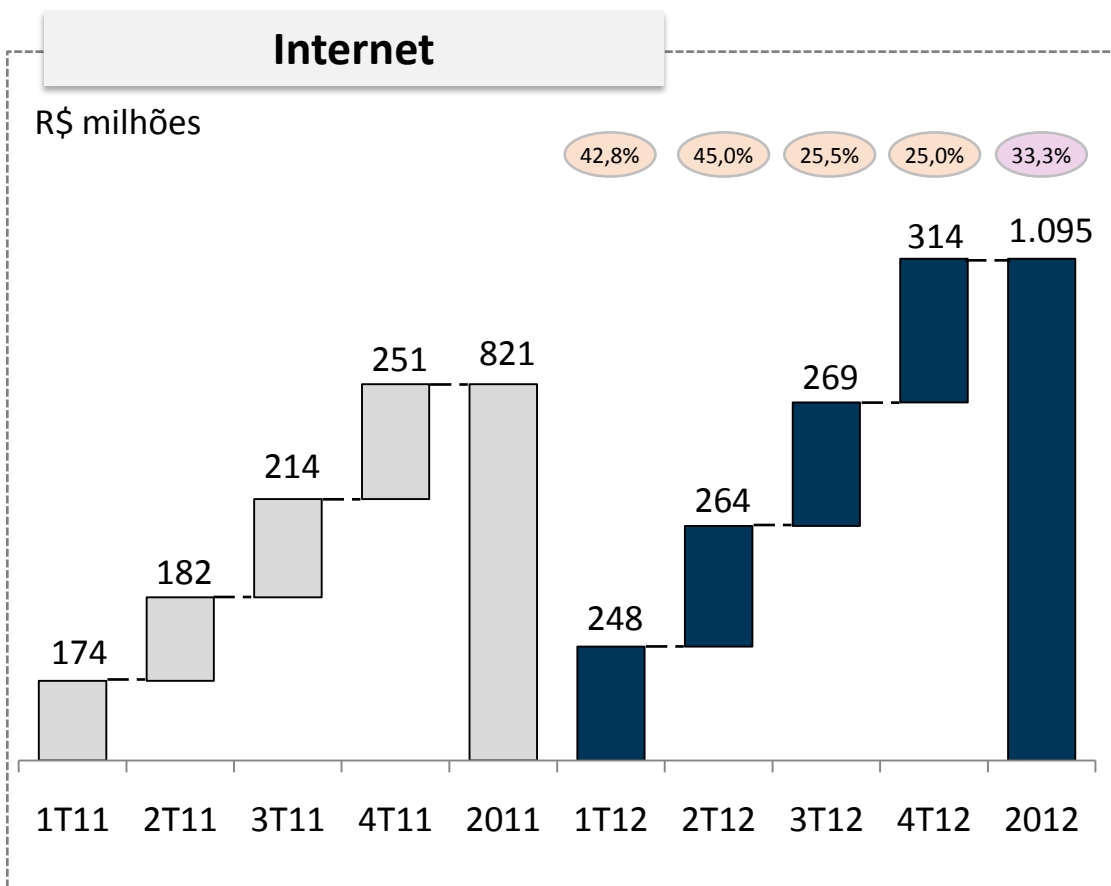
Considerações

- Crescimento acima da média de mercado no 4T12 e 2012** – comprovada sustentabilidade do crescimento de vendas da Companhia, mesmo em um ambiente econômico desafiador:
 - Impulsionada pelo expressivo crescimento do *e-commerce* (que representa 12,8% das vendas do varejo)
 - Robusto desempenho do Nordeste: 18,6% de crescimento mesmas lojas no 4T12
 - Crescimento da receita da Luizacred de 9,4% no 4T12
- Sucesso de campanhas como Cliente Ouro e Black Friday** compensaram parcialmente as vendas de Natal abaixo das expectativas
- Promoções pontuais para estimular o consumo** frente ao menor ritmo de atividade econômica e acirramento da concorrência

○ Crescimento vs o mesmo trimestre do ano anterior

○ Crescimento vs o ano anterior

Evolução da Receita Bruta – Internet



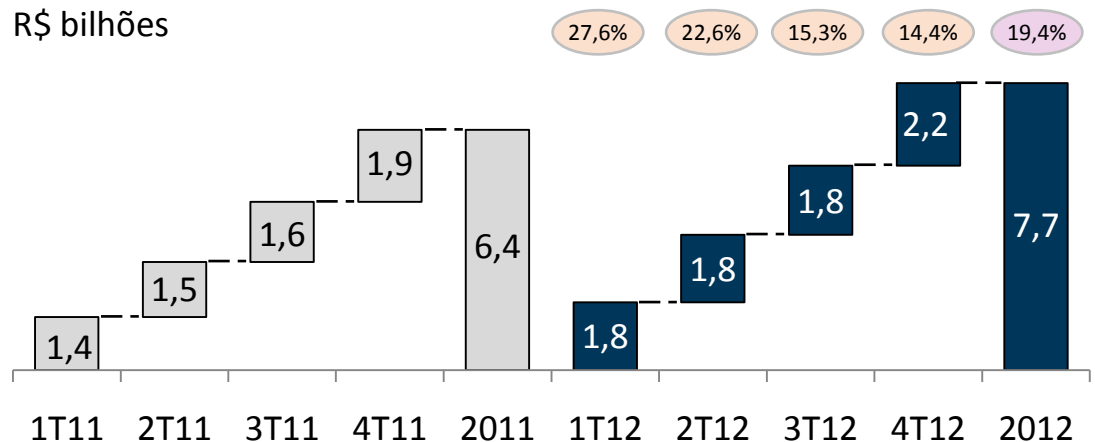
Considerações

- Pela primeira vez na história da Companhia, o **e-commerce ultrapassou a marca de R\$1 bilhão de vendas**, fechando o ano de 2012 com R\$1,1 bilhão e crescimento de 33,3% em relação a 2011.
- **Principais drivers de crescimento:**
 - Crescimento de audiência
 - Ampliação do sortimento
 - Novas parcerias B2B e *market place*
- 2012: **prêmio de melhor loja de eletrodomésticos e loja mais querida do Brasil pelo e-bit**

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

Evolução da Receita Líquida e Lucro Bruto

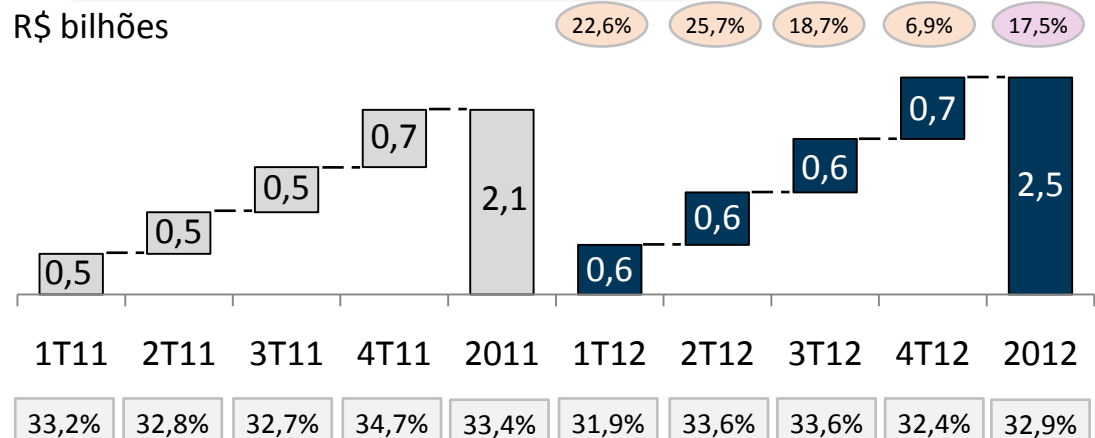
Receita Líquida – Consolidada



Considerações

- Forte crescimento atribuído ao avanço da receita bruta, principalmente no segmento de varejo e financiamento ao consumo

Lucro Bruto – Consolidado



Considerações

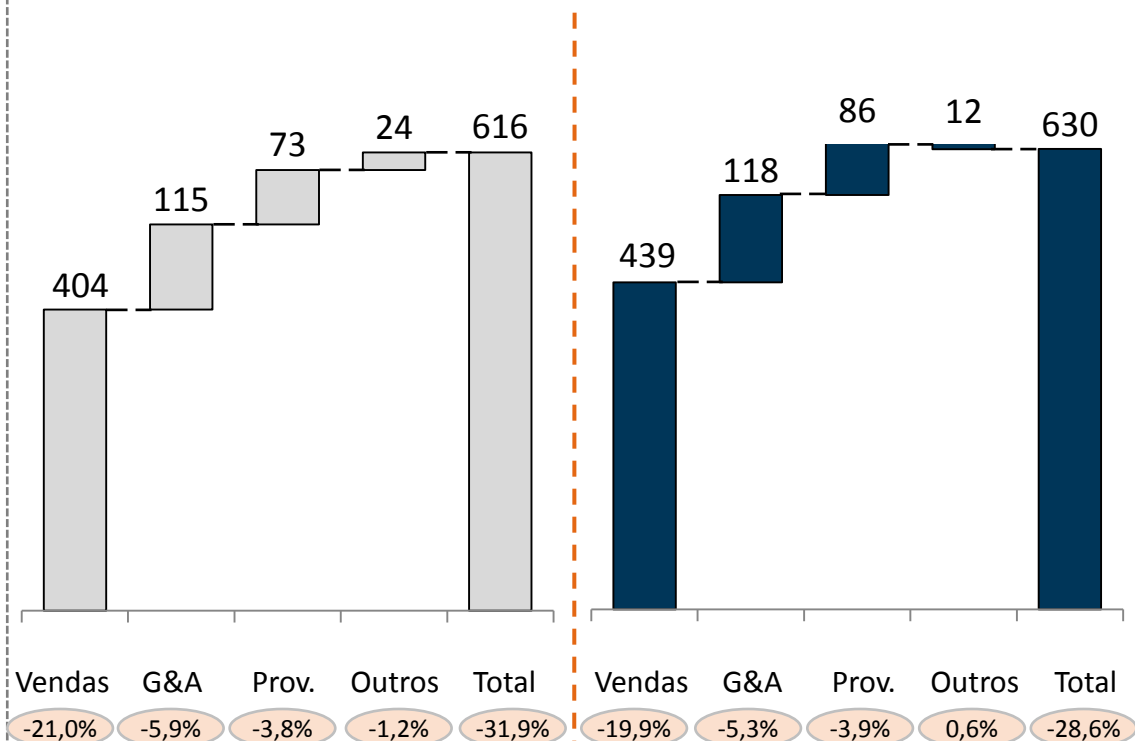
- Margem bruta do varejo impactada por promoções pontuais, maior participação da Internet e integração do NE (margem bruta de 26,8% no 4T12 versus 28,0% no restante das lojas)
- Margem bruta da Luizacred: 90,6% no 4T12, aumento de 6,5pp versus 4T11 (redução do CDI e aumento da participação do CDC)

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

Despesas Operacionais – Consolidado

Despesas Operacionais

R\$ milhões



4T11
 4T12
 % Rec. Líquida

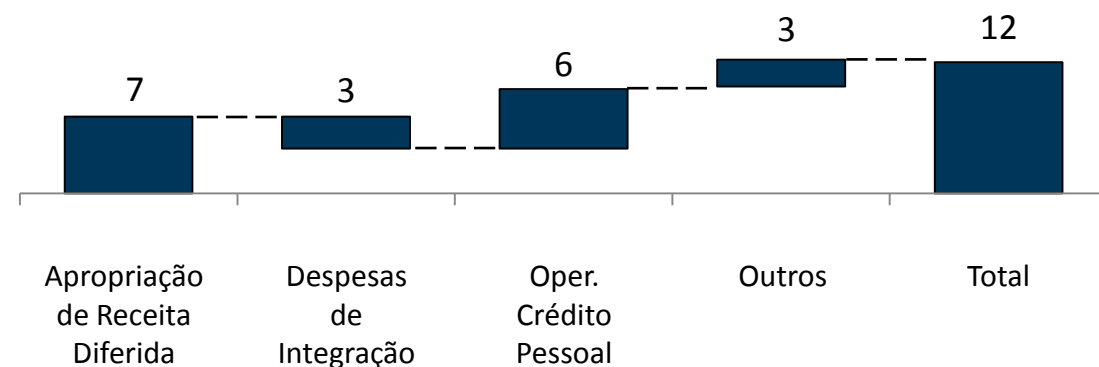
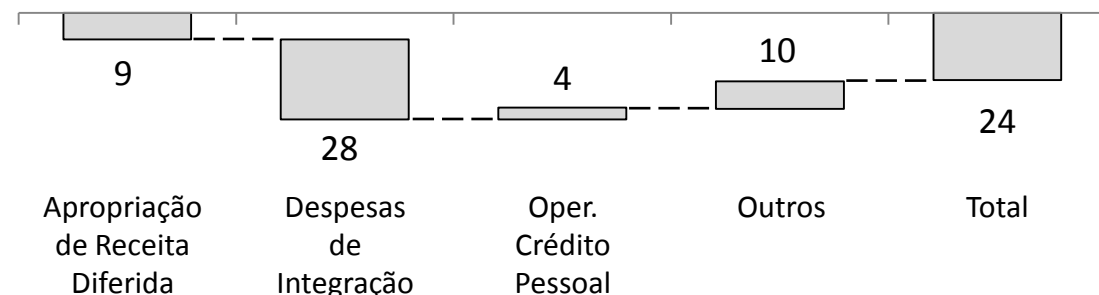
Considerações

- **Redução significativa das despesas operacionais recorrentes no 4T12** (0,7pp *versus* 4T11), fruto do Programa “Mais com Menos” – racionalização de custos e despesas, além do aumento da produtividade de lojas e CDs
- **Provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa: redução de 0,7 pp em relação ao 3T12**, reflexo da melhoria dos indicadores de atraso observados no decorrer dos últimos trimestres
- **Oportunidades de maiores reduções** com a continuação do Programa “Mais com Menos” em 2013, além do processo de maturação de mais de 1/3 das lojas da Companhia

Outras Despesas (Receitas) Operacionais – Consolidado

Outras Despesas (Receitas) Operacionais

R\$ milhões



4T11
 4T12

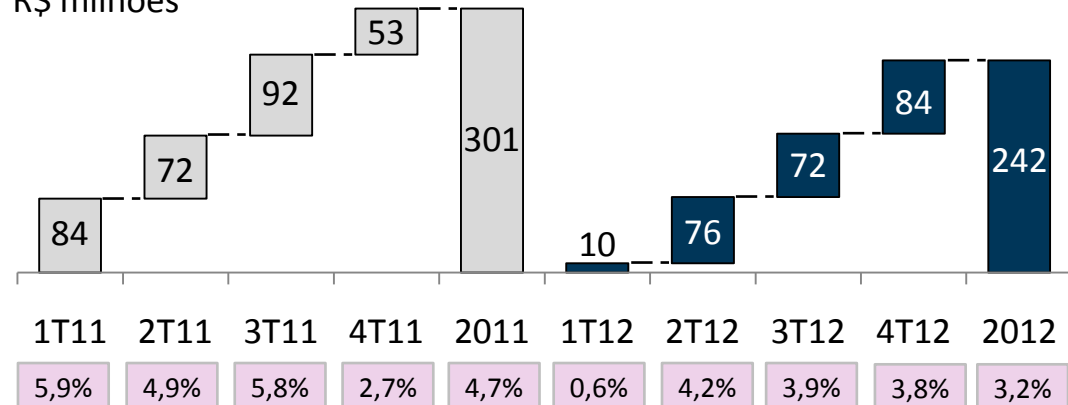
Considerações

- **Despesas extraordinárias com o processo de integração das redes no valor de apenas R\$3,0 milhões no 4T12**, marcando a finalização do processo de integração de todas as lojas adquiridas pela Companhia
- **Apropriação de receitas diferidas no valor de R\$7,2 milhões no 4T12** – reversão de receitas diferidas de R\$9,3 milhões no 4T11 foi decorrente principalmente da alteração no critério para o método linear explicada no 4T11

Evolução do EBITDA e EBITDA Ajustado

EBITDA

R\$ milhões

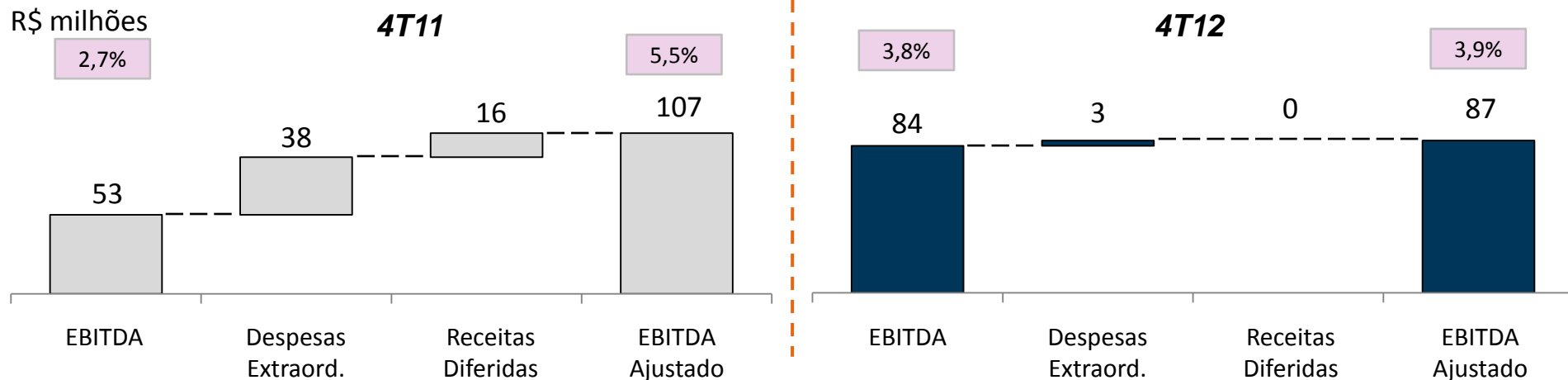


Considerações

- EBITDA do 4T12 impactado principalmente pela queda da margem bruta do varejo e pela finalização do processo de integração da Lojas Maia, parcialmente compensado pelo crescimento de vendas, redução de despesas e melhorias na Luizacred
- O EBITDA da região Nordeste foi de R\$6,2 milhões no 4T12 e ainda não reflete os benefícios esperados após a integração da Lojas Maia

EBITDA Ajustado

R\$ milhões

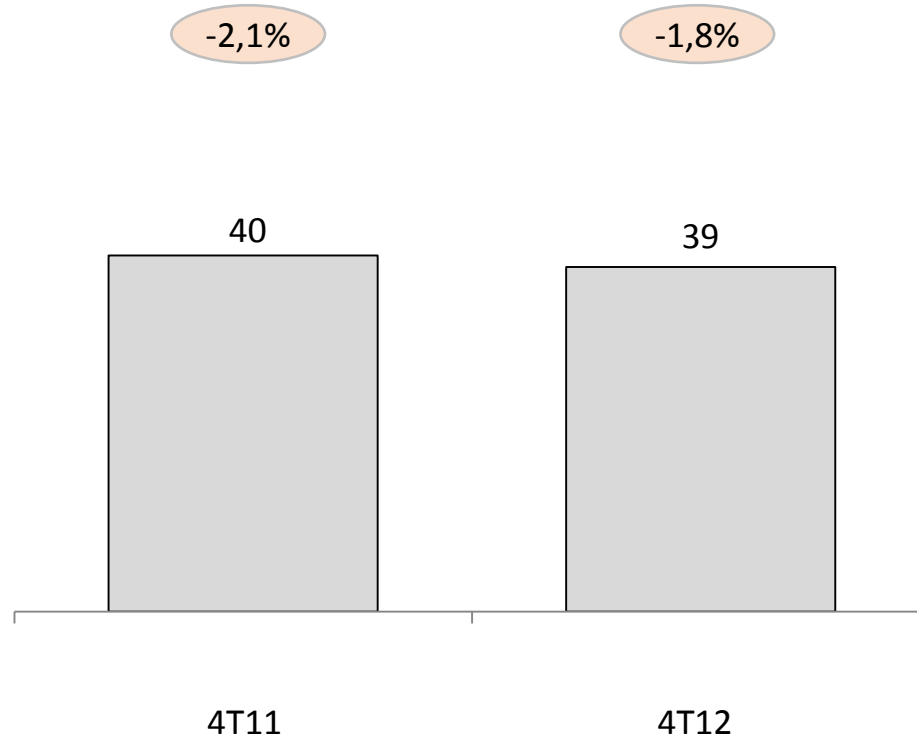


Margem EBITDA (%)

Despesas Financeiras – Consolidado

Despesas Financeiras

R\$ milhões



■ Despesas Financeiras ● % Rec. Líquida

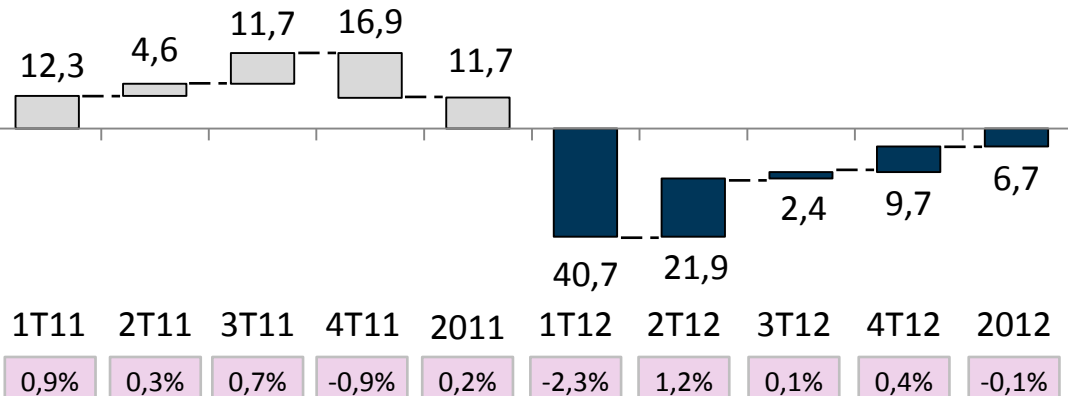
Considerações

- **Resultado Financeiro:**
 - Impactado positivamente pela redução do CDI
 - Redução da necessidade de capital de giro no período

Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado

Lucro Líquido

R\$ milhões

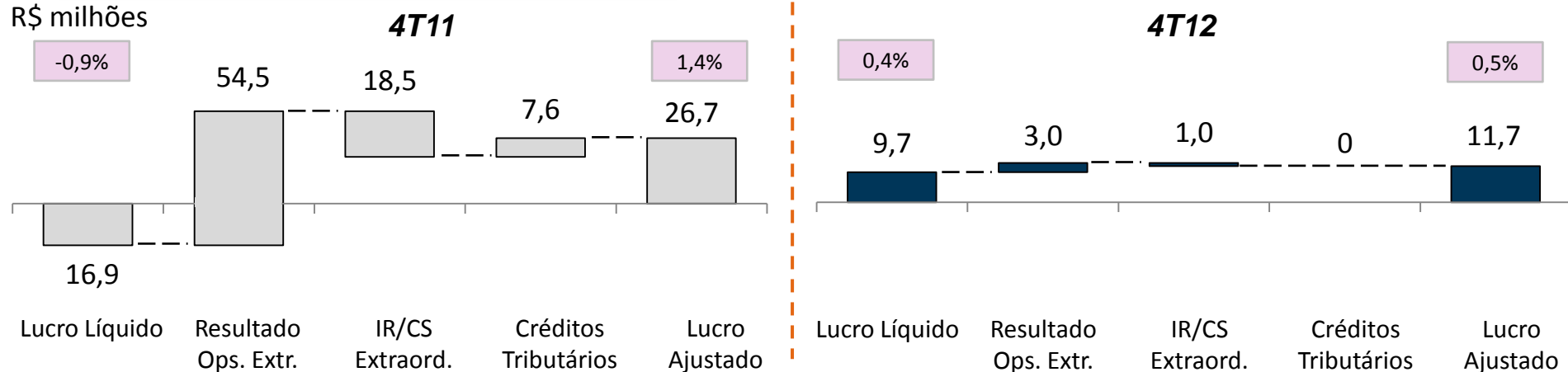


Considerações

- 4T12:** positivamente impactado pelo crescimento das vendas, racionalização de despesas e melhor desempenho da Luizacred; negativamente impactado pela queda da margem bruta consolidada

Lucro Líquido Ajustado

R\$ milhões

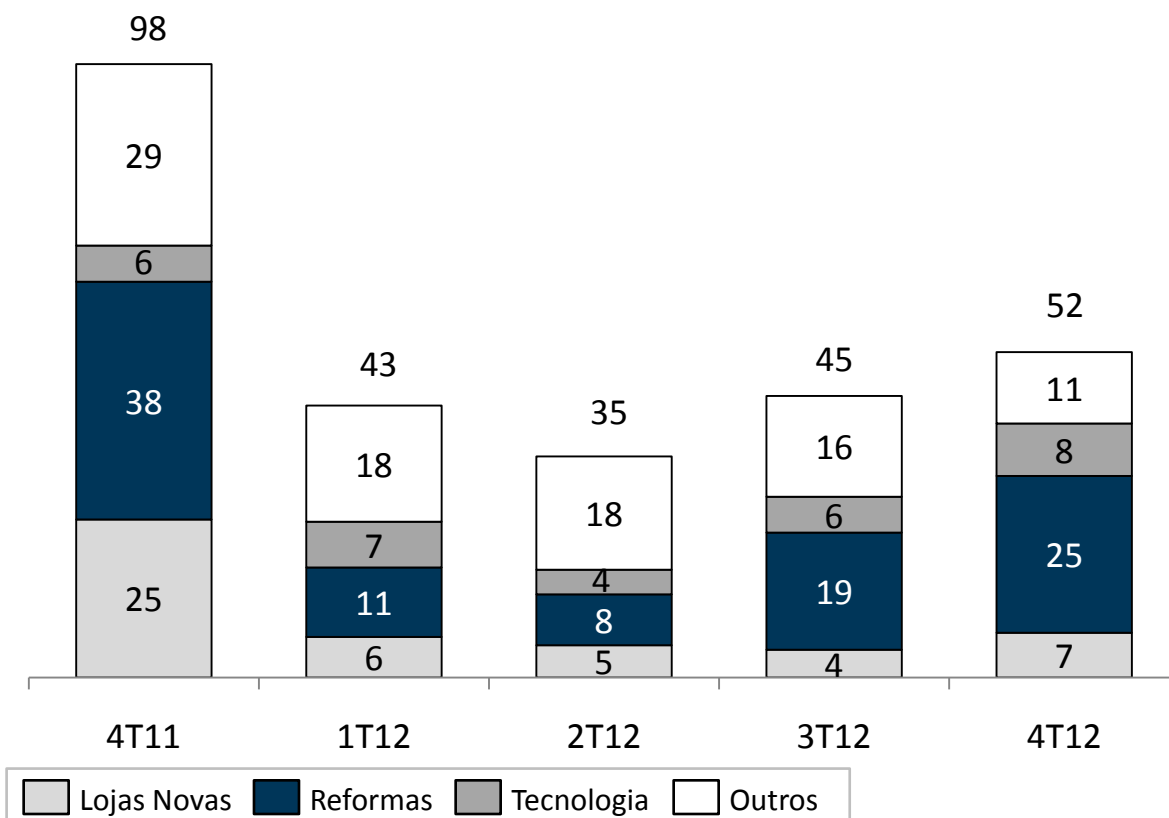


Margem Líquida (%)

Investimentos

Investimentos

R\$ milhões



Considerações

- **Redução significativa de investimentos quando comparado com 4T11**
- **Reformas de lojas** – 75 lojas, sendo 16 relacionadas à virada da marca na região metropolitana de Salvador
- **Lojas novas**
 - Inauguração de 9 lojas novas convencionais no 4T12
 - Iniciados os investimentos em mais 12 lojas que serão abertas ao longo de 2013
- **Outros investimentos** incluem investimentos em logística, no total de R\$9,5 milhões no 4T12

-
- Destaques 4T12 e 2012
 - Indicadores Operacionais
 - Indicadores Financeiros
 - **Expectativas para 2013**

Expectativas para 2013

Desempenho de Vendas

- **Crescimento de vendas conservador** – objetivo de preservar margens em um ambiente mais competitivo
- **Abertura de 20-25 novas lojas**, após o fechamento de 14 lojas em jan. de 2012
- **Crescimento mesmas lojas esperado de um dígito alto para lojas físicas**, impulsionado pelo processo de maturação das lojas novas em curso, e **entre 20% e 30% para o e-commerce**

Margem Bruta

- **Redução da diferença existente entre as lojas do Nordeste e das outras regiões**
- **Projeto de Gestão de Preços**: atualmente em implantação, visa incrementar a inteligência na precificação por canal, região e família de produtos

Programa “Mais com Menos”

- **Políticas de controle mais rigorosas para 2013**
 - Redefinição de **processos** de orçamento para cada departamento
 - Manutenção do **comitê** responsável pelo sucesso de todo o programa
 - Adoção de **metas “base zero”** para cada área
 - **Priorização dos projetos** de redução de custos que serão implantados ao longo do ano

Outras Oportunidades

- **Desoneração da folha** de pagamento e redução de custos de energia elétrica (anunciados pelo Governo Federal)
- **Aumento da produtividade** nas equipes de apoio de lojas, CDs e Luizacred
- **Redução de custos logísticos** com o projeto de entrega multicanal
- **Diluição de despesas de marketing**
- **Novo Acordo Luizacred** – melhoria da eficiência operacional

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 4T12

27 de março de 2013

magazine luiza
vem ser feliz