Adalberto Santos

Boa tarde a todos. Estamos aqui reunidos para a divulgação dos resultados do 1T11. Comigo aqui também presentes, José Galló, nosso CEO, Luciano Agliardi nosso Gerente de Controladoria e a Paula Picinini nossa Gerente de RI.

O 1T11 foi bastante positivo para a Renner. Mesmo após o período de festas de final de ano, nós praticamente não percebemos desaceleração das atividades, e as vendas da Companhia seguiram em ritmo forte. Tal fato, associado à manutenção das margens brutas nas vendas de mercadorias e aos bons resultados nos produtos financeiros, nos permitiram compensar a pressão maior do SG&A derivado do maior número de aberturas, e alcançar uma Margem EBITDA praticamente igual ao do 1T10.

Iniciando nossa apresentação, no slide 3 temos os destaques do período, onde apresentamos o crescimento da Receita Líquida das Vendas de Mercadorias que foi de 17,6%; o SSS de 11,2%; a Margem Bruta, que manteve-se estável em 53%, e o Resultado de Serviços Financeiros que foi de R$ 38,5 milhões, com crescimento de 46,1%.

Como conseqüência, o EBITDA total da Companhia chegou a R$ 85,2 milhões, com a Margem EBITDA ficando praticamente estável, em 16,4%. O Lucro Líquido da Renner no 1T11 cresceu 29%, alcançando a margem de 9,2% contra 8,4% no ano anterior.

No slide 4, temos a evolução da Receita Líquida das Vendas de Mercadorias, que chegou a R$ 517,7 milhões, com crescimento de 17,6%. Em Lojas Comparáveis, obtivemos, no 1T11, crescimento de 11,2%, resultado bastante importante quando consideramos a base comparativa do 1T10, quando havíamos crescido 15,1%.

Também no slide 4, no gráfico à direita, temos a evolução da Receita Líquida por m2, que foi de R$ 1.883, apresentando crescimento de 7,2% em relação ao mesmo período de 2010. Sobre o ano de 2009, apresentamos uma evolução positiva de 19,3% e a RL/m2 passou de R$ 1.579 para mais de R$ 1.800.

Indo para o slide 5, vemos, à esquerda, o mapa com a distribuição das lojas e CDs e no gráfico da direita, a área total de 275,1 mil metros quadrados, distribuídas em 135 lojas, com área média de aproximadamente 2,0 mil m2.

No slide 6, apresentamos a Margem Bruta da Operação de Varejo, que ficou estável em 53%. A obtenção de tal nível de margem, na realidade contemplou diversas iniciativas adotadas ao longo do trimestre para mitigar os efeitos da matéria-prima mais cara, dentre as quais melhores negociações com os fornecedores, aperfeiçoamentos na engenharia dos produtos, utilização de materiais alternativos. Finalmente, uma variação cambial favorável associada a um melhor mix de importados e a ajustes de preços direcionados complementaram as iniciativas.

Passando para o slide 7, apresentamos as Despesas com Vendas, que aumentaram 21,9% no 1T11, passando de R$ 137,1 milhões para R$ 167,0 milhões. Como percentual da Receita Líquida, as despesas representaram 32,3% das vendas, ante 31,1% no 1T10. Conforme já apontado pela Administração, neste 1T11, tivemos maiores despesas operacionais, as quais impactaram a margem da operação de varejo. Estas despesas estão atreladas ao processo mais rápido de expansão e devem ir se diluindo ao longo dos próximos trimestres.

Na página 8, temos as Despesas Gerais e Administrativas, que foram de R$ 51,5 milhões, ou 9,9% das vendas, implicando em um aumento de 25,8% sobre o mesmo período de 2010. Estas despesas mais elevadas também referem-se às readequações das áreas de apoio que irão suportar o período de crescimento mais acelerados assim como às turmas de gerentes e supervisores que estão sendo treinados para atender ao maior numero de lojas que serão abertas. A área de logística também passa por ajustes importantes que de certa forma trazem impactos nesse grupo de despesas.

No slide 9, apresentamos a tabela com a abertura do Resultado de Serviços Financeiros, que atingiu R$ 38,5 milhões, com crescimento de 46,1% sobre os R$ 26,3 milhões do 1T10. A melhora apresentada se baseia nos bons resultados alcançados ao longo do período, principalmente no produto de 0+8 parcelas com encargos; nos ganhos derivados do FDIC da ordem de R$ 3,2 milhões, assim como nos menores níveis de inadimplência e volumes provisionados.

Passando para o slide 10, temos o gráfico com a evolução do EBITDA e Margem EBITDA. Tivemos R$ 85,2 milhões gerados no 1T11, com crescimento de 16,5% sobre o mesmo período de 2010. A Margem EBITDA por sua vez ficou em 16,4%, praticamente em linha com os 16,6% apresentados no 1T10. Também bastante consistente com as nossas expectativas de que um menor EBITDA de varejo -função das iniciativas de crescimento - pudesse ser ofsetado com um melhor resultado da nossa área de produtos financeiros.

No slide 11, temos os Resultado Financeiro Líquido apresentado na tabela da parte superior, onde vemos que no 1T11 alcançamos uma receita financeira líquida de R$ 5,8 milhões. Na parte inferior, apresentamos as disponibilidades, que em 31 de março totalizam R$ 505,0 milhões. Também destacamos o endividamento de R$ 45,7 milhões e a posição liquida de caixa que totalizou R$ 459,3 milhões ao final do mês de março.

No slide 12, vemos o Lucro Líquido da Companhia, que cresceu 29% e totalizou R$ 47,6 milhões, com margem de 9,2% ante 8,4% em 2010. O ROIC neste 1T11 foi de 4,5%, 0,3 ponto percentual mais elevado que os 4,2% do 1T10. Interessante notar que, mesmo diante das pressões de custos de algodão e SG&A, alcançamos os melhores índices de LL e ROIC dos últimos cinco anos num primeiro TRI.

Passando para o slide 13, temos as informações sobre investimentos, que totalizaram R$ 24 milhões, sendo R$ 17,8 milhões para abertura e preparação de novas lojas. No lado direito, temos a lista com as lojas a serem inauguradas ao longo do primeiro semestre deste ano. Em março foi inaugurado o primeiro piloto da Blue Steel e para o 2T11 temos a previsão de nove aberturas, entre compactas e tradicionais.

No slide 14 temos a posição patrimonial da Companhia. Notem que os estoques aumentaram e isso deve-se ao maior volume de importações previsto para ano de 2011 e também aos estoques das novas lojas que serão inauguradas ao longo dos próximos meses – mais precisamente 9 lojas. Notem que neste 1T11, tivemos ainda algumas operações de 0+8 e atrasados pela estrutura antiga com utilização de vendor e por isso temos no passivo de curto prazo R$ 130 milhões. No longo prazo identifica-se os R$ 341 milhões integrais do FIDC, e para as demais contas da estrutura patrimonial não temos nenhuma alteração significativa.

No slide 15, apresentamos os cartões emitidos, que alcançaram a marca recorde de 17,5 milhões, assim como a evolução do ticket médio do nosso PRIVATE, que aumentou 11% passando para R$ 128,20. Nos gráficos à direita, apresentamos a participação do Cartão

Renner nas vendas totais que no 1T11, representou 53,9% das vendas contra 55,9% no ano anterior. Acreditamos que tal comportamento já indica uma tendência de estabilização na sua participação sobre as vendas.

No slide 16, temos o numero de colaboradores que aumentou em 13,5%, totalizando 12.719 pessoas.

Finalizando, na pagina 17, apresentamos a performance das ações LREN3, que tiveram valorização de 29,6% ante a queda de 2,5% do Ibovespa, nos últimos 12 meses.

Eram estas minhas considerações. Gostaria de lembrá-los que no dia 4 de maio, teremos a AGE para conclusão do processo de aquisição da Camicado e que a participação de todos os nossos acionistas é realmente importante para garantirmos o quorum mínimo de instalação do evento.

Ficamos agora disponíveis para responder aos seus questionamentos.

Guilherme Assis, Raymond James:

Boa tarde. Tenho, na verdade, duas perguntas. A primeira é sobre esse lançamento da loja da Blue Steel que vocês fizeram no trimestre. Sei que é muito pouco tempo, mas queria saber se você já tem uma ideia de como está o desempenho com relação ao que vocês estavam esperando. Esta é uma pergunta.

E a segunda pergunta na verdade eu queria entender essas despesas pré-operacionais, ou essas despesas antecipadas que vocês estão tendo pela aceleração da abertura de lojas; tem algum número mágico que podemos usar para estimar o quanto isso representa para uma loja normal, para uma loja compacta?

Tem alguma coisa que eu poderia trabalhar isso para melhorar a estimativa de modelo? Como funciona? São essas duas perguntas. Obrigado.

Adalberto Pereira dos Santos:

Primeiro em relação à Blue Steel. O projeto está bastante incipiente, não temos como abrir números. Estamos entendendo ainda, fazendo os ajustes necessários na operação. A receptividade tem sido excepcional, muito boa. Agora, a nossa intenção é termos três lojas este ano, talvez antecipemos a abertura das duas outras do 2S11 para o 1S. Mas enfim, a única coisa que temos efetiva é que tem sido muito boa a receptividade do público em geral.

Em relação à despesa pré-operacional, não existe um número mágico; existe um número, de fato, entre R$500 mil e R$600 mil, que você tem de pré-operacional na loja, a partir de 60 dias antes da inauguração.

Agora, o custo que você vê, essa pressão maior de G&A, não está relacionada necessariamente somente a pré-operacionais da loja. A Empresa, na realidade, passou por uma série de ajustes, incluindo principalmente a área de logística, os nossos CDs, e a área do *headquarter*, com a área de tecnologia, desde a área jurídica, de contabilidade, todas essas áreas sofrerão pequenos ajustes para comportar os planos de expansão.

Guilherme Assis:

OK. Só um *follow-up* na despesa pré-operacional. Você falou entre R$500 mil e R$600 mil; isso varia muito se é uma loja compacta ou se é uma loja tradicional?

Adalberto Pereira dos Santos:

Talvez a compacta esteja mais próxima do *range* inferior, mais próxima dos R$500 mil, e a tradicional mais próxima dos R$600 mil.

Guilherme Assis:

Está ótimo. Obrigado.

Gustavo Oliveira, UBS:

Boa tarde a todos. Eu queria ainda fazer uma pergunta em relação aos custos pré-operacionais, se vocês acreditam que já no 2T ou no 3T vocês conseguiriam estabilizar, pelo menos, a margem EBITDA em relação ao ano passado, e qual seria uma expectativa de margem EBITDA no varejo para o ano; ou se a diluição de custos vai acontecer mais em 2012, mesmo. Esta é a primeira pergunta.

Adalberto Pereira dos Santos:

Nós trabalhamos efetivamente com essa possibilidade, de passar o ano fazendo exatamente essa compensação, com a menor margem de varejo compensada por uma maior margem de produtos financeiros. Com isso nós tentaríamos alcançar o mesmo EBITDA total do ano passado. Isso valeria, inclusive, para 2012.

Pode ser que, dependendo do que acontecer no 2S11, enxergamos um horizonte melhor para 2012. Mas nós trabalhamos, a princípio, com esse horizonte; o mesmo EBITDA de 2011 e o mesmo EBITDA de 2012, e a partir de 2013 conseguiríamos, sim, começar o processo de diluição.

Gustavo Oliveira:

Quando você fala, é o EBITDA em valores absolutos ou o EBITDA margem?

Adalberto Pereira dos Santos:

EBITDA percentual, margem EBITDA.

Gustavo Oliveira:

OK. A segunda pergunta é em relação às importações; novamente elas se favorecem pela moeda mais forte nesse trimestre. Se vocês acreditam que podem até vir a ter ganhos de margens bruta no 2T por conta disso.

Adalberto Pereira dos Santos:

É difícil você falar de ganhos de margem bruta em um cenário como está. No 2S tudo indica que tende a ser melhor. Tende a ser melhor porque, quando você olha, por exemplo, a curva do algodão, no futuro ela já começa a dar sinais de recrudescimento.

Então, tivemos em março, quando alcançamos o pico do algodão, ele chegou a R$0,229 por libra, em abril começou a cair para R$0,183; quando você olha para julho, R$0,15, dezembro, R$0,12. Então, isso acaba contribuindo.

O mesmo acontece com o USD; tivemos curva de USD. Se você pegar do ano passado para cá, você vê um declínio leve, mas um declínio. Então, o 2S a princípio tende a ser melhor do que o 1S.

Gustavo Oliveira:

OK. Muito obrigado.

Irma Sgarz, Goldman Sachs:

Boa tarde. Gostaria de entender um pouco o repasse do maior custo de algodão, incluído no ticket no 1T. Pelo que eu entendi, esse foi o maior *driver* das vendas mesmas lojas.

E queria entender o quanto vocês esperam que o tráfego pode ajudar nos próximos trimestres, e como você vê o equilíbrio dos *drivers* de crescimento nas vendas mesmas lojas daqui para frente, se vocês estão esperando alguma mistura entre tráfego e ticket, ou se vai ser ainda, principalmente, ticket. Obrigada.

Adalberto Pereira dos Santos:

Nós vamos tentar avançar um pouco na forma como nós estávamos dando o *disclosure* do ticket para os próximos trimestres para facilitar a análise de vocês. Como nós fazemos pelo ticket médio do cartão, fomos induzidos a um erro. O ticket médio do cartão varia perto de 11%, o que nos leva a crer que esse é o ticket da evolução de preços na loja. E não é.

Por que não é? O ticket do cartão, na realidade, é uma combinação do 0+8, que é um ticket de R$190, com o 0+5, que é um ticket bem menor; é um ticket em torno de R$118.

Quando você faz a média ponderada, você enxerga no ticket médio que vocês alcançam. O que acontece? Como a participação do 0+5 caiu, a média ponderada acaba ficando prejudicada, porque ela tende a ir para cima. Nós perdemos 2 pontos de participação no 0+5, e mantivemos a participação do 0+8 em 12%. Então, essa média acaba sendo afetada.

A variação efetiva de preço, se você fizer uma abertura adequada, foi de entre 9,5% e 10%. E aí temos que lembrar também o seguinte: esse trimestre foi um pouco atípico, que acabou nos beneficiando, porque tivemos a entrada do frio um pouco mais cedo. Então, estaremos comparando um trimestre que teve a participação de itens de frio mais intensa contra um trimestre, no ano passado, que teve menos peças de frio. Independente disso, mesmo com esse efeito de peças mais caras de frio, a variação de preços verificada efetiva foi de 9,5%.

Se você pegar essa variação de preço de 9,5% e deduzir do *same-store*, que foi de 11,2%, você vai chegar a um tráfego de 1,7% a mais; ou seja, o *driver* não foi preço. Tivemos um *driver* também de tráfego que entendemos que pode ser melhorado, mas que já é um nível bastante razoável.

Irma Sgarz:

OK. Obrigada.

Tobias Stingelin, Santander:

Boa tarde. Queria fazer uma pergunta rápida com relação à parte financeira especificamente. Dado que ela tem aumentado em importância e está claro que será em 2011 e provavelmente em 2012 também, vocês continuam com uma inadimplência bastante baixa, as provisões também caíram. Só queria entender: provavelmente vocês não decidiram nenhuma mudança no que vocês estão vendo agora, mas vocês não estão preocupados com uma mudança no cenário macroeconômico?

Vocês acham que conseguem eventualmente perceber muito rapidamente se alguma coisa mudou, se vocês têm que mexer nas provisões? Eu só queria entender um pouco isso porque, obviamente, a parte financeira está ficando cada vez mais relevante dentro do todo, e temos um cenário que vai continuar muito bom, mas que talvez na margem possa piorar um pouco.

Adalberto Pereira dos Santos:

É muito bom esse tópico. A parte financeira ganha relevância, nós ganhamos mais eficiência; eu acho até que ela tem ganhado relevância mais pelos ganhos de eficiência que temos tido na operação.

Temos insistido que, embora essa área tenha ganhado relevância a cada semestre, continua o nosso foco essencial sendo o varejo. O varejo de roupa é o que sabemos fazer de melhor, e será sempre o nosso foco.

O que tem de novo nessa área? Você tem um menor nível de provisão; este ano, não faremos aquele ajuste que sempre é feito ao final do ano, das coberturas, ou seja, esse 1T já tem um ajuste de cobertura e assim será a prática para o final do ano. Acreditamos que esse percentual entre 25% e 30% seja um nível bastante razoável em termos de participação da operação.

Quando olhamos para frente, na curva que já temos de carteira “bookada”, não vemos nenhum problema para o 2T e para o 3T. Pode ser que haja alguma alteração para o final do ano, mas não percebo e não acredito, pessoalmente, em nenhuma deterioração no ambiente macroeconômico. Temos que lembrar sempre que o que o Governo está tentando fazer é trazer um crescimento de em torno de 5,5%, 6% para 4,5%.

A inflação que tanto se fala hoje é uma inflação 1 p.p. acima do que seria o ideal. Se a inflação hoje estivesse 1 p.p. abaixo, ninguém estaria falando nela. Então, não acreditamos em grandes catástrofes à frente.

Tobias Stingelin:

OK. Deixe-me fazer outra pergunta: o que me chamou a atenção foi que, se você olhar o 0+8, a receita dele cresceu mais de 80% ano contra ano, e você ficou praticamente *flat* com o percentual da venda. Então, se você fizer uma conta dado o que sua venda cresceu o que ela cresceu, eu não consigo entender exatamente como você conseguiu crescer 80%. Você aumentou spread? Tem alguma coisa que justifique crescer 80%?

Adalberto Pereira dos Santos:

Na realidade, esse crescimento tem a ver com o crescimento da importância. Na medida em que o 0+5 perde importância, o 0+8 ganha. Não tem nenhuma alteração em que você tenha efetivamente menos perda, uma participação estável e o efeito do FIDC no custo.

O FIDC trouxe, de ganhos de margem líquida para esta operação, e para a operação de produtos financeiros em geral, R$3,2 milhões no trimestre, e isso deve se repetir nos próximos trimestres. Estimamos uma receita adicional em função do FIDC, ou uma redução de custos, como queira, de aproximadamente R$12 milhões no *full year*. Foi basicamente isso que afetou essa operação.

Tobias Stingelin:

Está ótimo. Obrigado.

Gabriela Antice, Goldman Sachs:

Eu queria fazer um *follow-up* nessa pergunta do Tobias, Adalberto, e no comentário em que você disse que espera que a margem seja *flat* no ano de 2011, mas com uma margem de varejo de pior e uma margem financeira menor, eu só queria entender se você imagina que o nível de provisão este ano será acima do ano passado, dado, talvez, uma inflação maior ou uma baixa no crescimento econômico. Obrigada.

Adalberto Pereira dos Santos:

Nós trabalhamos com o mesmo nível de provisão, Gabriela. Exatamente o mesmo nível de provisão. Acreditamos que, além do que já conseguimos enxergar nas curvas futuras, de M+5 das nossas carteiras, quando avançarmos para o 4T, acreditamos que o nível de provisão deve fechar muito próximo do ano passado.

Volto a repetir: não vemos, pelo menos por enquanto, nenhuma deterioração do cenário de crédito.

Gabriela Antice:

OK. Obrigada.

Lore Serra, Morgan Stanley:

Thank you for taking the question. I also wanted to ask about the financial provisions, and I had two questions. One is it seems like the personal loan past dues did rise a bit this quarter, and I understand that it is a small portfolio, and it is the first datapoint, but is there any significance in that to you?

And the second question I wanted to ask was, when we look at the allowances, the past dues, you have worked down the allowances to levels that now seem more similar to where you were in 2008, before the crisis. So, at this point should we assume that for the past three quarters we have seen more write-offs than provisional levels, as you have been working down these allowances? Are you now at the right point in terms of where the provision levels are, the seasonality aside? Or will you continue to work that allowance account down into the next quarter or two? Thank you.

Adalberto Pereira dos Santos:

Lore, I will be answering in Portuguese. A questão do aumento de perda na questão do PL é basicamente pela mudança no portfólio. Nós temos o aumento de um produto, que é o Saque Rápido. Ele começa a ter uma importância maior, contra os produtos de mais longo prazo. Ele é um produto que tem um pouco mais de risco e também um nível de perda maior. É basicamente isso.

Em questão de nós estarmos, em termos de PDD, nos níveis de 2008, se estamos no ponto certo, nós acreditamos que sim, que estamos no ponto certo. Como eu falei, estamos fazendo agora as correções dentro do trimestre. Então, não deve haver nenhuma redução de provisão no último trimestre, teremos a facilidade de acompanhar isso neste ano trimestre a trimestre, e estamos bastante confortáveis com esse nível do 1T.

Acho que percentualmente, quando comparado com o ano passado, ele deve se manter. Ou seja, devemos fechar o ano com níveis muito semelhantes aos do ano passado.

Lori Serra:

— operations. In terms of the SG&A, clearly you have explained some of the increases due to the investments you are making to drive long-term growth and the accelerate store expansion. But if you could just talk a little bit on a sort of existing store basis, if that is possible. On a sort of an existing store basis, what is the pace of growth of your selling expenses on that kind of a basis? Could you give us any sense of it?

Adalberto Pereira dos Santos:

Lori, temos que considerar o seguinte: o tempo de maturação de uma loja, para uma tradicional, é de cinco anos. O tempo de maturação de uma loja compacta tende a ser três anos. Então, a diluição vai muito em função disso. É claro que você, nos primeiros meses, nos primeiros anos de uma loja, não a coloca com 100% das despesas programadas, 100% das equipes de venda. Isso vai evoluindo de acordo com a maturação da loja.

Então, se você me perguntar o que está acontecendo com as lojas recém-abertas, se elas estão dentro do programado em vendas, eu lhe diria que sim, e em despesas também, exatamente por isso: nós fazemos uma escalonamento das despesas fixas que são atreladas à loja.

Lori Serra:

I am trying to understand, if you striped out your new stores and you striped out the new investments, what is going on, on a sort of existing store basis? What is the pace of growth in your selling expenses for stores that are over a year old? That is what I want to get an understanding of, if it is possible.

Adalberto Pereira dos Santos:

As despesas fixas das nossas lojas tendem a representar 80%. O crescimento está exatamente em linha com a inflação, até porque, desses 80% grande parte é mão-de-

obra, o que é corrigido basicamente em função de inflação, com pequeno ganho marginal, e aluguéis, que também são corrigidos por inflação.

Então, a minha base de despesas em relação a vendas cresce muito em linha com inflação, não tem nada diferente.

Operadora:

Obrigada. Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Adalberto para as considerações finais.

Adalberto Pereira dos Santos:

Gostaria de agradecer a todos, mais uma vez, pela participação. Estaremos disponíveis através da nossa área de RI, eu e também o Galló, sempre disponíveis para falar com vocês. Esperamos revê-los no próximo trimestre, de preferência sempre com bons resultados. Muito obrigado a todos.

Operadora:

A teleconferência da Lojas Renner está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham uma boa tarde.

"Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o *website* de Relações com Investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição."