RESULTADOS 1T12

Grupo Pão de Açúcar

08 de maio de 2012



Grupo Pão de Açúcar

viavarejo

nova PONTOCOM

RESULTADO DOS NEGÓCIOS 1T12

		GPA Alimentar	GPA Não Alimentar
Vendas brutas	**R$ bilhões**, *1T12 x 1T11* Cresc. 'mesmas lojas' vs 1T11	**7,371** *+11,0%* ML +9,3%	**6,289** *+9,7%* ML +10,0%
Lucro bruto	**Margem bruta**, *1T12 x 1T11* Δ margem 1T12 x 1T11	**25,9%** *+12,3%* +0,2p.p.	**27,9%** *+16,6%* +1,0p.p.
Despesas operacionais	**% da rec. líq**, *1T12 x 1T11* Δ % Rec. Líq. 1T12 x 1T11	**18,5%** *+10,6%* -0,1p.p.	**23,0%** *+9,9%* -0,6p.p.
EBITDA	**margem EBITDA**, *1T12 x 1T11* Δ margem 1T12 x 1T11	**7,4%** *+16,9%* +0,3p.p.	**4,8%** *+64,9%* +1,5p.p.

RESULTADO GPA CONSOLIDADO 1T12

	% da rec. líq, *1T12 x 1T11* Δ % rec. líq. 1T12 x 1T11	**2,8%** *+3,1%* -0,2p.p.
Despesa financeira líquida		
Lucro antes do imposto de renda	**% da rec. líq**, *1T12 x 1T11* Δ % rec. líq. 1T12 x 1T11	**2,0%** *+152%* +1,1p.p.
Lucro líquido	**margem líquida**, *1T12 x 1T11* Δ margem líquida 1T12 x 1T11	**1,4%** *+25,8%* +0,2p.p.

	31/12/11	31/03/12
Dívida líquida (R$bi)	**3,8**	**4,8**
Dívida líquida/EBITDA[1]	**1,2x**	**1,5x**
Capex (R$ mi)		**241**

[1] EBITDA dos últimos 12 meses

GUIDANCES 2012

	GPA Alimentar	GPA Não Alimentar	Grupo Pão de Açúcar
Financeiro			
Venda Bruta *Em R$ bilhões*	Acima de 31,5	Acima de 25,7	Acima de 57,2
EBITDA *Margem 2012*	7,3% a 7,8%	5,2% a 6,5%	6,4% a 7,2%
Desp. Fin. Líq. *Como % da Venda Líq.*	Abaixo de 2,3%	Abaixo de 3,3%	Abaixo de 2,8%
Operacional			
Investimento[1] *Capex, em R$ bilhões*	1,4	0,4	1,8
Expansão *Crescimento vs Dez/11*	*6,0% a 6,7%*	-	
Novas Lojas	70 a 80	50 a 60	

[1] Valor máximo de R$1.966 milhões aprovado em Assembleia Geral de Acionistas

PERSPECTIVAS 2012: GPA ALIMENTAR

Varejo



- Hiper: reforçar o conceito de *one-stop-shop* (multi-especialista em eletro, lar, bebê e moda)
- Consolidação Extra Super: racionalização de investimentos
- Ampliar oferta de produtos orgânicos, importados, regionais e marcas exclusivas
- Minimercado: novo formato, melhor solução de conveniência, retomada de expansão
- Explorar oportunidades de multicanalidade



Nova estratégia para têxtil, com estilista renomado e novo posicionamento de linha



Inovações em perfumaria em linhas da indústria e oportunidades com importação

Atacado de autosserviço



- Redução do custo operacional
- Racionalização do custo logístico com maior capacidade de estocagem nas lojas
- Readequação do sortimento para novo público-alvo (revendedor/transformador/utilizador)
- Retomada do plano de expansão

Investimento em marcas exclusivas



Novo formato Assaí

PERSPECTIVAS 2012: GPA NÃO ALIMENTAR

Eletro



- Foco na expansão orgânica
- Captura de sinergias de processos já otimizados e implementação de novas iniciativas ao longo do ano
- Cultura única e unida como uma das prioridades
- Geração de caixa ao longo de 2012 visando o fortalecimento do negócio
- Expectativa do posicionamento final do CADE

E-commerce



- Adição de novas categorias de produtos
- Explorar multicanalidade
- Apresentar crescimento acima do mercado, com rentabilidade.
- Manter os altos indicadores de satisfação do cliente



Abertura de lojas, em especial no NE



Novas lojas conceito Ponto Frio



Manter indicadores de satisfação do cliente na Pontocom



Adição de categorias em e-commerce

CONTATO – RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Grupo Pão de Açúcar (GPA) | Viavarejo

Equipe de Relações com Investidores

Telefone: +55 (11) 3886-0421

Fax: +55 (11) 3884-2677

gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br

www.gpari.com.br

- **Afirmações sobre o futuro**

Algumas das afirmações aqui contidas se baseiam nas hipóteses e perspectivas atuais da administração da Companhia que poderiam ocasionar variações materiais entre os resultados, performance e eventos futuros. Estas perspectivas incluem resultados futuros que podem ser influenciados por resultados históricos, investimentos. Os resultados reais, desempenho e eventos podem diferir significativamente daqueles expressos ou implicados por essas afirmações, como um resultado de diversos fatores, tais como condições gerais e econômicas no Brasil e outros países; níveis de taxa de juros e de câmbio, renegociações futuras ou pré-pagamento de obrigações ou créditos denominados em moeda estrangeira, mudanças em leis e regulamentos e fatores competitivos gerais (em base global, regional ou nacional).