



## Magazine Luiza S.A. Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2011

**Receita Bruta cresce 51,6% para R\$ 1.696,1 milhões**  
**Vendas Mesmas Lojas avançam 25,6% no segmento de varejo**  
**Crescimento de 38,9% no EBITDA para R\$ 84,0 milhões (margem de 5,9%)**

**São Paulo, 16 de maio de 2011** - Magazine Luiza (BM&FBovespa: MGLU3): uma das maiores redes varejistas com foco em bens duráveis com grande presença nas classes populares do Brasil, através de 604 lojas estrategicamente localizadas em 16 estados brasileiros, divulga seus resultados do 1º trimestre de 2011 (1T11). As informações contábeis da Companhia têm como base números consolidados, em milhões de reais (exceto quando indicado), conforme Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS).

**MGLU3:** R\$ 16,35 por ação  
**Total de ações:** 188.587.146  
**Valor de mercado:** R\$ 3,0 bilhões  
**Preço de Fechamento:** 13/05/2011

### DESTAQUES DO PERÍODO (1T11)

- Receita Bruta Consolidada de R\$ 1.696,1 milhões (+51,6%) e Receita Líquida de R\$ 1.416,1 milhões (+50,5%)
- Crescimento de 25,6% nas vendas do varejo no conceito mesmas lojas, sendo 21,7% nas lojas físicas e 58,2% na internet
- Receita Bruta da Lojas Maia alcançou R\$ 253,2 milhões (+99,7%)
- EBITDA de R\$ 84,0 milhões (+38,9%), com margem de 5,9%
- Lucro Líquido de R\$ 12,3 milhões (+31,7%), com margem de 0,9%
- Evolução da base de cartões de crédito para 3,5 milhões de cartões, sendo 3,0 milhões ativos (86% de ativação)

ENCONTRA-SE EM CURSO A DISTRIBUIÇÃO PÚBLICA INICIAL PRIMÁRIA DE AÇÕES ORDINÁRIAS (“AÇÕES”) DE EMISSÃO DO MAGAZINE LUIZA S.A. (“COMPANHIA” E “OFERTA”, RESPECTIVAMENTE). O PRESENTE COMUNICADO NÃO DEVE EM NENHUMA CIRCUNSTÂNCIA, SER CONSIDERADO UMA RECOMENDAÇÃO DE INVESTIMENTO NAS AÇÕES. ANTES DE INVESTIR NAS AÇÕES, OS POTENCIAIS INVESTIDORES DEVERÃO REALIZAR SUA PRÓPRIA ANÁLISE E AVALIAÇÃO DA COMPANHIA, DE SEUS NEGÓCIOS E SUAS ATIVIDADES, DE SUA CONDIÇÃO FINANCEIRA E DOS RISCOS DECORRENTES DO INVESTIMENTO NAS AÇÕES. **OS INVESTIDORES DEVEM LER ATENTAMENTE O PROSPECTO DA OFERTA, EM ESPECIAL A SEÇÃO “FATORES DE RISCO”.**

### PRINCIPAIS INDICADORES

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T11	1T10	Var(%)
Receita Bruta Total	1.696,1	1.118,9	<b>51,6%</b>
Receita Líquida Total	1.416,1	941,1	<b>50,5%</b>
EBITDA	84,0	60,5	<b>38,9%</b>
Margem EBITDA	5,9%	6,4%	<b>-0,5 pp</b>
Lucro Líquido	12,3	9,3	<b>31,7%</b>
Margem Líquida	0,9%	1,0%	<b>-0,1 pp</b>
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	25,6%	33,0%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	21,7%	28,7%	-
Crescimento nas Vendas Internet	58,2%	80,6%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	604	456	<b>32,5%</b>
Área de Vendas - Final do Período (M²)	400.112	310.980	<b>28,7%</b>
Área Média por Loja - Final de Período (M²)	662	682	<b>-2,9%</b>
Base Total de Cartões Luizacred (mil)	3.463	2.146	<b>61,4%</b>
Base Total de Cartões Ativos Luizacred (mil)	2.976	1.745	<b>70,6%</b>

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Nos últimos 50 anos, o Magazine Luiza construiu uma empresa única no segmento de varejo de bens duráveis voltado à baixa renda no Brasil. Com a crescente demanda por nossos produtos e o sucesso de nossas iniciativas para expandir o negócio, incluindo a inauguração de mais de 500 lojas nos últimos 10 anos, decidimos preparar a empresa para acessar o mercado de capitais. No último dia 28 de abril, o Magazine Luiza iniciou sua oferta pública de ações, atraindo milhares de novos acionistas.

As ações ordinárias do Magazine Luiza começaram a ser negociadas na BM&FBovespa no dia 02 de maio de 2011, após a precificação no IPO ao preço de R\$ 16,00 por ação. A quantidade total de ações da empresa, considerando as ações do lote suplementar (*green shoe*), é de 188.587.146 ações, gerando um valor de mercado, na data do IPO, de R\$ 3,0 bilhões. A emissão primária foi de 33.750.000 ações na oferta base (R\$ 540 milhões), e 38.587.146 ações (R\$ 617 milhões) considerando o *green shoe*.

Com os recursos captados, devemos continuar nossa trajetória de crescimento, fortalecendo nossas estruturas de tecnologia e logística, e gerando mais valor para nossos acionistas. Nos últimos 10 anos, nossa taxa anual composta de crescimento da receita bruta de operações de varejo foi de 25,8%. Estamos satisfeitos em reportar os resultados do primeiro trimestre de 2011, que reforçam nossas principais mensagens de investimento, discutidas ao longo do nosso road show, especificamente:

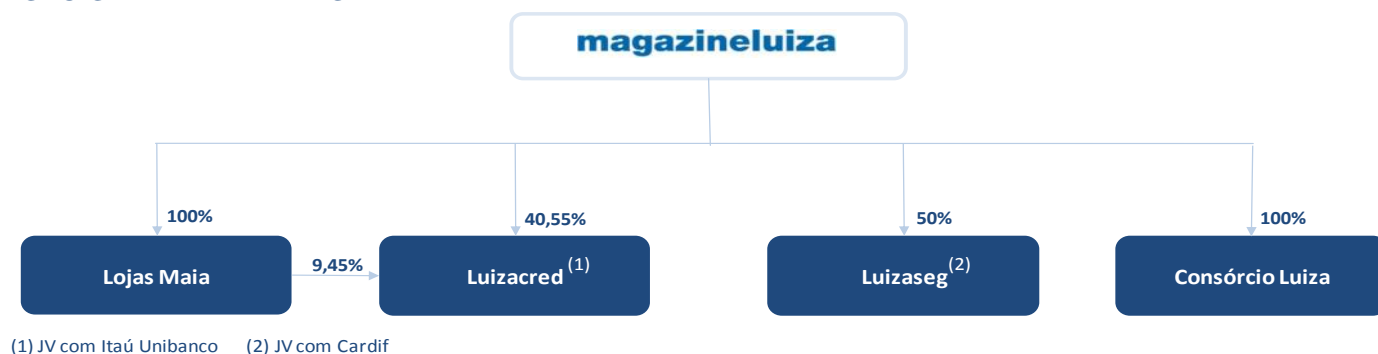
- Posicionamento diferenciado do Magazine Luiza, no segmento de varejo que mais cresce no Brasil;
- Grupo muito motivado de colaboradores, reforçando a nossa sólida cultura corporativa;
- Ampla base de clientes e nossas ações de relacionamento, voltadas à fidelização e retenção;
- Enfoque multicanal, que nos permite acessar diversas regiões geográficas de maneira rentável, além de crescer nos nossos mercados de atuação;
- Histórico de inovação no mercado, com múltiplas oportunidades e parcerias, incluindo *joint-ventures* nos segmentos de financiamento ao consumo e seguros.

O Magazine Luiza tem o firme compromisso de operar de acordo com as melhores práticas de governança corporativa e de preservar sua renomada cultura, com intenso foco nas pessoas. A Companhia é listada no Novo Mercado da BMF&Bovespa, que congrega as empresas com os maiores níveis de governança. Com o lançamento da histórica campanha publicitária focada na educação, clareza e transparência sobre o nosso IPO, demonstramos o compromisso em fomentar a participação dos investidores individuais no mercado de capitais brasileiro. Desenvolvemos canais dedicados à comunicação com esses investidores, além de termos criado uma oferta especial para incentivar nossos funcionários a se tornarem acionistas da Companhia no IPO. Por meio dessa iniciativa, não apenas os executivos, mas os interesses de todos os nossos funcionários, de todos os níveis, estão alinhados aos de nossos acionistas. A abertura de capital marcou o início de um novo capítulo na história da Companhia, que é reconhecida por sua inovação e liderança de mercado.

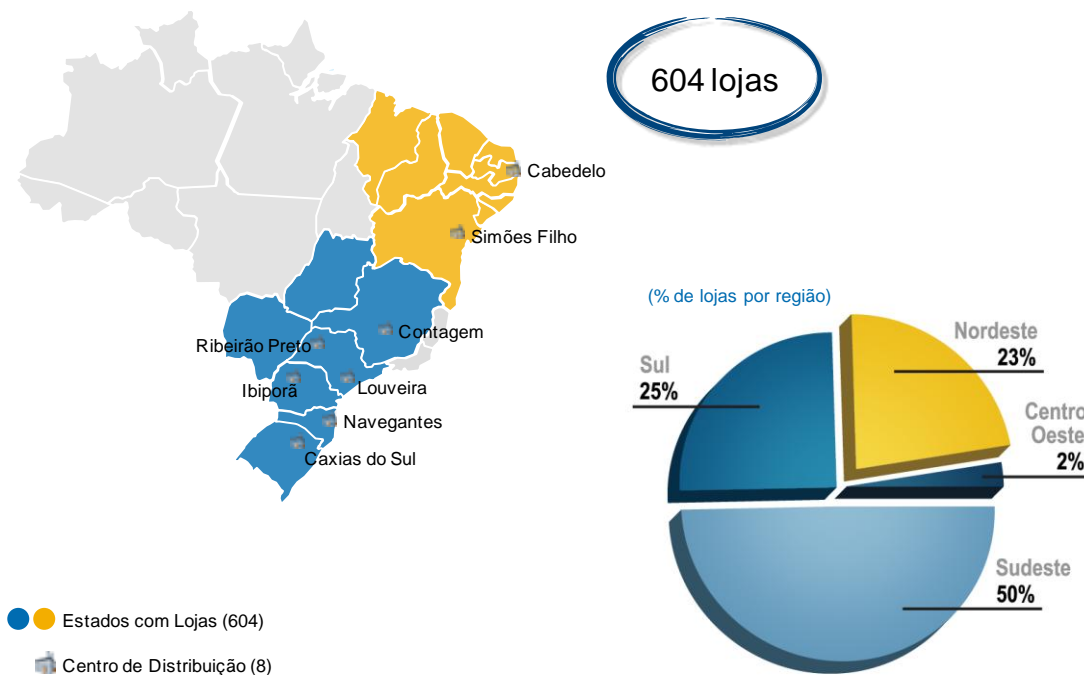
Os destaques do primeiro trimestre de 2011 incluem um dos maiores crescimentos de vendas com base nas mesmas lojas, além de um elevado desempenho na região Nordeste com a aquisição da Lojas Maia. Diversas iniciativas internas contribuíram para esse crescimento acima do mercado como um todo, tanto nas lojas físicas como na internet. Nesse trimestre, as vendas nas mesmas lojas aumentaram 25,6%, e a receita bruta consolidada cresceu 51,6%, alcançando R\$ 1,7 bilhão. Conseguimos diluir significativamente as despesas operacionais, aumentando o EBITDA em 38,9%, alcançando margem de 5,9% sobre a receita líquida. O lucro líquido também cresceu 31,7%, atingindo R\$ 12,3 milhões. Acreditamos que, tanto os resultados do exercício de 2010, como os primeiros resultados de 2011, indicam que estamos trilhando um caminho sólido e sustentável de crescimento e rentabilidade.

O objetivo do Magazine Luiza é ser uma das maiores empresas voltadas à crescente classe média de consumidores, com um dos melhores desempenhos operacionais no setor. Nossos objetivos incluem criar sólido valor para os acionistas e continuar a dividir esses ganhos com toda a sociedade por meio de iniciativas e investimentos em inovação e criação de empregos. Durante o ano de 2011 e seguintes, continuaremos a executar nosso plano estratégico de aprimorar nossas operações, aumentar o número de lojas e a participação de mercado.

### VISÃO GERAL DA EMPRESA



O Magazine Luiza, fundado em 1957, é uma das maiores redes varejistas com foco em bens duráveis com grande presença nas classes populares do Brasil. Em 2001, com o objetivo de aumentar o relacionamento com os clientes, o Magazine Luiza foi pioneiro ao formar uma parceria com o Itaú Unibanco, criando a Luizacred. Em 2005, o Magazine Luiza também inovou ao se tornar o primeiro varejista a controlar uma empresa de seguros, a Luizaseg, em conjunto com a Cardif, do grupo BNP Paribas. Finalmente, em 2010, o Magazine Luiza adquiriu a Lojas Maia, umas das maiores redes de varejo com presença em todos os estados do Nordeste, a região que mais cresce no Brasil.



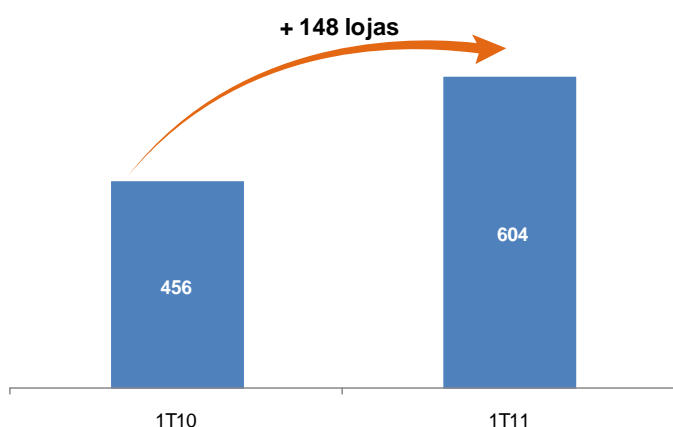
No final do 1T11, o Magazine Luiza tinha mais de 21 mil funcionários, 604 lojas e 8 centros de distribuição estrategicamente localizados em 16 estados brasileiros, cujas economias correspondem a 75% do PIB nacional.

## COMENTÁRIOS DO DESEMPENHO CONSOLIDADO

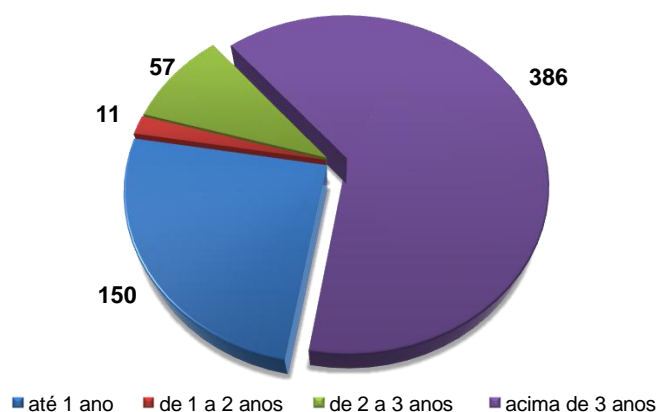
### DESEMPENHO OPERACIONAL

No final do 1T11, o Magazine Luiza tinha 604 lojas, sendo 536 lojas convencionais, 67 lojas virtuais e 1 site. Nos últimos 12 meses, a quantidade de lojas aumentou de 456 filiais para 604 filiais, incluindo as 136 Lojas Maia, adquiridas em ago/10. Nos últimos anos, a Companhia acelerou o processo de expansão, de forma que mais de 1/3 das nossas lojas têm menos de 3 anos e ainda não atingiram a sua maturação completa.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

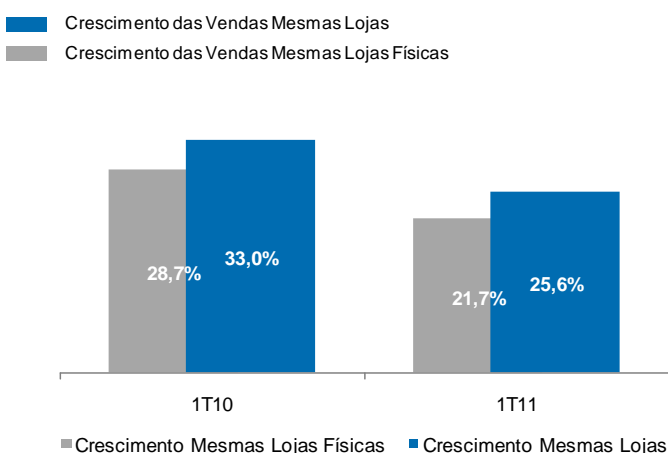


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)

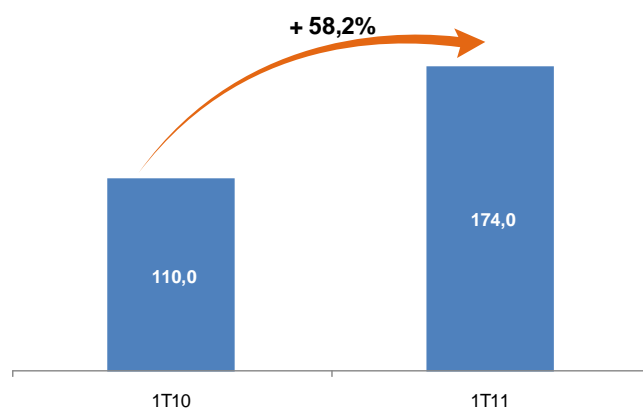


Além da abertura de lojas novas, o Magazine Luiza tem concentrado esforços no aumento da produtividade. No 1T11, as vendas “mesmas lojas” cresceram 25,6% em relação ao 1T10, que, por sua vez, já haviam crescido 33,0% sobre o período anterior. Esta performance foi devida à expansão do mercado e, principalmente, ao desempenho da nossa operação, com destaque para a internet e as novas lojas que estão em processo de maturação.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (em %)

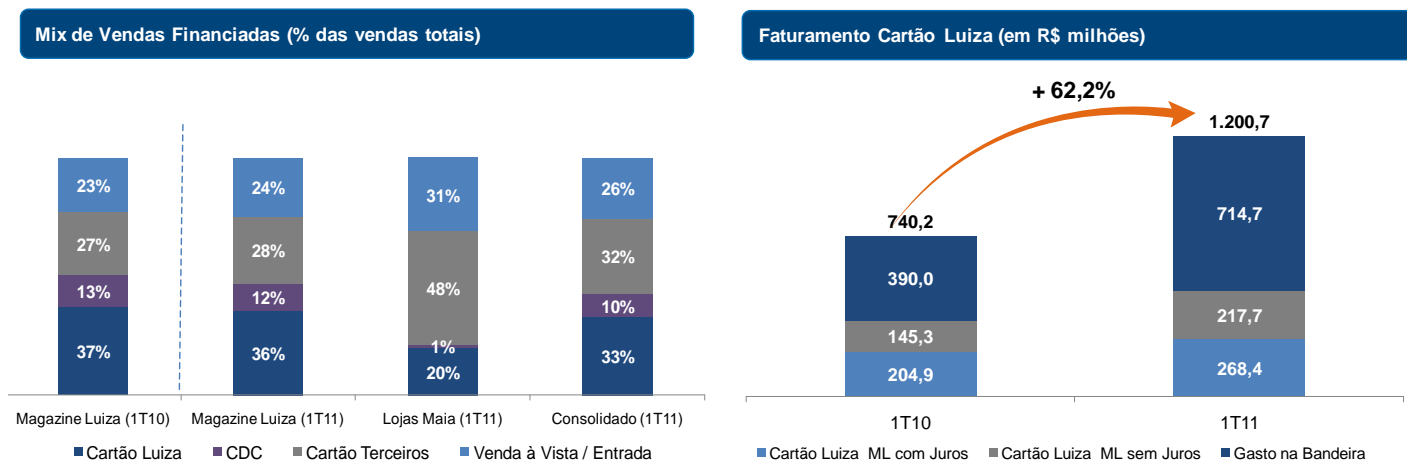


Faturamento Bruto na Internet (em R\$ milhões)



Nos últimos 12 meses, a base de cartões de crédito, emitidos pela Luizacred, cresceu de 2,1 milhões para 3,5 milhões. O Magazine Luiza acredita que o Cartão Luiza é um instrumento muito importante para o relacionamento com nossos clientes. No 1T11, as vendas pelo Cartão Luiza representaram 36% do total nas lojas do Magazine Luiza

e 20% das vendas na Lojas Maia (este último percentual continua em crescimento, reduzindo progressivamente a participação do cartão de terceiros).



Além disso, os clientes estão utilizando mais intensivamente o Cartão Luiza fora das lojas do Magazine Luiza, aumentando as fontes de receita para a Luizacred. No 1T11, os gastos totais no Cartão Luiza cresceram 62,2%, alcançando R\$ 1,2 bilhão. No mesmo período, a utilização fora de nossas lojas cresceu 83,2%, representando 59,5% do gasto total (comparado com 52,7% no 1T10). É importante notar que a maior parte das vendas no Cartão Luiza é realizada com juros, de forma que as vendas sem juros representam menos de 15% das vendas totais da Companhia.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

### Receita Bruta Consolidada

A tabela abaixo descreve a distribuição de nossa receita bruta entre nossos segmentos de negócios:

(em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.532,8	994,2	54,2%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	55,3	32,4	70,8%
<b>Subtotal Varejo</b>	<b>1.588,1</b>	<b>1.026,6</b>	<b>54,7%</b>
Receita Bruta - Operações de Crédito	117,0	92,8	26,1%
Receita Bruta - Operações de Seguros	15,8	13,9	13,9%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	6,0	4,5	32,1%
Eliminações Inter-companhias	(30,9)	(18,8)	63,8%
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>1.696,1</b>	<b>1.118,9</b>	<b>51,6%</b>

No 1T11, a receita bruta consolidada cresceu 51,6% em relação ao 1T10, passando de R\$ 1.118,9 milhões para R\$ 1.696,1 milhões. Esse aumento expressivo foi obtido principalmente pelo desempenho das vendas de mercadorias, que cresceram 54,2%, devido aos seguintes fatores:

- Crescimento de 25,6% na venda de mercadorias no conceito mesmas lojas, com destaque para o crescimento de 58,2% nas vendas pela internet e 21,7% nas mesmas lojas físicas;
- Expansão física de lojas, considerando o aumento de 148 lojas nos últimos 12 meses, passando de 456 em mar/10 para 604 lojas em mar/11, incluindo as 136 lojas pertencentes à Lojas Maia (no período, a área média de vendas cresceu 28,9%, passando de 310,4 mil m<sup>2</sup> para 400,1 m<sup>2</sup>);
- A receita bruta da Lojas Maia alcançou R\$ 253,2 milhões no 1T11, elevando o crescimento do varejo total para 54,7%.

A receita bruta consolidada também foi impactada pelos seguintes fatores:

- Aumento da receita de prestação de serviços em 70,8%, que passou de R\$ 32,4 milhões para R\$ 55,3 milhões;
- Crescimento na receita de financiamento ao consumo em 26,1%; passando de R\$ 92,8 milhões para R\$ 117,0 milhões, com destaque para o crescimento das receitas relacionadas ao Cartão Luiza, que cresceram 32,8%.

Em função de alterações nas práticas contábeis na Luizacred, a partir de nov/10, as receitas de juros de contratos em atraso passaram a ser provisionadas a uma taxa menor (IGPM + 1,0% ao mês) do que a taxa de atraso (15,99% ao mês), gerando uma receita menor, para o Magazine Luiza, calculada em R\$ 5,6 milhões;

- Crescimento da receita de seguros em 13,9%, de R\$ 13,9 milhões para R\$ 15,8 milhões, ressaltando que o crescimento da receita de garantias estendidas é normalmente defasado em relação ao varejo, e que a venda de seguros na Lojas Maia ainda não é feita pela Luizaseg (há um contrato ainda vigente, direto com a Cardif);
- As eliminações da receita bruta consolidada referem-se aos serviços prestados pela controladora às coligadas (que passaram de R\$ 14,8 milhões no 1T10 para R\$ 24,6 milhões para 1T11) e receitas decorrentes da antecipação de vendas sem juros no Cartão Luiza (que passaram de R\$ 4,0 milhões para R\$ 6,2 milhões, respectivamente).

### Impostos e Devoluções

Os impostos e devoluções sobre vendas cresceram 57,4%, passando de R\$ 177,9 milhões no 1T10 para R\$ 280,0 milhões no 1T11. Esse aumento está relacionado principalmente ao crescimento das receitas do varejo, e

particularmente pela Lojas Maia, onde a representatividade de impostos sobre as vendas é maior do que no Magazine Luiza (nas regiões Sul e Sudeste, a substituição tributária, contabilizada no CMV, é mais representativa).

(em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Deduções - Varejo - Revenda de Mercadorias	(272,2)	(173,3)	57,1%
Deduções - Varejo - Prestação de Serviços	(7,4)	(4,2)	73,3%
<b>Subtotal Varejo</b>	<b>(279,6)</b>	<b>(177,5)</b>	<b>57,5%</b>
Deduções - Operações de Crédito	-	-	-
Deduções - Operações de Seguros	-	-	-
Deduções - Administração de Consórcios	(0,4)	(0,3)	28,3%
Eliminações Inter-companhias	-	-	-
<b>Deduções Total</b>	<b>(280,0)</b>	<b>(177,9)</b>	<b>57,4%</b>

### Receita Líquida Consolidada

A receita líquida consolidada aumentou 50,5% de R\$ 941,1 milhões para R\$ 1.416,1 milhões, em consequência do crescimento de 51,6% nas receitas brutas e de 57,4% nos impostos e devoluções.

(em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.260,6	820,9	53,6%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	48,0	28,1	70,4%
<b>Subtotal Varejo</b>	<b>1.308,5</b>	<b>849,0</b>	<b>54,1%</b>
Receita Líquida - Operações de Crédito	117,0	92,8	26,1%
Receita Líquida - Operações de Seguros	15,8	13,9	13,9%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	5,5	4,2	32,4%
Eliminações Inter-companhias	(30,9)	(18,8)	63,8%
<b>Receita Líquida Total</b>	<b>1.416,1</b>	<b>941,1</b>	<b>50,5%</b>

### Custo das Mercadorias Vendidas, das Prestações de Serviços e de Captações para Operações Financeiras

O custo total consolidado cresceu 57,1%, passando de R\$ 602,1 milhões no 1T10 para R\$ 946,2 milhões no 1T11, principalmente em função do custo das mercadorias vendidas e do custo das operações de crédito.

O custo das mercadorias vendidas cresceu 56,6%, ou seja, levemente acima do crescimento da receita líquida de mercadorias, em função principalmente de uma maior participação de categorias com margens mais baixas, tais como eletro-eletrônicos, e das vendas pela internet.

O custo das operações financeiras aumentou 90,8% em função do crescimento da carteira de crédito acima de 43%, do aumento do CDI no período (taxa média anualizada de 8,6% para 11,1%) e do pagamento para a Lojas Maia de R\$ 160 milhões, em dez/10, referente ao direito de exploração do financiamento ao consumo no Nordeste. Este último efeito foi neutralizado a partir de mar/11, quando Itaucard e Lojas Maia fizeram um aumento de capital na Luizacred pelo mesmo valor. Entretanto, até o aporte de capital, a Luizacred teve uma despesa de juros de depósitos interbancários não recorrente, gerando um custo adicional para o Magazine Luiza no valor de R\$ 1,9 milhão.

(em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Custos - Varejo - Revenda de Mercadorias	(920,7)	(588,1)	56,6%
Custos - Varejo - Prestação de Serviços	-	-	-
<b>Subtotal Varejo</b>	<b>(920,7)</b>	<b>(588,1)</b>	<b>56,6%</b>
Custos - Operações de Crédito	(22,9)	(12,0)	90,8%
Custos - Operações de Seguros	(1,1)	(0,8)	46,5%
Custos - Administração de Consórcios	(2,6)	(2,0)	30,1%
Eliminações Inter-companhias	1,1	0,7	60,0%
<b>Custos Total</b>	<b>(946,2)</b>	<b>(602,1)</b>	<b>57,1%</b>

## Lucro Bruto Consolidado

O lucro bruto consolidado cresceu 38,6%, passando de R\$ 338,9 milhões no 1T10 para R\$ 469,9 milhões no 1T11. No mesmo período, a margem bruta consolidada diminuiu 2,8 pontos percentuais, de 36,0% para 33,2%. É importante ressaltar que a redução na margem bruta foi amplamente compensada pelo crescimento das vendas.

A margem bruta da venda de mercadorias diminuiu de 28,4% no 1T10 para 27,0% no 1T11, em função do maior crescimento na venda de produtos eletro-eletrônicos e da internet, conforme mencionado anteriormente.

No mesmo período, a margem bruta da operação financeira caiu de 87,1% para 80,4%. Considerando as receitas de atraso pela regra contábil anterior (R\$ 5,6 milhões) e excluindo-se e as despesas de juros de depósitos interbancários (R\$ 1,9 milhão), o lucro bruto da operação financeira seria maior em R\$ 7,5 milhões (e a margem bruta seria de aproximadamente 82,8%).

(em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	339,9	232,8	46,0%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	48,0	28,1	70,4%
<b>Subtotal Varejo</b>	<b>387,9</b>	<b>261,0</b>	<b>48,6%</b>
Lucro Bruto - Operações de Crédito	94,1	80,8	16,5%
Lucro Bruto - Operações de Seguros	14,7	13,1	12,0%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	2,9	2,2	34,6%
Eliminações Inter-companhias	(29,8)	(18,1)	64,0%
<b>Lucro Bruto Total</b>	<b>469,9</b>	<b>338,9</b>	<b>38,6%</b>

(em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Margem Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	27,0%	28,4%	-1,4 pp
Margem Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	100,0%	100,0%	0,0 pp
<b>Subtotal Varejo</b>	<b>29,6%</b>	<b>30,7%</b>	<b>-1,1 pp</b>
Margem Bruta - Operações de Crédito	80,4%	87,1%	-6,7 pp
Margem Bruta - Operações de Seguros	92,9%	94,5%	-1,6 pp
Margem Bruta - Administração de Consórcios	53,1%	52,2%	0,8 pp
Eliminações Inter-companhias	96,4%	96,3%	0,1 pp
<b>Margem Bruta Total</b>	<b>33,2%</b>	<b>36,0%</b>	<b>-2,8 pp</b>

## Despesas com Vendas

As despesas com vendas aumentaram 33,5%, passando de R\$ 211,4 milhões no 1T10 para R\$ 282,3 milhões no 1T11. Dessa forma, a representatividade das despesas com vendas diminuiu 2,6 pontos percentuais, passando de 22,5% para 19,9% da receita líquida. A diluição das despesas com vendas decorreu principalmente do elevado desempenho das mesmas lojas e da internet, reduzindo proporcionalmente despesas como aluguel, pessoal e marketing.

## Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas aumentaram 79,1% passando de R\$ 39,9 milhões no 1T10 para R\$ 71,5 milhões no 1T11. Dessa forma, a representatividade destas despesas aumentou de 4,2% para 5,0% da receita líquida. Essa variação foi consequência principalmente da mudança do escritório de negócios para São Paulo, ocorrida entre setembro e outubro do ano passado, bem como pela manutenção do escritório central da Lojas Maia e todos os gastos não recorrentes oriundos do processo de integração das redes.



## Perdas em Crédito de Liquidação Duvidosa

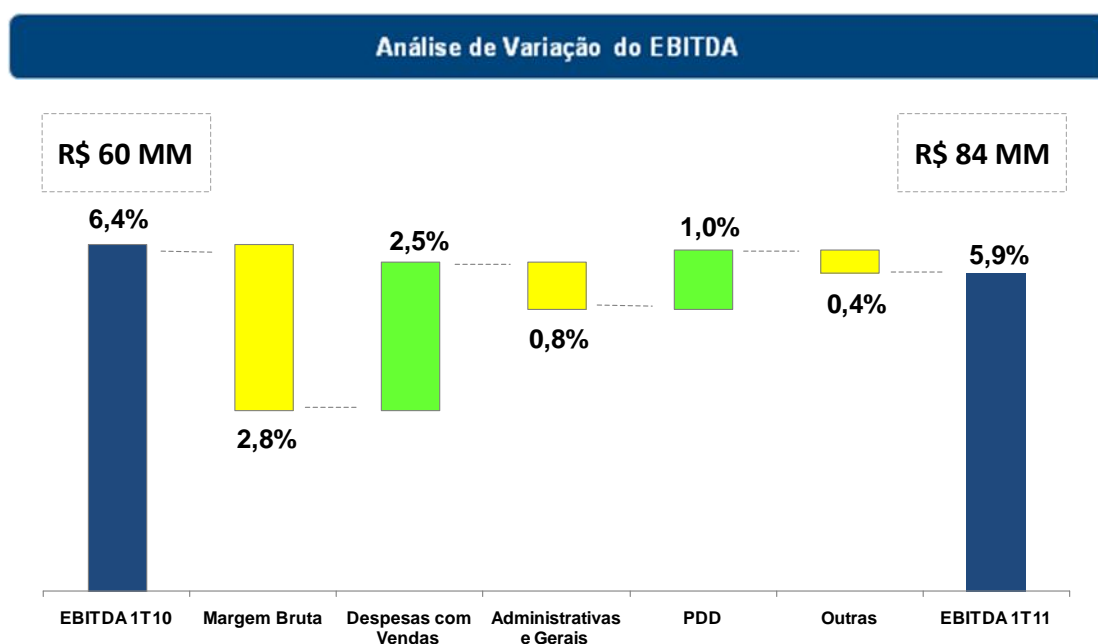
As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa aumentaram 17,2%, passando de R\$ 43,5 milhões no 1T10 para R\$ 51,0 milhões no 1T11. Dessa forma, a representatividade das provisões para inadimplência diminuiu 1,0 ponto percentual, passando de 4,6% para 3,6% da receita líquida. É importante ressaltar que aprovamos de 30% a 35% das propostas de financiamentos, e que nosso sistema de aprovação de crédito é baseado em modelos estatísticos de *credit score* desenvolvidos e administrados pelo Itaú Unibanco. O Magazine Luiza tem mais de 2 mil funcionários dedicados à operação da Luizacred nas lojas, cuja remuneração esta atrelada à indicadores antecedentes (*first payment default*), de forma que são incentivados a cuidadosamente cadastrar nossos clientes e checar a documentação necessária.

## Outras Receitas Operacionais, Líquidas

As outras receitas operacionais líquidas aumentaram 15,7% de R\$ 16,4 milhões no 1T10 para R\$ 18,9 milhões no 1T11. Essa variação ocorreu principalmente pelo lucro de R\$ 10,7 milhões, apurado na venda de 9 imóveis pelo montante de R\$ 15,5 milhões, como parte da estratégia de empresa de redução do capital investido e foco em retorno sobre investimento. A Companhia entende que esse lucro não recorrente compensou despesas não recorrentes e alterações contábeis na Luizacred.

## EBITDA

O lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA) consolidado cresceu 38,9%, passando de R\$ 60,5 milhões para R\$ 84,0 milhões. Os principais fatores que impulsionaram nosso EBITDA foram o crescimento mesmas lojas, a diluição das despesas fixas e o forte desempenho das lojas do Nordeste. A margem EBITDA no período ficou em 5,9% da receita líquida.



## Depreciação e Amortização

As despesas com depreciação e amortização aumentaram 35,3%, evoluindo de R\$15,6 milhões no 1T10 para R\$ 21,1 milhões no 1T11. Essa variação foi ocasionada pelos elevados investimentos realizados ao longo de 2010, a aquisição da Lojas Maia, a inauguração orgânica de 15 lojas novas, reformas e investimentos gerais em tecnologia (implementação do Oracle, Hyperion e People Soft).

## Resultado Financeiro

As despesas financeiras líquidas aumentaram 62,7%, crescendo de R\$ 28,1 milhões no 1T10 para R\$ 45,7 milhões no 1T11, como consequência do aumento do endividamento e do CDI (o CDI anualizado aumentou de 8,6% para 11,1%, respectivamente). Os encargos sobre antecipação de cartão de crédito incluem os juros de antecipação do Cartão Luiza, que aumentaram de R\$ 4,0 milhões no 1T10 para R\$ 6,2 milhões no 1T11, representando apenas 0,4% da receita líquida consolidada. Os demais encargos sobre antecipação referem-se a cartões de crédito de terceiros, que aumentaram de R\$ 2,1 milhões para R\$ 8,0 milhões. A Companhia tem como política 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.

RESULTADO FINANCEIRO CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
<b>Despesas Financeiras</b>	(54,8)	(34,6)	58,3%
Juros de empréstimos e financiamentos	(36,4)	(22,1)	64,8%
Juros de antecipações de recebíveis de cartão de terceiros	(8,0)	(2,1)	280,9%
Juros de antecipações de recebíveis Cartão Luiza	(6,2)	(4,0)	55,0%
Outras despesas	(4,2)	(6,4)	-34,1%
<b>Receitas Financeiras</b>	9,1	6,5	39,7%
Rendimento de aplicações financeiras e títulos mobiliários	5,5	1,9	187,9%
Outras receitas financeiras	3,6	4,6	-21,6%
<b>Resultado Financeiro Total</b>	(45,7)	(28,1)	62,7%

## Lucro antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social

O lucro antes do imposto de renda e da contribuição social aumentou 2,6%, de R\$ 16,8 milhões no 1T10 para R\$ 17,2 milhões no 1T11. Esse crescimento foi consequência da melhoria operacional, além da nossa disciplina financeira, mantendo as despesas financeiras praticamente no mesmo patamar, a despeito da elevação da taxas de juros nos trimestres.

## Imposto de Renda e Contribuição Social

O imposto de renda e a contribuição social diminuíram de R\$ 7,4 milhões no 1T10 para R\$ 4,9 milhões no 1T11. A alíquota efetiva foi de 28,6% sobre o lucro antes de imposto de renda e contribuição social, devido principalmente ao aproveitamento de créditos de imposto de renda diferidos na Lojas Maia.

## Lucro Líquido

O lucro líquido aumentou 31,7%, evoluindo de R\$ 9,3 milhões no 1T10 para R\$ 12,3 milhões no 1T11, equivalente a 0,9% da receita líquida. O incremento no lucro foi consequência principalmente do crescimento do EBITDA.

## Capital de Giro

Em função da sazonalidade do varejo e do prazo médio de compras, no primeiro trimestre de cada ano, existe um aumento na necessidade de capital de giro, relacionada principalmente ao pagamento de fornecedores, ou seja, das compras realizadas no final do ano anterior. No quarto trimestre, de forma inversa, normalmente existe uma elevada geração de caixa e uma redução do capital de giro líquido, com aumento no saldo de fornecedores. Vale ressaltar que a gestão do capital de giro na Lojas Maia ainda não foi otimizada, considerando que os sistemas ainda não foram integrados.

CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	mar-11	dez-10	mar-10
Contas a receber	1.522,2	1.524,7	1.142,0
Estoques	741,1	849,8	394,2
Partes relacionadas	49,2	36,0	15,1
Impostos a recuperar	31,2	46,5	32,8
Outros ativos	59,1	63,0	34,0
<b>Ativos circulantes operacionais</b>	<b>2.402,9</b>	<b>2.520,0</b>	<b>1.618,2</b>
Fornecedores	756,7	1.132,3	449,0
Depósitos interfinanceiros	842,4	852,7	569,7
Operações com cartões de crédito	235,8	220,2	124,1
Salários, férias e encargos sociais	96,4	116,5	52,5
Impostos a recolher	26,2	39,4	23,7
Partes relacionadas	15,3	21,7	9,8
Impostos parcelados	41,9	43,0	10,9
Provisões técnicas de seguros	16,5	22,9	20,4
Outras contas a pagar	73,4	68,8	56,3
<b>Passivos circulantes operacionais</b>	<b>2.104,6</b>	<b>2.517,6</b>	<b>1.316,4</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>298,3</b>	<b>2,4</b>	<b>301,8</b>

**Nota:** O saldo de contas a receber é divulgado líquido de recebíveis de cartões de crédito antecipados, no valor de R\$ 298,7 milhões em mar/11, R\$ 235,0 milhões em dez/10 e R\$ 64,8 milhões em mar/10.

## Investimentos

Os investimentos fixos aumentaram de R\$ 16,8 milhões no 1T10 para R\$ 22,5 milhões no 1T11. Esses investimentos incluem reformas de lojas existentes, bem como investimentos em 13 lojas novas (6 inauguradas após mar/11 e 7 em andamento).

INVESTIMENTOS (em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Lojas Novas	6,0	2,3	157,4%
Reformas	10,0	1,5	589,1%
Tecnologia	2,3	10,8	-78,9%
Outros	4,2	2,2	90,6%
<b>Total</b>	<b>22,5</b>	<b>16,8</b>	<b>33,8%</b>

## Endividamento Líquido

O endividamento líquido da empresa aumentou de R\$ 401,0 milhões em dez/10 para R\$ 678,3 milhões em mar/11, devido basicamente à variação do capital de giro, em função da sazonalidade do varejo. Em relação a mar/10, o endividamento líquido aumentou R\$ 162,6 milhões em função principalmente dos investimentos realizados nos últimos 12 meses. Conforme destinação dos recursos prevista no IPO, cerca de 30% da oferta primária deverá ser utilizada para o financiamento do nosso capital de giro, reduzindo o endividamento de curto prazo.

CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	mar-11	dez-10	mar-10
(+) Empréstimos e financiamentos circulantes	350,1	108,8	186,0
(+) Financiamento da Aquisição da Lojas Maia	25,4	33,6	-
(+) Empréstimos e financiamentos não circulantes	595,4	666,1	463,5
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>970,9</b>	<b>808,5</b>	<b>649,5</b>
(-) Caixa e equivalentes de caixa	125,6	328,9	64,7
(-) Títulos e valores mobiliários circulantes	145,3	46,7	41,9
(-) Títulos e valores mobiliários não circulantes	21,7	32,0	27,2
<b>(=) Endividamento Líquido</b>	<b>678,3</b>	<b>401,0</b>	<b>515,7</b>
Endividamento de curto prazo / total	39%	18%	29%
Endividamento de longo prazo / total	61%	82%	71%
EBITDA <sup>1</sup>	343,4	319,9	319,9
<b>Dívida Líquida / EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>2,0 x</b>	<b>1,3 x</b>	<b>1,6 x</b>

<sup>1</sup> O EBITDA de mar/11 refere-se aos últimos 12 meses, os demais referem-se ao ano de 2010.

## ANEXOS

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADOS CONSOLIDADOS

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T11	AV	1T10	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	1.696,1	119,8%	1.118,9	118,9%	51,6%
Impostos e Cancelamentos	(280,0)	-19,8%	(177,9)	-18,9%	57,4%
<b>Receita Líquida</b>	1.416,1	100,0%	941,1	100,0%	50,5%
Custo Total	(946,2)	-66,8%	(602,1)	-64,0%	57,1%
<b>Lucro Bruto</b>	469,9	33,2%	338,9	36,0%	38,6%
Despesas com vendas	(282,3)	-19,9%	(211,4)	-22,5%	33,5%
Despesas gerais e administrativas	(71,5)	-5,0%	(39,9)	-4,2%	79,1%
Perda em liquidação duvidosa	(51,0)	-3,6%	(43,5)	-4,6%	17,2%
Outras receitas operacionais, líquidas	18,9	1,3%	16,4	1,7%	15,7%
Total de Despesas Operacionais	(385,8)	-27,2%	(278,4)	-29,6%	38,5%
<b>EBITDA</b>	84,0	5,9%	60,5	6,4%	38,9%
Depreciação e amortização	(21,1)	-1,5%	(15,6)	-1,7%	35,3%
<b>EBIT</b>	62,9	4,4%	44,9	4,8%	40,2%
Resultado Financeiro	(45,7)	-3,2%	(28,1)	-3,0%	62,7%
<b>Lucro Operacional</b>	17,2	1,2%	16,8	1,8%	2,6%
IR / CS	(4,9)	-0,3%	(7,4)	-0,8%	-34,0%
<b>Lucro Líquido</b>	12,3	0,9%	9,3	1,0%	31,7%

## DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

<b>ATIVOS (em R\$ milhões)</b>	<b>mar-11</b>	<b>AV</b>	<b>dez-10</b>	<b>AV</b>	<b>mar-10</b>	<b>AV</b>
<b>ATIVOS CIRCULANTES</b>						
Caixa e equivalentes de caixa	125,6	3,4%	328,9	8,4%	64,7	2,8%
Títulos e valores mobiliários	145,3	3,9%	46,7	1,2%	41,9	1,8%
Contas a receber	1.522,2	41,3%	1.524,7	38,8%	1.142,0	49,1%
Estoques	741,1	20,1%	849,8	21,6%	394,2	16,9%
Partes relacionadas	49,2	1,3%	36,0	0,9%	15,1	0,6%
Impostos a recuperar	31,2	0,8%	46,5	1,2%	32,8	1,4%
Outros ativos	59,1	1,6%	63,0	1,6%	34,0	1,5%
<b>Total dos ativos circulantes</b>	<b>2.673,8</b>	<b>72,6%</b>	<b>2.895,6</b>	<b>73,7%</b>	<b>1.724,8</b>	<b>74,1%</b>
<b>ATIVOS NÃO CIRCULANTES</b>						
Títulos e valores mobiliários	21,7	0,6%	32,0	0,8%	27,2	1,2%
Contas a receber	14,1	0,4%	18,7	0,5%	5,8	0,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	170,8	4,6%	168,2	4,3%	163,0	7,0%
Outros ativos	71,6	1,9%	79,8	2,0%	21,2	0,9%
Investimentos em controladas	-	-	-	-	-	-
Investimentos em controladas em conjunto	-	-	-	-	-	-
Imobilizado	359,9	9,8%	358,8	9,1%	291,3	12,5%
Intangível	370,0	10,0%	374,6	9,5%	93,9	4,0%
<b>Total dos ativos não circulantes</b>	<b>1.008,2</b>	<b>27,4%</b>	<b>1.032,2</b>	<b>26,3%</b>	<b>602,4</b>	<b>25,9%</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>3.682,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.927,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.327,2</b>	<b>100,0%</b>
<b>PASSIVOS (em R\$ milhões)</b>	<b>1T11</b>	<b>AV</b>	<b>4T10</b>	<b>AV</b>	<b>1T10</b>	<b>AV</b>
<b>PASSIVOS CIRCULANTES</b>						
Fornecedores	756,7	20,6%	1.132,3	28,8%	449,0	19,3%
Empréstimos e financiamentos	350,1	9,5%	108,8	2,8%	186,0	8,0%
Depósitos interfinanceiros	842,4	22,9%	852,7	21,7%	569,7	24,5%
Operações com cartões de crédito	235,8	6,4%	220,2	5,6%	124,1	5,3%
Salários, férias e encargos sociais	96,4	2,6%	116,5	3,0%	52,5	2,3%
Impostos a recolher	26,2	0,7%	39,4	1,0%	23,7	1,0%
Partes relacionadas	15,3	0,4%	21,7	0,6%	9,8	0,4%
Impostos parcelados	41,9	1,1%	43,0	1,1%	10,9	0,5%
Receita diferida	55,1	1,5%	26,0	0,7%	38,7	1,7%
Dividendos a pagar	-	-	-	-	-	-
Provisões técnicas de seguros	16,5	0,4%	22,9	0,6%	20,4	0,9%
Outras contas a pagar	98,9	2,7%	102,4	2,6%	56,3	2,4%
<b>Total dos passivos circulantes</b>	<b>2.535,2</b>	<b>68,9%</b>	<b>2.685,9</b>	<b>68,4%</b>	<b>1.541,0</b>	<b>66,2%</b>
<b>PASSIVOS NÃO CIRCULANTES</b>						
Empréstimos e financiamentos	595,4	16,2%	666,1	17,0%	463,5	19,9%
Depósitos interfinanceiros	1,2	-	4,0	0,1%	1,3	-
Impostos parcelados	6,2	0,2%	6,3	0,2%	11,9	0,5%
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	182,5	5,0%	182,0	4,6%	68,4	2,9%
Provisões técnicas de seguros	28,6	0,8%	20,8	0,5%	14,7	0,6%
Receita diferida	254,6	6,9%	296,1	7,5%	221,7	9,5%
Provisão para perda de investimentos	-	-	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	13,0	0,4%	13,7	0,3%	-	-
Outras contas a pagar	5,5	0,1%	5,4	0,1%	1,3	-
<b>Total dos passivos não circulantes</b>	<b>1.087,0</b>	<b>29,5%</b>	<b>1.194,4</b>	<b>30,4%</b>	<b>782,9</b>	<b>33,6%</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>						
Capital social	43,0	1,2%	43,0	1,1%	220,0	9,5%
Reserva legal	3,4	-	3,4	-	0,0	-
Reserva de retenção de lucros	1,0	-	1	-	-	-
Prejuízos acumulados	12,3	0,3%	-	-	(216,8)	-
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>59,7</b>	<b>1,6%</b>	<b>47,4</b>	<b>1,2%</b>	<b>3,3</b>	<b>0,1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.682,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.927,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.327,2</b>	<b>100,0%</b>

## RESULTADOS POR SEGMENTO – 1T11

1T11 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Lojas Maia (100%)	Varejo Pro-Forma	Financeira (50%)	Seguradora (50%)	Consórcio (100%)	Eliminações	Consolidado
<b>Receita Bruta</b>	1.334,9	253,2	1.588,1	117,0	15,8	6,0	(30,9)	1.696,1
Impostos e Cancelamentos	(221,8)	(57,8)	(279,6)	-	-	(0,4)	-	(280,0)
<b>Receita Líquida</b>	1.113,1	195,4	1.308,5	117,0	15,8	5,5	(30,9)	1.416,1
Custo Total	(781,9)	(138,8)	(920,7)	(22,9)	(1,1)	(2,6)	1,1	(946,2)
<b>Lucro Bruto</b>	331,2	56,6	387,9	94,1	14,7	2,9	(29,8)	469,9
Despesas com vendas	(230,4)	(31,5)	(261,9)	(32,3)	(11,6)	-	23,5	(282,3)
Despesas gerais e administrativas	(52,2)	(13,7)	(65,9)	(1,2)	(1,3)	(3,1)	-	(71,5)
Perda em liquidação duvidosa	(1,9)	-	(1,9)	(49,1)	-	-	-	(51,0)
Outras rec. operacionais, líquidas	20,6	3,0	23,6	(2,4)	(0,0)	0,1	(2,3)	18,9
Total de Despesas Operacionais	(263,8)	(42,2)	(306,0)	(85,0)	(12,9)	(3,0)	21,2	(385,8)
<b>EBITDA</b>	67,4	14,4	81,8	9,0	1,8	(0,0)	(8,6)	84,0
Depreciação e amortização	(17,5)	(3,3)	(20,8)	(1,33)	(1,3)	(0,1)	2,3	(21,1)
<b>EBIT</b>	50,0	11,1	61,1	7,7	0,5	(0,1)	(6,2)	62,9
Equivalência patrimonial	10,9	0,9	6,2	-	-	-	(11,9)	-
Resultado Financeiro	(47,7)	(6,4)	(54,1)	-	2,0	0,2	6,2	(45,7)
<b>Lucro Operacional</b>	13,2	5,6	13,1	7,7	2,5	0,1	(11,9)	17,2
IR / CS	(0,9)	0,1	(0,8)	(3,1)	(1,0)	(0,0)	-	(4,9)
<b>Lucro Líquido</b>	12,3	5,7	12,3	4,6	1,5	0,1	(11,9)	12,3
Margem Bruta	29,8%	29,0%	29,6%	80,4%	92,9%	53,1%	96,4%	33,2%
Margem EBITDA	6,1%	7,4%	6,3%	7,7%	11,2%	-0,8%	27,8%	5,9%
Margem Líquida	1,1%	2,9%	0,9%	4,0%	9,5%	1,0%	38,5%	0,9%

## RESULTADOS POR SEGMENTO – 1T10

1T10 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Financeira (50%)	Seguradora (50%)	Consórcio (100%)	Eliminações	Consolidado
<b>Receita Bruta</b>	1.026,6	92,8	13,9	4,5	(18,8)	1.118,9
Impostos e Cancelamentos	(177,5)	-	-	(0,3)	-	(177,9)
<b>Receita Líquida</b>	849,0	92,8	13,9	4,2	(18,8)	941,1
Custo Total	(588,1)	(12,0)	(0,8)	(2,0)	0,7	(602,1)
<b>Lucro Bruto</b>	261,0	80,8	13,1	2,2	(18,1)	338,9
Despesas com vendas	(186,2)	(30,6)	(8,7)	-	14,1	(211,4)
Despesas gerais e administrativas	(34,5)	(0,7)	(2,4)	(2,3)	-	(39,9)
Perda em liquidação duvidosa	(2,7)	(40,8)	-	-	-	(43,5)
Outras receitas operacionais, líquidas	16,0	1,5	-	0,1	(1,3)	16,4
Total de Despesas Operacionais	(207,4)	(70,7)	(11,1)	(2,2)	12,9	(278,5)
<b>EBITDA</b>	53,5	10,2	2,0	0,0	(5,3)	60,5
Depreciação e amortização	(15,3)	(0,3)	(1,3)	(0,1)	1,3	(15,6)
<b>EBIT</b>	38,3	9,9	0,7	(0,0)	(4,0)	44,9
Equivalência patrimonial	7,2	-	-	-	(7,2)	-
Resultado Financeiro	(33,5)	-	1,3	0,1	4,0	(28,1)
<b>Lucro Operacional</b>	11,9	9,9	2,1	0,1	(7,2)	16,8
IR / CS	(2,6)	(4,0)	(0,8)	(0,1)	-	(7,4)
<b>Lucro Líquido</b>	9,3	5,9	1,3	0,0	(7,2)	9,3
Margem Bruta	30,7%	87,1%	94,5%	52,2%	96,3%	36,0%
Margem EBITDA	6,3%	11,0%	14,6%	0,7%	28,1%	6,4%
Margem Líquida	1,1%	6,3%	9,0%	1,1%	38,1%	1,0%



## ANEXO: ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Receita bruta por canal (em R\$ milhões)	1T11		1T10		Mesmas Lojas	Crescimento
		Part(%)		Part(%)		Total
Lojas virtuais	60,6	3,8%	47,6	4,6%	18,2%	27,3%
Site	174,0	11,0%	110,0	10,7%	58,2%	58,2%
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>234,6</b>	<b>14,8%</b>	<b>157,5</b>	<b>15,3%</b>	<b>46,3%</b>	<b>48,9%</b>
Lojas convencionais	1.353,6	85,2%	869,1	84,7%	21,9%	55,8%
Magazine Luiza	1.100,3	69,3%	869,1	84,7%	21,9%	26,6%
Lojas Maia	253,2	15,9%	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1.588,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.026,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>25,6%</b>	<b>54,7%</b>

Número de lojas por canal - final do período	1T11		1T10		Crescimento
					Total
Lojas virtuais	67		62		5
Site	1		1		-
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>68</b>		<b>63</b>		<b>5</b>
Lojas convencionais	536		393		143
Magazine Luiza	400		393		7
Lojas Maia	136		-		136
<b>Total</b>	<b>604</b>		<b>456</b>		<b>148</b>
<b>Área total de vendas (m²)</b>		<b>400.112</b>		<b>310.980</b>	<b>28,7%</b>

## ANEXO: LUIZACRED

A Luizacred é uma *joint-venture* entre Magazine Luiza e Itaú Unibanco, responsável pelo financiamento de cerca de metade de nossas vendas. Em mar/11, a Luizacred tinha 3,0 milhões de cartões ativos, sobre uma base total de 3,5 milhões de cartões emitidos, representando uma ativação de 86%. Nos últimos 12 meses, a base total de cartões ativos cresceu 61,4%, contribuindo para a evolução do faturamento do cartão, dentro e fora de nossas lojas (no 1T11, o faturamento fora representou 60% do faturamento total do cartão, com crescimento de 83,2% em relação ao 1T10). A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito e CDC, somava mais de R\$ 2,4 bilhões em mar/11.

LUIZACRED - Principais Indicadores (em R\$ milhões)	1T11	1T10	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.463	2.146	61,4%
Base Total de Cartões Ativos (mil)	2.976	1.745	70,6%
Faturamento Cartão Luiza Dentro	486,0	350,1	38,8%
Faturamento Cartão Luiza Fora – Bandeira	714,7	390,0	83,2%
Faturamento CDC	127,1	116,9	8,7%
Faturamento Empréstimo Pessoal	125,2	97,3	28,7%
Faturamento Total LuizaCred	1.452,9	954,4	52,2%
Carteira Cartão	2.053,2	1.339,8	53,2%
Carteira CDC	371,0	355,7	4,3%
Carteira Total	2.424,2	1.695,5	43,0%

A receita da intermediação financeira cresceu 24,3% no 1T11 em relação ao 1T10. Em função de alterações nas práticas contábeis na Luizacred, a partir de nov/10, as receitas de juros de contratos em atraso passaram a ser provisionadas a uma taxa menor (IGPM + 1,0% ao mês) do que a taxa cobrada por atraso (15,99% ao mês), gerando uma receita menor, não recorrente, calculada em R\$ 11,2 milhões.

O custo das operações financeiras aumentou 90,8% em função do crescimento da carteira de crédito de 43,0%, do aumento do CDI no período (o CDI aumentou de uma taxa anualizada de 8,6% para 11,1%) e do pagamento para a Lojas Maia de R\$ 160 milhões, em dez/10, referente ao direito de exploração do financiamento ao consumo no Nordeste. Este último efeito foi neutralizado a partir de mar/11, quando Itaúcard e Lojas Maia fizeram um aumento de capital na Luizacred pelo mesmo valor. Entretanto, até o aporte de capital, a Luizacred teve uma despesa de juros de depósitos interbancários não recorrente, no valor de R\$ 3,8 milhões.

No 1T11, as provisões para devedores duvidosos cresceram num patamar menor que as receitas de intermediação financeira, mostrando melhora nos índices de inadimplência, que recuou de 1,6% a.m. no 1T10 para 1,4% a.m. no 1T11, em relação à carteira, ou de 44,0% para 41,9% em relação à receita bruta total (incluindo a receita de prestação de serviços) nos mesmos períodos de comparação. Dessa forma, apesar dos eventos não recorrentes, que afetaram o resultado bruto da intermediação financeira, com a redução da inadimplência e diluição de despesas fixas, a Luizacred gerou um lucro líquido de R\$ 9,2 milhões no 1T11.

<b>LUIZACRED - Resultados (em R\$ milhões)</b>	<b>1T11</b>	<b>1T10</b>	<b>Var(%)</b>
<b>Receitas da Intermediação Financeira</b>	197,3	158,7	24,3%
Cartão	146,9	110,6	32,8%
CDC	50,4	48,1	4,8%
<b>Despesas da Intermediação Financeira</b>	(144,0)	(105,3)	36,8%
Operações de Captação no Mercado	(45,8)	(24,0)	90,8%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(98,1)	(81,5)	20,3%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	53,4	53,5	-0,2%
<b>Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(38,0)	(33,7)	12,7%
Receitas de Prestação de Serviços	36,7	26,8	36,7%
Despesas de Pessoal	(2,4)	(1,4)	69,7%
Outras Despesas Administrativas	(53,1)	(51,7)	2,9%
Depreciação e Amortização	(2,7)	(0,7)	280,5%
Despesas Tributárias	(11,5)	(9,7)	18,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(4,9)	3,0	-262,1%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	15,4	19,8	-22,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(6,1)	(8,0)	-23,6%
<b>Lucro Líquido</b>	9,2	11,7	-21,3%

## TELECONFERÊNCIA & WEBCAST

### Teleconferência com Webcast (em Português – tradução simultânea para inglês)

Data: 16 de maio de 2011

Horário: 15h00 (horário de Brasília)

### Telefones para conexão:

Participantes do Brasil: (11) 3127-4971

Código de acesso: Magazine Luiza

Os links de acesso estarão disponíveis no website de Relações com Investidores: [www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri).

A apresentação para acompanhamento das teleconferências estará disponível para download no website de RI da Companhia com antecedência mínima de 30 minutos do início das teleconferências.

### Relações com Investidores

#### **Roberto Bellissimo Rodrigues**

Diretor Financeiro e de RI

#### **Anderson Rezende**

Analista de RI

#### **Miriam Mutsumi**

Analista de RI

Tel: +55 11 3504-2727

[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

### Sobre o Magazine Luiza

O Magazine Luiza, fundado em 1957, é uma das maiores redes varejistas com foco em bens duráveis com grande presença nas classes populares do Brasil. Em 2001, com o objetivo de aumentar o relacionamento com os clientes, o Magazine Luiza foi pioneiro ao formar uma parceria com o Itaú Unibanco, criando a Luizacred. Em 2005, o Magazine Luiza também inovou ao se tornar o primeiro varejista a controlar uma empresa de seguros, a Luizaseg, em conjunto com a Cardif, do grupo BNP Paribas. Finalmente, em 2010, o Magazine Luiza adquiriu a Lojas Maia, umas das maiores redes de varejo com presença em todos os estados do Nordeste, a região que mais cresce no Brasil. O Magazine Luiza tem 604 lojas e 8 centros de distribuição estrategicamente localizados em 16 estados brasileiros, cujas economias correspondem a 75% do PIB nacional.

### EBITDA

O EBITDA (lucro antes de juros, imposto de renda e contribuição social, receitas e despesas financeiras, depreciação e amortização) não é uma medida de desempenho financeiro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil. Por não considerar despesas intrínsecas ao negócio, o EBITDA apresenta limitações que afetam seu uso como indicador de rentabilidade ou liquidez. O EBITDA não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido ou fluxo de caixa operacional. Além disso, o EBITDA não possui significado padrão, e nossa definição pode não ser comparável com a definição adotada por outras companhias.

### Aviso Legal

ENCONTRA-SE EM CURSO A DISTRIBUIÇÃO PÚBLICA INICIAL PRIMÁRIA DE AÇÕES ORDINÁRIAS (“AÇÕES”) DE EMISSÃO DO MAGAZINE LUIZA S.A. (“COMPANHIA” E “OFERTA”, RESPECTIVAMENTE). O PRESENTE COMUNICADO NÃO DEVE EM NENHUMA CIRCUNSTÂNCIA, SER CONSIDERADO UMA RECOMENDAÇÃO DE INVESTIMENTO NAS AÇÕES. ANTES DE INVESTIR NAS AÇÕES, OS POTENCIAIS INVESTIDORES DEVERÃO REALIZAR SUA PRÓPRIA ANÁLISE E AVALIAÇÃO DA COMPANHIA, DE SEUS NEGÓCIOS E SUAS ATIVIDADES, DE SUA CONDIÇÃO FINANCEIRA E DOS RISCOS DECORRENTES DO INVESTIMENTO NAS AÇÕES. **OS INVESTIDORES DEVEM LER ATENTAMENTE O PROSPECTO DA OFERTA, EM ESPECIAL A SEÇÃO “FATORES DE RISCO”.**