



## Magazine Luiza S.A. Divulgação de Resultados do 4º Trimestre de 2011



**São Paulo, 22 de março de 2012** - Magazine Luiza S.A. (BM&FBOVESPA: MGLU3), uma das maiores redes varejistas com foco em bens duráveis e com grande presença nas classes populares do Brasil, divulga seus resultados do 4º trimestre de 2011 (4T11) e dos doze meses findos em 31 de dezembro de 2011 (12M11). As informações contábeis da Companhia têm como base números consolidados em milhões de reais (exceto quando indicado), conforme Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS).

### MENSAGEM DA PRESIDENTE

O ano de 2011 foi de conquistas e aprendizado para o Magazine Luiza. Vivemos experiências novas e também contribuimos para a inovação dos negócios do varejo brasileiro.

O primeiro marco do ano foi a consolidação do escritório de negócios em São Paulo. Através de um processo estruturado e bastante planejado, conseguimos mobilizar grande parte dos colaboradores e familiares a se mudarem para São Paulo e a ajudarem a construir o futuro da Companhia. Com a colaboração de todos, o Magazine Luiza manteve sua cultura e valores, fortalecendo a sua missão e visão corporativa. Continuando a nossa jornada, após uma década de preparação, abrimos o capital da Companhia, captando R\$564 milhões na oferta inicial. Com orgulho, abrimos o precedente de uma oferta expressiva de ações para pessoas físicas, contribuindo para a formação de uma cultura de investimento em mercado de capitais para o pequeno investidor. Acreditando na Companhia, nossos funcionários adquiriram e mantêm 1% das ações oferecidas ao mercado.

A abertura de capital nos possibilitou investimentos em expansão e infra-estrutura, logística e tecnologia, garantindo o crescimento sustentável da Companhia. Esses investimentos viabilizaram a compra das lojas do Baú, em agosto de 2011, e a sua completa integração em menos de sete meses de operação. Todo o processo foi conduzido de acordo com os nossos valores, com respeito às pessoas e culturas, em uma operação que envolveu contratações, treinamentos, reformas, alinhamento e integração de sistemas, processos e estrutura. Entramos em fevereiro de 2012 com mais de 100 lojas totalmente integradas em sistema, logística, processos e quadro de funcionários. Em linha com o sucesso da integração do Baú e vislumbrando oportunidades de crescimento, a Companhia decidiu iniciar a virada da marca no Nordeste, nas regiões metropolitanas do Recife, Maceió e Fortaleza, onde 39 lojas foram completamente reformadas e remodeladas e todas as equipes treinadas seguindo os processos e valores do Magazine Luiza. E os resultados já apareceram: no Nordeste, fechamos 2011 com R\$1 bilhão em vendas, o dobro de vendas realizadas pela Lojas Maia antes da aquisição.

Em uma demonstração de vitalidade e criatividade, em novembro, lançamos o Magazine Você, considerado uma revolução na forma de vender utilizando as redes sociais. Esta nova modalidade trouxe para a Companhia, em menos um mês, quase 20 mil novos divulgadores com suas “lojas virtuais”. Nosso e-commerce, caracterizado pelo atendimento interativo com nossos clientes, também apresentou crescimento de 44%.

Avaliamos que fizemos a utilização correta dos recursos e que os investimentos foram necessários para o nosso fortalecimento rumo à perenidade e sustentabilidade. Infelizmente, nossas decisões trouxeram um impacto de curto prazo nos resultados da Companhia. No entanto, a linha constante de crescimento do Magazine Luiza, desde a sua fundação há 55 anos, é a melhor comprovação de que é acertada a nossa estratégia de crescer e consolidar, para depois crescer novamente. E este ano de 2012 será de consolidação do crescimento sólido que estamos construindo há muito tempo. Saímos do ano de 2000 com 100 lojas para 728 em 2011 e vamos continuar nossa expansão de forma estruturada e saudável.

O nosso foco em 2012 é consolidar e integrar completamente as redes recém adquiridas, racionalizar custos e despesas, e aumentar a produtividade da Companhia. A maturação da expansão que vivemos em 2011 é o nosso compromisso com os investidores. E já começamos o ano com um cenário macro econômico favorável, com o aumento real do salário mínimo, a queda de juros e o crescimento expressivo e saudável da economia. O Magazine Luiza é hoje uma Companhia madura e sólida, preparada para colher frutos no futuro.

Luiza Helena Trajano  
Presidente do Magazine Luiza



## DESTAQUES 2011

O ano de 2011 foi considerado um período de grandes iniciativas e conquistas para a Companhia, notadamente pelo expressivo crescimento em vendas, pela abertura do capital da Companhia, pela consolidação do escritório de negócios em São Paulo e pelos significativos investimentos em expansão e reforma de lojas, em logística e tecnologia:

### **Crescimento Expressivo em Vendas**

A receita bruta consolidada do Magazine Luiza em 2011 foi de R\$7,6 bilhões, crescendo 33,5% em relação ao ano de 2010. O crescimento no conceito mesmas lojas foi de 16,5%, o que representa ganhos relevantes de *market-share*. As vendas pela internet cresceram 44,4%, totalizando R\$821,1 milhões em 2011. Adicionalmente, o faturamento da Lojas Maia praticamente dobrou em relação ao seu faturamento antes da aquisição, atingindo R\$1,0 bilhão.

### **Crescimento Sustentável**

A Companhia apresentou um crescimento sustentável em todos os trimestres, apesar da desaceleração da economia, notadamente no segundo semestre de 2011, e de uma política mais conservadora na aprovação de crédito pela Luizacred. A margem bruta consolidada se manteve nos patamares projetados para 2011, destacando o esforço em crescer o *market-share* sem afetar a rentabilidade comercial. Além disso, a Companhia manteve sua disciplina financeira, limitando as vendas sem juros.

### **Consolidação do Escritório de São Paulo**

A Companhia realizou a transferência, em outubro de 2010 e janeiro de 2011, de 350 colaboradores e suas famílias de Franca para São Paulo. O ano de 2011 representou a consolidação e o pleno funcionamento do novo escritório de negócios, impactando as despesas administrativas no curto prazo. No entanto, essa mudança foi extremamente importante para a sustentabilidade e o futuro da Companhia, sendo que tais custos serão diluídos no médio prazo com o aumento das vendas e a incorporação das redes adquiridas.

### **Abertura do Capital da Companhia**

Em junho de 2011, a Companhia finalizou o processo de IPO, um passo muito importante para a sua trajetória de crescimento, permitindo o acesso a uma fonte alternativa de financiamento dos investimentos, geração de empregos e criação de valor para seus acionistas. Com o IPO, mais de mil funcionários puderam se tornar acionistas da Companhia, reforçando a sua forte cultura corporativa.

### **Investimentos e Expansão**

O Magazine Luiza inaugurou 124 lojas em 2011, passando de 604 em 2010 para 728 lojas em dezembro de 2011, sendo 24 lojas novas e 100 oriundas da aquisição do Baú. Dessa forma, a Companhia antecipou seu plano de investimentos em cerca de dois anos. Além disso, foram reformadas e remodeladas 124 lojas, incluindo 39 lojas no Nordeste, onde foi iniciado o processo de virada da marca de Lojas Maia para Magazine Luiza.



Em função de todos os investimentos realizados, a Companhia elevou o nível de despesas operacionais em 2011, afetando a sua rentabilidade final, impactada pelos seguintes principais fatos:

### **Aquisição das Lojas do Baú**

A aquisição das Lojas do Baú teve principalmente dois objetivos estratégicos: (i) aumentar a presença nos estados de São Paulo e Paraná e (ii) expandir o canal virtual através da inauguração de mais de 30 lojas virtuais. A Companhia encerrou o ano de 2011 com 103 lojas virtuais, demonstrando o seu comprometimento em investir na multi-canalidade. Os resultados de 2011 foram impactados em decorrência de:

- Desembolso inicial no valor de R\$80,3 milhões pela aquisição;
- Despesas extraordinárias de R\$30,8 milhões, relacionadas a pessoal, aluguel das lojas e centros de distribuição, marketing e treinamento, principalmente no período em que as lojas permaneceram fechadas;
- Investimentos de R\$10,5 milhões relacionados à reforma e inauguração de lojas.

### **Processo de Integração da Lojas Maia**

A Companhia, dando continuidade ao processo de integração da Lojas Maia, realizou a virada da marca nas regiões metropolitanas do Recife, em outubro, Maceió e Fortaleza, em dezembro. A antecipação da virada da marca teve como objetivo o fortalecimento do Magazine Luiza nas principais regiões metropolitanas do Nordeste, que apresenta um crescimento acima da média do país. Os principais impactos nos resultados de 2011 foram:

- Redução das vendas das lojas que permaneceram parcialmente fechadas durante o período de reforma;
- Despesas extraordinárias no valor de R\$18,0 milhões, relacionadas às liquidações de estoques, marketing, viagens, treinamentos da equipe, dentre outras;
- Investimentos de R\$49,5 milhões relacionados à reforma e inauguração de lojas.

### **Investimentos em Infraestrutura**

O Magazine Luiza realizou importantes investimentos em infraestrutura, notadamente em logística e tecnologia, de R\$71,0 milhões, incluindo o início das obras de expansão do centro de distribuição de Louveira, de 60 mil m<sup>2</sup> para 95 mil m<sup>2</sup>, com conclusão prevista para 2T12. Além dos investimentos fixos, a Companhia teve despesas extraordinárias de R\$29,6 milhões, relacionadas a consultorias e despesas de integração das redes adquiridas. Tais gastos contribuíram para garantir o sucesso das integrações da Lojas Maia e do Baú, o expressivo crescimento das vendas no final do ano e na Liquidação Fantástica, realizada na primeira semana de 2012, simultaneamente em 728 lojas.

### **Resultados da Luizacred**

Com a migração da plataforma de cartão crédito para o Itaú Unibanco, novas práticas foram adotadas na Luizacred, de forma que o reconhecimento de receitas passou a ser mais conservador, as provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa substancialmente maiores do que o previsto e a taxa de aprovação de crédito reduzida em mais de 10 pontos percentuais, apesar da melhora dos indicadores de atraso.



## EXPECTATIVAS 2012

Para os próximos dois exercícios, principalmente 2012, a Companhia tem como foco principal a integração das redes, a redução de despesas e o aumento da rentabilidade. Dentro desse direcionamento estratégico, as principais expectativas para 2012 são:

### **Maturação das lojas do Baú**

A incorporação societária do Baú foi realizada em novembro de 2011 e a integração sistêmica concluída entre janeiro e fevereiro de 2012, de forma que todas as lojas já estão integradas aos sistemas do Magazine Luiza a partir de março. Consequentemente, as sinergias começam a ser capturadas através da redução de despesas de pessoal administrativo e de logística, com o encerramento dos contratos de locação dos centros de distribuição do Grupo Sílvia Santos. Em relação às vendas, a expectativa é a de que continuem crescendo consistentemente, em função de um melhor abastecimento das lojas, dos benefícios da política comercial da Companhia e do treinamento das equipes de vendas. Apesar dos custos de integração no 1T12, as lojas do Baú não deverão afetar negativamente a rentabilidade do ano como um todo, caminhando para a maturação completa em cerca de 3 anos.

### **Continuidade do processo de integração da Lojas Maia**

A expectativa de crescimento de vendas da Lojas Maia é superior às regiões Sul e Sudeste, em função do desenvolvimento econômico da região nordeste e da maturação das lojas, especialmente as reformadas. O processo de integração, já iniciado em 2011, tem a previsão de incorporação societária no 2T12 e integração sistêmica até o final do 3T12. A partir do 4T12, a Companhia deve se beneficiar de uma gestão totalmente integrada, com diluição de despesas administrativas, propaganda e marketing. A Companhia espera fazer a virada da marca nas regiões metropolitanas de Salvador e João Pessoa, durante o 2T12 e 3T12, concentrando as reformas e investimentos nas lojas de maior potencial. A reforma das demais lojas deverá acontecer a partir de 2013.

### **Foco prioritário na racionalização de custos e despesas, visando maior rentabilidade**

A Companhia incorporou ao seu planejamento estratégico de 2012 o Projeto "Mais com Menos", que envolve todas as áreas na busca de redução de despesas. Diversas iniciativas já foram implementadas, como a redução dos quadros administrativos e de lojas, as quais deverão trazer importantes ganhos de produtividade. Além disso, a Companhia deverá reduzir significativamente as despesas com consultorias e integrações, e diluir as despesas de marketing, já que não deverá entrar em novos mercados.

### **Continuidade dos Investimentos em Infraestrutura**

A Companhia deverá continuar investindo em projetos de infraestrutura, notadamente logística e tecnologia, e não prevê aquisições de outras redes de lojas. A Companhia está concluindo a expansão do centro de distribuição em Louveira, tem reforçado seus sistemas de tecnologia para absorver as redes adquiridas, e recentemente duplicou a hospedagem do seu banco de dados em Franca e São Paulo com o objetivo de aumentar a segurança das informações. Os investimentos totais planejados para 2012 estão orçados em R\$140 milhões, considerando a abertura de novas lojas (entre 20-30 lojas) e as reformas (entre 50-60 lojas), incluindo o Nordeste.

### **Luizacred**

A prática de políticas de crédito conservadoras deverá permanecer durante o ano de 2012 através de provisões robustas para perdas em crédito de liquidação duvidosa e da manutenção das taxas de aprovação de crédito. Entretanto, a Companhia espera uma melhora na rentabilidade da Luizacred, a partir do segundo semestre do ano, devido à maturação da carteira de cartão de crédito e das lojas inauguradas em 2011, diluição das despesas operacionais e redução proporcional das provisões como consequência da melhoria na qualidade da carteira em atraso.

### **Resultados 2012**

Além da racionalização de custos e despesas, vale destacar a confiança da Companhia em continuar crescendo substancialmente as vendas através da maturação das novas lojas, da internet, dos esforços permanentes na consolidação dos mercados de atuação, e pelas boas perspectivas do mercado brasileiro: crescimento maior da economia, inflação sob controle, ganhos de renda do trabalhador brasileiro e taxa de juros decrescente. As vendas do 1T12 em curso já refletem a melhora do cenário econômico, quando comparadas com o 4T11, reforçando as expectativas de crescimento das mesmas lojas no patamar de dois dígitos em 2012.



A Administração da Companhia está confiante na obtenção de melhores indicadores de produtividade e de resultados significativamente positivos para o exercício de 2012.

## PRINCIPAIS INDICADORES 2011

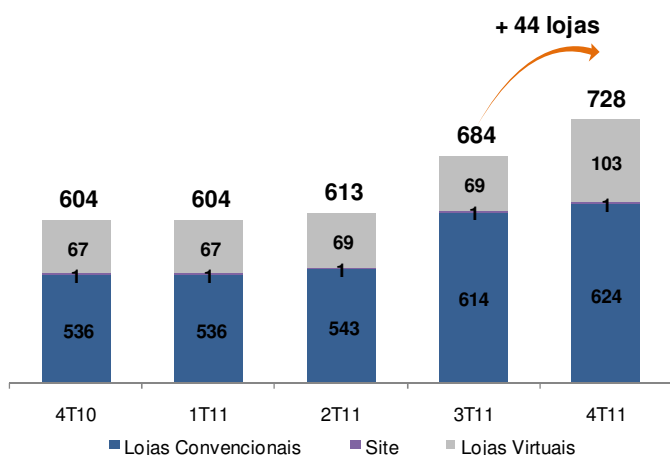
R\$ milhões (exceto quando indicado)	4T11	4T10	Var(%)	12M11	12M10	Var(%)
Receita Bruta Total	2.269,2	1.896,7	19,6%	7.601,3	5.692,0	33,5%
Receita Líquida Total	1.927,9	1.596,6	20,8%	6.419,4	4.808,0	33,5%
EBITDA	52,5	94,9	-44,7%	300,6	319,9	-6,0%
Margem EBITDA	2,7%	5,9%	-3,2 pp	4,7%	6,7%	-2,0 pp
EBITDA Ajustado	107,0	94,9	12,7%	346,3	319,9	8,3%
Margem EBITDA Ajustado	5,5%	5,9%	-0,4 pp	5,4%	6,7%	-1,3 pp
Lucro Líquido	(16,9)	20,5	-182,4%	11,7	68,8	-83,1%
Margem Líquida	-0,9%	1,3%	-2,2 pp	0,2%	1,4%	-1,2 pp
Lucro Líquido Ajustado	26,7	20,5	30,0%	55,5	68,8	-19,4%
Margem Líquida Ajustada	1,4%	1,3%	0,1 pp	0,9%	1,4%	-0,6 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	10,1%	24,3%	-	16,5%	29,0%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	7,0%	20,4%	-	13,1%	24,7%	-
Crescimento nas Vendas Internet	36,8%	64,1%	-	44,4%	75,0%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	728	604	20,5%	728	604	20,5%
Área de Vendas - Final do Período (M²)	454.045	400.112	13,5%	454.045	400.112	13,5%
Área Média por Loja - Final de Período (M²)	624	662	-5,8%	624	662	-5,8%
Base Total de Cartões Luizacred (mil)	4.426	3.287	34,6%	4.426	3.287	34,6%



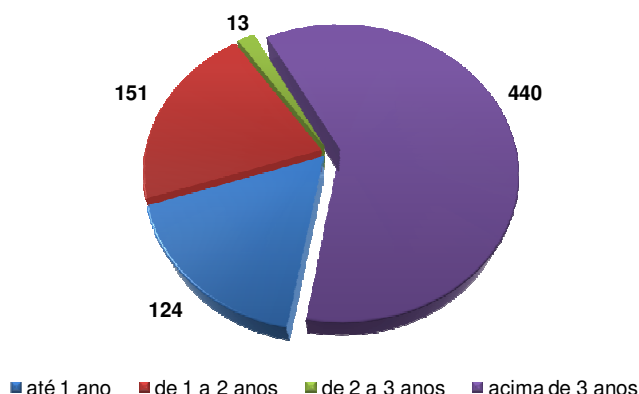
## DESEMPENHO OPERACIONAL

O Magazine Luiza fechou o ano de 2011 com 728 lojas, sendo 624 lojas convencionais, 103 lojas virtuais e o site, totalizando um aumento de 124 lojas quando comparado ao mesmo período do ano anterior. No 4T11, a Companhia inaugurou 44 lojas, sendo 31 virtuais do Baú, 4 no nordeste e 9 nas demais regiões do Magazine Luiza. Vale lembrar que das 728 lojas do Magazine Luiza, 288 (40% do total) têm menos de 3 anos e ainda não atingiram sua maturação completa.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



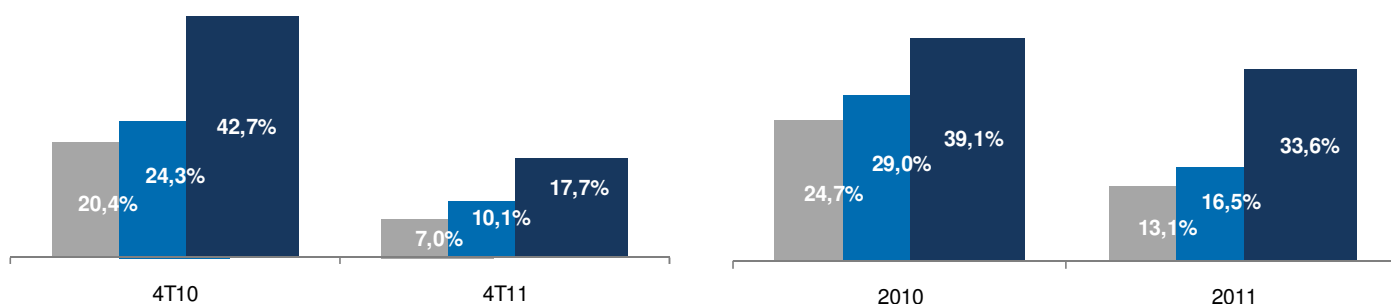
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



No conceito mesmas lojas, o Magazine Luiza cresceu 10,1% no 4T11 e 16,5% no acumulado 2011. Mesmo com uma queda, quando comparado aos mesmos períodos do ano anterior, a Companhia continua crescendo acima da média do mercado. Esta queda deveu-se basicamente à desaceleração da economia, conservadorismo na aprovação de crédito e ao processo de integração das lojas.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (em %)

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



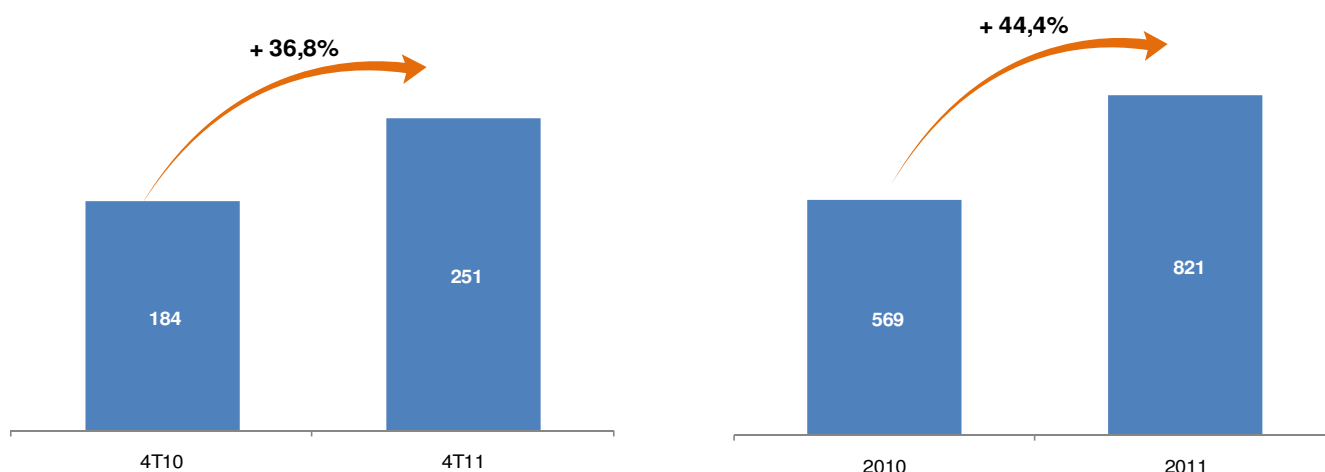
Nota 1: Crescimento mesmas lojas do Magazine Luiza, sem a Lojas Maia, foi de 9,7% no 4T11 e 16,1% no ano (considerando apenas as lojas físicas, o crescimento das mesmas lojas foi de 6,1% e 12,5%, respectivamente).

Nota 2: Na Lojas Maia, o crescimento no conceito mesmas lojas foi de 13,9% no 4T11 (excluindo os efeitos de reformas) e 24,3% no ano.



A internet continua sua trajetória de crescimento, com destaque para o aumento do mix de produtos e do conteúdo do site ([www.magazineluiza.com.br](http://www.magazineluiza.com.br)). No 4T11, as vendas pela internet cresceram 36,8%, alcançando R\$251 milhões e respondendo por 11,1% das vendas do varejo. No ano de 2011, as vendas atingiram R\$821 milhões, aumentando 44,4% em relação ao ano anterior.

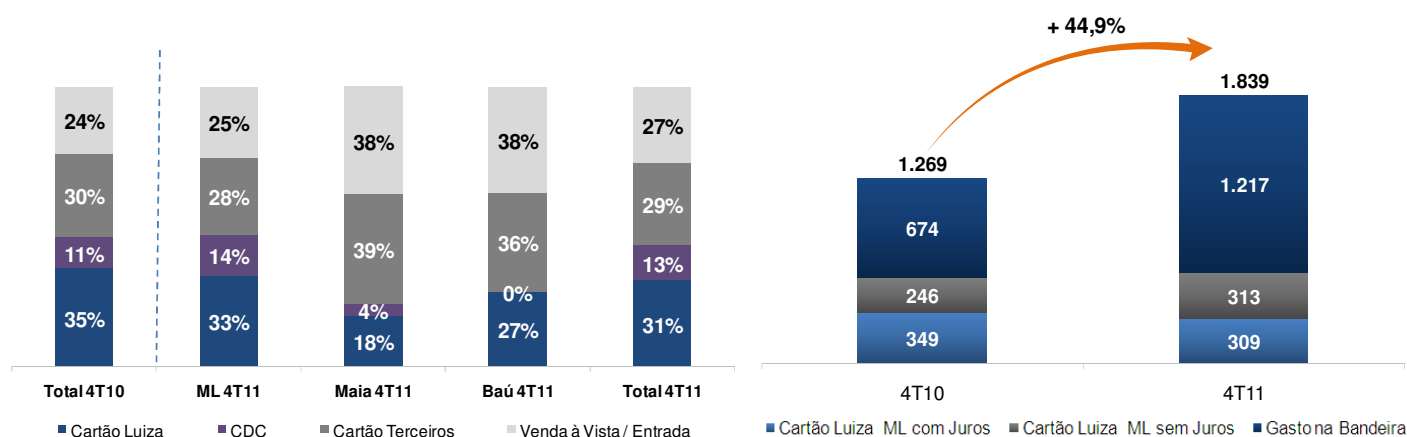
#### Faturamento Bruto na Internet (em R\$ milhões)



Nos últimos 12 meses, a base de cartões de crédito emitidos pela Luizacred cresceu significativamente, de 3,3 milhões no 4T10 para 4,4 milhões no 4T11, um aumento de 34,6%. No 4T11, as vendas pelo Cartão Luiza representaram 33% do total nas lojas do Magazine Luiza, 18% na Lojas Maia e 27% nas lojas do Baú.

#### Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)

#### Faturamento Cartão Luiza (em R\$ milhões)



A Luizacred tem feito diversas parcerias para estimular o uso do Cartão Luiza fora das lojas da Companhia, aumentando sua ativação e potencial de geração de receitas. No 4T11, os gastos totais no Cartão Luiza cresceram 44,9%, alcançando R\$1,8 bilhão. No mesmo período, a utilização fora das lojas da Companhia cresceu 80,5%, representando 66,2% do gasto total (comparado com 53,1% no 4T10). É importante ressaltar que a Companhia mantém sua política de incentivar as vendas com juros e limitar as vendas sem juros ao patamar de 15% das vendas totais.



## DESEMPENHO FINANCEIRO CONSOLIDADO

### Receita Bruta Consolidada

A tabela abaixo descreve a distribuição da receita bruta entre os segmentos de negócios:

(em R\$ milhões)	4T11	4T10	Var(%)	12M11	12M10	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.038,9	1.740,8	17,1%	6.848,1	5.138,3	33,3%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	81,5	60,3	35,3%	264,7	186,1	42,2%
<b>Total Varejo</b>	<b>2.120,5</b>	<b>1.801,1</b>	<b>17,7%</b>	<b>7.112,8</b>	<b>5.324,4</b>	<b>33,6%</b>
Receita Bruta - Financiamento ao Consumo	160,7	107,6	49,3%	528,9	395,4	33,8%
Receita Bruta - Operações de Seguros	18,5	16,0	15,7%	68,8	58,3	17,9%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	7,8	6,4	23,3%	27,7	21,1	31,6%
Eliminações Inter-Companhias	(38,2)	(34,4)	11,1%	(136,8)	(107,2)	27,6%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>2.269,2</b>	<b>1.896,7</b>	<b>19,6%</b>	<b>7.601,3</b>	<b>5.692,0</b>	<b>33,5%</b>

A receita bruta consolidada do Magazine Luiza avançou 19,6% no 4T11, passando de R\$1.896,7 milhões para R\$2.269,2 milhões. O expressivo aumento obtido no trimestre foi devido principalmente aos seguintes fatores:

- Expansão de 17,7% no segmento varejo, totalizando R\$2.120,5 milhões no 4T11, influenciado pelo crescimento de 10,1% no conceito mesmas lojas, pela expansão orgânica (24 novas lojas nos últimos 12 meses) e pela aquisição da Lojas Maia e Baú.
- Crescimento na receita proveniente do segmento de financiamento ao consumo de 49,3%, passando de R\$107,6 milhões no 4T10 para R\$160,7 milhões no 4T11, com destaque para o crescimento das receitas provenientes do Cartão Luiza e para o empréstimo pessoal, que, a partir do 3T11, passou a ser contabilizado na Luizacred (excluindo esse efeito, o crescimento teria sido de 29,4%).

Nos 12M11, a receita bruta consolidada cresceu 33,5%, totalizando R\$7.601,3 milhões.

### Receita Líquida Consolidada

(em R\$ milhões)	4T11	4T10	Var(%)	12M11	12M10	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.708,6	1.449,4	17,9%	5.703,0	4.280,6	33,2%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	71,1	52,0	36,6%	229,7	161,4	42,3%
<b>Total Varejo</b>	<b>1.779,7</b>	<b>1.501,4</b>	<b>18,5%</b>	<b>5.932,7</b>	<b>4.442,0</b>	<b>33,6%</b>
Receita Líquida - Financiamento ao Consumo	160,7	107,6	49,3%	528,9	395,4	33,8%
Receita Líquida - Operações de Seguros	18,5	16,0	15,7%	68,8	58,3	17,9%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	7,2	5,9	22,7%	25,8	19,6	31,9%
Eliminações Inter-Companhias	(38,2)	(34,4)	11,1%	(136,8)	(107,2)	27,6%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>1.927,9</b>	<b>1.596,6</b>	<b>20,8%</b>	<b>6.419,4</b>	<b>4.808,0</b>	<b>33,5%</b>

A receita líquida consolidada no 4T11 aumentou 20,8%, passando de R\$1.596,6 milhões para R\$1.927,9 milhões. Nos 12M11, cresceu 33,5%, atingindo R\$6.419,4 milhões. Esse forte crescimento pode ser atribuído ao avanço da receita bruta, principalmente no segmento de varejo e financiamento ao consumo.





## Lucro Bruto Consolidado

(em R\$ milhões)	4T11	4T10	Var(%)	12M11	12M10	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	477,8	399,4	19,7%	1.539,6	1.187,8	29,6%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	71,1	52,0	36,6%	229,7	161,4	42,3%
<b>Total Varejo</b>	<b>548,9</b>	<b>451,4</b>	<b>21,6%</b>	<b>1.769,3</b>	<b>1.349,1</b>	<b>31,1%</b>
Lucro Bruto - Financiamento ao Consumo	135,2	88,5	52,8%	431,3	334,4	29,0%
Lucro Bruto - Operações de Seguros	17,2	15,3	12,2%	63,8	55,4	15,3%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	3,8	3,0	27,4%	11,7	10,0	16,9%
Eliminações Inter-Companhias	(36,9)	(36,9)	0,0%	(131,8)	(107,2)	23,0%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>668,2</b>	<b>521,2</b>	<b>28,2%</b>	<b>2.144,3</b>	<b>1.641,8</b>	<b>30,6%</b>

(em % da Receita Líquida)	4T11	4T10	Var(%)	12M11	12M10	Var(%)
Margem Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	28,0%	27,6%	0,4 pp	27,0%	27,7%	-0,8 pp
Margem Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	100,0%	100,0%	0,0 pp	100,0%	100,0%	0,0 pp
<b>Total Varejo</b>	<b>30,8%</b>	<b>30,1%</b>	<b>0,8 pp</b>	<b>29,8%</b>	<b>30,4%</b>	<b>-0,6 pp</b>
Margem Bruta - Financiamento ao Consumo	84,1%	82,2%	1,9 pp	81,5%	84,6%	-3,0 pp
Margem Bruta - Operações de Seguros	92,9%	95,8%	-2,9 pp	92,8%	95,0%	-2,1 pp
Margem Bruta - Administração de Consórcios	52,1%	50,2%	1,9 pp	45,3%	51,2%	-5,8 pp
Eliminações Inter-Companhias	96,5%	107,2%	-10,8 pp	96,4%	100,0%	-3,6 pp
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>34,7%</b>	<b>32,6%</b>	<b>2,0 pp</b>	<b>33,4%</b>	<b>34,1%</b>	<b>-0,7 pp</b>

No 4T11, o lucro bruto consolidado totalizou R\$668,2 milhões, um aumento de 28,2% comparado ao mesmo período do ano anterior, influenciado positivamente por custos menores nos segmentos de varejo e financiamento ao consumo. Seguem abaixo os principais fatores que influenciaram o aumento do lucro bruto:

- A margem bruta do segmento varejo foi de 30,8% no 4T11, acima da margem de 30,1% obtida no 4T10. A margem bruta foi impulsionada, principalmente, por uma melhoria no mix de produtos, compensando as vendas com margens mais baixas pela internet;
- A margem do segmento de financiamento ao consumo foi de 84,1% no 4T11, superior ao 4T10, em função principalmente do empréstimo pessoal (excluindo esse efeito, a margem bruta desse segmento teria sido de 82,1%, evoluindo em relação ao 3T11 devido à redução do CDI).

Vale ressaltar que, no acumulado do ano, a redução da margem bruta no segmento de financiamento ao consumo está associada ao aumento do CDI médio no período e à mudança no perfil da carteira da Luizacred, em função do crescimento mais acelerado do uso do Cartão Luiza fora das lojas. Esta transação tem menor margem financeira no início, mas gera mais resultados no médio prazo.

Nos 12M11, o lucro bruto consolidado atingiu R\$2.144,3 milhões, um aumento de 30,6% no período e uma margem de 33,4%.



## Despesas Operacionais

(em R\$ milhões)	4T11	%RL	4T10	%RL	Var(%)	12M11	%RL	12M10	%RL	Var(%)
Despesas com vendas	(378,2)	-19,6%	(290,5)	-18,2%	30,2%	(1.271,0)	-19,8%	(960,2)	-20,0%	32,4%
Despesas gerais e administrativas	(119,8)	-6,2%	(100,0)	-6,3%	19,8%	(354,6)	-5,5%	(248,9)	-5,2%	42,5%
Perda em liquidação duvidosa	(73,2)	-3,8%	(58,2)	-3,6%	25,6%	(244,9)	-3,8%	(175,3)	-3,6%	39,7%
Outras receitas operacionais, líquidas	(44,5)	-2,3%	22,4	1,4%	-298,9%	26,8	0,4%	62,5	1,3%	-57,1%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(615,7)</b>	<b>-31,9%</b>	<b>(426,4)</b>	<b>-26,7%</b>	<b>44,4%</b>	<b>(1.843,7)</b>	<b>-28,7%</b>	<b>(1.321,8)</b>	<b>-27,5%</b>	<b>39,5%</b>

## Despesas com Vendas

No consolidado, as despesas com vendas totalizaram R\$378,2 milhões no 4T11, representando 19,6% da receita líquida, acima dos 18,2% observados no 4T10. Este aumento está associado às despesas do varejo, em função das lojas novas, da aquisição das lojas do Baú e gastos com a virada da marca na Lojas Maia.

No ano, as despesas com vendas foram diluídas de 20,0% para 19,8% da receita líquida.

## Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas passaram de R\$100,0 milhões no 4T10 para R\$119,8 milhões no 4T11, representando 6,2% da receita líquida. Esse aumento é devido à mudança do escritório de negócios para São Paulo, bem como pela manutenção dos escritórios e centros de distribuição da Lojas Maia e das lojas do Baú, e todos os gastos extraordinários oriundos do processo de integração das redes adquiridas.

No acumulado, as gerais e administrativas totalizaram R\$354,6 milhões, passando de 5,2% para 5,5% da receita líquida.

## Perdas em Crédito de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa passaram de R\$58,2 milhões no 4T10 para R\$73,2 milhões no 4T11. É importante ressaltar que, por conservadorismo, a Luizacred tem reduzido a taxa de aprovação das propostas de financiamentos, apesar da melhora dos indicadores de atraso da carteira da Luizacred nos últimos meses. A carteira total em atraso diminuiu 0,9 ponto percentual de set/11 para dez/11.

Nos 12M11, as provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa passaram de R\$175,3 milhões para R\$244,9 milhões, representando 3,8% da receita líquida.

## Outras Despesas (Receitas) Operacionais

As outras despesas (receitas) operacionais líquidas passaram de receitas de R\$22,4 milhões no 4T10 para despesas de R\$44,5 milhões no 4T11. Essa variação foi decorrente, principalmente, dos seguintes fatores:

- Despesas extraordinárias com o processo de integração das redes no valor de R\$28,4 milhões, incluindo despesas com lojas novas, virada da marca no nordeste e gastos de integração das redes adquiridas;
- Redução na apropriação de receitas diferidas no valor de R\$21,8 milhões (em função principalmente de uma alteração no critério de apropriação para o método linear, as receitas passaram de R\$12,5 milhões no 4T10 para reversão de R\$9,3 milhões no 4T11);
- Aumento nas despesas com cartão de crédito na Luizacred, em função das lojas novas e do aumento da base de novos cartões de crédito;



- Alteração na contabilização do empréstimo pessoal, que passou a ser contabilizado no resultado da intermediação financeira, reduzindo a receita de *profit sharing*.

## EBITDA

No 4T11, o lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA Consolidado) alcançou R\$52,5 milhões, com margem de 2,7%. O resultado consolidado foi impactado pelo aumento nas despesas administrativas, bem como por diversas despesas extraordinárias incluindo despesas pré-operacionais de lojas novas e gastos com a virada da marca no nordeste e integração das redes. Excluindo esses efeitos, o EBITDA ajustado pelas despesas extraordinárias foi de R\$107,0 milhões, com margem de 5,5%.

Nos 12M11, o EBITDA consolidado foi de R\$300,6 milhões com margem de 4,7%, representando uma queda de 6,0% em relação ao ano de 2010, em função, principalmente, do impacto dos resultados extraordinários no 3T11 e 4T11. Excluindo esses efeitos, o EBITDA ajustado pelas despesas extraordinárias foi de R\$346,3 milhões, com margem de 5,4%.

## Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	4T11	% RL	4T10	% RL	12M11	% RL	12M10	% RL
<b>Despesas Financeiras</b>	(51,9)	-2,7%	(56,7)	-3,6%	(217,4)	-3,4%	(178,0)	-3,7%
Juros de empréstimos e financiamentos	(28,4)	-1,5%	(41,7)	-2,6%	(136,8)	-2,1%	(113,6)	-2,4%
Juros de antecipações de recebíveis de cartão de terceiros	(6,7)	-0,3%	(3,1)	-0,2%	(28,3)	-0,4%	(11,6)	-0,2%
Juros de antecipações de recebíveis Cartão Luiza	(6,7)	-0,3%	(6,8)	-0,4%	(24,6)	-0,4%	(22,0)	-0,5%
Outras despesas	(10,2)	-0,5%	(5,1)	-0,3%	(27,7)	-0,4%	(30,8)	-0,6%
<b>Receitas Financeiras</b>	11,6	0,6%	9,7	0,6%	51,7	0,8%	36,6	0,8%
Rendimento de aplicações financeiras e títulos mobiliários	5,4	0,3%	2,2	0,1%	32,2	0,5%	7,9	0,2%
Outras receitas financeiras	6,2	0,3%	7,5	0,5%	19,5	0,3%	28,6	0,6%
<b>Resultado Financeiro Total</b>	(40,2)	-2,1%	(47,0)	-2,9%	(165,7)	-2,6%	(141,5)	-2,9%

As despesas financeiras líquidas diminuíram de 2,9% no 4T10 para 2,1% da receita líquida no 4T11, totalizando R\$40,2 milhões. Essa variação foi consequência principalmente da redução do endividamento líquido da Companhia após a abertura de capital. Apenas para efeito de comparação, as despesas financeiras líquidas foram de 3,2% no 1T11, 2,9% no 2T11 e 2,3% da receita líquida no 3T11.

Os encargos sobre antecipação de cartão de crédito incluem os juros de antecipação do Cartão Luiza que se mantiveram praticamente estáveis, R\$6,8 milhões no 4T10 e R\$6,7 milhões no 4T11, representando apenas 0,3% da receita líquida consolidada. 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.

No acumulado, as despesas financeiras líquidas passaram de R\$141,5 milhões nos 12M10 para R\$165,7 milhões nos 12M11.

## Imposto de Renda e Contribuição Social

O imposto de renda e a contribuição social saíram de R\$9,2 milhões no 4T10 para R\$7,9 milhões no 4T11. A Companhia não contabilizou impostos diferidos ativos em função do prejuízo das lojas do Baú e da Lojas Maia no montante de R\$7,6 milhões no 4T11, afetando a alíquota efetiva consolidada.

No acumulado do ano, os impostos diferidos ativos não contabilizados foram de R\$13,6 milhões. Vale explicar que este prejuízo deve ser compensado com o aproveitamento fiscal do ágio das aquisições, possível após as incorporações.



## Lucro Líquido Consolidado

O resultado líquido do 4T11 foi um prejuízo de R\$16,9 milhões, influenciado pelas despesas extraordinárias e créditos fiscais não aproveitados. Excluindo esses dois efeitos, o lucro líquido ajustado foi de R\$26,7 milhões, com margem de 1,4%.

Nos 12M11, o lucro líquido consolidado foi de R\$11,7 milhões, com margem de 0,2% sobre a receita líquida. No acumulado do ano, o lucro líquido ajustado foi de R\$55,5 milhões, com margem de 0,9%.

## Capital de Giro

CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	dez-11	set-11	jun-11	mar-11	dez-10
Contas a receber	1.927,8	1.758,3	1.630,6	1.522,2	1.524,7
Estoques	1.264,7	1.001,0	876,6	741,1	849,8
Partes relacionadas	42,6	42,0	24,2	49,2	36,0
Impostos a recuperar	24,6	26,1	16,8	31,2	46,5
Outros ativos	59,4	70,4	68,7	59,1	63,0
<b>Ativos circulantes operacionais</b>	<b>3.319,1</b>	<b>2.897,9</b>	<b>2.616,9</b>	<b>2.402,9</b>	<b>2.520,0</b>
Fornecedores	1.267,8	988,1	923,7	756,7	1.132,3
Depósitos interfinanceiros	981,5	928,1	911,4	842,4	852,7
Operações com cartões de crédito	436,1	349,1	298,8	235,8	220,2
Salários, férias e encargos sociais	121,6	133,1	113,9	96,4	116,5
Impostos a recolher	49,3	36,2	32,5	26,2	39,4
Partes relacionadas	25,5	21,0	12,3	15,3	21,7
Impostos parcelados	2,9	3,9	8,2	41,9	43,0
Provisões técnicas de seguros	32,5	29,9	17,7	16,5	22,9
Outras contas a pagar	94,6	62,5	57,3	73,4	68,8
<b>Passivos circulantes operacionais</b>	<b>3.011,7</b>	<b>2.551,9</b>	<b>2.375,8</b>	<b>2.104,6</b>	<b>2.517,6</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>307,3</b>	<b>346,0</b>	<b>241,1</b>	<b>298,3</b>	<b>2,4</b>

Nota: O saldo de contas a receber é divulgado líquido de recebíveis de cartões de crédito antecipados, no valor de R\$441,7 milhões em dez/11, R\$344,9 milhões em set/11, R\$318,6 milhões em jun/11, R\$298,7 milhões em mar/11 e R\$235,0 milhões em dez/10.

Em dez/11, o capital de giro líquido era de R\$307,3 milhões, representando apenas 4,0% da receita bruta dos últimos 12 meses. Na mesma data, o saldo de recebíveis de cartões de crédito de terceiros antecipados era de R\$441,7 milhões. Considerando este saldo de recebíveis descontado, a necessidade de capital de giro seria equivalente a 9,9% da receita bruta.

## Investimentos

INVESTIMENTOS (em R\$ milhões)	4T11	4T10	12M11	12M10
Lojas Novas	25,1	19,4	46,1	28,7
Reformas	37,8	15,2	82,2	27,1
Tecnologia	5,8	5,1	35,3	33,4
Outros	28,9	13,3	46,5	34,4
<b>Total</b>	<b>97,6</b>	<b>53,0</b>	<b>210,2</b>	<b>123,7</b>

Os investimentos em ativo imobilizado e intangível saíram de R\$53,0 milhões no 4T10 para R\$97,6 milhões no 4T11. Esses investimentos incluem reformas de lojas existentes, bem como investimentos em tecnologia, logística e lojas novas. No 4T11, foram inauguradas organicamente 13 lojas novas e iniciados os investimentos para a abertura de mais 3 lojas virtuais do Baú e 4 lojas convencionais no nordeste no 1T12. Outros investimentos incluem o início da ampliação do centro de distribuição de Louveira e outros investimentos em logística, no total de R\$23,6 milhões no 4T11 e R\$28,2 milhões no acumulado do ano de 2011.



## Endividamento Líquido

Em dez/11, o Magazine Luiza apresentava empréstimos e financiamentos no valor de R\$711,3 milhões, caixa e aplicações financeiras no valor de R\$291,3 milhões, perfazendo dívida líquida de R\$420,0 milhões, equivalente a 1,2 vezes o EBITDA ajustado de 2011.

ENDIVIDAMENTO CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	dez-11	set-11	jun-11	mar-11	dez-10
(+) Empréstimos e financiamentos circulante	129,7	140,8	332,7	350,1	108,8
(+) Empréstimos e financiamentos não circulante	581,7	617,1	516,2	595,4	666,1
(+) Financiamento de Aquisições	-	-	8,4	25,4	33,6
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>711,3</b>	<b>757,9</b>	<b>857,3</b>	<b>970,9</b>	<b>808,5</b>
(-) Caixa e equivalentes de caixa	173,1	78,0	48,3	125,6	328,9
(-) Títulos e valores mobiliários circulante	75,0	259,5	655,5	145,3	46,7
(-) Títulos e valores mobiliários não circulante	43,3	35,4	24,4	21,7	32,0
<b>(-) Caixa e Disponibilidades (Total)</b>	<b>291,3</b>	<b>372,8</b>	<b>728,2</b>	<b>292,6</b>	<b>407,5</b>
<b>(=) Endividamento Líquido</b>	<b>420,0</b>	<b>385,1</b>	<b>129,1</b>	<b>678,3</b>	<b>401,0</b>
Endividamento de curto prazo / total	18%	19%	40%	39%	18%
Endividamento de longo prazo / total	82%	81%	60%	61%	82%
EBITDA <sup>1</sup>	346,3	343,0	344,9	343,4	319,9
<b>Dívida Líquida / EBITDA</b>	<b>1,2 x</b>	<b>1,1 x</b>	<b>0,4 x</b>	<b>2,0 x</b>	<b>1,3 x</b>

<sup>1</sup> EBITDA corrente dos últimos 12 meses e em dez/2011 EBITDA ajustado pelas despesas extraordinárias.



## ANEXO I

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADOS CONSOLIDADOS

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	4T11	AV	4T10	AV	Var(%)	12M11	AV	12M10	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	2.269,2	117,7%	1.896,7	118,8%	19,6%	7.601,3	118,4%	5.692,0	118,4%	33,5%
Impostos e Cancelamentos	(341,4)	-17,7%	(300,1)	-18,8%	13,7%	(1.182,0)	-18,4%	(884,0)	-18,4%	33,7%
<b>Receita Líquida</b>	1.927,9	100,0%	1.596,6	100,0%	20,8%	6.419,4	100,0%	4.808,0	100,0%	33,5%
Custo Total	(1.259,7)	-65,3%	(1.075,3)	-67,4%	17,1%	(4.275,1)	-66,6%	(3.166,3)	-65,9%	35,0%
<b>Lucro Bruto</b>	668,2	34,7%	521,2	32,6%	28,2%	2.144,3	33,4%	1.641,8	34,1%	30,6%
Despesas com vendas	(378,2)	-19,6%	(290,5)	-18,2%	30,2%	(1.271,0)	-19,8%	(960,2)	-20,0%	32,4%
Despesas gerais e administrativas	(119,8)	-6,2%	(100,0)	-6,3%	19,8%	(354,6)	-5,5%	(248,9)	-5,2%	42,5%
Perda em liquidação duvidosa	(73,2)	-3,8%	(58,2)	-3,6%	25,6%	(244,9)	-3,8%	(175,3)	-3,6%	39,7%
Outras receitas operacionais, líquidas	(44,5)	-2,3%	22,4	1,4%	-298,9%	26,8	0,4%	62,5	1,3%	-57,1%
Total de Despesas Operacionais	(615,7)	-31,9%	(426,4)	-26,7%	44,4%	(1.843,7)	-28,7%	(1.321,8)	-27,5%	39,5%
<b>EBITDA</b>	52,5	2,7%	94,9	5,9%	-44,7%	300,6	4,7%	319,9	6,7%	-6,0%
Depreciação e amortização	(21,3)	-1,1%	(18,2)	-1,1%	17,0%	(86,9)	-1,4%	(68,5)	-1,4%	26,9%
<b>EBIT</b>	31,2	1,6%	76,7	4,8%	-59,3%	213,7	3,3%	251,4	5,2%	-15,0%
Resultado Financeiro	(40,2)	-2,1%	(47,0)	-2,9%	-14,4%	(165,7)	-2,6%	(141,5)	-2,9%	17,1%
<b>Lucro Operacional</b>	(9,0)	-0,5%	29,7	1,9%	-130,3%	47,9	0,7%	110,0	2,3%	-56,4%
IR / CS	(7,9)	-0,4%	(9,2)	-0,6%	-14,1%	(36,3)	-0,6%	(41,1)	-0,9%	-11,8%
<b>Lucro Líquido</b>	(16,9)	-0,9%	20,5	1,3%	-182,4%	11,7	0,2%	68,8	1,4%	-83,1%

#### Reconciliação do EBITDA pelas despesas extraordinárias

<b>EBITDA</b>	52,5	2,7%	94,9	5,9%	-	300,6	4,7%	319,9	6,7%	-
Receitas extraordinárias	-	0,0%	-	0,0%	-	(32,6)	-0,5%	-	0,0%	-
Despesas extraordinárias	(1) 38,3	2,0%	-	0,0%	-	78,3	1,2%	-	0,0%	-
Ajuste receitas diferidas	(2) 16,1	0,8%	-	0,0%	-	-	0,0%	-	0,0%	-
<b>EBITDA ajustado</b>	107,0	5,5%	94,9	5,9%	-	346,3	5,4%	319,9	6,7%	-
<b>Lucro Líquido</b>	(16,9)	-0,9%	20,5	1,3%	-	11,7	0,2%	68,8	1,4%	-
Resultado extraordinário	54,5	2,8%	-	0,0%	-	45,7	0,7%	-	0,0%	-
IR/CS s/ resultado extraordinário	(18,5)	-1,0%	-	0,0%	-	(15,6)	-0,2%	-	0,0%	-
Créditos de IR/CS não aproveitados	7,6	0,4%	-	0,0%	-	13,6	0,2%	-	0,0%	-
<b>Lucro Líquido ajustado</b>	26,7	1,4%	20,5	1,3%	-	55,5	0,9%	68,8	1,4%	-

Nota 1: as despesas extraordinárias do processo de integração das redes e lojas novas somaram R\$38,3 milhões no 4T11, sendo R\$9,9 no Magazine Luiza, R\$11,8 na Maia e R\$16,7 no Baú. No caso do Baú, foi considerado como extraordinário o efeito negativo do EBITDA, já que as lojas estavam sendo integradas durante o 4T11. Essas despesas foram apropriadas no resultado da seguinte forma: R\$28,4 milhões como outras despesas operacionais, R\$5,2 milhões como despesas de vendas e R\$4,8 milhões como despesas administrativas.

Nota 2: alteração no critério de apropriação da receita diferida para o método linear.



## ANEXO II

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS TRIMESTRAIS DE 2011 – RESULTADOS CONSOLIDADOS

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T11	AV	2T11	AV	3T11	AV	4T11	AV	12M11	AV
<b>Receita Bruta</b>	1.696,1	119,8%	1.744,3	118,4%	1.891,8	118,0%	2.269,2	117,7%	7.601,3	118,4%
Impostos e Cancelamentos	(280,0)	-19,8%	(271,5)	-18,4%	(289,1)	-18,0%	(341,4)	-17,7%	(1.182,0)	-18,4%
<b>Receita Líquida</b>	1.416,1	100,0%	1.472,8	100,0%	1.602,7	100,0%	1.927,9	100,0%	6.419,4	100,0%
Custo Total	(946,2)	-66,8%	(990,1)	-67,2%	(1.079,0)	-67,3%	(1.259,7)	-65,3%	(4.275,1)	-66,6%
<b>Lucro Bruto</b>	469,9	33,2%	482,7	32,8%	523,6	32,7%	668,2	34,7%	2.144,3	33,4%
Despesas com vendas	(282,3)	-19,9%	(289,2)	-19,6%	(321,3)	-20,0%	(378,2)	-19,6%	(1.271,0)	-19,8%
Despesas gerais e administrativas	(71,5)	-5,0%	(74,9)	-5,1%	(88,5)	-5,5%	(119,8)	-6,2%	(354,6)	-5,5%
Perda em liquidação duvidosa	(51,0)	-3,6%	(52,7)	-3,6%	(68,1)	-4,2%	(73,2)	-3,8%	(244,9)	-3,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	18,9	1,3%	6,0	0,4%	46,4	2,9%	(44,5)	-2,3%	26,8	0,4%
Total de Despesas Operacionais	(385,8)	-27,2%	(410,7)	-27,9%	(431,5)	-26,9%	(615,7)	-31,9%	(1.843,7)	-28,7%
<b>EBITDA</b>	84,0	5,9%	71,9	4,9%	92,2	5,8%	52,5	2,7%	300,6	4,7%
Depreciação e amortização	(21,1)	-1,5%	(21,8)	-1,5%	(22,8)	-1,4%	(21,3)	-1,1%	(86,9)	-1,4%
<b>EBIT</b>	62,9	4,4%	50,1	3,4%	69,4	4,3%	31,2	1,6%	213,7	3,3%
Resultado Financeiro	(45,7)	-3,2%	(42,4)	-2,9%	(37,4)	-2,3%	(40,2)	-2,1%	(165,7)	-2,6%
<b>Lucro Operacional</b>	17,2	1,2%	7,8	0,5%	32,0	2,0%	(9,0)	-0,5%	47,9	0,7%
IR / CS	(4,9)	-0,3%	(3,2)	-0,2%	(20,3)	-1,3%	(7,9)	-0,4%	(36,3)	-0,6%
<b>Lucro Líquido</b>	12,3	0,9%	4,6	0,3%	11,7	0,7%	(16,9)	-0,9%	11,7	0,2%

#### Reconciliação do EBITDA pelas despesas extraordinárias

<b>EBITDA</b>	84,0	5,9%	71,9	4,9%	92,2	5,8%	52,5	2,7%	300,6	4,7%
Receitas extraordinárias	-	0,0%	-	0,0%	(32,6)	-2,0%	-	0,0%	(32,6)	-0,5%
Despesas extraordinárias	-	0,0%	-	0,0%	40,0	2,5%	38,3	2,0%	78,3	1,2%
Ajuste receitas diferidas	(5,4)	-0,4%	(5,4)	-0,4%	(5,4)	-0,3%	16,1	0,8%	-	0,0%
<b>EBITDA ajustado</b>	78,7	5,6%	66,5	4,5%	94,2	5,9%	107,0	5,5%	346,3	5,4%
<b>Lucro Líquido</b>	12,3	0,9%	4,6	0,3%	11,7	0,7%	(16,9)	-0,9%	11,7	0,2%
Resultado extraordinário	(5,4)	-0,4%	(5,4)	-0,4%	2,0	0,1%	54,5	2,8%	45,7	0,7%
IR/CS s/ resultado extraordinário	1,8	0,1%	1,8	0,1%	(0,7)	0,0%	(18,5)	-1,0%	(15,6)	-0,2%
Créditos de IR/CS não aproveitados	-	0,0%	-	0,0%	6,0	0,4%	7,6	0,4%	13,6	0,2%
<b>Lucro Líquido ajustado</b>	8,7	0,6%	1,0	0,1%	19,0	1,2%	26,7	1,4%	55,5	0,9%



## ANEXO III

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVOS	dez/11	set/11	jun/11	mar/11	dez/10
<b>ATIVOS CIRCULANTES</b>					
Caixa e equivalentes de caixa	173,1	78,0	48,3	125,6	328,9
Títulos e valores mobiliários	75,0	259,5	655,5	145,3	46,7
Contas a receber	1.927,8	1.758,3	1.630,6	1.522,2	1.524,7
Estoques	1.264,7	1.001,0	876,6	741,1	849,8
Partes relacionadas	42,6	42,0	24,2	49,2	36,0
Impostos a recuperar	24,6	26,1	16,8	31,2	46,5
Outros ativos	59,4	70,4	68,7	59,1	63,0
<b>Total dos ativos circulantes</b>	<b>3.567,1</b>	<b>3.235,4</b>	<b>3.320,7</b>	<b>2.673,8</b>	<b>2.895,6</b>
<b>ATIVOS NÃO CIRCULANTES</b>					
Títulos e valores mobiliários	43,3	35,4	24,4	21,7	32,0
Contas a receber	9,4	6,3	9,3	14,1	18,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	178,9	183,7	189,7	170,8	168,2
Impostos a recuperar	31,0	29,5	32,2	11,3	10,2
Depósito judiciais	89,0	75,3	61,3	50,4	47,2
Outros ativos	19,8	18,8	17,0	9,9	22,4
Imobilizado	489,9	406,6	372,6	359,9	358,8
Intangível	448,9	448,6	374,9	370,0	374,6
<b>Total dos ativos não circulantes</b>	<b>1.310,2</b>	<b>1.204,1</b>	<b>1.081,3</b>	<b>1.008,1</b>	<b>1.032,2</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>4.877,4</b>	<b>4.439,4</b>	<b>4.402,0</b>	<b>3.682,0</b>	<b>3.927,8</b>
<b>PASSIVOS</b>					
<b>PASSIVOS CIRCULANTES</b>					
Fornecedores	1.267,8	988,1	923,7	756,7	1.132,3
Empréstimos e financiamentos	129,7	140,8	332,7	350,1	108,8
Depósitos interfinanceiros	981,5	928,1	911,4	842,4	852,7
Operações com cartões de crédito	436,1	349,1	298,8	235,8	220,2
Salários, férias e encargos sociais	121,6	133,1	113,9	96,4	116,5
Impostos a recolher	49,3	36,2	32,5	26,2	39,4
Partes relacionadas	25,5	21,0	12,3	15,3	21,7
Impostos parcelados	2,9	3,9	8,2	41,9	43,0
Receita diferida	24,1	25,6	26,0	55,1	26,0
Dividendos a pagar	1,7	-	-	-	-
Provisões técnicas de seguros	32,5	29,9	17,7	16,5	22,9
Outras contas a pagar	94,6	62,5	65,7	98,9	102,4
<b>Total dos passivos circulantes</b>	<b>3.167,1</b>	<b>2.718,3</b>	<b>2.742,9</b>	<b>2.535,2</b>	<b>2.685,9</b>
<b>PASSIVOS NÃO CIRCULANTES</b>					
Empréstimos e financiamentos	581,7	617,1	516,2	595,4	666,1
Depósitos interfinanceiros	-	-	0,3	1,2	4,0
Impostos parcelados	4,4	4,0	6,1	6,2	6,3
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	173,4	165,8	189,6	182,5	182,0
Provisões técnicas de seguros	17,9	18,2	29,6	28,6	20,8
Receita diferida	294,3	259,4	271,4	254,6	296,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	10,8	11,5	12,3	13,0	13,7
Outras contas a pagar	6,9	5,5	5,8	5,5	5,4
<b>Total dos passivos não circulantes</b>	<b>1.089,3</b>	<b>1.081,7</b>	<b>1.031,3</b>	<b>1.087,0</b>	<b>1.194,4</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital social	606,5	606,5	606,5	43,0	43,0
Reserva legal	4,0	3,4	3,4	3,4	3,4
Reserva de retenção de lucros	10,4	1,0	1,0	1,0	1,0
Prejuízos acumulados	-	28,6	16,9	12,3	-
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>620,9</b>	<b>639,5</b>	<b>627,8</b>	<b>59,7</b>	<b>47,4</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4.877,4</b>	<b>4.439,4</b>	<b>4.402,0</b>	<b>3.682,0</b>	<b>3.927,8</b>





## ANEXO IV

### DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – VAREJO

DRE VAREJO (em R\$ milhões)	4T11	AV	4T10	AV	Var(%)	12M11	AV	12M10	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	2.120,5	119,1%	1.801,1	120,0%	17,7%	7.112,8	119,9%	5.324,4	119,9%	33,6%
Impostos e Cancelamentos	(340,8)	-19,1%	(299,7)	-20,0%	13,7%	(1.180,0)	-19,9%	(882,4)	-19,9%	33,7%
<b>Receita Líquida</b>	1.779,7	100,0%	1.501,4	100,0%	18,5%	5.932,7	100,0%	4.442,0	100,0%	33,6%
Custo Total	(1.230,8)	-69,2%	(1.050,0)	-69,9%	17,2%	(4.163,4)	-70,2%	(3.092,8)	-69,6%	34,6%
<b>Lucro Bruto</b>	548,9	30,8%	451,4	30,1%	21,6%	1.769,3	29,8%	1.349,1	30,4%	31,1%
Despesas com vendas	(357,7)	-20,1%	(280,5)	-18,7%	27,5%	(1.201,7)	-20,3%	(885,8)	-19,9%	35,7%
Despesas gerais e administrativas	(113,1)	-6,4%	(94,1)	-6,3%	20,2%	(327,2)	-5,5%	(226,8)	-5,1%	44,3%
Perda em liquidação duvidosa	(6,0)	-0,3%	(6,4)	-0,4%	-6,7%	(13,3)	-0,2%	(14,5)	-0,3%	-8,4%
Outras receitas operacionais, líquidas	(15,5)	-0,9%	21,1	1,4%	-173,4%	54,5	0,9%	55,8	1,3%	-2,4%
Total de Despesas Operacionais	(492,3)	-27,7%	(359,9)	-24,0%	36,8%	(1.487,7)	-25,1%	(1.071,2)	-24,1%	38,9%
<b>EBITDA</b>	56,6	3,2%	91,5	6,1%	-38,1%	281,6	4,7%	277,9	6,3%	1,3%
Depreciação e amortização	(20,9)	-1,2%	(17,8)	-1,2%	17,3%	(85,5)	-1,4%	(67,1)	-1,5%	27,4%
<b>EBIT</b>	35,7	2,0%	73,7	4,9%	-51,5%	196,1	3,3%	210,8	4,7%	-7,0%
Equivalência patrimonial	1,0	0,1%	7,4	0,5%	-86,7%	29,9	0,5%	42,4	1,0%	-29,6%
Resultado Financeiro	(49,4)	-2,8%	(55,8)	-3,7%	-11,5%	(200,2)	-3,4%	(170,6)	-3,8%	17,4%
<b>Lucro Operacional</b>	(12,7)	-0,7%	25,3	1,7%	-150,2%	25,8	0,4%	82,6	1,9%	-68,8%
IR / CS	(4,2)	-0,2%	(4,7)	-0,3%	-11,1%	(14,1)	-0,2%	(13,8)	-0,3%	2,7%
<b>Lucro Líquido</b>	(16,9)	-0,9%	20,5	1,4%	-182,4%	11,7	0,2%	68,8	1,5%	-83,1%

#### Reconciliação do EBITDA pelas despesas extraordinárias

<b>EBITDA</b>	56,6	3,2%	91,5	6,1%	-	281,6	4,7%	277,9	6,3%	-
Receitas extraordinárias	-	0,0%	-	0,0%	-	(32,6)	-0,5%	-	0,0%	-
Despesas extraordinárias	38,3	2,2%	-	0,0%	-	78,3	1,3%	-	0,0%	-
Ajuste receitas diferidas	16,1	0,9%	-	0,0%	-	-	0,0%	-	0,0%	-
<b>EBITDA ajustado</b>	111,1	6,2%	91,5	6,1%	-	327,4	5,5%	277,9	6,3%	-
<b>Lucro Líquido</b>	(16,9)	-0,9%	20,5	1,4%	-	11,7	0,2%	68,8	1,5%	-
Resultado extraordinário	54,5	3,1%	-	0,0%	-	45,7	0,8%	-	0,0%	-
IR/CS s/ resultado extraordinário	(18,5)	-1,0%	-	0,0%	-	(15,6)	-0,3%	-	0,0%	-
Créditos de IR/CS não aproveitados	7,6	0,4%	-	0,0%	-	13,6	0,2%	-	0,0%	-
<b>Lucro Líquido ajustado</b>	26,7	1,5%	20,5	1,4%	-	55,5	0,9%	68,8	1,5%	-



## ANEXO V

### RESULTADOS POR SEGMENTO – 4T11

4T11 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Lojas Maia 100%	Baú 100%	Varejo Pro-Forma	Financeira 50%	Seguradora 50%	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado
<b>Receita Bruta</b>	1.809,5	257,8	53,1	2.120,5	160,7	18,5	7,8	(38,2)	2.269,2
Impostos e Cancelamentos	(281,4)	(52,9)	(6,5)	(340,8)	-	-	(0,6)	-	(341,4)
<b>Receita Líquida</b>	1.528,1	205,0	46,6	1.779,7	160,7	18,5	7,2	(38,2)	1.927,9
Custo Total	(1.047,0)	(146,7)	(37,1)	(1.230,8)	(25,5)	(1,3)	(3,5)	1,3	(1.259,7)
<b>Lucro Bruto</b>	481,1	58,3	9,6	548,9	135,2	17,2	3,8	(36,9)	668,2
Despesas com vendas	(293,3)	(51,7)	(12,7)	(357,7)	(39,1)	(11,7)	-	30,2	(378,2)
Despesas gerais e administrativas	(84,7)	(21,6)	(6,8)	(113,1)	(0,5)	(3,1)	(3,2)	-	(119,8)
Perda em liquidação duvidosa	(6,0)	-	-	(6,0)	(67,2)	-	-	-	(73,2)
Outras receitas operacionais, líquid.	(18,2)	9,5	(6,7)	(15,5)	(26,6)	(0,1)	0,1	(2,4)	(44,5)
Total de Despesas Operacionais	(402,3)	(63,8)	(26,3)	(492,3)	(133,3)	(14,8)	(3,1)	27,8	(615,7)
<b>EBITDA</b>	78,8	(5,5)	(16,7)	56,6	1,8	2,4	0,7	(9,0)	52,5
Depreciação e amortização	(16,5)	(3,6)	(0,8)	(20,9)	(1,4)	(1,3)	(0,1)	2,4	(21,3)
<b>EBIT</b>	62,3	(9,1)	(17,5)	35,7	0,5	1,1	0,6	(6,7)	31,2
Equivalência patrimonial	(29,5)	(0,3)	-	1,0	-	-	-	29,8	-
Resultado Financeiro	(44,9)	(4,3)	(0,2)	(49,4)	-	2,2	0,2	6,7	(40,2)
<b>Lucro Operacional</b>	(12,1)	(13,7)	(17,7)	(12,7)	0,5	3,3	0,9	29,8	(9,0)
IR / CS	(4,8)	0,6	-	(4,2)	(2,1)	(1,3)	(0,3)	-	(7,9)
<b>Lucro Líquido</b>	(16,9)	(13,1)	(17,7)	(16,9)	(1,6)	2,0	0,6	29,8	(16,9)
Margem Bruta	31,5%	28,4%	20,5%	30,8%	84,1%	92,9%	52,1%	96,5%	34,7%
Margem EBITDA	5,2%	-2,7%	-35,8%	3,2%	1,1%	12,8%	9,8%	23,7%	2,7%
Margem Líquida	-1,1%	-6,4%	-38,0%	-0,9%	-1,0%	10,9%	7,9%	-78,0%	-0,9%

#### Reconciliação do EBITDA pelas despesas extraordinárias

<b>EBITDA</b>	78,8	(5,5)	(16,7)	56,6	1,8	2,4	0,7	(9,0)	52,5
Receitas extraordinárias	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Despesas extraordinárias	9,9	11,8	16,7	38,3	-	-	-	-	38,3
Ajuste receitas diferidas	16,1	-	-	16,1	-	-	-	-	16,1
<b>EBITDA ajustado</b>	104,8	6,3	-	111,1	1,8	2,4	0,7	(9,0)	107,0
<b>Margem EBITDA ajustada</b>	6,9%	3,1%	0,0%	6,2%	1,1%	12,8%	9,8%	23,7%	5,5%

<b>Lucro Líquido</b>	(16,9)	(13,1)	(17,7)	(16,9)	(1,6)	2,0	0,6	29,8	(16,9)
Resultado extraordinário	26,0	11,8	16,7	54,5	-	-	-	-	54,5
IR/CS s/ resultado extraordinário	(8,8)	(4,0)	(5,7)	(18,5)	-	-	-	-	(18,5)
Créditos de IR/CS não aproveitados	-	2,9	4,7	7,6	-	-	-	-	7,6
Equivalência patrimonial	26,4	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Lucro Líquido ajustado</b>	26,7	(2,4)	(2,0)	26,7	(1,6)	2,0	0,6	29,8	26,7
<b>Margem Líquida ajustada</b>	1,7%	-1,2%	-4,3%	1,5%	-1,0%	10,9%	7,9%	-78,0%	1,4%



## ANEXO VI

### RESULTADOS POR SEGMENTO – 4T10

4T10 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Lojas Maia 100%	Varejo Pro-Forma	Financeira 50%	Seguradora 50%	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado
<b>Receita Bruta</b>	1.574,9	226,2	1.801,1	107,6	16,0	6,4	(34,4)	1.896,7
Impostos e Cancelamentos	(245,3)	(54,4)	(299,7)	-	-	(0,5)	-	(300,1)
<b>Receita Líquida</b>	1.329,6	171,9	1.501,4	107,6	16,0	5,9	(34,4)	1.596,6
Custo Total	(927,2)	(122,9)	(1.050,0)	(19,2)	(0,7)	(2,9)	(2,5)	(1.075,3)
<b>Lucro Bruto</b>	402,4	49,0	451,4	88,5	15,3	3,0	(36,9)	521,2
Despesas com vendas	(258,9)	(21,6)	(280,5)	(29,6)	(10,6)	-	30,1	(290,5)
Despesas gerais e administrativas	(74,9)	(19,2)	(94,1)	(0,8)	(2,5)	(2,6)	-	(100,0)
Perda em liquidação duvidosa	(6,4)	(0,0)	(6,4)	(51,8)	-	-	-	(58,2)
líquidas	20,4	0,7	21,1	2,4	-	0,1	(1,3)	22,4
Total de Despesas Operacionais	(319,8)	(40,1)	(359,9)	(79,7)	(13,1)	(2,5)	28,8	(426,4)
<b>EBITDA</b>	82,6	8,9	91,5	8,7	2,2	0,5	(8,1)	94,9
Depreciação e amortização	(17,0)	(0,8)	(17,8)	(0,3)	(1,3)	(0,1)	1,3	(18,2)
<b>EBIT</b>	65,6	8,1	73,7	8,5	0,9	0,4	(6,8)	76,7
Equivalência patrimonial	6,4	-	7,4	-	-	-	(6,4)	-
Resultado Financeiro	(46,7)	(9,1)	(55,8)	-	1,8	0,2	6,8	(47)
<b>Lucro Operacional</b>	25,3	(1,0)	25,3	8,5	2,7	0,6	(6,4)	29,7
IR / CS	(4,7)	-	(4,7)	(3,3)	(1,0)	(0,2)	-	(9,2)
<b>Lucro Líquido</b>	20,5	(1,0)	20,5	5,2	1,7	0,4	(6,4)	20,5
Margem Bruta	30,3%	28,5%	30,1%	82,2%	95,8%	50,2%	107,2%	32,6%
Margem EBITDA	6,2%	5,2%	6,1%	8,1%	13,8%	8,3%	23,5%	5,9%
Margem Líquida	1,5%	-0,6%	1,4%	4,8%	10,7%	7,3%	18,6%	1,3%



## ANEXO VII

### RESULTADOS POR SEGMENTO – 2011

12M11 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Lojas Maia 100%	Baú 100%	Varejo Pro-Forma	Financeira 50%	Seguradora 50%	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado
<b>Receita Bruta</b>	6.058,5	992,1	62,2	7.112,8	528,9	68,8	27,7	(136,8)	7.601,3
Impostos e Cancelamentos	(958,4)	(214,1)	(7,5)	(1.180,0)	-	-	(1,9)	-	(1.182,0)
<b>Receita Líquida</b>	5.100,1	778,0	54,7	5.932,7	528,9	68,8	25,8	(136,8)	6.419,4
Custo Total	(3.562,5)	(557,7)	(43,2)	(4.163,4)	(97,6)	(4,9)	(14,1)	5,0	(4.275,1)
<b>Lucro Bruto</b>	1.537,6	220,3	11,4	1.769,3	431,3	63,8	11,7	(131,8)	2.144,3
Despesas com vendas	(1.029,9)	(156,5)	(15,2)	(1.201,7)	(132,7)	(43,8)	-	107,3	(1.271,0)
Despesas gerais e administrativas	(259,8)	(58,5)	(8,9)	(327,2)	(3,2)	(11,3)	(13,0)	-	(354,6)
Perda em liquidação duvidosa	(13,3)	-	-	(13,3)	(231,7)	-	-	-	(244,9)
Outras receitas operacionais, líquidas	21,7	50,9	(18,1)	54,5	(18,1)	(0,2)	0,0	(9,4)	26,8
Total de Despesas Operacionais	(1.281,3)	(164,1)	(42,2)	(1.487,7)	(385,6)	(55,3)	(13,0)	97,9	(1.843,7)
<b>EBITDA</b>	256,3	56,2	(30,8)	281,6	45,7	8,5	(1,3)	(34,0)	300,6
Depreciação e amortização	(70,5)	(13,7)	(1,3)	(85,5)	(5,4)	(5,1)	(0,3)	9,4	(86,9)
<b>EBIT</b>	185,8	42,5	(32,2)	196,1	40,3	3,4	(1,6)	(24,6)	213,7
Equivalência patrimonial	3,5	4,4	-	29,9	-	-	-	(7,9)	-
Resultado Financeiro	(174,6)	(25,5)	(0,1)	(200,2)	-	9,0	0,9	24,6	(165,7)
<b>Lucro Operacional</b>	14,7	21,4	(32,3)	25,8	40,3	12,4	(0,7)	(7,9)	47,9
IR / CS	(3,0)	(11,1)	-	(14,1)	(17,5)	(4,9)	0,3	-	(36,3)
<b>Lucro Líquido</b>	11,7	10,2	(32,3)	11,7	22,7	7,5	(0,4)	(7,9)	11,7
Margem Bruta	30,1%	28,3%	20,9%	29,8%	81,5%	92,8%	45,3%	96,4%	33,4%
Margem EBITDA	5,0%	7,2%	-56,4%	4,7%	8,6%	12,4%	-5,0%	24,8%	4,7%
Margem Líquida	0,2%	1,3%	-59,0%	0,2%	4,3%	10,9%	-1,4%	5,7%	0,2%

#### Reconciliação do EBITDA pelas despesas extraordinárias

<b>EBITDA</b>	256,3	56,2	(30,8)	281,6	45,7	8,5	(1,3)	(34,0)	300,6
Receitas extraordinárias	-	(32,6)	-	(32,6)	-	-	-	-	(32,6)
Despesas extraordinárias	29,6	18,0	30,8	78,3	-	-	-	-	78,3
Ajuste receitas diferidas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>EBITDA ajustado</b>	285,8	41,6	(0,0)	327,4	45,7	8,5	(1,3)	(34,0)	346,3
<b>Margem EBITDA ajustada</b>	5,6%	5,3%	0,0%	5,5%	8,6%	12,4%	-5,0%	24,8%	5,4%
<b>Lucro Líquido</b>	11,7	10,2	(32,3)	11,7	22,7	7,5	(0,4)	(7,9)	11,7
Resultado extraordinário	29,6	(14,6)	30,8	45,7	-	-	-	-	45,7
IR/CS s/ resultado extraordinário	(10,1)	5,0	(10,5)	(15,6)	-	-	-	-	(15,6)
Créditos de IR/CS não aproveitados	-	4,0	9,6	13,6	-	-	-	-	13,6
Equivalência patrimonial	24,3	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Lucro Líquido ajustado</b>	55,5	4,6	(2,3)	55,5	22,7	7,5	(0,4)	(7,9)	55,5
<b>Margem Líquida ajustada</b>	1,1%	0,6%	-4,3%	0,9%	4,3%	10,9%	-1,4%	5,7%	0,9%



## ANEXO VIII

### RESULTADOS POR SEGMENTO – 2010

12M10 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Lojas Maia 100%	Varejo Pro-Forma	Financeira 50%	Seguradora 50%	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado
<b>Receita Bruta</b>	4.996,4	328,0	5.324,4	395,4	58,3	21,1	(107,2)	5.692,0
Impostos e Cancelamentos	(802,8)	(79,7)	(882,4)	-	-	(1,5)	-	(884,0)
<b>Receita Líquida</b>	4.193,6	248,3	4.442,0	395,4	58,3	19,6	(107,2)	4.808,0
Custo Total	(2.916,7)	(176,1)	(3.092,8)	(61,0)	(2,9)	(9,5)	-	(3.166,3)
<b>Lucro Bruto</b>	1.276,9	72,2	1.349,1	334,4	55,4	10,0	(107,2)	1.641,8
Despesas com vendas	(855,9)	(29,9)	(885,8)	(122,5)	(37,1)	-	85,1	(960,2)
Despesas gerais e administrativas	(198,2)	(28,6)	(226,8)	(2,9)	(9,4)	(9,8)	-	(248,9)
Perda em liquidação duvidosa	(14,5)	(0,0)	(14,5)	(160,8)	-	-	-	(175,3)
líquidas	54,8	1,0	55,8	11,0	-	0,8	(5,1)	62,5
Total de Despesas Operacionais	(1.013,7)	(57,6)	(1.071,2)	(275,1)	(46,5)	(9,0)	80,0	(1.321,8)
<b>EBITDA</b>	263,3	14,7	277,9	59,3	8,9	1,0	(27,2)	319,9
Depreciação e amortização	(65,7)	(1,4)	(67,1)	(1,1)	(5,1)	(0,3)	5,1	(68,5)
<b>EBIT</b>	197,5	13,2	210,8	58,2	3,8	0,8	(22,0)	251,4
Equivalência patrimonial	40,1	-	42,4	-	-	-	(40,1)	-
Resultado Financeiro	(155,1)	(15,5)	(170,6)	-	6,4	0,7	22,0	(141)
<b>Lucro Operacional</b>	82,6	(2,3)	82,6	58,2	10,2	1,4	(40,1)	110,0
IR / CS	(13,8)	-	(13,8)	(22,9)	(4,0)	(0,5)	-	(41,1)
<b>Lucro Líquido</b>	68,8	(2,3)	68,8	35,3	6,2	0,9	(40,1)	68,8
Margem Bruta	30,4%	29,1%	30,4%	84,6%	95,0%	51,2%	100,0%	34,1%
Margem EBITDA	6,3%	5,9%	6,3%	15,0%	15,3%	5,1%	25,4%	6,7%
Margem Líquida	1,6%	-0,9%	1,5%	8,9%	10,6%	4,8%	37,4%	1,4%



## ANEXO IX

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

Receita Bruta por Canal	12M11	A.V.(%)	12M10	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	295,1	4,1%	238,6	4,5%	23,6%
Site	821,1	11,5%	568,7	10,7%	44,4%
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>1.116,1</b>	<b>15,7%</b>	<b>807,3</b>	<b>15,2%</b>	<b>38,2%</b>
Lojas convencionais	5.996,6	84,3%	4.517,1	84,8%	32,8%
Magazine Luiza	4.942,4	69,5%	4.189,1	78,7%	18,0%
Lojas Maia	992,1	13,9%	328,0	6,2%	202,4%
New Co.	62,2	0,9%	-	-	-
<b>Total</b>	<b>7.112,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.324,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>33,6%</b>

Receita Bruta por Canal	4T11	A.V.(%)	4T10	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	96,7	4,6%	77,6	4,3%	24,6%
Site	250,9	11,8%	183,5	10,2%	36,8%
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>347,7</b>	<b>16,4%</b>	<b>261,1</b>	<b>14,5%</b>	<b>33,1%</b>
Lojas convencionais	1.772,8	83,6%	1.540,0	85,5%	15,1%
Magazine Luiza	1.461,9	68,9%	1.313,7	72,9%	11,3%
Lojas Maia	257,8	12,2%	226,2	12,6%	14,0%
New Co.	53,1	2,5%	-	-	-
<b>Total</b>	<b>2.120,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.801,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>17,7%</b>

Número de Lojas por Canal - Final do Período	2011	Part(%)	2010	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	103	14,1%	67	11,1%	36
Site	1	0,1%	1	0,2%	-
<b>Subtotal - Canal Virtual</b>	<b>104</b>	<b>14,3%</b>	<b>68</b>	<b>11,3%</b>	<b>36</b>
Lojas convencionais	624	85,7%	536	88,7%	88
Magazine Luiza	413	56,7%	400	66,2%	13
Lojas Maia	142	19,5%	136	22,5%	6
New Co.	69	9,5%	-	0,0%	69
<b>Total</b>	<b>728</b>	<b>100,0%</b>	<b>604</b>	<b>100,0%</b>	<b>124</b>

<b>Área total de vendas (m²)</b>	<b>454.045</b>	<b>100,0%</b>	<b>400.112</b>	<b>100,0%</b>	<b>13,5%</b>
----------------------------------	----------------	---------------	----------------	---------------	--------------



## ANEXO X

### LUIZACRED

#### Indicadores Operacionais

A Luizacred é uma *joint-venture* entre Magazine Luiza e Itaú Unibanco, responsável pelo financiamento da maior parte das vendas. O papel principal do Magazine Luiza é a gestão dos colaboradores e o atendimento dos clientes, ao passo que o Itaú Unibanco é responsável pelo financiamento da Luizacred, pela elaboração das políticas de crédito e cobrança e pelas atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Em dez/11, a Luizacred tinha uma base total de 4,4 milhões de cartões emitidos. Nos últimos 12 meses, a base total de cartões cresceu 34,6%, contribuindo para a evolução do faturamento do Cartão Luiza, dentro e fora das lojas (no 4T11, o faturamento fora representou 66,2% do faturamento total do Cartão, com crescimento de 80,5% em relação ao 4T10). A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, somava R\$3,3 bilhões ao final do 4T11.

LUIZACRED - Indicadores Chave (em R\$ milhões)	4T11	4T10	Var(%)	12M11	12M10	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	4.426	3.287	34,6%	4.426	3.287	34,6%
Faturamento Cartão Luiza Dentro	622	595	4,5%	2.258	1.857	21,6%
Faturamento Cartão Luiza Fora - Bandeira	1.217	674	80,5%	3.882	2.118	83,3%
Faturamento CDC	223	174	28,2%	670	563	19,1%
Faturamento Empréstimo Pessoal	51	48	6,0%	243	237	2,6%
Faturamento Total Luizacred	2.112	1.491	41,7%	7.175	4.877	47,1%
Carteira Cartão	2.737	1.969	39,0%	2.737	1.969	39,0%
Carteira CDC	459	391	17,5%	459	391	17,5%
Carteira Empréstimo Pessoal	139	-	-	139	-	-
Carteira Total	3.334	2.360	41,3%	3.334	2.360	41,3%

#### Política de Crédito e Cobrança

A concessão de crédito da Luizacred é feita seguindo políticas e critérios estabelecidos pela área de Modelagem e Políticas de Crédito do Itaú Unibanco. As políticas são definidas com base em modelos estatísticos, proprietários, usando como critério de decisão o modelo de *Risk Adjusted Return on Capital* (RAROC). Por conservadorismo, a Luizacred reduziu a taxa de aprovação das propostas de financiamentos em mais 5 pontos percentuais no 4T11 em relação ao 3T11.

#### Resultado da Intermediação Financeira

A receita da intermediação financeira cresceu 52,5% no 4T11 em relação ao 4T10, com destaque para o empréstimo pessoal que, no 3T11, passou a ser contabilizado como resultado da intermediação financeira (anteriormente, o resultado desse produto era reconhecido na linha de outras receitas operacionais, via *profit sharing*). Excluindo esse efeito, a receita de intermediação financeira cresceu 29,4%, em função do crescimento do cartão de crédito.



## Provisão para Devedores Duvidosos

Os indicadores de atraso da carteira da Luizacred melhoraram no 4T11 em relação ao 3T11. A carteira em atraso representava 16,8% da carteira total em dez/11, comparado com 17,7% em set/11, uma redução de 0,9 ponto percentual. A provisão de perdas sobre a carteira da Luizacred foi de 4,0% no 4T11, em linha com as perdas observadas no 3T11 (4,3%) e 4T10 (4,1%).

Finalmente, o saldo de provisões no balanço da Luizacred aumentou de R\$455,7 milhões (15,1% da carteira total) em set/11 para R\$469,5 milhões (14,1% da carteira total) em dez/11, permanecendo R\$14,8 milhões acima da provisão requerida pelo Banco Central de acordo com a Lei no. 2682. O saldo de provisões representava 114% da carteira em atraso acima de 90 dias.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	dez/11		set/11		jun/11		mar/11		dez/10	
Carteira Total (R\$ milhões)	3.334,2	100,0%	3.011,7	100,0%	2.668,3	100,0%	2.424,2	100,0%	2.359,7	100,0%
000 à 014 dias	2.773,8	83,2%	2.478,2	82,3%	2.155,4	80,8%	1.890,1	78,0%	1.901,7	80,6%
015 à 030 dias	43,2	1,3%	34,2	1,1%	78,8	3,0%	96,6	4,0%	91,0	3,9%
031 à 060 dias	39,5	1,2%	36,2	1,2%	51,9	1,9%	59,7	2,5%	64,8	2,7%
061 à 090 dias	64,4	1,9%	52,7	1,8%	48,4	1,8%	63,7	2,6%	43,3	1,8%
091 à 120 dias	53,2	1,6%	54,0	1,8%	45,3	1,7%	66,2	2,7%	36,2	1,5%
121 à 150 dias	46,4	1,4%	48,8	1,6%	47,3	1,8%	51,6	2,1%	31,4	1,3%
151 à 180 dias	41,9	1,3%	51,8	1,7%	51,2	1,9%	33,5	1,4%	29,1	1,2%
180 à 360 dias	271,8	8,2%	255,7	8,5%	190,0	7,1%	162,8	6,7%	162,2	6,9%
Atraso de 15 a 90 dias	147,0	4,4%	123,2	4,1%	179,1	6,7%	219,9	9,1%	199,0	8,4%
Atraso maior 90 dias	413,3	12,4%	410,3	13,6%	333,8	12,5%	314,2	13,0%	259,0	11,0%
Atraso Total	560,4	16,8%	533,5	17,7%	512,9	19,2%	534,1	22,0%	458,0	19,4%
PDD em IFRS	469,5	14,1%	455,7	15,1%	372,9	14,0%	333,4	13,8%	309,4	13,1%
Índice de Cobertura	114%		111%		112%		106%		119%	

Nota: para melhor comparabilidade e análise de performance dos créditos (NPL), a Companhia passou a divulgar a abertura da carteira pelo critério de atraso, enquanto que no Banco Central a Companhia continua divulgando a abertura da carteira na visão por faixa de risco.

## Outras receitas (despesas) operacionais

A receita de prestação de serviços cresceu 33,8% no 4T11 em relação ao 4T10, com destaque para o aumento das receitas de tarifas e comissões pelo uso do Cartão Luiza fora das lojas. Além disso, vale destacar que: (i) a redução nas outras receitas operacionais está associada à mudança da contabilização do empréstimo pessoal; (ii) o aumento nas outras despesas operacionais está relacionado ao crescimento acelerado da base de cartões de crédito e abertura de novas lojas, que devem ser diluídas ao longo do tempo com a maturação da base, crescimento da carteira e pelos esforços da Companhia na redução de despesas.





## Demonstração de Resultados

LUIZACRED - Resultados (em R\$ milhões)	4T11	AV	4T10	AV	Var(%)	12M11	AV	12M10	AV	Var(%)
<b>Receitas da Intermediação Financeira</b>	271,5	100,0%	178,1	100,0%	52,5%	882,6	100,0%	666,1	100,0%	32,5%
Cartão	181,4	66,8%	124,1	69,7%	46,2%	610,6	69,2%	463,2	69,5%	31,8%
CDC	47,2	17,4%	54,0	30,3%	-12,5%	202,2	22,9%	202,9	30,5%	-0,3%
EP	42,9	15,8%	-	0,0%	0,0%	69,80	7,9%	-	0,0%	0,0%
<b>Despesas da Intermediação Financeira</b>	(185,3)	-68,3%	(142,0)	-79,7%	30,6%	(658,5)	-74,6%	(443,6)	-66,6%	48,4%
Operações de Captação no Mercado	(51,0)	-18,8%	(38,3)	-21,5%	33,0%	(195,2)	-22,1%	(121,9)	-18,3%	60,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(134,4)	-49,5%	(103,6)	-58,2%	29,7%	(463,3)	-52,5%	(321,7)	-48,3%	44,0%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	86,2	31,7%	36,1	20,3%	138,7%	224,1	25,4%	222,5	33,4%	0,7%
<b>Outras Receitas (Despesas) Operacionais</b>	(85,3)	-31,4%	(19,2)	-10,8%	344,2%	(143,6)	-16,3%	(106,2)	-15,9%	35,2%
Receitas de Prestação de Serviços	49,8	18,3%	37,2	20,9%	33,8%	175,1	19,8%	124,7	18,7%	40,5%
Despesas de Pessoal	(1,0)	-0,4%	(1,5)	-0,8%	-35,3%	(6,3)	-0,7%	(5,7)	-0,9%	11,0%
Outras Despesas Administrativas	(60,6)	-22,3%	(47,5)	-26,7%	27,5%	(210,3)	-23,8%	(201,8)	-30,3%	4,2%
Depreciação e Amortização	(2,8)	-1,0%	(0,6)	-0,3%	398,5%	(10,8)	-1,2%	(2,2)	-0,3%	386,5%
Despesas Tributárias	(17,5)	-6,5%	(11,6)	-6,5%	50,9%	(55,1)	-6,2%	(43,2)	-6,5%	27,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(53,2)	-19,6%	4,8	2,7%	-1213,6%	(36,2)	-4,1%	22,0	3,3%	-264,0%
Outras Receitas Operacionais	8,3	3,1%	17,6	9,9%	-52,9%	150,3	17,0%	72,9	10,9%	106,1%
Outras Despesas Operacionais	(61,5)	-22,6%	(12,8)	-7,2%	380,7%	(186,4)	-21,1%	(50,9)	-7,6%	266,4%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	0,9	0,3%	16,9	9,5%	-94,5%	80,6	9,1%	116,3	17,5%	-30,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(4,2)	-1,5%	(6,5)	-3,7%	-36,0%	(35,1)	-4,0%	(45,8)	-6,9%	-23,4%
<b>Lucro Líquido</b>	(3,2)	-1,2%	10,4	5,8%	-131,0%	45,5	5,2%	70,5	10,6%	-35,5%

## Patrimônio Líquido

De acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o patrimônio líquido da Luizacred, em dez/11, era de R\$311,8 milhões. Em função de provisões adicionais e outros ajustes requeridos pelo IFRS, o patrimônio líquido da Luizacred para efeito das demonstrações financeiras do Magazine Luiza era de R\$303,0 milhões.



## TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

### Teleconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)

**23 de março de 2012 (sexta-feira)**

**11h00 – Horário de Brasília**

**10h00 – Horário Estados Unidos (EST)**

**Para participantes no Brasil:**

Telefone para conexão: +55-11-3127-4971

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast: <http://webcast.mz-ir.com/publico.aspx?codplataforma=3534>

**Para participantes no Exterior:**

Telefone para conexão: + 1-516-3001066

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast: <http://webcast.mz-ir.com/publico.aspx?codplataforma=3535>

**Replay (disponível por 7 dias):**

Telefone para conexão: +55-11-3127-4999

Identificador para versão em Português: 39672588 / Para versão em Inglês: 99691945

## Relações com Investidores

**Roberto Bellissimo Rodrigues**

Diretor Financeiro e de RI

**Tatiana Santos**

Gerente de RI e Novos Negócios

**Anderson Rezende**

Coordenador de RI e Novos Negócios

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. Em jun/11 a Companhia adquiriu as lojas do Baú da Felicidade.

### **EBITDA, EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado**

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. Os resultados extraordinários considerados para efeito de cálculo do EBITDA Ajustado e do Lucro Líquido Ajustado também não devem ser considerados como alternativa ao EBITDA e ao lucro líquido, conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil.

### **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 relatório de desempenho inclui 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.