



Magazine Luiza S.A. Divulgação de Resultados do 3º Trimestre de 2011



São Paulo, 10 de novembro de 2011 - Magazine Luiza S.A. (BM&FBOVESPA: MGLU3), uma das maiores redes varejistas com foco em bens duráveis com grande presença nas classes populares do Brasil, divulga seus resultados do 3º trimestre de 2011 (3T11) e dos nove meses findos em 30 de setembro de 2011 (9M11). As informações contábeis da Companhia têm como base números consolidados em milhões de reais (exceto quando indicado), conforme Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS).

DESTAQUES DO TRIMESTRE (Consolidado) – 3T11

- Crescimento de 33,8% nas Vendas Brutas e nas Vendas Líquidas
- Crescimento de 20,0% nas vendas no conceito mesmas lojas
- Vendas Brutas da Lojas Maia cresceram 58,2%
- EBITDA de R\$92,2 milhões, com margem de 5,8%
- Lucro Líquido de R\$11,7 milhões e margem líquida de 0,7%
- Evolução da base de cartões de crédito para 4,2 milhões

DESTAQUES DO ACUMULADO (Consolidado) – 9M11

- Crescimento de 40,5% nas Vendas Brutas e 39,9% nas Vendas Líquidas
- Crescimento de 19,8% nas vendas no conceito mesmas lojas
- Vendas Brutas da Lojas Maia cresceram 72,5%
- EBITDA de R\$248,1 milhões, com margem de 5,5%
- Lucro Líquido de R\$28,6 milhões e margem líquida de 0,6%

PRINCIPAIS INDICADORES

R\$ milhões (exceto quando indicado)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Receita Bruta Total	1.891,8	1.414,2	33,8%	5.332,1	3.795,3	40,5%
Receita Líquida Total	1.602,7	1.197,4	33,8%	4.491,5	3.211,5	39,9%
EBITDA	92,2	94,0	-2,0%	248,1	225,0	10,2%
Margem EBITDA	5,8%	7,9%	-2,1 pp	5,5%	7,0%	-1,5 pp
Lucro Líquido	11,7	23,1	-49,4%	28,6	48,3	-40,9%
Margem Líquida	0,7%	1,9%	-1,2 pp	0,6%	1,5%	-0,9 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	20,0%	30,0%	-	19,8%	31,2%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	16,6%	26,3%	-	16,3%	26,8%	-
Crescimento nas Vendas Internet	48,0%	66,1%	-	48,2%	80,7%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	684	591	15,7%	684	591	15,7%
Área de Vendas - Final do Período (M²)	441.256	390.934	12,9%	441.256	390.934	12,9%
Área Média por Loja - Final de Período (M²)	645	661	-2,5%	645	661	-2,5%
Base Total de Cartões Luizacred (mil)	4.174	2.642	58,0%	4.174	2.642	58,0%

MGLU3: R\$12,70 por ação
Total de Ações: 186.494.467
Valor de Mercado: R\$2,4 bilhões

Teleconferência: 11 de novembro de 2011 (sexta-feira)
14h00 no horário de Brasília: +55 11 3217-4971
11h00 no horário dos EUA (EST): + 1 516-300-1066

Relações com Investidores: Tel: +55 11 3504-2727
www.magazineluiza.com.br/ri
ri@magazineluiza.com.br



SUMÁRIO EXECUTIVO

Crescimento de Vendas

No 3T11, o Magazine Luiza cresceu significativamente acima da média do mercado, gerando um faturamento bruto consolidado de R\$1,89 bilhão, aumentando 33,8% em relação ao 3T10 e 8,5% em relação ao 2T11. No acumulado, o faturamento alcançou R\$5,33 bilhões, alta de 40,5% em relação aos 9M10. Neste trimestre, a Companhia elevou seu crescimento mesmas lojas de 14,4% no 2T11 para 20,0% no 3T11 em relação aos mesmos períodos do ano anterior. Sem considerar a Lojas Maia, a Companhia cresceu 18,2% com as mesmas lojas no 3T11. Nos 9M11, o crescimento de vendas mesmas lojas também foi muito expressivo, alcançando 19,8%.

Evolução da Internet

Com sua estratégia multicanal, o Magazine Luiza continua investindo na internet e ganhando participação de mercado. **As vendas pela internet cresceram 48,0% no 3T11**, totalizando R\$214,4 milhões. Em ago/11, a Companhia anunciou ao mercado o lançamento do projeto Magazine Você, uma das primeiras iniciativas reais de *Social Commerce* no Brasil e no mundo. O projeto tem como objetivo ampliar a divulgação da marca nas redes sociais (Facebook e Orkut) e fomentar as vendas pela internet por meio de uma rede de divulgadores que recebem comissões entre 2,5% e 4,5% das vendas.

Lojas Maia

A Companhia iniciou o processo de virada definitiva da marca Magazine Luiza no Nordeste. Em out/11, foi realizada a primeira grande festa de reinauguração, começando pela região metropolitana do Recife, onde foram reformadas 14 lojas no padrão do Magazine Luiza. As lojas ficaram muito atraentes, com novo mix de produtos e ambientes muito mais modernos, gerando um expressivo crescimento nas vendas. A Companhia reformará ainda este ano mais 14 lojas na Grande Fortaleza e 8 lojas na região de Maceió. Até o final de 2012, a marca de todas as lojas do Nordeste deverá ser Magazine Luiza.



Encontro dos Colaboradores e abertura de uma loja do Recife no dia da reinauguração.

Lojas do Baú

A integração operacional das Lojas do Baú será uma das mais rápidas da história do Magazine Luiza. Em ago/11, a Companhia assumiu os 121 pontos de vendas das lojas do Baú, reforçando sua estratégia de consolidação nos mercados de atuação e expansão das lojas virtuais. A maioria das lojas permaneceu fechada ao longo do 3T11, mas durante o mês de agosto, e principalmente no final de setembro, foram abertas 69 lojas convencionais, sendo 34 no Paraná, 34 em São Paulo (8 na Grande São Paulo) e 1 em Minas Gerais. **A frente dessas lojas e o uniforme dos funcionários já estão sendo alterados para Magazine Luiza.**



Adicionalmente, até o final de nov/11, serão inauguradas 35 lojas virtuais no Paraná, sendo que 11 foram abertas em out/11. Essas lojas foram totalmente reformadas, já no padrão do Magazine Luiza, obtendo mais um grande sucesso de vendas. Finalmente, 4 lojas convencionais serão reformadas e anexadas às lojas existentes do Magazine Luiza (2 na Grande São Paulo) e 13 lojas não farão parte da rede. Vale mencionar também que as atividades administrativas das lojas do Baú já foram assumidas pelos escritórios do Magazine Luiza.

Expansão Orgânica

No 3T11, a Companhia inaugurou organicamente 2 lojas convencionais nas regiões Sul e Sudeste (Blumenau/SC e Indaiatuba/SP), totalizando 11 inaugurações até set/11. Ao final do 3T11, o Magazine Luiza operava 684 lojas. **Adicionalmente, a Companhia está investindo na abertura de mais 9 lojas nas regiões Sul e Sudeste e 4 lojas no Nordeste, que deverão ser inauguradas até o final do ano.**

Crescimento da Luizacred

O Cartão Luiza continua crescendo significativamente, mesmo com uma taxa de aprovação mais conservadora, de acordo com as políticas de crédito do Itaú Unibanco. **A base de cartões alcançou 4,2 milhões** e os indicadores de atraso da carteira da Luizacred melhoraram nos últimos meses. A carteira total em atraso diminuiu 1,0 ponto percentual de jun/11 para set/11, com destaque para a redução nas carteiras em atraso de 15 a 90 dias, refletindo o conservadorismo adotado nas taxas de aprovação.

Resultados

No 3T11, o lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA Consolidado) alcançou R\$92,2 milhões, com margem de 5,8%. **Esse resultado foi obtido devido ao expressivo crescimento nas vendas**, mesmo considerando diversas despesas pré-operacionais relacionadas à abertura das lojas do Baú, às reformas das lojas do Nordeste, às 2 lojas inauguradas neste trimestre e às 13 lojas que serão inauguradas até o final do ano.

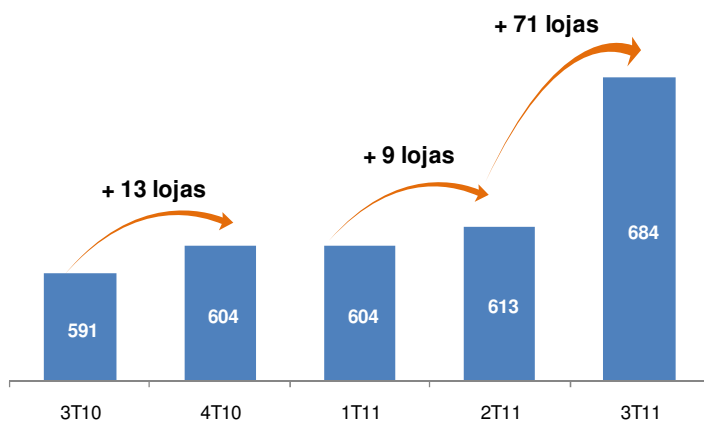
Finalmente, o desempenho das vendas mesmas lojas continua elevado. A Companhia acredita que tanto os resultados acumulados quanto as perspectivas para o final do ano indicam um caminho sólido e sustentável de crescimento e rentabilidade.



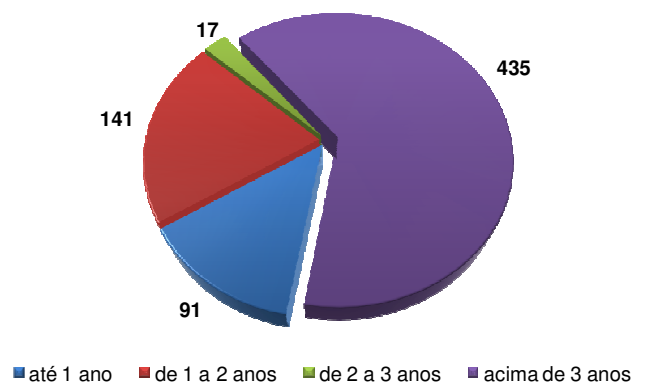
DESEMPENHO OPERACIONAL

Ao final do 3T11, o Magazine Luiza possuía 684 lojas, sendo 614 lojas convencionais, 69 lojas virtuais e um site. No 3T11, a Companhia inaugurou organicamente 2 lojas convencionais nas regiões Sul e Sudeste (Blumenau/SC e Indaiatuba/SP), totalizando 11 inaugurações até set/11 (4 na Grande São Paulo, 2 no Nordeste, 1 no Mato Grosso do Sul, 2 lojas virtuais no estado de São Paulo, além das inaugurações acima). A Companhia está investindo na abertura de mais 9 lojas nas regiões Sul e Sudeste e 4 lojas no Nordeste, que deverão ser inauguradas até o final do ano, além das 35 lojas virtuais do Baú. Vale lembrar que mais de 1/3 das lojas (cerca de 250 lojas) têm menos de 3 anos e ainda não atingiram sua maturação completa.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)



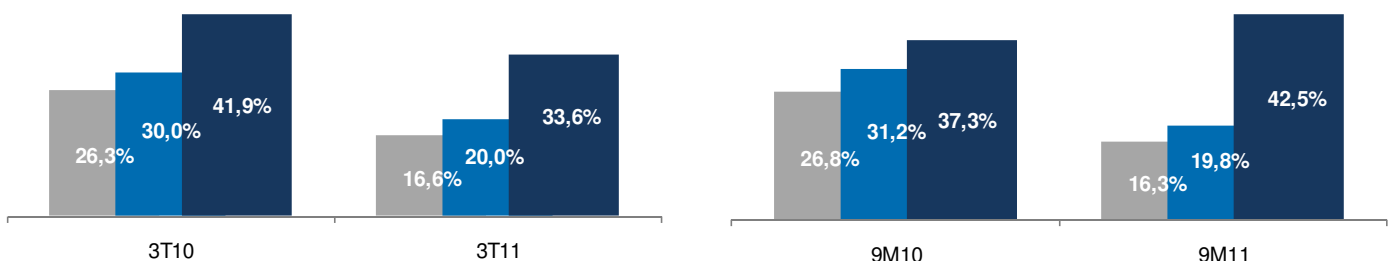
Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)



No 3T11, o Magazine Luiza cresceu significativamente acima da média do mercado. Neste trimestre, a Companhia elevou seu crescimento mesmas lojas de 14,4% no 2T11 para 20,0% no 3T11, em relação aos mesmos períodos do ano anterior. Sem considerar a Lojas Maia, a Companhia cresceu 18,2% com as mesmas lojas no 3T11. Nos 9M11, o crescimento de vendas mesmas lojas também foi muito expressivo, alcançando 19,8%.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (em %)

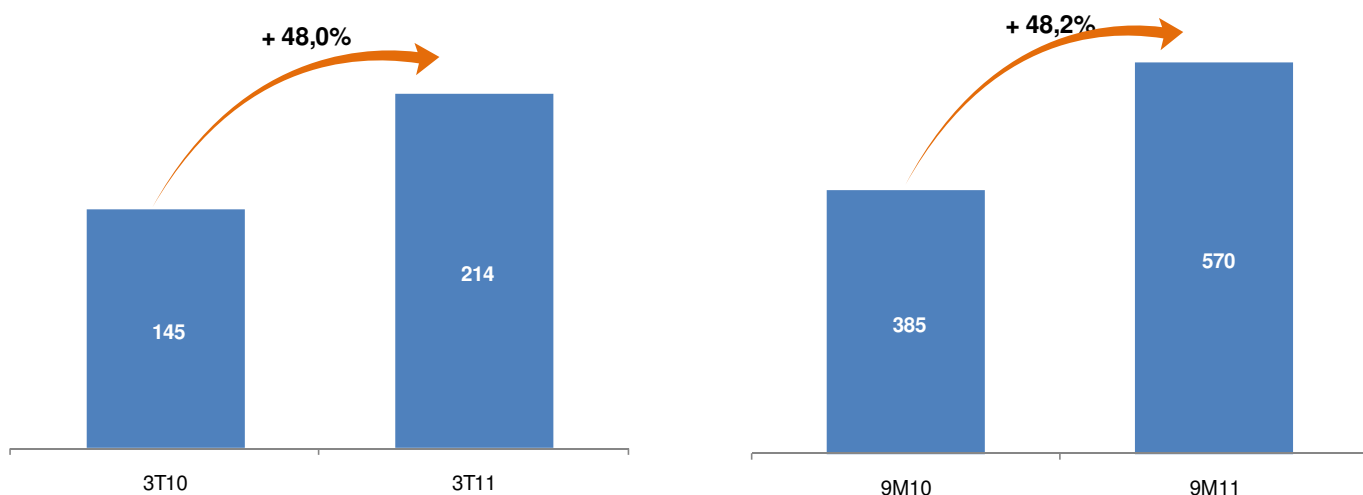
■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas Físicas
■ Crescimento das Vendas Mesmas Lojas
■ Crescimento das Vendas Totais do Varejo





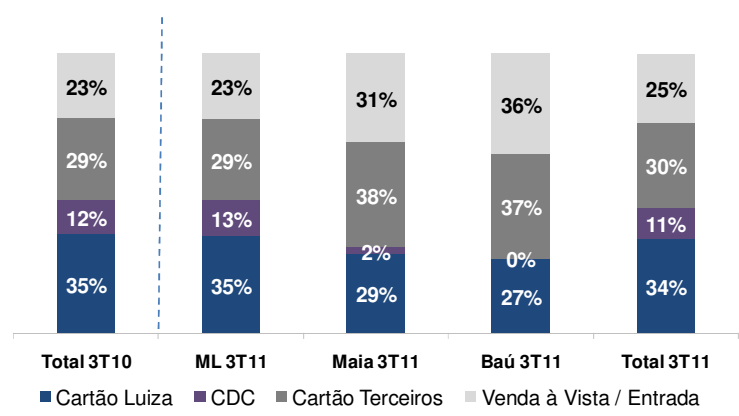
A internet continua sua trajetória de crescimento, com destaque para o aumento do mix de produtos e do conteúdo do site (www.magazineluiza.com.br). No 3T11, as vendas pela internet cresceram 48,0%, alcançando R\$214,4 milhões e respondendo por 12,1% das vendas do varejo. Nos 9M11, as vendas atingiram R\$570,1 milhões, aumentando 48,2% em relação ao ano anterior.

Faturamento Bruto na Internet (em R\$ milhões)

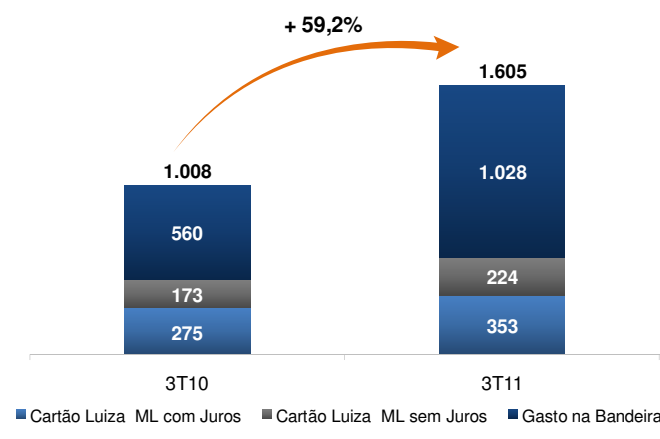


Nos últimos 12 meses, a base de cartões de crédito emitidos pela Luizacred cresceu 58,0%, totalizando 4,2 milhões. No 3T11, as vendas pelo Cartão Luiza representaram 35% do total nas lojas do Magazine Luiza. Incluindo o CDC (Crédito Direto ao Consumidor), que representou 13% das vendas, a Luizacred financiou praticamente metade das vendas do Magazine Luiza. Na Lojas Maia, a participação do Cartão Luiza foi de 29% no 3T11.

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 3T11, os gastos totais no Cartão Luiza cresceram 59,2%, alcançando R\$1,6 bilhão. No mesmo período, a utilização fora das lojas da Companhia cresceu 83,5%, representando 64,0% do gasto total (comparado com 55,5% no 3T10). 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 CONSOLIDADO

Receita Bruta Consolidada

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

(em R\$ milhões)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.699,7	1.271,8	33,6%	4.809,2	3.397,4	41,6%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	65,7	49,5	32,7%	183,1	125,8	45,5%
Total Varejo	1.765,4	1.321,3	33,6%	4.992,3	3.523,3	41,7%
Receita Bruta - Financiamento ao Consumo	135,3	100,1	35,2%	368,2	287,7	28,0%
Receita Bruta - Operações de Seguros	17,9	14,7	21,6%	50,3	42,3	18,8%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	7,2	5,3	35,6%	19,9	14,7	35,2%
Eliminações Inter-companhias	(34,1)	(27,2)	25,4%	(98,6)	(72,8)	35,5%
Receita Bruta - Total	1.891,8	1.414,2	33,8%	5.332,1	3.795,3	40,5%

A receita bruta consolidada do Magazine Luiza avançou 33,8% no 3T11, passando de R\$1.414,2 milhões para R\$1.891,8 milhões, evoluindo também 8,5% em relação ao 2T11. O expressivo aumento obtido no trimestre foi devido principalmente aos seguintes fatores:

- Expansão de 33,6% no segmento varejo, totalizando R\$1.765,4 milhões no 3T11, influenciado pelo crescimento de 20,0% no conceito mesmas lojas, pela expansão orgânica (24 novas lojas nos últimos 12 meses) e pela aquisição da Lojas Maia;
- Crescimento de 58,2% da receita bruta da Lojas Maia, atingindo R\$243,6 milhões (considerando apenas o período após a aquisição, as vendas mesmas lojas cresceram 41,8% nos meses de agosto a setembro); e
- Crescimento na receita proveniente do segmento de financiamento ao consumo de 35,2%, passando de R\$100,1 milhões para R\$135,3 milhões no 3T11, com destaque para o crescimento das receitas de serviços e para o empréstimo pessoal que passou a ser contabilizado na Luizacred.

Nos 9M11, a receita bruta consolidada cresceu 40,5%, totalizando R\$5.332,1 milhões.

Impostos e Devoluções

(em R\$ milhões)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Deduções - Varejo - Revenda de Mercadorias	(279,7)	(209,9)	33,3%	(814,8)	(566,3)	43,9%
Deduções - Varejo - Prestação de Serviços	(8,9)	(6,6)	35,7%	(24,5)	(16,5)	48,4%
Total Varejo	(288,6)	(216,5)	33,3%	(839,3)	(582,8)	44,0%
Deduções - Financiamento ao Consumo	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Deduções - Operações de Seguros	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Deduções - Administração de Consórcios	(0,5)	(0,4)	27,5%	(1,3)	(1,1)	26,9%
Eliminações Inter-companhias	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Deduções - Total	(289,1)	(216,9)	33,3%	(840,6)	(583,8)	44,0%

Os impostos e devoluções sobre vendas atingiram R\$289,1 milhões no 3T11, crescendo 33,3%, em linha com o crescimento da receita bruta. No acumulado, o crescimento foi de 44,0%, totalizando R\$840,6 milhões. Esse aumento está relacionado principalmente ao crescimento das receitas do varejo e, particularmente, pela Lojas Maia, em que 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).



Receita Líquida Consolidada

(em R\$ milhões)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	1.420,0	1.061,9	33,7%	3.994,4	2.831,2	41,1%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	56,8	42,9	32,2%	158,6	109,3	45,1%
Total Varejo	1.476,8	1.104,8	33,7%	4.153,0	2.940,5	41,2%
Receita Líquida - Financiamento ao Consumo	135,3	100,1	35,2%	368,2	287,7	28,0%
Receita Líquida - Operações de Seguros	17,9	14,7	21,6%	50,3	42,3	18,8%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	6,8	5,0	36,2%	18,6	13,7	35,8%
Eliminações Inter-companhias	(34,1)	(27,2)	25,4%	(98,6)	(72,8)	35,5%
Receita Líquida - Total	1.602,7	1.197,4	33,8%	4.491,5	3.211,5	39,9%

A receita líquida consolidada no 3T11 aumentou 33,8%, passando de R\$1.197,4 milhões para R\$1.602,7 milhões. Nos 9M11, cresceu 39,9%, atingindo R\$4.491,5 milhões. Esse forte crescimento pode ser atribuído ao avanço da receita bruta, principalmente no segmento de varejo.

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

(em R\$ milhões)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Custos - Varejo - Revenda de Mercadorias	(1.047,2)	(765,4)	36,8%	(2.932,7)	(2.042,8)	43,6%
Custos - Varejo - Prestação de Serviços	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Total Varejo	(1.047,2)	(765,4)	36,8%	(2.932,7)	(2.042,8)	43,6%
Custos - Financiamento ao Consumo	(27,5)	(16,5)	66,0%	(72,1)	(41,8)	72,5%
Custos - Operações de Seguros	(1,3)	(0,8)	55,6%	(3,6)	(2,3)	59,6%
Custos - Administração de Consórcios	(4,3)	(2,6)	66,9%	(10,6)	(6,6)	60,8%
Eliminações Inter-companhias	1,2	1,0	21,6%	3,6	2,5	45,0%
Custos - Total	(1.079,0)	(784,3)	37,6%	(3.015,4)	(2.091,0)	44,2%

No 3T11, o custo total cresceu 37,6% na comparação com o mesmo período de 2010, atingindo R\$1.079,0 milhões. A variação do custo foi decorrente principalmente dos seguintes fatores:

- O custo das mercadorias vendidas no 3T11 cresceu 36,8%, ou seja, acima do crescimento da receita líquida de mercadorias, em função, principalmente, de uma maior participação de categorias de produtos com margens mais baixas e das vendas pela internet, além de liquidações na Lojas Maia (especialmente nas lojas que estão sendo reformadas para a virada da marca); e
- O custo do financiamento ao consumo aumentou 66,0% no 3T11, em função do crescimento da carteira de crédito de 51,0% e do aumento de 15,2% do CDI no período (o CDI aumentou de uma taxa de 2,6% no 3T10 para 3,0% no 3T11).

Vale dizer que o aumento desse custo está associado à mudança no perfil da carteira da Luizacred, devido ao crescimento mais acelerado do uso do Cartão Luiza fora das lojas da Companhia. Esta transação tem menor margem financeira no início, mas gera mais resultados no médio prazo.

O custo total passou de R\$2.091,0 milhões nos 9M10 para R\$3.015,4 milhões nos 9M11, um crescimento de 44,2%.



Lucro Bruto Consolidado

(em R\$ milhões)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	372,8	296,5	25,7%	1.061,8	788,4	34,7%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	56,8	42,9	32,2%	158,6	109,3	45,1%
Total Varejo	429,6	339,4	26,6%	1.220,4	897,7	35,9%
Lucro Bruto - Financiamento ao Consumo	107,9	83,6	29,1%	296,1	245,9	20,4%
Lucro Bruto - Operações de Seguros	16,5	13,8	19,5%	46,7	40,1	16,5%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	2,4	2,4	2,7%	7,9	7,0	12,4%
Eliminações Inter-companhias	(32,8)	(26,2)	25,6%	(94,9)	(70,3)	35,1%
Lucro Bruto - Total	523,6	413,1	26,8%	1.476,1	1.120,5	31,7%

(em % da Receita Líquida)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Margem Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	26,3%	27,9%	-1,7 pp	26,6%	27,8%	-1,3 pp
Margem Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	100,0%	100,0%	0,0 pp	100,0%	100,0%	0,0 pp
Total Varejo	29,1%	30,7%	-1,6 pp	29,4%	30,5%	-1,1 pp
Margem Bruta - Financiamento ao Consumo	79,7%	83,5%	-3,8 pp	80,4%	85,5%	-5,1 pp
Margem Bruta - Operações de Seguros	92,7%	94,3%	-1,6 pp	92,8%	94,7%	-1,8 pp
Margem Bruta - Administração de Consórcios	36,1%	47,9%	-11,8 pp	42,7%	51,6%	-8,9 pp
Eliminações Inter-companhias	96,4%	96,3%	0,1 pp	96,3%	96,6%	-0,2 pp
Margem Bruta - Total	32,7%	34,5%	-1,8 pp	32,9%	34,9%	-2,0 pp

No 3T11, o lucro bruto consolidado totalizou R\$523,6 milhões, um aumento de 26,8% comparado ao mesmo período do ano anterior. Seguem abaixo os principais fatores que influenciaram o aumento do lucro bruto:

- A margem bruta do segmento varejo foi de 29,1% no 3T11, levemente abaixo da margem de 29,5% obtida no 2T11, devido às liquidações na Lojas Maia (que afetaram o lucro bruto em cerca de R\$4,0 milhões e a margem bruta do varejo em 0,3 ponto percentual). A margem bruta obtida nas lojas do Magazine Luiza permaneceu estável;
- A margem do segmento de financiamento ao consumo foi de 79,7% no 3T11, levemente inferior ao 3T10 em função da migração para nova plataforma de cartão de crédito e do aumento do CDI;
- O lucro bruto do segmento administração de consórcios continua sendo afetado pelo lançamento do Consórcio Luiza nas lojas do Nordeste.

Nos 9M11, o lucro bruto consolidado atingiu R\$1.476,1 milhões, um aumento de 31,7% no período e uma margem de 32,9%.



Despesas com Vendas e Despesas Gerais e Administrativas

As despesas com vendas totalizaram R\$321,3 milhões no 3T11, representando 20,0% da receita líquida, ficando praticamente estáveis em relação ao 3T10. Em função das lojas que serão inauguradas no 4T11 e da virada da marca na Grande Recife, a Companhia teve despesas pré-operacionais não recorrentes da ordem de R\$2,2 milhões.

As despesas gerais e administrativas, por conta 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 (Lojas Maia e Baú), passaram de R\$62,2 milhões no 3T10 para R\$88,5 milhões no 3T11. O Magazine Luiza aumentou gastos com consultorias em cerca de R\$5,8 milhões.

No acumulado, as despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$1.127,6 milhões, passando de 25,5% da receita líquida no 9M10 para 25,1% nos 9M11.

Perdas em Crédito de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa passaram de R\$29,1 milhões no 3T10 para R\$68,1 milhões no 3T11. É importante ressaltar que, por conservadorismo, a Luizacred tem reduzido a taxa de aprovação das propostas de financiamentos e os indicadores de atraso da carteira da Luizacred melhoraram nos últimos meses. A carteira total em atraso diminuiu 1,0 ponto percentual de jun/11 para set/11.

A perda sobre a carteira da Luizacred foi de 4,3% no 3T11, em linha com a perda recorrente observada no 2T11. No 3T10, a perda sobre a carteira foi de 2,7%, em função de ajustes aos critérios de provisão de perdas para devedores duvidosos (excluindo esse efeito, a perda recorrente seria de 4,1% no 3T10).

Nos 9M11, as provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa passaram de R\$117,1 milhões para R\$171,8 milhões, representando 3,8% da receita líquida.

Outras receitas (despesas) operacionais

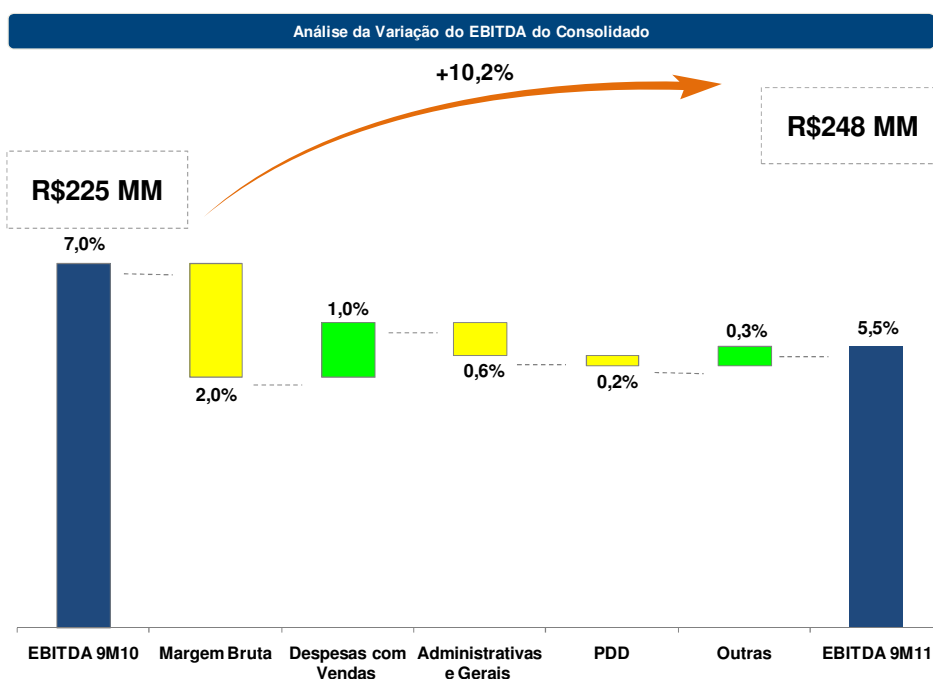
As outras receitas operacionais líquidas aumentaram de R\$10,6 milhões no 3T10 para R\$46,4 milhões no 3T11. Essa variação ocorreu principalmente pela reversão de provisões fiscais na Lojas Maia (R\$32,6 milhões), líquidas de despesas pré-operacionais relacionadas à abertura das lojas do Baú (R\$11,4 milhões).



EBITDA Consolidado

No 3T11, o lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA Consolidado) alcançou R\$92,2 milhões, com margem de 5,8%. Esse resultado foi obtido devido ao expressivo crescimento nas vendas, mesmo considerando diversas despesas pré-operacionais relacionadas à abertura das lojas do Baú, às reformas das lojas do Nordeste, às lojas inauguradas neste trimestre e às lojas que serão inauguradas até o final do ano.

Nos 9M11, o EBITDA foi de R\$248,1 milhões com uma margem de 5,5%, representando um aumento de 10,2% em relação ao mesmo período de 2010, em função do alto crescimento das vendas e da diluição de despesas comerciais.



Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	3T11	% RL	3T10	% RL	9M11	% RL	9M10	% RL
Despesas Financeiras	(53,0)	-3,3%	(52,7)	-4,4%	(165,5)	-3,7%	(121,3)	-3,8%
Juros de empréstimos e financiamentos	(33,8)	-2,1%	(28,9)	-2,4%	(108,4)	-2,4%	(71,9)	-2,2%
Juros de antecipações de recebíveis de cartão de terceiros	(7,4)	-0,5%	(4,6)	-0,4%	(21,6)	-0,5%	(8,5)	-0,3%
Juros de antecipações de recebíveis Cartão Luiza	(5,6)	-0,3%	(4,9)	-0,4%	(17,9)	-0,4%	(15,2)	-0,5%
Outras despesas	(6,2)	-0,4%	(14,4)	-1,2%	(17,5)	-0,4%	(25,6)	-0,8%
Receitas Financeiras	15,6	1,0%	13,9	1,2%	40,1	0,9%	26,8	0,8%
Rendimento de aplicações financeiras e títulos mobiliários	10,4	0,7%	2,0	0,2%	26,8	0,6%	5,7	0,2%
Outras receitas financeiras	5,1	0,3%	11,9	1,0%	13,3	0,3%	21,1	0,7%
Resultado Financeiro Total	(37,4)	-2,3%	(38,8)	-3,2%	(125,4)	-2,8%	(94,5)	-2,9%

As despesas financeiras líquidas diminuíram de 3,2% no 3T10 para 2,3% da receita líquida no 3T11, totalizando R\$37,4 milhões. Essa variação foi consequência da redução do endividamento líquido da Companhia (após a abertura de capital), apesar do aumento do CDI no período de 2,6% no 3T10 para 3,0% no 3T11. Apenas para efeito de comparação, as despesas financeiras líquidas foram de 3,2% no 1T11 e 2,9% da receita líquida no 2T11.



Os encargos sobre antecipação de cartão de crédito incluem os juros de antecipação do Cartão Luiza que passaram de R\$4,9 milhões no 3T10 para R\$5,6 milhões no 3T11, 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\$94,5 milhões nos 9M10 para R\$125,4 milhões nos 9M11.

Imposto de Renda e Contribuição Social

O imposto de renda e a contribuição social saíram de R\$14,3 milhões no 3T10 para R\$20,3 milhões no 3T11. A alíquota efetiva foi de 63,4% sobre o lucro antes de imposto de renda e contribuição social, devido a não contabilização de créditos tributários sobre prejuízos fiscais nas lojas do Baú (New-Utd Utilidades Domésticas S.A.) e na Lojas Maia, uma vez que a Companhia planeja incorporar tais subsidiárias no curto prazo. Tal contabilização aumentaria o lucro líquido consolidado em R\$6,8 milhões.

Lucro Líquido Consolidado

No 3T11, o lucro líquido consolidado totalizou R\$11,7 milhões, com margem de 0,7% da receita líquida. Em relação ao 3T10, o lucro líquido diminuiu R\$11,4 milhões, devido ao aumento da depreciação (R\$4,9 milhões), em função dos elevados investimentos da Companhia, e ao aumento do imposto de renda e contribuição social sobre o lucro operacional (R\$6,0 milhões).

Nos 9M11, o lucro líquido consolidado foi de R\$28,6 milhões, com margem de 0,6% sobre a receita líquida.



Capital de Giro

CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	set-11	jun-11	mar-11	dez-10	set-10
Contas a receber	1.758,3	1.630,6	1.522,2	1.524,7	1.345,4
Estoques	1.001,0	876,6	741,1	849,8	649,8
Partes relacionadas	42,0	24,2	49,2	36,0	25,7
Impostos a recuperar	26,1	16,8	31,2	46,5	47,2
Outros ativos	70,4	68,7	59,1	63,0	68,6
Ativos circulantes operacionais	2.897,9	2.616,9	2.402,9	2.520,0	2.136,7
Fornecedores	988,1	923,7	756,7	1.132,3	742,6
Depósitos interfinanceiros	928,1	911,4	842,4	852,7	642,2
Operações com cartões de crédito	349,1	298,8	235,8	220,2	179,9
Salários, férias e encargos sociais	133,1	113,9	96,4	116,5	91,4
Impostos a recolher	36,2	32,5	26,2	39,4	21,7
Partes relacionadas	21,0	12,3	15,3	21,7	4,7
Impostos parcelados	3,9	8,2	41,9	43,0	48,3
Provisões técnicas de seguros	29,9	17,7	16,5	22,9	9,6
Outras contas a pagar ¹	62,5	57,3	73,4	68,8	133,3
Passivos circulantes operacionais	2.551,9	2.375,8	2.104,6	2.517,6	1.873,8
Capital de Giro	346,0	241,1	298,3	2,4	262,9

Nota: O saldo de contas a receber é divulgado líquido de recebíveis de cartões de crédito antecipados, no valor de R\$344,9 milhões em set/11, R\$318,6 milhões em jun/11, R\$298,7 milhões em mar/11, R\$235,0 milhões em dez/10 e R\$129,4 milhões em set/10.

(1) Na conta de Capital de Giro o saldo de "Outras contas a pagar" não considera o passivo de aquisições.

Em set/11, o capital de giro líquido era de R\$346,0 milhões, representando apenas 4,8% da receita bruta dos últimos 12 meses. Na mesma data, o saldo de recebíveis de cartões de crédito de terceiros antecipados era de R\$344,9 milhões. Considerando este saldo de recebíveis descontado, a necessidade de capital de giro seria equivalente a 9,6% da receita bruta.

Investimentos

INVESTIMENTOS (em R\$ milhões)	3T11	3T10	9M11	9M10
Lojas Novas	7,5	5,0	21,0	9,2
Reformas	19,3	6,9	44,4	12,0
Tecnologia	11,8	12,8	29,5	28,3
Outros	11,5	14,0	17,7	21,1
Total	50,2	38,7	112,6	70,6

Os investimentos em ativo imobilizado e intangível saíram de R\$38,7 milhões no 3T10 para R\$50,2 milhões no 3T11. Esses investimentos incluem reformas de lojas existentes, bem como investimentos em tecnologia, logística e lojas novas. No 3T11, foram inauguradas 2 lojas novas e iniciados os investimentos para a abertura de mais 13 lojas no 4T11. Adicionalmente, a Companhia desembolsou R\$80,3 milhões pela aquisição dos pontos de venda das lojas do Baú (New-Utd Utilidades Domésticas S.A.).



Endividamento Líquido

ENDIVIDAMENTO CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	set-11	jun-11	mar-11	dez-10	set-10
(+) Empréstimos e financiamentos circulante	140,8	332,7	350,1	108,8	325,8
(+) Empréstimos e financiamentos não circulante	617,1	516,2	595,4	666,1	507,4
(+) Financiamento de Aquisições	-	8,4	25,4	33,6	-
(=) Endividamento Bruto	757,9	857,3	970,9	808,5	833,3
(-) Caixa e equivalentes de caixa	78,0	48,3	125,6	328,9	63,7
(-) Títulos e valores mobiliários circulante	259,5	655,5	145,3	46,7	48,0
(-) Títulos e valores mobiliários não circulante	35,4	24,4	21,7	32,0	29,9
(=) Endividamento Líquido	385,1	129,1	678,3	401,0	691,6
Endividamento de curto prazo / total	19%	40%	39%	18%	39%
Endividamento de longo prazo / total	81%	60%	61%	82%	61%
EBITDA ¹	343,0	344,9	343,4	319,9	319,9
Dívida Líquida / EBITDA	1,1 x	0,4 x	2,0 x	1,3 x	2,2 x

¹ EBITDA dos últimos 12 meses, exceto set/10 que se refere ao ano de 2010.

Em set/11, o Magazine Luiza apresentava empréstimos e financiamentos no valor de R\$757,9 milhões, caixa e aplicações financeiras no valor de R\$372,8 milhões, perfazendo dívida líquida de R\$385,1 milhões, equivalente a 1.1 vezes o EBITDA dos últimos 12 meses. No 3T11, a Companhia reduziu o endividamento bruto e aplicou parte do caixa na aquisição das lojas do Baú, abertura e reforma de lojas novas, além da redução dos depósitos interfinanceiros na Luizacred.



ANEXO I

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADOS CONSOLIDADOS

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	3T11	AV	3T10	AV	Var(%)	9M11	AV	9M10	AV	Var(%)
Receita Bruta	1.891,8	118,0%	1.414,2	118,1%	33,8%	5.332,1	118,7%	3.795,3	118,2%	40,5%
Impostos e Cancelamentos	(289,1)	-18,0%	(216,9)	-18,1%	33,3%	(840,6)	-18,7%	(583,8)	-18,2%	44,0%
Receita Líquida	1.602,7	100,0%	1.197,4	100,0%	33,8%	4.491,5	100,0%	3.211,5	100,0%	39,9%
Custo Total	(1.079,0)	-67,3%	(784,3)	-65,5%	37,6%	(3.015,4)	-67,1%	(2.091,0)	-65,1%	44,2%
Lucro Bruto	523,6	32,7%	413,1	34,5%	26,8%	1.476,1	32,9%	1.120,5	34,9%	31,7%
Despesas com vendas	(321,3)	-20,0%	(238,3)	-19,9%	34,8%	(892,8)	-19,9%	(669,7)	-20,9%	33,3%
Despesas gerais e administrativas	(88,5)	-5,5%	(62,2)	-5,2%	42,2%	(234,8)	-5,2%	(148,8)	-4,6%	57,8%
Perda em liquidação duvidosa	(68,1)	-4,2%	(29,1)	-2,4%	134,4%	(171,8)	-3,8%	(117,1)	-3,6%	46,7%
Outras receitas operacionais, líquidas	46,4	2,9%	10,6	0,9%	337,7%	71,3	1,6%	40,2	1,3%	77,5%
Total de Despesas Operacionais	(431,5)	-26,9%	(319,0)	-26,6%	35,3%	(1.228,0)	-27,3%	(895,5)	-27,9%	37,1%
EBITDA	92,2	5,8%	94,0	7,9%	-2,0%	248,1	5,5%	225,0	7,0%	10,2%
Depreciação e amortização	(22,8)	-1,4%	(17,9)	-1,5%	27,6%	(65,7)	-1,5%	(50,3)	-1,6%	30,5%
EBIT	69,4	4,3%	76,2	6,4%	-8,9%	182,4	4,1%	174,7	5,4%	4,4%
Resultado Financeiro	(37,4)	-2,3%	(38,8)	-3,2%	-3,6%	(125,5)	-2,8%	(94,5)	-2,9%	32,8%
Lucro Operacional	32,0	2,0%	37,4	3,1%	-14,5%	56,9	1,3%	80,3	2,5%	-29,1%
IR / CS	(20,3)	-1,3%	(14,3)	-1,2%	41,9%	(28,4)	-0,6%	(32,0)	-1,0%	-11,2%
Lucro Líquido	11,7	0,7%	23,1	1,9%	-49,4%	28,6	0,6%	48,3	1,5%	-40,9%



ANEXO II

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVOS	set/11	jun/11	mar/11	dez/10	set/10
ATIVOS CIRCULANTES					
Caixa e equivalentes de caixa	78,0	48,3	125,6	328,9	63,7
Títulos e valores mobiliários	259,5	655,5	145,3	46,7	48,0
Contas a receber	1.758,3	1.630,6	1.522,2	1.524,7	1.345,4
Estoques	1.001,0	876,6	741,1	849,8	649,8
Partes relacionadas	42,0	24,2	49,2	36,0	25,7
Impostos a recuperar	26,1	16,8	31,2	46,5	47,2
Outros ativos	70,4	68,7	59,1	63,0	68,6
Total dos ativos circulantes	3.235,4	3.320,7	2.673,8	2.895,6	2.248,4
ATIVOS NÃO CIRCULANTES					
Títulos e valores mobiliários	35,4	24,4	21,7	32,0	29,9
Contas a receber	6,3	9,3	14,1	18,7	6,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	183,7	189,7	170,8	168,2	167,3
Impostos a recuperar	29,5	32,2	11,3	10,2	9,5
Outros ativos	94,1	78,3	60,3	69,6	53,3
Imobilizado	406,6	372,6	359,9	358,8	339,1
Intangível	448,6	374,9	370,0	374,6	374,7
Total dos ativos não circulantes	1.204,1	1.081,3	1.008,1	1.032,2	980,6
TOTAL DO ATIVO	4.439,4	4.402,0	3.682,0	3.927,8	3.228,9
PASSIVOS	set/11	jun/11	mar/11	dez/10	set/10
PASSIVOS CIRCULANTES					
Fornecedores	988,1	923,7	756,7	1.132,3	742,6
Empréstimos e financiamentos	140,8	332,7	350,1	108,8	325,8
Depósitos interfinanceiros	928,1	911,4	842,4	852,7	642,2
Operações com cartões de crédito	349,1	298,8	235,8	220,2	179,9
Salários, férias e encargos sociais	133,1	113,9	96,4	116,5	91,4
Impostos a recolher	36,2	32,5	26,2	39,4	21,7
Partes relacionadas	21,0	12,3	15,3	21,7	4,7
Impostos parcelados	3,9	8,2	41,9	43,0	48,3
Receita diferida	25,6	26,0	55,1	26,0	18,1
Dividendos a pagar	-	-	-	-	-
Provisões técnicas de seguros	29,9	17,7	16,5	22,9	9,6
Outras contas a pagar	62,5	65,7	98,9	102,4	133,3
Total dos passivos circulantes	2.718,3	2.742,9	2.535,2	2.685,9	2.217,7
PASSIVOS NÃO CIRCULANTES					
Empréstimos e financiamentos	617,1	516,2	595,4	666,1	507,4
Depósitos interfinanceiros	-	0,3	1,2	4,0	5,5
Impostos parcelados	4,0	6,1	6,2	6,3	8,4
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	165,8	189,6	182,5	182,0	167,3
Provisões técnicas de seguros	18,2	29,6	28,6	20,8	25,7
Receita diferida	259,4	271,4	254,6	296,1	236,9
Imposto de renda e contribuição social diferidos	11,5	12,3	13,0	13,7	13,7
Outras contas a pagar	5,5	5,8	5,5	5,4	4,0
Total dos passivos não circulantes	1.081,7	1.031,3	1.087,0	1.194,4	969,0
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital social	606,5	606,5	43,0	43,0	220,0
Reserva legal	3,4	3,4	3,4	3,4	0,0
Reserva de retenção de lucros	1,0	1,0	1,0	1,0	-
Prejuízos acumulados	28,6	16,9	12,3	-	(177,8)
Total do patrimônio líquido	639,5	627,8	59,7	47,4	42,3
TOTAL	4.439,4	4.402,0	3.682,0	3.927,8	3.228,9



ANEXO III

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – VAREJO

DRE VAREJO (em R\$ milhões)	3T11	AV	3T10	AV	Var(%)	9M11	AV	9M10	AV	Var(%)
Receita Bruta	1.765,4	119,5%	1.321,3	119,6%	33,6%	4.992,3	120,2%	3.523,3	119,8%	41,7%
Impostos e Cancelamentos	(288,6)	-19,5%	(216,5)	-19,6%	33,3%	(839,3)	-20,2%	(582,8)	-19,8%	44,0%
Receita Líquida	1.476,8	100,0%	1.104,8	100,0%	33,7%	4.153,0	100,0%	2.940,5	100,0%	41,2%
Custo Total	(1.047,2)	-70,9%	(765,4)	-69,3%	36,8%	(2.932,7)	-70,6%	(2.042,8)	-69,5%	43,6%
Lucro Bruto	429,6	29,1%	339,4	30,7%	26,6%	1.220,4	29,4%	897,7	30,5%	35,9%
Despesas com vendas	(304,4)	-20,6%	(218,1)	-19,7%	39,6%	(844,0)	-20,3%	(605,3)	-20,6%	39,4%
Despesas gerais e administrativas	(81,2)	-5,5%	(56,4)	-5,1%	43,9%	(214,1)	-5,2%	(132,7)	-4,5%	61,4%
Perda em liquidação duvidosa	(2,7)	-0,2%	(2,6)	-0,2%	1,8%	(7,3)	-0,2%	(8,1)	-0,3%	-9,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	32,5	2,2%	8,6	0,8%	277,5%	70,0	1,7%	34,7	1,2%	101,6%
Total de Despesas Operacionais	(355,8)	-24,1%	(268,5)	-24,3%	32,5%	(995,4)	-24,0%	(711,3)	-24,2%	39,9%
EBITDA	73,8	5,0%	70,9	6,4%	4,1%	225,0	5,4%	186,4	6,3%	20,7%
Depreciação e amortização	(22,4)	-1,5%	(17,5)	-1,6%	28,1%	(64,6)	-1,6%	(49,3)	-1,7%	31,0%
EBIT	51,4	3,5%	53,4	4,8%	-3,8%	160,4	3,9%	137,1	4,7%	17,0%
Equivalência patrimonial	14,9	1,0%	17,9	1,6%	-17,0%	28,9	0,7%	35,0	1,2%	-17,6%
Resultado Financeiro	(45,8)	-3,1%	(45,6)	-4,1%	0,3%	(150,8)	-3,6%	(114,8)	-3,9%	31,4%
Lucro Operacional	20,5	1,4%	25,7	2,3%	-20,3%	38,5	0,9%	57,3	2,0%	-32,9%
IR / CS	(8,8)	-0,6%	(2,6)	-0,2%	241,2%	(9,9)	-0,2%	(9,0)	-0,3%	10,0%
Lucro Líquido	11,7	0,8%	23,1	2,1%	-49,4%	28,6	0,7%	48,3	1,6%	-40,9%



ANEXO IV

RESULTADOS POR SEGMENTO – 3T11

3T11 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Lojas Maia 100%	Bau 100%	Varejo Pro-Forma	Financeira 50%	Seguradora 50%	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado
Receita Bruta	1.512,8	243,6	9,1	1.765,4	135,3	17,9	7,2	(34,1)	1.891,8
Impostos e Cancelamentos	(235,2)	(52,4)	(1,0)	(288,6)	-	-	(0,5)	-	(289,1)
Receita Líquida	1.277,5	191,2	8,0	1.476,8	135,3	17,9	6,8	(34,1)	1.602,7
Custo Total	(901,3)	(139,8)	(6,2)	(1.047,2)	(27,5)	(1,3)	(4,3)	1,2	(1.079,0)
Lucro Bruto	376,3	51,5	1,9	429,6	107,9	16,5	2,4	(32,8)	523,6
Despesas com vendas	(263,7)	(38,2)	(2,5)	(304,4)	(32,8)	(11,3)	-	27,3	(321,3)
Despesas gerais e administrativas	(67,3)	(11,8)	(2,1)	(81,2)	(0,7)	(2,9)	(3,7)	-	(88,5)
Perda em liquidação duvidosa	(2,7)	-	-	(2,7)	(65,4)	-	-	-	(68,1)
Outras receitas operacionais, líquidas	8,3	35,5	(11,4)	32,5	16,6	(0,0)	(0,3)	(2,3)	46,4
Total de Despesas Operacionais	(325,3)	(14,5)	(16,0)	(355,8)	(82,3)	(14,3)	(4,0)	24,9	(431,5)
EBITDA	50,9	37,0	(14,1)	73,8	25,5	2,3	(1,6)	(7,9)	92,2
Depreciação e amortização	(18,6)	(3,3)	(0,5)	(22,4)	(1,3)	(1,3)	(0,1)	2,3	(22,8)
EBIT	32,3	33,7	(14,6)	51,4	24,2	1,0	(1,7)	(5,6)	69,4
Equivalência patrimonial	15,8	2,6	-	14,9	-	-	-	(18,4)	-
Resultado Financeiro	(38,6)	(7,4)	0,1	(45,8)	-	2,5	0,3	5,6	(37,4)
Lucro Operacional	9,6	28,9	(14,5)	20,5	24,2	3,6	(1,4)	(18,4)	32,0
IR / CS	2,1	(10,9)	-	(8,8)	(10,7)	(1,4)	0,6	-	(20,3)
Lucro Líquido	11,7	18,0	(14,5)	11,7	13,5	2,1	(0,8)	(18,4)	11,7
Margem Bruta	29,5%	26,9%	23,2%	29,1%	79,7%	92,7%	36,1%	96,4%	32,7%
Margem EBITDA	4,0%	19,4%	-175,9%	5,0%	18,9%	12,9%	-23,4%	23,2%	5,8%
Margem Líquida	0,9%	9,4%	-180,9%	0,8%	10,0%	12,0%	-11,6%	54,0%	0,7%



ANEXO V

RESULTADOS POR SEGMENTO – 3T10

3T10 (em R\$ milhões)	Magazine Luiza	Lojas Maia 100%	Varejo Pro-Forma	Financeira 50%	Seguradora 50%	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado
Receita Bruta	1.219,5	101,8	1.321,3	100,1	14,7	5,3	(27,2)	1.414,2
Impostos e Cancelamentos	(191,2)	(25,3)	(216,5)	-	-	(0,4)	-	(216,9)
Receita Líquida	1.028,4	76,4	1.104,8	100,1	14,7	5,0	(27,2)	1.197,4
Custo Total	(712,2)	(53,2)	(765,4)	(16,5)	(0,8)	(2,6)	1,0	(784,3)
Lucro Bruto	316,2	23,2	339,4	83,6	13,8	2,4	(26,2)	413,1
Despesas com vendas	(209,8)	(8,3)	(218,1)	(32,2)	(9,3)	-	21,3	(238,3)
Despesas gerais e administrativas	(46,9)	(9,5)	(56,4)	(0,8)	(2,5)	(2,6)	-	(62,2)
Perda em liquidação duvidosa	(2,6)	-	(2,6)	(26,4)	-	-	-	(29,1)
Outras receitas operacionais, líquidas	8,3	0,3	8,6	3,1	-	0,2	(1,3)	10,6
Total de Despesas Operacionais	(251,1)	(17,5)	(268,5)	(56,3)	(11,8)	(2,4)	20,0	(319,0)
EBITDA	65,1	5,7	70,9	27,2	2,1	(0,0)	(6,1)	94,0
Depreciação e amortização	(16,9)	(0,6)	(17,5)	(0,3)	(1,3)	(0,1)	1,3	(17,9)
EBIT	48,2	5,1	53,4	27,0	0,8	(0,1)	(4,9)	76,2
Equivalência patrimonial	16,6	-	17,9	-	-	-	(16,6)	(0,0)
Resultado Financeiro	(39,2)	(6,5)	(45,6)	-	1,8	0,2	4,9	(38,8)
Lucro Operacional	25,7	(1,3)	25,7	27,0	2,6	0,1	(16,6)	37,4
IR / CS	(2,6)	-	(2,6)	(10,7)	(1,0)	(0,1)	-	(14,3)
Lucro Líquido	23,1	(1,3)	23,1	16,3	1,6	0,1	(16,6)	23,1
Margem Bruta	30,7%	30,4%	30,7%	83,5%	94,3%	47,9%	96,3%	34,5%
Margem EBITDA	6,3%	7,5%	6,4%	27,2%	14,1%	-0,1%	22,6%	7,9%
Margem Líquida	2,2%	-1,7%	2,1%	16,3%	10,8%	1,5%	61,2%	1,9%



ANEXO VI

ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Receita bruta por canal	9M11	A.V.(%)	9M10	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	198,3	4,0%	161,0	4,6%	23,2%
Site	570,1	11,4%	384,7	10,9%	48,2%
Subtotal - Canal Virtual	768,5	15,4%	545,7	15,5%	40,8%
Lojas convencionais	4.223,8	84,6%	2.977,6	84,5%	41,9%
Magazine Luiza	3.480,5	69,7%	2.875,8	81,6%	21,0%
Lojas Maia	734,2	14,7%	101,8	2,9%	621,4%
Baú	9,1	0,2%	-	0,0%	-
Total	4.992,3	100,0%	3.523,3	100,0%	41,7%

Receita bruta por canal	3T11	A.V.(%)	3T10	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	69,6	3,9%	58,1	4,4%	19,8%
Site	214,4	12,1%	144,8	11,0%	48,0%
Subtotal - Canal Virtual	284,0	16,1%	203,0	15,4%	39,9%
Lojas convencionais	1.481,4	83,9%	1.118,3	84,6%	32,5%
Magazine Luiza	1.228,8	69,6%	1.016,6	76,9%	20,9%
Lojas Maia	243,6	13,8%	101,8	7,7%	139,3%
Baú	9,1	0,5%	-	0,0%	-
Total	1.765,4	100,0%	1.321,3	100,0%	33,6%

Número de lojas por canal - final do período	3T11	Part(%)	3T10	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	69	10,1%	64	10,8%	5
Site	1	0,1%	1	0,2%	-
Subtotal - Canal Virtual	70	10,2%	65	11,0%	5
Lojas convencionais	614	89,8%	526	89,0%	88
Magazine Luiza	407	59,5%	392	66,3%	15
Lojas Maia	138	20,2%	134	22,7%	4
Baú	69	10,1%	-	0,0%	69
Total	684	100,0%	591	100,0%	93

Área total de vendas (m²)	441.256	100,0%	390.934	100,0%	12,9%
----------------------------------	----------------	---------------	----------------	---------------	--------------



ANEXO VII

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 set/11, a Luizacred tinha uma base total de 4,2 milhões de cartões emitidos. Nos últimos 12 meses, a base total de cartões cresceu 58,0%, contribuindo para a evolução do faturamento do Cartão Luiza, dentro e fora das lojas (no 3T11, o faturamento fora representou 64,0% do faturamento total do Cartão, com crescimento de 83,5% em relação ao 3T10). A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, somava R\$3,0 bilhões ao final do 3T11.

LUIZACRED - Indicadores Chave (em R\$ milhões)	3T11	3T10	Var(%)	9M11	9M10	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	4.174	2.642	58,0%	4.174	2.642	58,0%
Faturamento Cartão Luiza - Dentro	578	448	28,9%	1.636	1.262	29,6%
Faturamento Cartão Luiza - Fora	1.028	560	83,5%	2.665	1.443	84,6%
Faturamento CDC	171	139	22,8%	448	389	15,1%
Faturamento Empréstimo Pessoal	64	98	-34,8%	315	292	7,7%
Faturamento Total	1.840	1.245	47,7%	5.064	3.387	49,5%
Carteira Cartão	2.484	1.642	51,3%	2.484	1.642	51,3%
Carteira CDC	389	352	10,3%	389	352	10,3%
Carteira Empréstimo Pessoal	139	-	-	139	-	-
Carteira Total	3.012	1.995	51,0%	3.012	1.995	51,0%

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 3 pontos percentuais no 3T11 em relação ao 1S11.

Resultado da Intermediação Financeira

A receita da intermediação financeira cresceu 33,6% no 3T11 em relação ao 3T10, com destaque para o empréstimo pessoal que 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*).

Vale lembrar que o processo de migração da plataforma de cartão de crédito da Luizacred foi concluído no 3T11. Em função dessa migração, foram adotadas novas práticas na Luizacred, de forma que o reconhecimento de receitas passou a ser mais conservador. Para efeito de comparação, pela plataforma anterior, a Luizacred calcula que sua receita de financiamento ao consumo seria R\$23,4 milhões maior no 3T11.



O custo das operações financeiras aumentou 66,6%, em função do crescimento da carteira de crédito de 51,0% de set/10 para set/11 e do aumento de 15,2% do CDI no período (o CDI aumentou de uma taxa de 2,6% no 3T10 para 3,0% no 3T11).

Vale dizer que o aumento desse custo está associado à mudança no perfil da carteira da Luizacred, devido ao crescimento mais acelerado do uso do Cartão Luiza fora das lojas da Companhia. Esta transação tem menor margem financeira no início, mas gera mais resultados no médio prazo.

Provisão para Devedores Duvidosos

Os indicadores de atraso da carteira da Luizacred melhoraram no 3T11 em relação ao 2T11. A carteira em atraso representava 23,3% da carteira total em set/11, comparado com 24,3% em jun/11, uma redução de 1,0 ponto percentual, com destaque para a redução nas carteiras em atraso de 15 a 90 dias, refletindo o conservadorismo adotado nas taxas de aprovação.

A perda sobre a carteira foi de 4,3% no 3T11, em linha com a perda recorrente observada no 2T11. No 3T10, a perda sobre a carteira foi de 2,7%, em função de ajustes aos critérios de provisão de perdas para devedores duvidosos (excluindo esse efeito, a perda recorrente seria de 4,1% no 3T10).

Finalmente, o saldo de provisões no balanço da Luizacred aumentou de R\$372,9 milhões (14,0% da carteira total) em jun/11 para R\$455,7 milhões (15,1% da carteira total) em set/11, permanecendo R\$47,8 milhões acima da provisão requerida pelo Banco Central de acordo com a Lei nº 2682.

CARTEIRA (R\$ milhões)	set/11		jun/11		mar/11		dez/10		set/10		
Carteira Total	3.011,7	100,0%	2.668,3	100,0%	2.424,2	100,0%	2.359,7	100,0%	1.994,9	100,0%	
000 à 014 dias	A	2.309,5	76,7%	2.020,5	75,7%	1.771,8	73,1%	1.825,4	77,4%	1.554,3	77,9%
015 à 030 dias	B	80,5	2,7%	119,6	4,5%	128,1	5,3%	130,8	5,5%	88,2	4,4%
031 à 060 dias	C	71,6	2,4%	75,4	2,8%	76,6	3,2%	87,2	3,7%	51,2	2,6%
061 à 090 dias	D	73,8	2,4%	65,3	2,4%	72,4	3,0%	44,5	1,9%	38,9	2,0%
091 à 120 dias	E	67,8	2,3%	55,3	2,1%	83,2	3,4%	36,9	1,6%	35,3	1,8%
121 à 150 dias	F	53,6	1,8%	51,8	1,9%	63,3	2,6%	31,8	1,3%	32,2	1,6%
151 à 180 dias	G	53,6	1,8%	64,6	2,4%	44,8	1,8%	29,3	1,2%	30,8	1,5%
180 à 360 dias	H	301,3	10,0%	215,9	8,1%	184,0	7,6%	173,7	7,4%	163,9	8,2%
Atraso de 15 a 90 dias		225,9	7,5%	260,2	9,8%	277,1	11,4%	262,6	11,1%	178,3	8,9%
Atraso maior 90 dias		476,3	15,8%	387,6	14,5%	375,3	15,5%	271,7	11,5%	262,3	13,1%
Atraso Total		702,2	23,3%	647,8	24,3%	652,4	26,9%	534,3	22,6%	440,6	22,1%

Outras receitas (despesas) operacionais

A receita de prestação de serviços cresceu 44,0% no 3T11 em relação ao 3T10, com destaque para o aumento das receitas de tarifas, comissões pelo uso do Cartão Luiza fora das lojas e pela venda de seguros. Além disso, o aumento das outras receitas operacionais líquidas está associado à receita de R\$42,9 milhões, referente à venda da estrutura de divulgação da Luizacred, a fim de fomentar a marca da Itaucard.



Demonstração de Resultados

LUIZACRED - Resultados (em R\$ milhões)	3T11	AV	3T10	AV	Var(%)	9M11	AV	9M10	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	225,5	100,0%	168,8	100,0%	33,6%	611,1	100,0%	488,0	100,0%	25,2%
Cartão	147,2	65,3%	116,7	69,1%	26,1%	429,2	70,2%	339,1	69,5%	26,5%
CDC	51,4	22,8%	52,1	30,9%	-1,4%	155,0	25,4%	148,9	30,5%	4,1%
EP	26,9	11,9%	-	0,0%	0,0%	26,9	4,4%	-	0,0%	0,0%
Despesas da Intermediação Financeira	(185,8)	-82,4%	(85,9)	-50,9%	116,2%	(473,1)	-77,4%	(301,6)	-61,8%	56,9%
Operações de Captação no Mercado	(54,9)	-24,4%	(33,1)	-19,6%	66,0%	(144,2)	-23,6%	(83,6)	-17,1%	72,5%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(130,9)	-58,0%	(52,9)	-31,3%	147,6%	(328,9)	-53,8%	(218,0)	-44,7%	50,9%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	39,7	17,6%	82,8	49,1%	-52,1%	137,9	22,6%	186,4	38,2%	-26,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	8,8	3,9%	(28,9)	-17,1%	-130,3%	(58,3)	-9,5%	(87,0)	-17,8%	-33,0%
Receitas de Prestação de Serviços	45,2	20,0%	31,4	18,6%	44,0%	125,3	20,5%	87,5	17,9%	43,3%
Despesas de Pessoal	(1,4)	-0,6%	(1,6)	-0,9%	-9,3%	(5,4)	-0,9%	(4,2)	-0,9%	27,5%
Outras Despesas Administrativas	(51,8)	-23,0%	(53,1)	-31,4%	-2,4%	(149,7)	-24,5%	(154,3)	-31,6%	-3,0%
Depreciação e Amortização	(2,7)	-1,2%	(0,6)	-0,3%	376,6%	(8,0)	-1,3%	(1,7)	-0,3%	382,6%
Despesas Tributárias	(13,8)	-6,1%	(11,3)	-6,7%	22,7%	(37,6)	-6,2%	(31,6)	-6,5%	19,1%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	33,2	14,7%	6,1	3,6%	442,8%	17,1	2,8%	17,3	3,5%	-1,2%
Outras Receitas Operacionais	71,0	31,5%	28,6	16,9%	148,4%	142,0	23,2%	55,3	11,3%	156,6%
Outras Despesas Operacionais	(37,8)	-16,8%	(22,5)	-13,3%	68,2%	(124,9)	-20,4%	(38,1)	-7,8%	228,1%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	48,4	21,5%	53,9	31,9%	-10,2%	79,6	13,0%	99,4	20,4%	-19,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(21,3)	-9,5%	(21,3)	-12,6%	0,0%	(30,9)	-5,1%	(39,3)	-8,0%	-21,3%
Lucro Líquido	27,1	12,0%	32,6	19,3%	-16,8%	48,7	8,0%	60,1	12,3%	-18,9%

Basiléia

De acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o patrimônio líquido da Luizacred, em set/11, era de R\$338,1 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\$312,3 milhões. Em set/11, o índice de Basiléia da Luizacred era de 13,0%. O mínimo exigido pelo Banco Central é de 11,0%.



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Teleconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)

11 de novembro de 2011 (sexta-feira)

14h00 – Horário de Brasília

11h00 – 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=3144>

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=3145>

Replay (disponível por 7 dias):

Telefone para conexão: +55 11 3127-4999

Para versão em Português: 49474287

Para versão em Inglês: 88463063

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo Rodrigues

Diretor Financeiro e de RI

Tel: +55 11 3504-2727

ri@magazineluiza.com.br

Sandra Matsumoto

Gerente de RI

Deise Davanzo

Analista de RI

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

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

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.