



Magazine Luiza S.A. Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2014

São Paulo, 7 de maio de 2014 - 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 1º trimestre de 2014. As informações contábeis da Companhia têm como base números consolidados em milhões de reais (exceto quando indicado), conforme Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS).

Crescimento de vendas de 25,4% nas mesmas lojas, com aumento significativo na margem líquida

A Companhia registrou o melhor primeiro trimestre da sua história, com um bom desempenho de vendas em todos os canais e na operação da Luizacred. No 1T14, a Companhia registrou um lucro líquido recorde de R\$20,5 milhões.

Receita bruta: crescimento da receita bruta com novas lojas de 26,6% para R\$2,7 bilhões e crescimento mesmas lojas de 25,4% no 1T14, o maior dos últimos dois anos (evolução de 22,3% nas lojas físicas e 44,0% no *e-commerce*).

EBITDA: aumento de 92,5% no 1T14 para R\$120,8 milhões, com margem de 5,3% (+170 p.p. versus 1T13).

Lucro líquido: aumento significativo no 1T14 para R\$20,5 milhões, com margem líquida de 0,9%.

O ano de 2014 começou com forte crescimento de vendas, com aumento de dois dígitos em todos os canais e significativa melhoria na rentabilidade. As campanhas promocionais e estratégias comerciais mostraram-se acertadas, resultando em importantes ganhos de participação de mercado neste início de ano em diversas categoriais, com destaque para a linha de telefonia.

- **Expressivo desempenho de vendas no 1T14, com evolução da receita líquida de 28,5%, alcançando R\$2,3 bilhões em função de:** (i) crescimento de vendas mesmas lojas de 25,4% (22,3% em mesmas lojas físicas), com destaque para o desempenho das lojas no Nordeste, das lojas advindas do Baú e das lojas virtuais, cujas vendas cresceram acima da média da Companhia no trimestre; (ii) crescimento de 44,0% das vendas do *e-commerce*; (iii) crescimento de 36,5% nas receitas de serviços (a participação nas vendas do varejo passou de 4,0% no 1T13 para 4,3% no 1T14); e (iv) melhoria no mix de vendas. A linha de tecnologia (especialmente *smartphones e tablets*) continua apresentando crescimento de vendas acima da média de mercado, registrando importantes ganhos de participação de mercado. O número de lojas ao final do trimestre foi de 744, com 13 novas lojas abertas em relação ao 1T13.
- **Estabilidade na margem bruta no 1T14, mesmo com o forte desempenho das vendas do *e-commerce*:** em bases comparáveis, excluindo o efeito da reclassificação contábil do INSS (efeito de 0,7 ponto percentual no trimestre), a margem bruta consolidada representou 28,0% no 1T14, com uma pequena redução de 0,2 ponto percentual comparada ao 1T13. Tal redução é explicada, principalmente, pelo aumento da participação das vendas do *e-commerce*. O *e-commerce* representou 16,1% das vendas no 1T14, comparado a uma participação de 14,2%, em igual período do ano anterior. Destacou-se ainda a evolução da margem bruta nas lojas do Nordeste, convergindo gradualmente para a margem média da Companhia.
- **Melhor alavancagem operacional, com diluição de despesas de vendas, gerais e administrativas:** as despesas com vendas, gerais e administrativas representaram 23,0% da receita líquida no 1T14, contra 25,4% no 1T13, implicando uma redução de 2,4 pontos percentuais, ou redução de 1,7 ponto percentual em bases comparáveis, excluindo o efeito da reclassificação contábil do INSS (de 0,7 ponto percentual no período).
- **EBITDA consolidado quase que dobrou para R\$120,8 milhões, com margem de 5,3% no 1T14 (incluindo provisão de PLR):** a Companhia apresentou um crescimento de EBITDA muito superior ao crescimento da receita líquida no trimestre (92,5% contra 28,5%), refletindo na expansão de 1,7 ponto percentual da margem EBITDA no trimestre. A evolução do

EBITDA reflete também o aumento da equivalência patrimonial, que representou 1,0% da receita líquida no 1T14 (*versus* 0,6% no 1T13).

- **Lucro líquido recorde da Luizacred:** diversas iniciativas adotadas ao longo de 2013 explicam o bom desempenho da Luizacred neste início de ano, entre as quais se destacam: (i) melhor mix entre as vendas efetuadas pelo crediário (CDC) e pelo Cartão Luiza; (ii) aumento da penetração de serviços financeiros; (iii) aumento de produtividade e eficiência da operação; e (iv) melhoria nos indicadores de inadimplência. A combinação destes fatores explica o aumento da margem EBITDA da Luizacred para um nível recorde de 17,8% no 1T14 (8,7% no 1T13). O lucro líquido da Luizacred mais que dobrou no 1T14 para R\$39,7 milhões, o que equivale a uma rentabilidade anual sobre o patrimônio líquido médio (ROE) de 35,7%.
- **Lucro líquido recorde para um primeiro trimestre de R\$20,5 milhões (incluindo provisão de PLR):** o lucro líquido reportado multiplicou-se por mais de 25 vezes em relação ao ano anterior, sem qualquer efeito não-recorrente, representando uma margem líquida de 0,9% no 1T14.

Principais Indicadores Consolidados

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T14	1T13	Var(%)
Receita Bruta	2.699,1	2.131,2	26,6%
Receita Líquida	2.268,9	1.765,6	28,5%
Lucro Bruto	620,0	498,2	24,4%
Margem Bruta	27,3%	28,2%	-0,9 pp
Margem Bruta Comparável	28,0%	28,2%	-0,2 pp
EBITDA	120,8	62,7	92,5%
Margem EBITDA	5,3%	3,6%	1,7 pp
Lucro Líquido	20,5	0,8	ns
Margem Líquida	0,9%	0,0%	0,9 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas	25,4%	5,2%	-
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	22,3%	2,9%	-
Crescimento nas Vendas Internet	44,0%	21,1%	-
Quantidade de Lojas - Final do Período	744	731	1,8%
Área de Vendas - Final do Período (M²)	473.884	461.981	2,6%

ns - não significativo

MGLU3: R\$ 7,80 por ação
Total de Ações: 186.494.467
Valor de Mercado: R\$ 1,5 bilhão

Teleconferência: 08 de maio de 2014 (quinta-feira)
11:00AM no horário de Brasília: +55 11 2188-0155
10:00AM no horário dos EUA (EST): +1 646 843-6054

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

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

Começamos 2014 com um bom desempenho e superamos nossas próprias expectativas. Conseguimos acelerar o nosso crescimento de vendas no 1T14, mesmo após um forte desempenho no 4T13. Independente de uma base fácil de comparação (crescimento de vendas mesmas lojas físicas de 2,9% no 1T13), o desempenho de vendas superou nossas expectativas iniciais e resultou em ganhos de participação de mercado em diversas categorias, reflexo de uma combinação de fatores: (i) melhoria na produtividade e curva de maturação das lojas do Nordeste e do Baú; (ii) maior assertividade comercial com melhor disponibilidade de estoque em categorias de alto giro e menor nível de ruptura de estoque; (iii) melhor execução em eventos promocionais durante o trimestre, com destaque para a “Liquidação Fantástica” em Janeiro e o dia do Cliente Ouro em Março; (iv) forte aderência da inovadora campanha promocional “Prédio pra Você”, que teve a entrega do primeiro prêmio ao ganhador em abril de 2014.

Apesar do maior investimento em marketing neste primeiro trimestre, por conta do nosso patrocínio da Copa do Mundo na Rede Globo, conseguimos obter uma sólida alavancagem operacional com boa diluição de despesas com vendas, gerais e administrativas. O aumento do investimento em marketing já começa a gerar efeitos positivos para a Companhia, com ampliação da lembrança da marca Magazine Luiza tanto em regiões onde temos lojas físicas, mas especialmente com expressivos resultados em praças onde não temos lojas e atuamos através do *e-commerce*. Observamos um aumento na geração de novos visitantes para o nosso site, com maior nível de conversão das visitas em vendas. Nosso esforço de mídia deve trazer frutos ainda maiores nos próximos meses, quando se aproxima o início dos jogos da Copa do Mundo. As sinergias do processo de integração das redes adquiridas estão sendo gradualmente capturadas e a rentabilidade da operação como um todo está melhorando a cada trimestre de forma consistente, desde a finalização das integrações.

No final de março, concluímos a integração dos centros de distribuição dentro do Projeto de Entrega Multicanal, o que deve resultar em uma significativa melhoria no nível de serviço da operação do *e-commerce*, contemplando também importante redução nos prazos de entrega e custos de distribuição das mercadorias vendidas pelo site. Continuamos a aprimorar a nossa operação multicanal como um todo, com inovações no que diz respeito à experiência de compra, com mais novidades e ferramentas que devem ser lançadas até o final do ano.

Reiteramos o nosso plano de expansão para o ano de 2014, que contempla a abertura de 30 a 40 novas lojas nas regiões Sudeste e Nordeste, sendo a maioria no formato convencional. Seguiremos com implementação e execução de diversos projetos que deverão dar sustentação para o futuro patamar de vendas da Companhia. Simultaneamente, continuaremos a identificar oportunidades adicionais de redução de custos e despesas, visando elevar cada vez mais a rentabilidade do nosso negócio, otimizando nossa base de ativos e escala alcançada.

A Diretoria

EXPECTATIVAS PARA OS PRÓXIMOS TRIMESTRES DE 2014

Foco na rentabilidade.

Apresentamos abaixo atualização dos principais projetos e diretrizes que balizarão o desempenho da Companhia em 2014:

- **Vendas:** a Companhia reitera a sua expectativa de crescimento de vendas de dois dígitos tanto nas lojas físicas como no *e-commerce* em 2014, com um crescimento maior de vendas no primeiro semestre do ano, devido à Copa do Mundo e ao maior esforço de *marketing* com mídia em televisão mais abrangente no primeiro semestre e também ao efeito da base de comparação .
- **Manutenção da margem bruta em 2014:** apesar de uma sazonalidade atípica conforme detalhada acima, a Companhia tem projetos em andamento que já refletem de forma positiva no desempenho de vendas e na estratégia comercial, que juntamente com a melhoria na margem da operação do Nordeste, deve resultar na manutenção da margem bruta para o ano como um todo. Algumas ações que estão em andamento e merecem destaque são:
 - i. **Projeto de gestão de estoques:** a Companhia vem introduzindo melhorias no processo de análise e gestão do sortimento de produtos. Os conceitos e parâmetros de abastecimento da Companhia estão mais eficientes, com melhor controle de estoques de segurança e foco na redução de estoque de produtos que já saíram de linha, além da reposição rápida de produtos de alto giro. O nível de ruptura de estoque caiu pela metade no final do primeiro trimestre deste ano quando comparado com o ano passado, com o melhor abastecimento das lojas.
 - ii. **Projeto de gestão de preços (*pricing*):** o projeto de gestão de preços está em constante evolução. O objetivo da Companhia é ser competitivo, equilibrando a venda com uma margem sustentável. Foram desenvolvidos diferentes níveis de preços a ser praticados com objetivos de margens distintas e autonomias de descontos, visando maximizar a gestão da margem bruta das lojas.
- **Expansão da margem EBITDA:** as despesas operacionais totais devem continuar apresentando diluições nos próximos trimestres, resultando em aumento da margem EBITDA ao longo de 2014. Deverão contribuir de forma positiva para este objetivo os seguintes projetos/indicadores:
 - i. **Aumento da produtividade das lojas em maturação:** melhorias consistentes e sustentáveis na produtividade e na rentabilidade das lojas integradas (Baú e Maia) e das demais lojas recém inauguradas organicamente, permitindo que os resultados dessas operações se aproximem cada vez mais da média das lojas mais maduras da Companhia.
 - ii. **Projeto de eficiência operacional da Luizacred:** foco na eficiência operacional da Luizacred, com racionalização de custos e despesas, visando melhorar a produtividade da operação como um todo, sem abrir mão da qualidade do crédito concedido e da política de provisionamento da carteira.

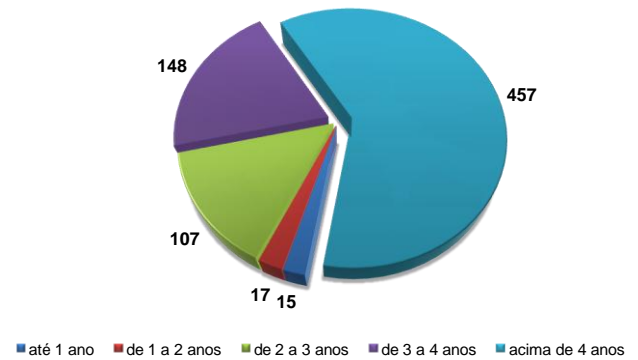
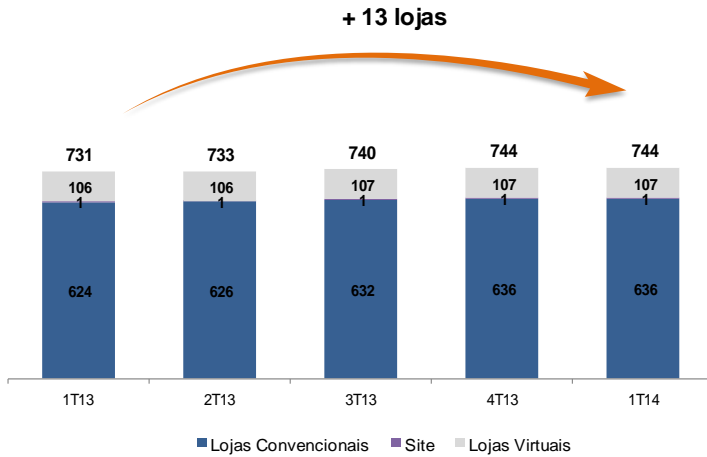
Aumento da receita de serviços: a Companhia lançou internamente uma campanha específica para estimular o aumento da participação da receita de serviços como percentual das vendas, atualmente em pouco mais de 4% das vendas de mercadorias. A maior rentabilidade e o alto potencial de contribuição desta modalidade justifica o maior foco neste sentido.
- **Expansão da rentabilidade:** as expectativas com relação aos indicadores de vendas e margens abordados acima, deverão impactar de forma positiva na rentabilidade da Companhia em 2014. O aumento das despesas financeiras no ano, devido à taxa Selic média maior no período, deverá ser parcialmente compensado pelo aumento das receitas financeiras da operação de varejo.

DESEMPENHO OPERACIONAL

Ao final de mar/14, o Magazine Luiza possuía 744 lojas, sendo 636 lojas convencionais, 107 lojas virtuais e o *site*. No 1T14, a Companhia não inaugurou novas lojas. Vale lembrar que das 744 lojas do Magazine Luiza, 287 (38,7% do total) possuem menos de 4 anos e portanto ainda não estão totalmente maduras.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)

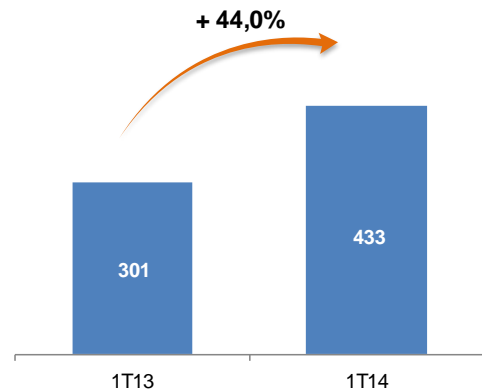
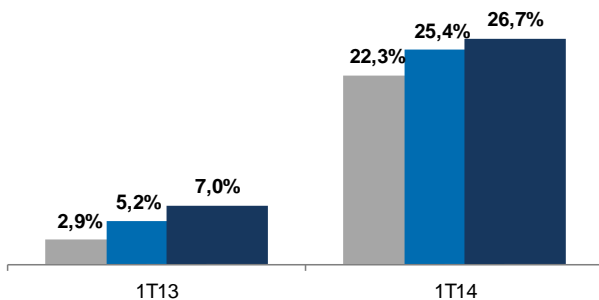


No conceito mesmas lojas, as vendas do Magazine Luiza cresceram 25,4% no 1T14 *versus* 1T13, enquanto que as vendas totais cresceram 26,7% no trimestre. A internet (www.magazineluiza.com.br) manteve seu ritmo forte de crescimento e apresentou crescimento de 44,0% no 1T14 *versus* 1T13 alcançando uma receita bruta de R\$433,2 milhões, com participação de 16,1% nas vendas totais da Companhia.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (em %)

Faturamento Bruto na Internet (em R\$ milhões)

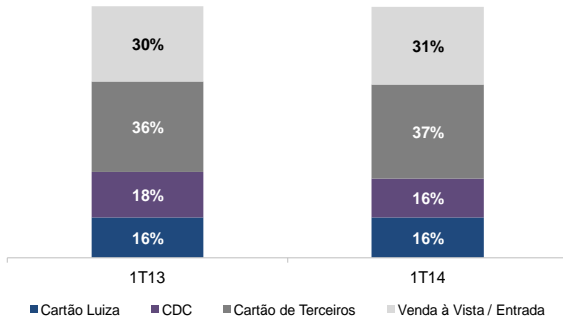
- Crescimento das Vendas Mesmas Lojas Físicas
- Crescimento das Vendas Mesmas Lojas (inclui e-commerce)
- Crescimento das Vendas Totais do Varejo



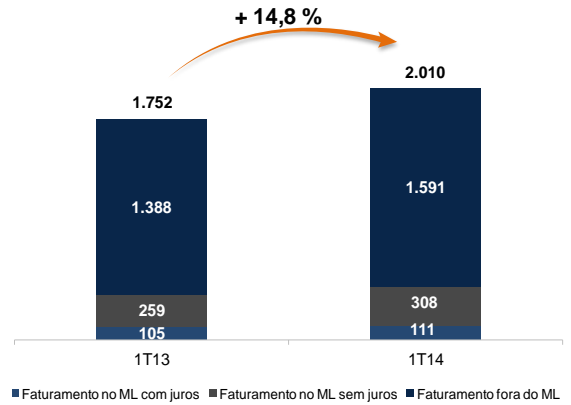
Nos últimos 12 meses, a base de cartões de crédito emitidos pela nossa financeira Luizacred apresentou uma redução de 9,1% para 3,4 milhões no 1T14, reflexo de uma otimização da base de usuários do cartão. No 1T14, as vendas através do Cartão Luiza representaram 16% do total das vendas no varejo, relativamente estáveis em relação ao mesmo período do ano passado, em função de uma política de aprovação de crédito mais conservadora e de um pequeno aumento da participação do cartão de terceiros.

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2014

Mix de Vendas Financiadas (% das Vendas Totais)



Faturamento Cartão Luiza (em R\$ milhões)



No 1T14, os gastos totais no Cartão Luiza cresceram 14,8%, alcançando um valor de R\$2,0 bilhões. No mesmo período, a utilização fora das lojas da Companhia cresceu 14,7%, representando 79,2% do gasto total (em linha com 1T13, 79,2%).

É importante ressaltar que a Companhia mantém sua política de limitar as vendas sem juros no Cartão Luiza ao patamar máximo de 15% das vendas totais. No 1T14, a participação de vendas sem juros no Cartão Luiza caiu para um nível de 11% das vendas totais, reforçando a estratégia de privilegiar a rentabilidade.

DESEMPENHO FINANCEIRO CONSOLIDADO

Receita Bruta Consolidada

(em R\$ milhões)	1T14	1T13	Var(%)
Receita Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.575,5	2.039,1	26,3%
Receita Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	115,5	84,6	36,5%
Total Varejo	2.690,9	2.123,7	26,7%
Receita Bruta - Administração de Consórcios	9,9	9,3	6,7%
Eliminações Inter-companhias	(1,7)	(1,7)	2,6%
Receita Bruta - Total	2.699,1	2.131,2	26,6%

A receita bruta consolidada do Magazine Luiza avançou 26,6% no 1T14, passando para R\$2.699,1 milhões. O crescimento obtido no trimestre decorreu principalmente do desempenho no varejo, influenciado pelo crescimento de 25,4% no conceito mesmas lojas (22,3% nas lojas físicas e 44,0% no *e-commerce*), conforme explicado anteriormente.

Receita Líquida Consolidada

(em R\$ milhões)	1T14	1T13	Var(%)
Receita Líquida - Varejo - Revenda de Mercadorias	2.160,4	1.684,7	28,2%
Receita Líquida - Varejo - Prestação de Serviços	101,2	74,1	36,6%
Total Varejo	2.261,6	1.758,8	28,6%
Receita Líquida - Administração de Consórcios	9,0	8,5	6,6%
Eliminações Inter-companhias	(1,7)	(1,7)	2,6%
Receita Líquida - Total	2.268,9	1.765,6	28,5%

A receita líquida consolidada aumentou 28,5% no 1T14 para R\$2.268,9 milhões. O crescimento da receita líquida ficou acima do crescimento da receita bruta devido à redução do PIS/COFINS para as linhas de *smartphones* e *tablets*, que foram parcialmente compensadas pela reclassificação das despesas de INSS, anteriormente contabilizadas como despesas operacionais e que passaram a ser contabilizadas como impostos sobre o faturamento (com o programa de desoneração da folha de pagamento, o INSS passou a ser calculado como um percentual do faturamento bruto ao invés de um percentual sobre a despesa de salários) a partir do 2T13.

Lucro Bruto Consolidado

(em R\$ milhões)	1T14	1T13	Var(%)
Lucro Bruto - Varejo - Revenda de Mercadorias	513,0	419,0	22,4%
Lucro Bruto - Varejo - Prestação de Serviços	101,2	74,1	36,6%
Total Varejo	614,2	493,1	24,6%
Lucro Bruto - Administração de Consórcios	5,8	5,2	11,5%
Eliminações Inter-companhias	-	-	0,0%
Lucro Bruto - Total	620,0	498,2	24,4%

(em % da Receita Líquida)	1T14	1T13	Var(%)
Margem Bruta - Varejo - Revenda de Mercadorias	23,7%	24,9%	-1,2 pp
Margem Bruta - Varejo - Prestação de Serviços	100,0%	100,0%	0,0 pp
Total Varejo	27,2%	28,0%	-0,8 pp
Margem Bruta - Administração de Consórcios	63,9%	61,1%	2,8 pp
Eliminações Inter-companhias	0,0%	0,0%	0,0 pp
Margem Bruta - Total	27,3%	28,2%	-0,9 pp
Margem Bruta - Total (sem o efeito do INSS)	28,0%	28,2%	-0,2 pp

No 1T14, o lucro bruto consolidado totalizou R\$620,0 milhões, com margem bruta de 27,3%. Em bases comparáveis, excluindo o efeito da reclassificação contábil do INSS para a receita líquida (de 0,7 ponto percentual), a margem bruta do 1T14 teria alcançado 28,0%, apresentando uma leve queda de 0,2 ponto percentual quando comparada ao 1T13. Conforme explicado anteriormente, o desempenho da margem bruta reflete a melhoria da margem das lojas do Nordeste, reflexo da integração das operações, bem

como da preservação de margens nas demais regiões, fatores que compensaram o aumento de participação das vendas do e-commerce.

Despesas Operacionais

(em R\$ milhões)	1T14	% RL	1T13	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(419,9)	-18,5%	(355,1)	-20,1%	18,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(102,3)	-4,5%	(94,0)	-5,3%	8,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(4,7)	-0,2%	(4,9)	-0,3%	-3,0%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	6,1	0,3%	8,4	0,5%	-27,9%
Total de Despesas Operacionais	(520,8)	-23,0%	(445,5)	-25,2%	16,9%

Despesas com Vendas

As despesas com vendas totalizaram R\$419,9 milhões no 1T14, equivalentes a 18,5% da receita líquida, uma redução de 1,6 ponto percentual em relação ao 1T13. Novamente, as despesas com vendas apresentaram reduções contínuas comparadas aos últimos trimestres, reflexo do foco na racionalização de despesas e do processo de maturação das lojas novas e das lojas adquiridas (Maia e Baú). Vale destacar também que as despesas com vendas no 1T14 já contemplam as provisões para o Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR), que passaram a ser feitas trimestralmente a partir de 2014.

As despesas com vendas apresentaram o efeito da reclassificação contábil do INSS de 0,5 ponto percentual. Em bases comparáveis, as despesas com vendas apresentaram redução de 1,1 ponto percentual em relação ao 1T13.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$102,3 milhões no 1T14, equivalentes a 4,5% da receita líquida, 0,8 ponto percentual abaixo do 1T13. A redução contínua ao longo dos últimos trimestres e, novamente no 1T14, reflete a diluição de despesas em função do bom desempenho de vendas e das iniciativas de racionalização de custos e despesas. As despesas gerais e administrativas no 1T14 já contemplam também as provisões para o Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR).

As despesas gerais e administrativas apresentam também o efeito da reclassificação contábil do INSS de 0,2 ponto percentual. Em bases comparáveis, as despesas gerais e administrativas apresentaram redução de 0,6 ponto percentual em relação ao 1T13.

Perdas em Crédito de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas com crédito de liquidação duvidosa apresentaram uma redução de 0,1 ponto percentual quando comparadas ao mesmo período do ano anterior, alcançando R\$4,7 milhões no 1T14, equivalente a 0,2% da receita líquida. Essas provisões referem-se apenas ao Magazine Luiza, sendo que a maior parte das provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa estão contabilizadas na Luizacred, conforme dados do anexo I.

Outras Receitas (Despesas) Operacionais

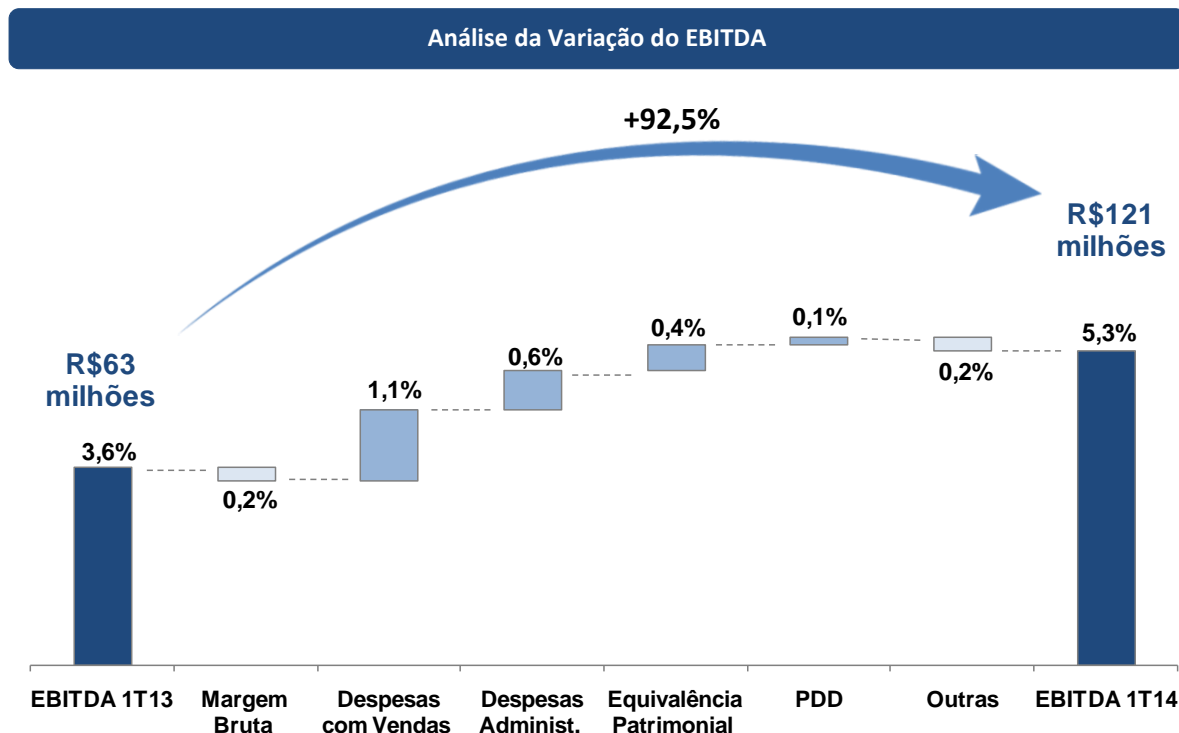
(em R\$ milhões)	1T14	% RL	1T13	% RL	Var(%)
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,1)	0,0%	(0,1)	0,0%	-6,0%
Apropriação de Receita Diferida	7,9	0,3%	8,6	0,5%	-7,4%
Provisão para Perdas Tributárias	(1,7)	-0,1%	1,4	0,1%	-218,8%
Despesas não Recorrentes	-	0,0%	(1,4)	-0,1%	-100,0%
Outros	(0,1)	0,0%	(0,1)	0,0%	54,0%
Total	6,1	0,3%	8,4	0,5%	-27,9%

Os outros resultados operacionais líquidos totalizaram R\$6,1 milhões no 1T14, equivalente a 0,3% da receita líquida, influenciado principalmente pela apropriação de receita diferida no montante de R\$7,9 milhões e aumento nas provisões para perdas tributárias no valor de R\$1,7 milhão.

Equivalência Patrimonial

O resultado da equivalência patrimonial passou de um lucro de R\$10,0 milhões no 1T13 para um lucro de R\$21,6 milhões no 1T14, equivalente a 1,0% da receita líquida. O principal fator que impactou a equivalência patrimonial foi, mais uma vez, o excelente desempenho da Luizacred, conforme explicado no anexo I.

EBITDA



No 1T14, o lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA consolidado) apresentou um aumento muito superior ao crescimento de vendas líquidas (92,5% contra 28,5%) para um nível recorde do trimestre de R\$120,8 milhões, com margem de 5,3%. Os principais fatores que impactaram a melhoria do EBITDA foram o bom desempenho de vendas em todos os canais, as diluições de despesas operacionais e o desempenho recorde da Luizacred.

Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	1T14	% RL	1T13	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(95,4)	-4,2%	(59,3)	-3,4%	60,8%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(39,0)	-1,7%	(26,0)	-1,5%	50,1%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(29,6)	-1,3%	(15,7)	-0,9%	88,2%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(16,0)	-0,7%	(10,1)	-0,6%	59,4%
Outras Despesas	(10,8)	-0,5%	(7,6)	-0,4%	42,8%
Receitas Financeiras	21,0	0,9%	14,0	0,8%	49,8%
Rendimento de Aplicações Financeiras	1,3	0,1%	0,4	0,0%	214,9%
Outras Receitas Financeiras	19,7	0,9%	13,6	0,8%	44,9%
Resultado Financeiro Líquido	(74,4)	-3,3%	(45,3)	-2,6%	64,3%
Receita de Títulos e Valores Mobiliários ¹	8,3	0,4%	2,2	0,1%	275,2%
Resultado Financeiro Líquido Ajustado	(66,1)	-2,9%	(43,1)	-2,4%	53,4%

Nota(1): rendimentos do fundo exclusivo, que são contabilizadas como receitas financeiras na Controladora e como receita bruta no Consolidado, conforme Notas Explicativas.

As despesas financeiras líquidas ajustadas (incluindo os rendimentos do fundo exclusivo) totalizaram R\$66,1 milhões no 1T14, representando 2,9% da receita líquida consolidada. O aumento das receitas financeiras no 1T14 somado à redução do endividamento líquido, compensaram o aumento do CDI médio maior no período (de 7,0% no 1T13 para 10,5% no 1T14).

Lucro Líquido Consolidado

No 1T14, a Companhia obteve um lucro líquido recorde para o trimestre de R\$20,5 milhões, com margem líquida de 0,9%, refletindo o excelente desempenho das vendas, uma melhor alavancagem operacional e o desempenho da Luizacred, representando mais um trimestre de evolução positiva na rentabilidade, em linha com a tendência de melhoria contínua na rentabilidade esperada pela Companhia.

Capital de Giro

CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	mar-14	dez-13	set-13	jun-13	mar-13
Contas a Receber	510,0	530,6	463,7	458,4	448,8
Estoques	1.264,0	1.251,4	1.135,5	1.051,1	974,9
Partes Relacionadas	82,0	108,9	67,8	86,3	85,0
Impostos a Recuperar	224,4	218,6	214,3	230,5	190,4
Outros Ativos	56,0	41,0	64,0	73,2	63,3
Ativos Circulantes Operacionais	2.136,4	2.150,4	1.945,3	1.899,6	1.762,5
Fornecedores	1.528,4	1.651,5	1.332,3	1.306,1	1.169,8
Salários, Férias e Encargos Sociais	155,4	166,6	146,7	126,7	115,8
Impostos a Recolher	27,3	41,7	18,9	28,5	20,4
Partes Relacionadas	61,6	73,6	53,8	50,9	41,7
Impostos Parcelados	7,7	8,3	8,9	8,9	9,0
Outras Contas a Pagar	118,0	107,7	85,4	80,1	113,1
Passivos Circulantes Operacionais	1.898,3	2.049,4	1.646,0	1.601,1	1.469,9
Capital de Giro	238,1	101,0	299,2	298,5	292,6
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	2,3%	1,0%	3,3%	3,4%	3,4%
Saldo de Recebíveis Descontados	1.238,0	1.186,3	993,1	904,9	838,2
Capital de Giro Ajustado	1.476,1	1.287,3	1.292,3	1.203,4	1.130,8
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	14,4%	13,3%	14,0%	13,6%	13,2%

Em mar/14, o capital de giro líquido era de R\$238,1 milhões, representando 2,3% da receita bruta dos últimos 12 meses, acima de dez/13 (1,0%) devido à sazonalidade do período. O primeiro trimestre do ano apresenta um aumento da necessidade de capital de giro relacionada principalmente ao pagamento das compras realizadas no final do ano anterior, bem como o efeito dos preparativos para as vendas atípicas da Copa do Mundo.

No final do 1T14, o saldo de recebíveis de cartões de crédito de terceiros antecipados pela Companhia na forma de desconto de recebíveis foi de R\$1.238,0 milhões. Considerando o saldo de recebíveis descontado, a necessidade de capital de giro aumentaria para 14,4% da receita bruta.

Investimentos

INVESTIMENTOS (em R\$ milhões)	1T14	1T13
Lojas Novas	1,5	5,2
Reformas	8,4	7,3
Tecnologia	3,8	8,4
Logística	2,2	5,4
Outros	0,5	0,9
Total	16,4	27,3

Os investimentos em ativo imobilizado e intangível alcançaram R\$16,4 milhões no 1T14 e foram direcionados para reformas de lojas, investimentos em tecnologia, logística e abertura de lojas nos próximos meses, conforme tabela acima. No 1T14, a Companhia investiu 60% em reformas e aberturas de lojas, 23% em tecnologia e 17% em logística e outros projetos.

Endividamento Líquido

ENDIVIDAMENTO CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	mar-14	dez-13	set-13	jun-13	mar-13
(+) Empréstimos e Financiamentos Circulante	520,6	425,2	555,5	534,8	404,3
(+) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	708,7	895,1	829,1	860,4	1.016,2
(=) Endividamento Bruto	1.229,3	1.320,3	1.384,6	1.395,2	1.420,5
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	235,3	280,3	260,3	176,6	152,3
(-) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	306,3	491,3	423,5	539,0	476,2
(-) Títulos e Valores Mobiliários não Circulante	-	-	-	-	-
(-) Caixa e Disponibilidades (Total)	541,5	771,6	683,8	715,6	628,5
(=) Endividamento Líquido	687,7	548,7	700,9	679,6	792,0
Endividamento de Curto Prazo / Total	42%	32%	40%	38%	28%
Endividamento de Longo Prazo / Total	58%	68%	60%	62%	72%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	469,5	411,6	364,3	317,4	305,3
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado	1,5 x	1,3 x	1,9 x	2,1 x	2,6 x

Em mar/14, o Magazine Luiza apresentava empréstimos e financiamentos no valor de R\$1.229,3 milhões, caixa e aplicações financeiras no valor de R\$541,5 milhões, perfazendo uma dívida líquida de R\$687,7 milhões, equivalente a 1,5 vezes o EBITDA ajustado dos últimos 12 meses. A redução no nível de alavancagem da Companhia, quando comparado ao mesmo período do ano anterior, reflete a melhoria dos resultados operacionais, redução da necessidade de capital de giro, bem como o recurso originado pela venda do centro de distribuição em Louveira (SP) em jun/13.

Pelo método anterior de consolidação proporcional de resultados, de ativos e passivos da Luizacred e da Luizaseg, a dívida líquida teria sido de R\$557,2 milhões, equivalente a 1,2 vezes o EBITDA ajustado dos últimos 12 meses.

ANEXO I LUIZACRED

Indicadores Operacionais

A Luizacred é uma *joint-venture* entre o Magazine Luiza e o Itaú Unibanco, responsável pelo financiamento da maior parte das vendas. Na financeira, o principal papel 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, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Em mar/14, a Luizacred tinha uma base total de 3,4 milhões de cartões emitidos, uma redução de 9,1% em relação ao número de cartões em mar/13. Durante 2013 e 2014, a Luizacred buscou uma melhor distribuição entre CDC e cartões Luiza no seu faturamento, optando por redirecionar para o CDC parte dos clientes novos ao invés do cartão de crédito. No 1T14, o faturamento fora das lojas da Companhia com o cartão Luiza representou 79,2% do faturamento total do cartão, com crescimento de 14,7% em relação ao 1T13.

A carteira de crédito da Luizacred, incluindo cartão de crédito, CDC e empréstimo pessoal, acumula um valor recorde de R\$4,1 bilhões ao final do 1T14, crescendo 15,6% em relação ao 1T13.

LUIZACRED - Indicadores Chave (em R\$ milhões)	1T14	1T13	Var(%)
Base Total de Cartões (mil)	3.420	3.760	-9,1%
Faturamento Cartão no Magazine Luiza	419	364	15,1%
Faturamento Cartão Fora do Magazine Luiza	1.591	1.388	14,7%
Faturamento CDC	316	306	3,3%
Faturamento Empréstimo Pessoal	32	40	-20,1%
Faturamento Total Luizacred	2.358	2.098	12,4%
Carteira Cartão	2.942	2.512	17,1%
Carteira CDC	1.129	979	15,4%
Carteira Empréstimo Pessoal	59	83	-28,6%
Carteira Total	4.130	3.574	15,6%

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). Dando continuidade às práticas conservadoras, a Luizacred manteve reduzidas as taxas de aprovação das propostas de financiamentos no 1T14.

Demonstração de Resultados

LUIZACRED - Resultados (em R\$ milhões)	1T14	AV	1T13	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	314,8	100,0%	276,9	100,0%	13,7%
Cartão	173,8	55,2%	148,5	53,6%	17,0%
CDC	125,9	40,0%	109,1	39,4%	15,4%
EP	15,1	4,8%	19,2	6,9%	-21,6%
Despesas da Intermediação Financeira	(193,6)	-61,5%	(188,3)	-68,0%	2,8%
Operações de Captação no Mercado	(52,2)	-16,6%	(32,5)	-11,7%	60,5%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(141,4)	-44,9%	(155,8)	-56,3%	-9,2%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	121,1	38,5%	88,6	32,0%	36,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(55,1)	-17,5%	(62,6)	-22,6%	-12,0%
Receitas de Prestação de Serviços	75,3	23,9%	60,6	21,9%	24,4%
Despesas de Pessoal	(1,0)	-0,3%	(0,6)	-0,2%	70,8%
Outras Despesas Administrativas	(109,2)	-34,7%	(105,8)	-38,2%	3,2%
Depreciação e Amortização	(3,3)	-1,0%	(3,3)	-1,2%	-1,2%
Despesas Tributárias	(19,7)	-6,3%	(17,8)	-6,4%	11,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	2,8	0,9%	4,3	1,6%	-35,8%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	66,1	21,0%	26,0	9,4%	154,3%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(26,4)	-8,4%	(10,4)	-3,7%	154,6%
Lucro Líquido	39,7	12,6%	15,6	5,6%	154,2%

Receita de Intermediação Financeira

A receita bruta de intermediação financeira cresceu 13,7% no 1T14 em relação ao mesmo período do ano anterior, devido ao crescimento de 17,0% das operações financeiras realizadas com o cartão e crescimento de 15,4% nas operações financeiras realizadas com o CDC.

Provisão para Devedores Duvidosos

O indicador de atraso da carteira vencida acima de 90 dias da Luizacred (NPL 90) melhorou 0,9 ponto percentual em mar/14 quando comparado com dez/13. Adicionalmente, o indicador de curto prazo (NPL 15) aumentou 1,2 ponto percentual no mesmo período, devido à sazonalidade do início do ano. Os indicadores de inadimplência continuam sob rigoroso controle, com tendência de melhoria, considerando o conservadorismo nas taxas de aprovação e a redução da inadimplência das safras de créditos mais recentes.

As provisões para devedores duvidosos, líquidas de recuperações, caíram de 56,3% da receita bruta da intermediação financeira no 1T13 para 44,9% no 1T14, refletindo a melhoria dos indicadores de atraso e do perfil da carteira no 1T14. As provisões representaram 3,4% da carteira total no 1T14, significativamente abaixo das provisões observadas no 1T13 (4,4%).

Magazine Luiza S.A
Divulgação de Resultados do 1º Trimestre de 2014

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar/14		dez/13		set/13		jun/13		mar/13	
Carteira Total (R\$ milhões)	4.130,4	100,0%	4.121,6	100,0%	3.746,5	100,0%	3.626,4	100,0%	3.573,6	100,0%
000 a 014 dias	3.519,8	85,2%	3.527,7	85,6%	3.204,2	85,5%	3.112,9	85,8%	3.103,9	86,9%
015 a 030 dias	52,6	1,3%	40,6	1,0%	36,6	1,0%	44,1	1,2%	50,6	1,4%
031 a 060 dias	56,0	1,4%	36,6	0,9%	30,3	0,8%	40,9	1,1%	45,2	1,3%
061 a 090 dias	75,2	1,8%	55,0	1,3%	52,0	1,4%	64,4	1,8%	64,6	1,8%
091 a 120 dias	57,1	1,4%	51,0	1,2%	52,2	1,4%	50,6	1,4%	42,9	1,2%
121 a 150 dias	50,3	1,2%	43,8	1,1%	50,8	1,4%	49,6	1,4%	31,3	0,9%
151 a 180 dias	46,8	1,1%	43,4	1,1%	51,5	1,4%	45,0	1,2%	31,0	0,9%
180 a 360 dias	272,6	6,6%	323,5	7,8%	268,8	7,2%	218,9	6,0%	204,0	5,7%
Atraso de 15 a 90 Dias	183,8	4,4%	132,1	3,2%	119,0	3,2%	149,4	4,1%	160,5	4,5%
Atraso Maior 90 Dias	426,8	10,3%	461,7	11,2%	423,3	11,3%	364,0	10,0%	309,2	8,7%
Atraso Total	610,6	14,8%	593,9	14,4%	542,3	14,5%	513,5	14,2%	469,7	13,1%
PDD em IFRS	538,8	13,0%	542,7	13,2%	493,9	13,2%	458,8	12,7%	454,2	12,7%
Índice de Cobertura	126%		118%		117%		126%		147%	

Nota: para melhor comparabilidade e análise de desempenho 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.

Resultado Bruto da Intermediação Financeira

Em função do elevado crescimento da receita bruta da intermediação financeira e redução das provisões para devedores duvidosos, compensado parcialmente por um CDI médio maior no período, a margem bruta da intermediação financeira no 1T14 foi de 38,5%, representando um aumento de 6,5 pontos percentuais quando comparado ao 1T13 (32,0%).

Outras Receitas (Despesas) Operacionais

- **Receitas de Prestação de Serviços:** aumentaram 24,4% em relação ao 1T13, devido, principalmente, às comissões recebidas pelo uso do Cartão Luiza fora das lojas do Magazine Luiza, pelas receitas de seguros e prestações de novos serviços oferecidos aos clientes;
- **Despesas com Vendas e Administrativas** (de pessoal, administrativas, depreciação, amortização e tributárias): totalizaram 42,3% da receita de intermediação financeira, representando uma redução de 3,7 pontos percentuais quando comparado ao 1T13 (46,0%), e 2,3 pontos percentuais abaixo do 4T13 (44,6%), reflexo do projeto de redução de custos e despesas implementado em 2013;
- **Outras Receitas (Despesas) Operacionais:** totalizaram receitas líquidas de R\$2,8 milhões, equivalente a apenas 0,9% da receita da intermediação financeira.

Resultado Operacional e Líquido

No 1T14, o resultado operacional da Luizacred foi de R\$66,1 milhões, representando 21,0% da receita da intermediação financeira, uma evolução significativa quando comparada ao resultado operacional de R\$26,0 milhões no 1T13 (9,4% da receita da intermediação financeira).

O lucro líquido no trimestre foi de R\$39,7 milhões, atingindo rentabilidade anualizada de 35,7% sobre o Patrimônio Líquido Médio (ROE), significativamente superior ao resultado de R\$15,6 milhões no 1T13.

Patrimônio Líquido

De acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, considerando as provisões mínimas pela Lei nº 2682, o lucro líquido da Luizacred foi de R\$58,3 milhões no 1T14. De acordo com as mesmas práticas, o patrimônio líquido era de R\$514,3 milhões em mar/14. Em função de ajustes requeridos pelo IFRS, especificamente provisões complementares de acordo com a expectativa de perda, líquida de seus efeitos tributários, o patrimônio líquido da Luizacred para efeito das demonstrações financeiras do Magazine Luiza era de R\$464,7 milhões.

ANEXO II
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADOS CONSOLIDADOS

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T14	AV	1T13	AV	Var(%)
Receita Bruta	2.699,1	119,0%	2.131,2	120,7%	26,6%
Impostos e Cancelamentos	(430,2)	-19,0%	(365,6)	-20,7%	17,7%
Receita Líquida	2.268,9	100,0%	1.765,6	100,0%	28,5%
Custo Total	(1.648,9)	-72,7%	(1.267,4)	-71,8%	30,1%
Lucro Bruto	620,0	27,3%	498,2	28,2%	24,4%
Despesas com Vendas	(419,9)	-18,5%	(355,1)	-20,1%	18,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(102,3)	-4,5%	(94,0)	-5,3%	8,8%
Perda em Liquidação Duvidosa	(4,7)	-0,2%	(4,9)	-0,3%	-3,0%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	6,1	0,3%	8,4	0,5%	-27,9%
Equivalência Patrimonial	21,6	1,0%	10,0	0,6%	115,6%
Total de Despesas Operacionais	(499,2)	-22,0%	(435,5)	-24,7%	14,6%
EBITDA	120,8	5,3%	62,7	3,6%	92,5%
Depreciação e Amortização	(27,0)	-1,2%	(24,7)	-1,4%	9,7%
EBIT	93,8	4,1%	38,1	2,2%	146,2%
Resultado Financeiro	(74,4)	-3,3%	(45,3)	-2,6%	64,2%
Lucro Operacional	19,4	0,9%	(7,2)	-0,4%	-369,9%
IR / CS	1,1	0,0%	8,0	0,5%	-85,9%
Lucro Líquido	20,5	0,9%	0,8	0,0%	2460,5%

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVOS	mar-14	dez-13	set-13	jun-13	mar-13
ATIVOS CIRCULANTES					
Caixa e Equivalentes de Caixa	235,3	280,3	260,3	176,6	152,3
Títulos e Valores Mobiliários	306,3	491,3	423,5	539,0	476,2
Contas a Receber	510,0	530,6	463,7	458,4	448,8
Estoques	1.264,0	1.251,4	1.135,5	1.051,1	974,9
Partes Relacionadas	82,0	108,9	67,8	86,3	85,0
Tributos a Recuperar	224,4	218,6	214,3	230,5	190,4
Outros Ativos	56,0	41,0	64,0	73,2	63,3
Total dos Ativos Circulantes	2.678,0	2.922,0	2.629,0	2.615,2	2.391,0
ATIVOS NÃO CIRCULANTES					
Contas a Receber	3,6	4,7	4,3	4,0	3,4
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	142,0	139,4	148,0	148,3	156,5
Tributos a Recuperar	150,0	158,8	156,1	148,3	144,4
Depósitos Judiciais	178,3	170,1	157,4	150,4	138,5
Outros Ativos	46,1	45,4	42,8	41,7	39,1
Investimentos em Controladas	266,0	251,7	248,7	236,6	224,6
Imobilizado	530,8	540,4	527,9	510,8	575,5
Intangível	480,4	481,4	437,5	436,6	436,2
Total dos Ativos não Circulantes	1.797,2	1.791,9	1.722,6	1.676,8	1.718,1
TOTAL DO ATIVO	4.475,2	4.713,9	4.351,7	4.292,0	4.109,1
PASSIVOS					
PASSIVOS CIRCULANTES					
Fornecedores	1.528,4	1.651,5	1.332,3	1.306,1	1.169,8
Empréstimos e Financiamentos	520,6	425,2	555,5	534,8	404,3
Salários, Férias e Encargos Sociais	155,4	166,6	146,7	126,7	115,8
Tributos a Recolher	27,3	41,7	18,9	28,5	20,4
Partes Relacionadas	61,6	73,6	53,8	50,9	41,7
Tributos Parcelados	7,7	8,3	8,9	8,9	9,0
Receita Diferida	36,7	36,7	35,6	35,6	36,2
Dividendos a Pagar	16,2	16,2	-	-	-
Outras Contas a Pagar	118,0	107,7	85,4	80,1	113,1
Total dos Passivos Circulantes	2.471,8	2.527,6	2.237,2	2.171,5	1.910,4
PASSIVOS NÃO CIRCULANTES					
Empréstimos e Financiamentos	708,7	895,1	829,1	860,4	1.016,2
Impostos Parcelados	-	-	-	0,6	1,2
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	255,0	245,9	228,7	227,3	196,2
Receita Diferida	341,3	349,2	358,2	359,9	367,5
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	-	-	-	-	-
Outras Contas a Pagar	1,7	1,5	1,0	0,9	0,7
Total dos Passivos não Circulantes	1.306,7	1.491,7	1.417,0	1.449,1	1.581,8
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	606,5	606,5	606,5	606,5	606,5
Reserva de Capital	6,8	5,6	4,9	4,2	3,5
Ações em Tesouraria	(39,8)	(20,1)	-	-	-
Reserva Legal	9,7	9,7	4,0	4,0	4,0
Reserva de Retenção de Lucros	94,5	94,5	2,6	2,6	2,6
Outros Resultados Abrangentes	(1,5)	(1,6)	(1,4)	(1,3)	(0,5)
Lucros Acumulados	20,5	-	80,8	55,5	0,8
Total do Patrimônio Líquido	696,6	694,6	697,5	671,4	616,9
TOTAL	4.475,2	4.713,9	4.351,7	4.292,0	4.109,1

ANEXO IV
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA AJUSTADO

DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA AJUSTADO	1T14	1T13
Lucro Líquido	20,5	0,8
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(1,6)	(8,0)
Depreciação e Amortização	27,0	24,7
Juros sobre Empréstimos Provisionados	34,5	21,9
Equivalência Patrimonial, Líquida de Dividendos Recebidos	2,1	0,2
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	18,4	15,0
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	11,6	10,0
Resultado na Venda de Ativos	0,1	0,2
Apropriação da Receita Diferida	(7,9)	(8,6)
Despesas com Plano de Opções de Ações	1,1	0,7
Juros de Tributos Compensados com Prejuízo Fiscal	-	-
Lucro Líquido Ajustado	105,7	56,9
Contas a Receber	9,7	23,8
Estoques	(19,0)	89,7
Tributos a Recuperar	3,0	11,0
Outros Ativos	(13,2)	(47,9)
Varição nos Ativos Operacionais	(19,6)	76,7
Fornecedores	(123,2)	(156,5)
Outras Contas a Pagar	(31,1)	(29,3)
Varição nos Passivos Operacionais	(154,3)	(185,8)
Fluxo de Caixa das Atividade Operacionais	(68,2)	(52,2)
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(16,6)	(27,3)
Recebimento de Venda de Imobilizado	-	-
Venda de Contrato de Exclusividade e Direito de Exploração	-	-
Investimento em Controlada	-	-
Fluxo de Caixa das Atividade de Investimentos	(16,6)	(27,3)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	0,5	202,5
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(93,3)	(17,8)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(32,7)	(22,0)
Ações em Tesouraria, Adquiridas	(19,8)	-
Pagamento de Dividendos	-	-
Fluxo de Caixa das Atividade de Financiamentos	(145,3)	162,7
Saldo Inicial de Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	771,6	545,3
Saldo Final de Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	541,5	628,5
Varição no Caixa, Equivalentes e Títulos e Valores Mobiliários	(230,0)	83,2

Nota: a diferença entre a Demonstração de Fluxo de Caixa e a Demonstração de Fluxo de Caixa Ajustado refere-se basicamente ao tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.

ANEXO V
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1T14

1T14 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio 100%	Eliminações	Consolidado	Financeira 50%	Seguradora 50%	Eliminações	Consolidado Pro-Forma
Receita Bruta	2.690,9	9,9	(1,7)	2.699,1	195,1	30,8	(57,3)	2.867,6
Impostos e Cancelamentos	(429,3)	(0,9)	-	(430,2)	-	-	-	(430,2)
Receita Líquida	2.261,6	9,0	(1,7)	2.268,9	195,1	30,8	(57,3)	2.437,4
Custo Total	(1.647,3)	(3,3)	1,7	(1.648,9)	(26,1)	(3,8)	-	(1.678,7)
Lucro Bruto	614,2	5,8	-	620,0	168,9	27,0	(57,3)	758,7
Despesas com Vendas	(419,9)	-	-	(419,9)	(64,5)	(21,5)	49,3	(456,6)
Despesas Gerais e Administrativas	(97,6)	(4,7)	-	(102,3)	(0,5)	(5,3)	-	(108,1)
Perda em Liquidação Duvidosa	(4,7)	-	-	(4,7)	(70,7)	-	-	(75,4)
Equivalência Patrimonial	22,5	-	(0,9)	21,6	-	-	(21,6)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	6,1	0,0	-	6,1	1,4	0,0	(1,4)	6,1
Total de Despesas Operacionais	(493,6)	(4,7)	(0,9)	(499,2)	(134,3)	(26,8)	26,2	(634,0)
EBITDA	120,6	1,1	(0,9)	120,8	34,7	0,3	(31,1)	124,6
Depreciação e Amortização	(26,9)	(0,1)	-	(27,0)	(1,6)	(0,0)	1,4	(27,3)
EBIT	93,7	1,0	(0,9)	93,8	33,0	0,3	(29,7)	97,4
Resultado Financeiro	(74,7)	0,3	-	(74,4)	-	2,7	8,0	(63,6)
Lucro Operacional	19,0	1,3	(0,9)	19,4	33,0	3,0	(21,7)	33,8
IR / CS	1,6	(0,4)	-	1,1	(13,2)	(1,2)	-	(13,3)
Lucro Líquido	20,5	0,9	(0,9)	20,5	19,8	1,8	(21,7)	20,5
Margem Bruta	27,2%	63,9%	0,0%	27,3%	86,6%	87,8%	100,0%	31,1%
Margem EBITDA	5,3%	11,9%	51,8%	5,3%	17,8%	0,8%	54,2%	5,1%
Margem Líquida	0,9%	9,8%	51,8%	0,9%	10,2%	5,9%	37,8%	0,8%

ANEXO VI
RESULTADOS POR SEGMENTO – 1T13

1T13 (em R\$ milhões)	Varejo	Consórcio	Eliminações	Consolidado	Financeira	Seguradora	Eliminações	Consolidado
		100%			50%	50%		Pro-Forma
Receita Bruta	2.123,7	9,3	(1,7)	2.131,2	168,7	21,2	(41,9)	2.279,3
Impostos e Cancelamentos	(364,8)	(0,8)	-	(365,6)	-	-	-	(365,6)
Receita Líquida	1.758,8	8,5	(1,7)	1.765,6	168,7	21,2	(41,9)	1.913,7
Custo Total	(1.265,8)	(3,3)	1,7	(1.267,4)	(16,3)	(2,4)	-	(1.286,0)
Lucro Bruto	493,1	5,2	-	498,2	152,5	18,8	(41,9)	627,6
Despesas com Vendas	(355,1)	-	-	(355,1)	(61,8)	(13,9)	36,8	(393,9)
Despesas Gerais e Administrativas	(89,5)	(4,5)	-	(94,0)	(0,3)	(3,2)	-	(97,5)
Perda em Liquidação Duvidosa	(4,9)	-	-	(4,9)	(77,9)	-	-	(82,8)
Equivalência Patrimonial	10,5	-	(0,5)	10,0	-	-	(10,0)	-
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	8,4	0,0	-	8,4	2,2	0,2	(1,4)	9,4
Total de Despesas Operacionais	(430,5)	(4,5)	(0,5)	(435,5)	(137,8)	(16,9)	25,4	(564,8)
EBITDA	62,6	0,7	(0,5)	62,7	14,6	1,9	(16,5)	62,8
Depreciação e Amortização	(24,6)	(0,1)	-	(24,7)	(1,6)	(0,0)	1,4	(24,9)
EBIT	38,0	0,6	(0,5)	38,1	13,0	1,9	(15,1)	37,9
Resultado Financeiro	(45,4)	0,2	-	(45,3)	-	1,8	5,0	(38,4)
Lucro Operacional	(7,4)	0,7	(0,5)	(7,2)	13,0	3,7	(10,0)	(0,5)
IR / CS	8,2	(0,3)	-	8,0	(5,2)	(1,5)	-	1,3
Lucro Líquido	0,8	0,5	(0,5)	0,8	7,8	2,2	(10,0)	0,8
Margem Bruta	28,0%	61,1%	0,0%	28,2%	90,4%	88,7%	100,0%	32,8%
Margem EBITDA	3,6%	7,7%	29,0%	3,6%	8,7%	8,8%	39,3%	3,3%
Margem Líquida	0,0%	5,8%	29,0%	0,0%	4,6%	10,6%	24,0%	0,0%

ANEXO VII
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADOS CONSOLIDADOS (PRO-FORMA)

DRE CONSOLIDADO PRO-FORMA (em R\$ milhões)	1T14	AV	1T13	AV	Var(%)
Receita Bruta	2.867,6	117,7%	2.279,3	119,1%	25,8%
Impostos e Cancelamentos	(430,2)	-17,7%	(365,6)	-19,1%	17,7%
Receita Líquida	2.437,4	100,0%	1.913,7	100,0%	27,4%
Custo Total	(1.678,7)	-68,9%	(1.286,0)	-67,2%	30,5%
Lucro Bruto	758,7	31,1%	627,6	32,8%	20,9%
Despesas com Vendas	(456,6)	-18,7%	(393,9)	-20,6%	15,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(108,1)	-4,4%	(97,5)	-5,1%	10,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(75,4)	-3,1%	(82,8)	-4,3%	-8,9%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	6,1	0,2%	9,4	0,5%	-35,1%
Total de Despesas Operacionais	(634,0)	-26,0%	(564,8)	-29,5%	12,2%
EBITDA	124,6	5,1%	62,8	3,3%	98,5%
Depreciação e Amortização	(27,3)	-1,1%	(24,9)	-1,3%	9,5%
EBIT	97,4	4,0%	37,9	2,0%	157,1%
Resultado Financeiro	(63,6)	-2,6%	(38,4)	-2,0%	65,6%
Lucro Operacional	33,8	1,4%	(0,5)	0,0%	-6557,0%
IR / CS	(13,3)	-0,5%	1,3	0,1%	-1100,8%
Lucro Líquido	20,5	0,8%	0,8	0,0%	2452,9%

ANEXO X
ABERTURA DAS VENDAS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Receita Bruta por Canal	1T14	A.V.(%)	1T13	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	119,6	4,5%	93,8	4,4%	27,4%
Site	433,2	16,1%	300,8	14,2%	44,0%
Subtotal - Canal Virtual	552,8	20,6%	394,6	18,6%	40,1%
Lojas convencionais	2.129,9	79,4%	1.726,8	81,4%	23,3%
Total	2.682,6	100,0%	2.121,5	100,0%	26,5%

Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar-14	Part(%)	mar-13	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas virtuais	107	14,4%	106	14,5%	1
Site	1	0,1%	1	0,1%	-
Subtotal - Canal Virtual	108	14,5%	107	14,6%	1
Lojas convencionais	636	85,5%	624	85,4%	12
Total	744	100,0%	731	100,0%	13

Área total de vendas (m²)	473.884	100,0%	461.981	100%	2,6%
----------------------------------	----------------	---------------	----------------	-------------	-------------

Nota: seguindo as especificações do Pronunciamento Técnico CPC 36, foi alterada a contabilização dos rendimentos de fundos exclusivos onde o Magazine Luiza é detentor total do controle de suas cotas, passando de receita financeira para receita operacional de serviços do segmento de varejo o montante de R\$8,3 milhões no 1T14 e R\$2,2 milhões no 1T13. As diferenças apresentadas na receita bruta do segmento de varejo entre a abertura por canal e os demonstrativos de resultados referem-se a tais reclassificações.

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS
Teleconferência em Português/Inglês (com tradução simultânea)

08 de maio de 2014 (quinta-feira)

11h00 – Horário de Brasília

10h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Para participantes no Brasil:

Telefone para conexão: +55 (11) 2188-0155

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

<http://webcast.mzvaluemonitor.com/Cover.aspx?PlatformId=2364>

Para participantes no Exterior:

Telefone para conexão: +1 (646) 843-6054

Código de conexão: Magazine Luiza

Link de webcast:

<http://webcast.mzvaluemonitor.com/Cover.aspx?PlatformId=2365>

Replay (disponível por 7 dias):

Telefone para conexão no Brasil: +55 (11) 2188-0155

Telefone para conexão no Exterior: +1 (866) 890-2584

Identificador para versão em Português e Inglês: Magazine Luiza

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo Rodrigues

Diretor Financeiro e de RI

Daniela Bretthauer

Diretora de RI

Anderson Rezende

Gerente de RI

Rovilson Vieira

Especialista de RI

Tel.: +55 11 3504-2727

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.