

**Dados de Negociação
AMAR3 em 31/dez/11:**

Preço por ação:
R\$ 17,10
Número de ações:
184.551.230

Valor de mercado:
R\$3.156 milhões

**Teleconferência de
Resultados do 4T11:**

Data: 9 de março de 2012
Horário: 14:00 (Brasília) /
12:00 (EST)

Telefones para contato:
Português:
+55 (11) 3127-4971
Inglês:
Tel.: +1 (516) 300-1066

Código de Acesso: Marisa

O áudio da teleconferência
será transmitido ao vivo
pela internet,
acompanhado da
apresentação de slides
disponível no nosso
website.

**Equipe de Relações com
Investidores:**

Paulo Borsatto
CFO e DRI

Flavio Bau
Gerente de RI

Gabriel Succar
Analista de RI

Artur Cunha
Trainee

+55 11 2109 6191
dri@marisa.com.br

São Paulo, 8 de março de 2012 – A Marisa Lojas S.A. (denominada “Marisa” ou “Companhia”) – (BM&FBOVESPA: AMAR3), maior varejista de moda feminina e íntima do Brasil com foco na Classe C, anuncia hoje os resultados do 4º trimestre e do ano de 2011 (4T11 e 2011). As informações da Companhia, exceto quando indicado, têm como base números consolidados, em milhões de reais, conforme as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS).

Principais Destaques

- Abertura de 59 novas lojas em 2011, atingindo 336 lojas com presença em todos os estados do país
- Crescimento de 50,9 mil m² na área de vendas, atingindo 346,4 mil m² no 4T11, um crescimento de 17,2% no ano
- Crescimento de 18,0% na receita líquida em 2011, tendo atingido R\$2,5 bilhões
- EBITDA de 2011 atingiu R\$392,6 milhões, com margem de 19,7% em relação à receita líquida do varejo
- Perspectivas positivas para 2012: plano de abertura de 33 novas lojas, implementação do projeto ‘Mais por m²’ para maximizar produtividade da nossa área de vendas e do ‘Plano de Eficiência’ para diluição de despesas de vendas, gerais e administrativas (SG&A)

Destaques Operacionais e Financeiros

(R\$ mm, exceto dados operacionais)

	4T11	4T10	% Var.	2011	2010	% Var.
Destaques Operacionais						
Número Total de Lojas - final do período	336	277	21,3%	336	277	21,3%
Área de Vendas ('000 m ²) - final do período	346,4	295,5	17,2%	346,4	295,5	17,2%
Área de Vendas ('000 m ²) - média do período	331,7	279,4	18,7%	321,0	272,7	17,7%
Crescimento Receita Líquida - Mesmas Lojas (1)	2,3%	8,8%		7,3%	13,2%	
Cartão Private Label (2)						
Contas aptas (mil contas)	7.992,6	7.156,0	11,7%	7.992,6	7.156,0	11,7%
Contas ativas (mil contas)	2.179,3	2.375,0	-8,2%	2.179,3	2.375,0	-8,2%
Cartão Co-Branded (2)						
Contas aptas (mil contas)	871,4	976,5	-10,8%	871,4	976,5	-10,8%
Contas ativas (mil contas)	617,0	539,5	14,4%	617,0	539,5	14,4%

Destaques Financeiros Consolidados

Receita Líquida	765,2	707,3	8,2%	2.450,3	2.075,7	18,0%
Resultado Operacional (EBITDA)	109,3	148,6	-26,5%	392,6	383,5	2,4%
Varejo	82,9	111,7	-25,8%	260,8	262,2	-0,5%
Cartões Marisa	21,8	34,3	-36,4%	113,9	114,2	-0,3%
SAX	4,6	2,7	69,9%	17,9	7,1	152,6%
Margem EBITDA / Receita Líquida	14,3%	21,0%		16,0%	18,5%	
Margem EBITDA / Receita Líquida Varejo	16,8%	24,7%		19,7%	22,5%	
Lucro Líquido	36,3	87,6	-58,6%	177,5	208,7	-14,9%

Notas:

1) Lojas que têm mais de 13 meses de operação.

2) Contas Aptas: número total de CPFs registrados, excluídos os cancelados e bloqueados. No caso do Private Label, Contas Ativas são aquelas que realizaram compras na Marisa nos últimos seis meses. No caso do Co-Branded, Contas Ativas são aquelas que possuem saldo devedor no mês. Em média cada Conta Apta do Private Label contém 1,33 cartões (considerando o titular mais cartões adicionais), e 1,16 no caso do Co-Branded.

Mensagem da Administração

Encerramos o ano de 2011 com 336 lojas e área de vendas equivalente a 346,4 mil m², presentes em todos os Estados do país, que oferecem à mulher brasileira moda de qualidade e a melhor relação custo-benefício do varejo. Nosso modelo de lojas multi-formato – Marisa Ampliada, Marisa Feminina e Marisa Lingerie – distribuídas de forma equilibrada entre lojas de rua e de shopping, tem se mostrado uma estratégia vencedora que nos confere grande flexibilidade de crescimento. E, acima de tudo, nosso modelo de negócios está totalmente alinhado às características do nosso público alvo, a classe C, cujo crescimento é, a despeito de oscilações de curto prazo, uma tendência estrutural de longo prazo no Brasil.

Temos muito orgulho de ter construído nesses 63 anos de história – felizmente marcados por mais acertos do que erros – um ativo muito valioso. A Marisa é hoje uma plataforma única de distribuição no varejo para a classe C no Brasil, com imensa capilaridade, penetração e reconhecimento de marca. E isso, na nossa visão, tem um valor estratégico enorme que proporciona inúmeras oportunidades de geração de valor para nossos acionistas.

Do ponto de vista de desempenho, 2011 foi um ano desafiador, particularmente o segundo semestre quando observamos uma contínua desaceleração do crescimento de nossas vendas. Acreditamos que o cenário de desaquecimento da economia brasileira somado à pressão inflacionária de alimentos e serviços tenha atingido de forma bastante direta a classe C.

Frente a essa desaceleração, com intuito de fomentar nossas vendas, optamos no 4T11 por uma estratégia comercial agressiva, que incluiu atuarmos de forma promocional, com preços ainda mais atraentes ao cliente e comunicação forte na mídia. Infelizmente os resultados ficaram abaixo de nossas expectativas, e tendo em vista a relevância relativa do 4T na composição do resultado do ano, acabaram impactando o desempenho do ano de forma significativa.

O ano de 2011 também foi marcado pela definição de importantes iniciativas estratégicas para a Marisa, cuja implementação já começou.

Crescimento faz parte de nosso DNA, e vamos continuar focados em crescimento, que virá através de dois caminhos:

- Primeiro, pela via que temos trilhado muito claramente nos últimos anos, abrindo novas lojas. Para 2012, já temos 21 lojas contratadas, com área de vendas de aproximadamente 22 mil m². Mas não vamos parar por aí. Atualmente nosso plano contempla a abertura de 33 novas lojas em 2012, cujas oportunidades de expansão já estão mapeadas. E lembrando: ótimas oportunidades são sempre bem vindas!
- Segundo, estamos trabalhando firme na implementação do projeto “Mais por m²”. O aumento da produtividade do nosso portfólio de lojas é uma importante vertente de crescimento, inclusive de melhor qualidade, pois envolve menor risco e cujos benefícios alavancam diretamente nosso desempenho. Estamos animados com as iniciativas do “Mais por m²”, que estão associadas principalmente à readequação do nosso sortimento de produtos e introdução de novas categorias, como calçados.

Nosso crescimento deve vir acompanhado de eficiência. Anunciamos em dezembro de 2011 os principais pilares de nosso Plano de Eficiência, cujo objetivo é bastante claro: queremos maximizar a eficiência de nossa estrutura administrativa, nos beneficiando de ganhos de escala e consequente diluição de despesas fixas à medida que crescemos.

Gostaria de finalizar com uma mensagem positiva em relação ao nosso negócio. A despeito de oscilações econômicas de curto prazo, temos convicção no desenvolvimento socioeconômico do Brasil, sobretudo o contínuo crescimento da classe C. Acreditamos no modelo de negócios da Marisa e principalmente na nossa capacidade de gestão. Essa é uma combinação vencedora, que gerará valor de forma sustentável para a sociedade e para nossos acionistas.

Marcio GoldFarb
Presidente

Varejo

Destaques Financeiros Varejo

(R\$ mm)	4T11	4T10	% Var.	2011	2010	% Var.
Resultado Operacional Varejo						
Crescimento Receita Líquida Mesmas Lojas	2,3%	8,8%		7,3%	13,2%	
Receita Líquida	651,1	601,0	8,3%	1.990,3	1.702,8	16,9%
Custo de Mercadorias	(322,4)	(279,1)	15,5%	(958,3)	(807,5)	18,7%
Lucro Bruto	328,7	321,9	2,1%	1.032,0	895,2	15,3%
Despesa com Vendas	(220,2)	(177,9)	23,7%	(690,0)	(535,3)	28,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(35,4)	(37,6)	-5,9%	(118,6)	(105,4)	12,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	9,7	5,3	84,8%	37,4	7,7	384,4%
Resultado Operacional (EBITDA)	82,9	111,7	-25,8%	260,8	262,2	-0,5%
Margens Operacionais						
Receita Líquida	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	
Custo de Mercadorias	-49,5%	-46,4%		-48,1%	-47,4%	
Lucro Bruto	50,5%	53,6%		51,9%	52,6%	
Despesa com Vendas	-33,8%	-29,6%		-34,7%	-31,4%	
Despesas Gerais e Administrativas	-5,4%	-6,3%		-6,0%	-6,2%	
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	1,5%	0,9%		1,9%	0,5%	
Resultado Operacional (EBITDA)	12,7%	18,6%		13,1%	15,4%	

Receita Líquida: a receita líquida cresceu 8,3% no 4T11 em comparação com o 4T10, tendo atingido R\$651,1 milhões. No conceito mesmas lojas, a receita líquida apresentou crescimento de 2,3% no 4T11, acompanhando a desaceleração observada ao longo do ano.

Entendemos que esse desempenho tenha sido causado principalmente por:

- (i) **Fatores Macroeconômicos:** o agravamento da crise econômica mundial e seu consequente impacto na economia brasileira ao longo de 2011 afetou de forma significativa nosso desempenho no trimestre. Em particular, o cenário de desaquecimento da economia somado à pressão inflacionária de alimentos e serviços atingiu de forma bastante direta nosso principal cliente-alvo, a classe C, cuja renda disponível para consumo é limitada. Adicionalmente, o setor de varejo sofreu com a competição de “novos” segmentos de consumo, como o de lazer e viagens. Por fim, as medidas de incentivo ao consumo implementadas pelo governo privilegiaram outros segmentos do setor varejista, como o de linha branca.

Como consequência, observamos desempenho pior das nossas lojas de rua em relação às nossas lojas de shopping, bem como das lojas localizadas nas regiões norte e nordeste em relação às demais regiões, tendo em vista a maior concentração de clientes da classe C nas lojas desses grupos.

- (ii) **Fatores Internos:** frente à desaceleração do nosso crescimento, e com objetivo de fomentar o fluxo de clientes em nossas lojas e incentivar a venda, optamos por uma estratégia comercial agressiva, que incluiu atuarmos de forma promocional via preços ainda mais atraentes com forte comunicação na mídia.

Nesse contexto, buscamos ao longo do 4T11 uma readequação do nosso estoque de mercadorias. Este processo ocasionou desequilíbrios entre algumas categorias de produtos e entre lojas, o que impactou negativamente nossas vendas.

- (iii) Estratégia de Crescimento: o desempenho das vendas sofreu também impacto de canibalização que algumas de nossas novas lojas proporcionam em lojas existentes. Esse efeito é antecipado e levado em consideração em nossas análises de retorno e aprovação de novas lojas, e tem impacto temporário de curto-prazo. Por isso, seguimos confiantes em nossa estratégia de crescimento de longo prazo.

No acumulado do ano, a receita líquida cresceu 16,9% em 2011 em relação a 2010, tendo atingido R\$1.990,3 milhões. Esse crescimento é explicado principalmente pela abertura de 59 novas lojas (50,9 mil m² de área de vendas) durante o ano de 2011, sendo que dessas, 34 lojas foram abertas no 4T11.

Custo de Mercadorias: o custo de mercadorias subiu 15,5% no 4T11 em comparação com o 4T10, tendo atingido R\$322,4 milhões.

Esse aumento é explicado principalmente pelo maior volume de vendas, mix de produtos de maior valor agregado, além da inflação observada no setor de confecção.

No acumulado do ano, o custo de mercadorias cresceu 18,7% em relação a 2010, tendo atingido R\$958,3 milhões em 2011.

Lucro Bruto: o lucro bruto cresceu 2,1% no 4T11 em relação ao 4T10, tendo atingido R\$328,7 milhões. A margem bruta, entretanto, caiu 3,1 p.p.

Essa queda é explicada principalmente pela estratégia comercial agressiva mencionada acima, que incluiu atuarmos de forma promocional no 4T11 com vistas a incentivar a venda.

Adicionalmente, do total de 34 lojas abertas no 4T11, 17 lojas foram inauguradas no mês de dezembro, sendo que dessas, uma parte significativa foi aberta na segunda quinzena do mês, em função da inauguração tardia de novos shoppings. Com isso, essas lojas foram inauguradas com mercadoria cujos preços já haviam sido remarcados, o que limitou o potencial de receita das novas lojas e afetou as margens.

No acumulado do ano, o lucro bruto cresceu 15,3% em relação a 2010, tendo atingido R\$1.032,0 milhões. A margem bruta caiu 0,7 p.p. na comparação com 2010, tendo atingido 51,9%.

Despesas com Vendas: as despesas com vendas cresceram 23,7% no 4T11, tendo atingido R\$220,2 milhões. Analisando as despesas com vendas como percentual da receita líquida, houve um aumento de 4,2 p.p. no 4T11 em relação ao 4T10, tendo atingido 33,8%.

Esse aumento é explicado principalmente pelas despesas relacionadas à abertura de 59 lojas em 2011, das quais 34 no 4T11 e 17 no mês de dezembro, que geram maiores despesas com abertura de lojas, propaganda e marketing, além das despesas operacionais que sofrem menor diluição nos primeiros anos de operação tendo em vista a curva esperada de maturação das novas lojas.

Parte do aumento das despesas com vendas é explicado pela nossa estratégia comercial mais agressiva no 4T11, que contemplou fortes investimentos em propaganda e marketing, particularmente veiculações mais frequentes em televisão já a partir do mês de outubro que se estenderam até dezembro.

No acumulado do ano, as despesas com vendas cresceram 28,9% em relação a 2010, tendo atingido R\$690,0 milhões em 2011. As despesas com vendas como percentual da receita líquida cresceram 3,2 p.p. na comparação com 2010, tendo atingido 34,7.

Despesas Gerais e Administrativas: as despesas gerais e administrativas caíram 5,9% no 4T11 em relação ao 4T10, atingindo R\$35,4 milhões. Analisando as despesas gerais e administrativas como percentual da receita líquida, houve um decréscimo de 0,8 p.p. no 4T11, tendo atingido 5,4%.

Essa queda é atribuída principalmente à redução com despesas de pessoal, serviços de terceiros e de escritório.

Vale lembrar que as despesas gerais e administrativas no 4T11 foram impactadas por aproximadamente R\$3,3 milhões de despesas incrementais relacionadas a encargos e indenizações referentes à redução do quadro de funcionários anunciada no final de 2011, no contexto de nosso Plano de Eficiência.

No acumulado do ano, as despesas gerais e administrativas cresceram 12,5%, tendo atingido R\$118,6 milhões em 2011. As despesas gerais e administrativas como percentual da receita líquida caíram 0,2 p.p., tendo atingido 6,0% em 2011, praticamente em linha com 2010.

Outras Receitas (Despesas) Operacionais: as outras receitas operacionais atingiram R\$9,7 milhões no 4T11. Analisando essa linha como percentual da receita líquida, houve um acréscimo de 0,6 p.p., tendo atingido 1,5%.

No acumulado do ano, as outras receitas operacionais atingiram R\$37,4 milhões. Analisando essa linha como percentual da receita líquida, houve um aumento de 1,4 p.p. em 2011 em relação a 2010, tendo atingido 1,9%. Os principais itens que compõe esse montante estão relacionados à recuperação de créditos tributários e reversão de provisões para contingências.

Resultado Operacional (EBITDA): o resultado operacional caiu 25,8% no 4T11 relativamente ao 4T10, atingindo R\$82,9 milhões. A margem de EBITDA caiu 5,8 p.p. no 4T11, tendo atingido 12,7%. Essa queda é resultado da combinação dos fatores explicados anteriormente.

No acumulado do ano, o EBITDA atingiu R\$260,8 milhões, uma queda de 0,5% relativamente ao ano de 2010. A margem de EBITDA apresentou uma queda de 2,3 p.p. em 2011 em relação a 2010, tendo atingido 13,1% da receita líquida.

Cartões Marisa

Base de Contas ¹:

Base de Contas (mil contas)	Private Label		Co-Branded		Total	
	Aptas	Ativas	Aptas	Ativas	Aptas	Ativas
1T10	6.272,9	2.252,4	720,9	354,5	6.993,8	2.606,9
2T10	6.491,6	2.064,7	862,1	409,0	7.353,7	2.473,7
3T10	6.723,8	2.183,9	818,3	477,1	7.542,1	2.661,0
4T10	7.156,0	2.375,0	976,5	539,5	8.132,5	2.914,5
1T11	7.199,9	2.323,2	1.068,2	534,5	8.268,1	2.857,7
2T11	7.471,3	2.121,3	1.189,2	577,6	8.660,5	2.698,9
3T11	7.654,6	2.051,3	949,2	596,4	8.603,8	2.647,7
4T11	7.992,6	2.179,3	871,4	617,0	8.864,0	2.796,4

Nota:

1) Contas Aptas: número total de CPFs registrados, excluídos os cancelados e bloqueados. No caso do Private Label, Contas Ativas são aquelas que realizaram compras na Marisa nos últimos seis meses. No caso do Co-Branded, Contas Ativas são aquelas que possuem saldo devedor no mês. Em média cada Conta Apta do Private Label contém 1,33 cartões (considerando o titular mais cartões adicionais), e 1,16 no caso do Co-Branded.

Base de Contas – Private Label: ao final do 4T11, atingimos a marca de 7,99 milhões de contas aptas e 2,18 milhões de contas ativas. Isso representa um crescimento de 11,7% no número de contas aptas, entretanto uma queda de 8,2% no número de contas ativas em comparação ao 4T10.

A redução do número de contas ativas é principalmente reflexo da desaceleração da atividade de varejo, agravada ainda pela menor demanda por crédito por parte do nosso cliente, que se mostrou mais cauteloso no contexto do desaquecimento da economia somado à pressão inflacionária descrita anteriormente. Adicionalmente, a maior penetração de outras modalidades de pagamento no total de vendas da Companhia – a participação de outros cartões de débito/crédito ou dinheiro aumentou de 50,4% das vendas no 4T10 para 55,4% das vendas no 4T11 – também contribui para a queda no número de contas ativas. Por fim, vale lembrar que existe um movimento de migração de contas do Private Label para o Co-Branded.

Base de Contas – Co-Branded: ao final do 4T11, atingimos a marca de 871,4 mil contas aptas e 617,0 mil contas ativas. Isso representa uma queda de 10,8% no número de contas aptas e um crescimento de 14,4% no número de contas ativas em comparação ao 4T10.

A queda do número de contas aptas reflete o expurgo mensal da base de cartões, adotada como política regular a partir de agosto de 2011, e cujo critério é a não utilização do cartão pelo menos uma vez em um prazo de 12 meses.

O aumento do número de contas ativas é reflexo do crescimento mais acentuado da base de cartões Co-Branded, sendo uma operação relativamente recente e ainda em fase de maturação. Adicionalmente, o cartão Co-Branded é utilizado em outros estabelecimentos comerciais, inclusive com perfil de consumo menos discricionário, como supermercados, por exemplo, que sofreram menor desaceleração.

Vendas Através dos Cartões Marisa:

Meios de Pagamento - % das Vendas Totais (%)	Private Label	Co-Branded	Outros Meios de Pagamento
1T10	48,1%	3,5%	48,4%
2T10	49,5%	3,8%	46,7%
3T10	47,4%	4,0%	48,5%
4T10	45,4%	4,2%	50,4%
1T11	41,8%	4,1%	54,1%
2T11	45,0%	4,4%	50,6%
3T11	41,9%	4,6%	53,5%
4T11	40,5%	4,1%	55,4%

Vendas Através dos Cartões Marisa – Private Label e Co-Branded: no 4T11, a participação dos Cartões Marisa no total das vendas foi de 44,6%, inferior aos 49,6% reportados no 4T10.

A redução da participação dos Cartões Marisa no total das vendas é atribuída à menor demanda por crédito por parte do nosso cliente. Além disso, o número significativo de lojas abertas nos últimos dois anos – particularmente as lojas de shopping e lojas do formato Marisa Lingerie – também contribui para essa redução. Durante a fase de maturação das novas lojas uma parte significativa dos clientes ainda não possui os Cartões Marisa, o que reduz sua participação nas vendas.

Programa Amiga: lançamos ao longo do segundo semestre de 2011 nosso programa de relacionamento e fidelização de clientes, o Programa Amiga. Trata-se de um programa de relacionamento com objetivo de aumentar as taxas de captação e utilização dos Cartões Marisa, além de incentivar o desempenho de vendas do varejo, via principalmente aumento da frequência de compra de nossos clientes.

Vendas com Juros Através dos Cartões Marisa

Vendas com Juros (%)	Private Label	Co-Branded
1T10	19,3%	13,5%
2T10	19,2%	13,5%
3T10	18,1%	12,5%
4T10	25,4%	19,6%
1T11	20,5%	14,3%
2T11	21,6%	16,5%
3T11	19,3%	14,2%
4T11	23,6%	17,6%

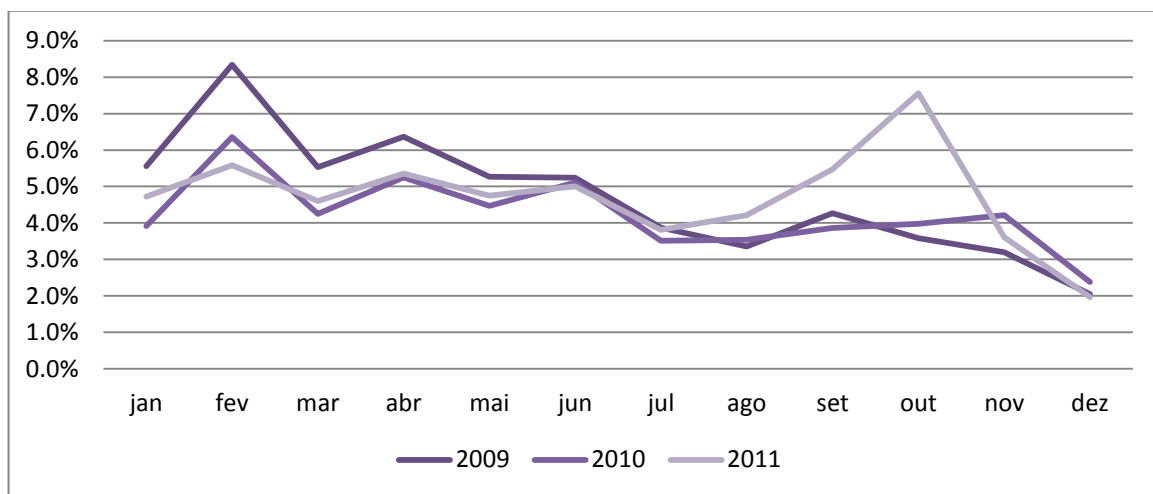
Ticket Médio

Ticket Médio (R\$)	Private Label	Co-Branded	Marisa
1T10	89,00	83,35	62,24
2T10	102,15	97,19	72,02
3T10	95,03	91,21	66,48
4T10	108,81	106,51	74,58
1T11	93,27	91,52	67,34
2T11	110,84	104,74	79,66
3T11	102,22	100,62	71,75
4T11	111,14	100,78	77,17

Perfil da Carteira de Recebíveis – Private Label

Private Label (R\$ mm)	4T11	%Total	4T10	%Total	%Var
Em dia:	361,8	70,2%	367,3	73,2%	-1,5%
Vencidas:	153,9	29,8%	134,6	26,8%	14,4%
1 a 30 dias	60,1	11,7%	64,0	12,8%	-6,1%
31 a 60 dias	17,8	3,5%	19,6	3,9%	-9,2%
61 a 90 dias	20,3	3,9%	15,1	3,0%	34,8%
91 a 120 dias	21,4	4,1%	13,9	2,8%	53,7%
121 a 150 dias	18,3	3,5%	11,6	2,3%	57,9%
151 a 180 dias	16,0	3,1%	10,4	2,1%	53,7%
Total	515,7	100,0%	501,9	100,0%	2,7%

Índice de Eficiência de Cobrança – EFICC¹ – Private Label



Nota:

1) Percentual de valores que estavam em dia há 6 meses e que chegaram a 180 dias de atraso nos respectivos meses

Carteira de Recebíveis e Inadimplência – Private Label: a carteira de recebíveis cresceu 2,7% no 4T11 em relação ao 4T10, atingindo R\$515,7 milhões.

O baixo crescimento da carteira reflete a menor demanda por crédito por parte do nosso cliente, conforme citado acima.

Com relação ao perfil da carteira de recebíveis, detectamos uma maior concentração de recebíveis vencidos nas faixas de atraso acima de 60 dias. Isso é consequência dos efeitos da greve dos correios, cuja duração foi de setembro de 2011 a outubro de 2011, que afetou significativamente nossa capacidade de cobrança no período (postagem das faturas e acordos de pagamento do Cartão Marisa). Essa maior concentração de recebíveis vencidos nas faixas mais longas de atraso implicam uma necessidade maior de provisionamento no 4T11.

Analisando o EFICC como indicador antecedente de potencial inadimplência futura, notamos que após a regularização da situação dos correios os níveis de inadimplência retornaram a patamares inclusive inferiores a 2010, permanecendo absolutamente estabilizados.

Destaques Financeiros:

Cartões Marisa

(R\$ mm)	4T11	4T10	%Var	2011	2010	Var. %	Localização na DRE Consolidada
Tarifas (1) e Seguros	19,7	24,7	-20,5%	84,8	91,6	-7,5%	Receita Líquida - Cartão
Receita de Intermediação Financeira (2)	59,4	50,8	16,9%	249,6	197,4	26,4%	Receita Líquida - Cartão
Recuperação das Perdas do Cartão Marisa (a)	5,8	14,3	-59,6%	27,7	33,1	-16,3%	Receita Líquida - Cartão
Outros	0,9	(0,5)	-295,3%	(0,5)	(2,5)	-81,8%	Receita Líquida - Cartão
Acordo de Exclusividade - Co-Branded	3,0	3,0	0,0%	12,0	12,0	0,0%	Receita Líquida - Cartão
Receita de Comissão - Co-Branded	1,4	2,2	-35,3%	7,6	6,6	15,0%	Receita Líquida - Cartão
Resultado da Operação - Co-Branded	10,4	4,6	123,6%	31,1	14,8	109,9%	Receita Líquida - Cartão
Total da Receita Líquida	100,6	99,3	1,3%	412,5	353,2	16,8%	
Custo de Funding	(2,4)	(3,4)	-27,9%	(10,1)	(10,6)	-5,0%	Custo de Serviços Financeiros - Cartão
Custo de Serviços	(28,3)	(26,4)	7,0%	(98,5)	(81,5)	20,9%	Custo de Serviços Financeiros - Cartão
Perdas em Operações de Crédito (b)	(43,2)	(32,5)	32,9%	(161,0)	(128,5)	25,2%	Custo de Serviços Financeiros - Cartão
Outros	(4,4)	(1,1)	302,9%	(8,0)	(4,4)	82,2%	Custo de Serviços Financeiros - Cartão
Despesas Gerais e Administrativas	(3,4)	(4,5)	-24,2%	(16,3)	(9,9)	65,4%	Despesas Gerais e Administrativas - Cartão
Outras Receitas (Despesas) Operacionais (c)	3,0	3,0	2,2%	(4,8)	(4,1)	17,1%	Outras Receitas (Despesas) Operacionais - Cartão
Total dos Custos e Despesas	(78,8)	(65,0)	21,2%	(298,6)	(238,9)	25,0%	
Resultado Operacional (EBITDA)	21,8	34,3	-36,4%	113,9	114,2	-0,3%	

Notas:

1) Tarifas de extrato e cobrança

2) Juros sobre vendas parceladas, juros rotativos, multas e mora

Resultado Líquido da Inadimplência

(R\$ mm)	4T11	4T10	%Var	2011	2010	Var. %	Localização na DRE Consolidada
Recuperação das Perdas do Cartão Marisa (a)	5,8	14,3	-59,6%	27,7	33,1	-16,3%	Receita Líquida - Cartão
Perdas em Operações de Crédito (b)	(43,2)	(32,5)	32,9%	(161,0)	(128,5)	25,2%	Custo de Serviços Financeiros - Cartão
Outros Ajustes de Provisões (c)	5,1	2,6	93,6%	(8,4)	(2,3)	259,1%	Parcela de Outras Receitas Operacionais - Cartão
Resultado Líquido da Inadimplência	(32,4)	(15,6)	107,8%	(141,7)	(97,8)	44,9%	

Cartões Marisa: a receita líquida no 4T11 foi de R\$100,6 milhões, aumento de 1,3% quando comparada com a receita líquida do 4T10, de R\$99,3 milhões.

A baixa taxa de crescimento da receita está relacionada à desaceleração da atividade de varejo e à menor demanda por crédito por parte do nosso cliente, conforme citado acima.

Houve ainda redução na linha de tarifas e seguros relacionada ao atendimento de requerimento do regulador, sendo que parte das receitas com tarifas passou a ser cobrada na forma de reembolso de despesas.

O crescimento da receita de intermediação financeira é atribuído ao aumento de taxa de juros do rotativo ocorrido no final do 2T11.

A redução expressiva na linha de recuperação de perdas é reflexo de mudança de estratégia de gestão de recebíveis com atraso acima de 180 dias, já baixados do ativo. No 4T10, registramos uma receita relevante proveniente de cessão de carteira, da ordem de R\$4,4 milhões, que não ocorreu no 4T11, quando tomamos a decisão de, ao invés de fazer a cessão da carteira, estruturamos um FIDC com os recebíveis não performados acima de 180 dias de atraso e já lançados a perda, com o objetivo de se beneficiar de melhores índices de recuperação observados historicamente. Tal benefício, no entanto, deverá ser auferido ao longo de 2012.

No ano, a receita líquida foi de R\$412,5 milhões, um aumento de 16,8% na comparação com o ano anterior.

Os custos e despesas no 4T11 foram de R\$78,8 milhões, aumento de 21,2% quando comparados ao 4T10, de R\$65,0 milhões.

O maior impacto negativo nos custos e despesas está relacionado ao maior nível de perdas e provisionamento proveniente do efeito da greve dos correios explicada acima.

Os custos e despesas também foram impactados pelas despesas associadas ao lançamento do Programa Amiga, da ordem de R\$4,8 milhões. Essas despesas incluem despesas de marketing, resgate de pontos e constituição de provisões para futuros resgates de pontos. Importante lembrar que tais custos e despesas não existiam na base de comparação do ano anterior. Os benefícios do Programa serão auferidos ao longo do tempo, mediante a esperada maior captação de novas contas e maior tráfego e vendas em nossas lojas.

Cartão Co-Branded: o resultado agregado do Cartão Co-Branded apresentou um crescimento de 50,1% no 4T11 em comparação com o 4T10.

Tal desempenho é atribuído principalmente ao crescimento mais acentuado da base de cartões Co-Branded, além de sua maior utilização pelos clientes, sendo uma operação relativamente recente, lançada em 2009, e ainda em fase de maturação.

No ano, o resultado agregado atingiu R\$50,8 milhões, um crescimento de 51,7% em comparação com o ano anterior, de R\$33,5 milhões.

Resultado Operacional (EBITDA): a combinação dos fatores explicados acima levou o resultado operacional dos Cartões Marisa no 4T11 a R\$21,8 milhões, queda de 36,4% relativamente ao 4T10.

No acumulado do ano, o resultado operacional atingiu R\$113,9 milhões, praticamente em linha com o resultado do ano anterior.

Sax Financeira

Perfil da Carteira de Recebíveis – SAX

SAX (R\$ mm)	4T11	%Total	4T10	%Total	%Var
Em dia:	36,7	67,7%	18,6	74,1%	97,5%
Vencidas:	17,5	32,3%	6,5	25,9%	169,2%
1 a 30 dias	3,3	6,1%	1,5	6,0%	120,0%
31 a 60 dias	2,2	4,1%	0,9	3,6%	144,4%
61 a 90 dias	2,0	3,7%	0,8	3,2%	150,0%
91 a 120 dias	1,9	3,5%	0,7	2,8%	171,4%
121 a 150 dias	1,7	3,1%	0,6	2,4%	183,3%
151 a 180 dias	1,5	2,8%	0,5	2,0%	200,0%
181 a 240 dias	2,6	4,8%	0,8	3,2%	225,0%
241 a 300 dias	1,6	3,0%	0,5	2,0%	220,0%
301 a 360 dias	0,7	1,3%	0,2	0,8%	250,0%
Total	54,2	100,0%	25,1	100,0%	116,1%

Destaques Financeiros:

SAX (R\$ mm)	4T11	4T10	%Var	2011	2010	Var. %	Localização na DRE Consolidada
Resultado Operacional SAX							
Receita Líquida de Serviços Financeiros	13,6	7,0	93,3%	47,6	19,8	140,9%	Receita Líquida - Sax
Provisões e Perdas, Líquidas	(5,7)	(2,2)	157,8%	(18,8)	(6,5)	188,1%	Custo de Serv. Fin. e Parcela de Outras Despesas Operacionais - Sax
Custos de captação	(0,5)	(0,2)	142,5%	(2,0)	(0,5)	343,8%	Custo de Serviços Financeiros - Sax
Despesas Gerais e Administrativas	(2,8)	(1,9)	46,1%	(8,8)	(5,7)	55,5%	Despesas Gerais e Administrativas - Sax
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(0,0)	(0,0)	n.a.	(0,0)	0,0	n.a.	Parcela de outras Receitas (Despesas) Operacionais - Sax
Resultado Operacional (EBITDA)	4,6	2,7	69,7%	17,9	7,1	152,4%	
Margens Operacionais							
Receita Líquida de Serviços Financeiros	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%		
Provisões e Perdas, Líquidas	-41,7%	-31,3%		-39,5%	-33,0%		
Custos de captação	-3,8%	-3,0%		-4,2%	-2,3%		
Despesas Gerais e Administrativas	-20,6%	-27,3%		-18,5%	-28,7%		
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	-0,2%	0,0%		0,0%	0,0%		
Resultado Operacional (EBITDA)	33,7%	38,4%		37,7%	36,0%		

SAX Financeira: nossa operação de empréstimos pessoais, a SAX, encontra-se em fase de forte crescimento e já se mostra relevante para o resultado consolidado da Companhia.

A carteira de recebíveis da SAX atingiu R\$54,2 milhões no 4T11, um crescimento de 116,5% em relação ao 4T10. Além da maturação da operação, contribuiu para o crescimento da carteira a maior participação de clientes pré-aprovados do Cartão Marisa. O ticket médio dos empréstimos foi de R\$634,84 no 4T11 contra R\$528,20 no 4T10.

O resultado operacional da SAX atingiu R\$4,6 milhões no trimestre, um crescimento de 69,7 % em relação ao 4T10.

No ano, o resultado operacional da SAX atingiu R\$17,9 milhões, um crescimento bastante forte em relação ao ano de 2010. Esse forte crescimento é consequência da maturação da operação, que também impacta os níveis de perdas.

Resultado Operacional Consolidado (EBITDA Consolidado) ¹

Resultado Operacional Consolidado (R\$ mm)	4T11	4T10	%Var	2011	2010	Var. %
Composição do Resultado Consolidado						
Varejo	82,9	111,7	-25,8%	260,8	262,2	-0,5%
Cartões Marisa	21,8	34,3	-36,4%	113,9	114,2	-0,3%
SAX	4,6	2,7	69,9%	17,9	7,1	152,6%
Resultado Operacional Consolidado	109,3	148,6	-26,5%	392,6	383,5	2,4%
Participação no Resultado Consolidado						
Varejo	75,9%	75,1%		66,4%	68,4%	
Cartões Marisa	20,0%	23,1%		29,0%	29,8%	
SAX	4,2%	1,8%		4,6%	1,9%	
Resultado Operacional Consolidado	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	
Reconciliação do EBITDA						
(R\$ mm)	4T11	4T10	%Var	2011	2010	Var. %
Lucro líquido	36,3	87,6	-58,6%	177,5	208,7	-14,9%
(+) IR e CSLL - Diferidos	12,1	33,1	-63,3%	57,8	52,9	9,3%
(+) IR e CSLL - Corrente	1,7	(5,4)	-132,4%	(10,4)	4,1	-351,8%
(+) Resultado Financeiro Líquido	19,3	8,0	140,4%	52,3	20,3	158,1%
(+) Depreciação e Amortização	39,8	25,3	57,1%	115,4	97,5	18,3%
EBITDA	109,3	148,6	-26,5%	392,6	383,5	2,4%
Receita líquida do varejo	651,1	601,0	8,3%	1.990,3	1.702,8	16,9%
Margem EBITDA / ROL Varejo	16,8%	24,7%		19,7%	22,5%	
Receita líquida consolidada	765,2	707,3	8,2%	2.450,3	2.075,7	18,0%
Margem EBITDA / ROL Consolidada	14,3%	21,0%		16,0%	18,5%	

Nota:

1) A alocação do resultado entre as unidades de negócios (Varejo, Cartões Marisa e SAX) neste release apresenta pequenas diferenças do resultado por unidades de negócios apresentada na DFP. Tais diferenças são provenientes de ajustes gerenciais refletidos no release de (1) despesas de G&A da unidade Cartões Marisa que no DFP foram lançadas na unidade Varejo (R\$2,1 milhões e R\$1,6 milhão, no 4T11 e 4T10 respectivamente, e R\$9,4 milhões e R\$6,0 milhões, em 2011 e 2010) e (2) despesas de G&A da unidade SAX que no DFP foram lançadas na unidade Cartões Marisa (R\$0,5 milhão e R\$0,4 milhão, no 4T11 e 4T10 respectivamente, e R\$1,8 milhão e R\$1,0 milhão, em 2011 e 2010). Tais ajustes são aplicáveis pois refletem mais adequadamente os resultados de cada unidade de negócio.

Endividamento Líquido e Resultado Financeiro Líquido

Endividamento Líquido

(R\$ mm)	4T11	4T10
Composição da Dívida Líquida		
Dívida bruta (A)	984,5	577,8
Dívida de curto prazo	297,5	509,8
Dívida de longo prazo	687,0	68,0
Caixa e aplicações financeiras (B)	647,3	545,7
Dívida líquida (A-B)	337,1	32,1
Patrimônio líquido	857,8	836,1

Alavancagem Financeira

Dívida bruta / (Dívida bruta + PL)	53%	41%
Dívida líquida / (Dívida líquida + PL)	28%	4%
Dívida líquida / EBITDA do ano (x)	0,86	0,08

Endividamento Líquido: Encerramos o 4T11 com endividamento líquido de R\$337,1 milhões, um aumento relevante em relação ao 4T10, quando fechamos o ano com R\$32,1 milhões.

Esse aumento da alavancagem financeira está relacionada à nossa estratégia de otimização de estrutura de capital implementada ao longo do ano de 2011, que deverá contribuir significativamente para criação de valor para nossos acionistas. Perseguimos atualmente uma estrutura de capital com aproximadamente 40% de dívida em relação ao capital total. Estamos confortáveis com esse nível de alavancagem financeira, e entendemos que dispomos de patamar de liquidez absolutamente adequado ao nosso projeto de expansão.

Em linha com esse conceito, realizamos ao longo do ano de 2011 duas emissões de debêntures simples, não conversíveis em ações. A primeira, em 21 de junho de 2011, montante de R\$300 milhões, prazo de 7 anos e taxa de remuneração de 111,95% do CDI; e a segunda, em 20 de dezembro de 2011, montante de R\$350 milhões, prazo de 5 anos, e taxa de remuneração de 111,20% do CDI.

Resultado Financeiro Líquido

(R\$ mm)	4T11	4T10	%Var	2011	2010	Var. %
Receitas Financeiras	9,7	11,6	-16,4%	73,5	32,0	129,8%
Despesas Financeiras	(19,5)	(6,9)	182,9%	(87,4)	(22,0)	297,2%
AVP e Outras	(9,6)	(12,8)	-25,0%	(38,4)	(30,2)	26,9%
Resultado Financeiro Líquido	(19,3)	(8,0)	140,4%	(52,3)	(20,3)	158,1%

Resultado Financeiro Líquido: o resultado financeiro líquido de 2011 foi uma despesa líquida de R\$52,3 milhões (despesa de R\$20,3 milhões em 2010) que se deve ao aumento do endividamento líquido, aos investimentos realizados ao longo de 2011 e da nova estrutura de capital, com maior alavancagem financeira.

Capex

Capex (R\$ mm)	4T11	4T10	%Var	2011	2010	Var. %
Lojas Novas	65,6	78,1	-16,0%	180,4	181,0	-0,3%
Ampliações e Reformas	8,3	8,1	2,8%	35,4	30,5	16,3%
Logística	1,9	4,9	-61,3%	13,9	8,1	70,9%
TI	2,9	3,1	-4,4%	12,9	12,0	7,1%
Outros	3,3	4,9	-33,3%	12,4	12,4	-0,2%
Total	82,1	99,1	-17,2%	255,0	244,0	4,5%

Capex: o capex no ano de 2011 totalizou R\$255,0 milhões, um crescimento de 4,5% em relação ao ano de 2010. A maior parte do capex está relacionada à abertura de 59 novas lojas durante o ano de 2011, sendo que dessas, 34 lojas foram abertas no 4T11. Para referência, no ano de 2010 foram abertas 53 lojas, sendo que dessas, 38 lojas foram abertas no 4T10. Para o ano de 2012, pretendemos abrir 33 novas lojas, das quais 21 já estão contratadas.

Demonstrativos Financeiros Consolidados

Demonstração de Resultados

<i>(R\$ milhares)</i>	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var (%)
Receita Líquida	765.196	707.252	8,2%	2.450.315	2.075.682	18,0%
Receita Líquida - Varejo	651.056	600.950	8,3%	1.990.263	1.702.762	16,9%
Receita Líquida - Cartão	100.584	99.289	1,3%	412.476	353.168	16,8%
Receita Líquida - Sax	13.556	7.013	93,3%	47.576	19.752	140,9%
Custo de Mercadorias e Serviços	(406.514)	(344.918)	17,9%	(1.252.790)	(1.039.491)	20,5%
Custo de Mercadorias - Varejo	(322.383)	(279.058)	15,5%	(958.259)	(807.546)	18,7%
Custo de Serviços Financeiros - Cartão	(78.380)	(63.451)	23,5%	(277.474)	(224.962)	23,3%
Custo de Serviços Financeiros - Sax	(5.751)	(2.409)	138,7%	(17.057)	(6.983)	144,3%
Lucro Bruto	358.682	362.334	-1,0%	1.197.525	1.036.191	15,6%
Despesas Operacionais	(289.185)	(239.021)	21,0%	(920.308)	(750.238)	22,7%
Despesas com vendas - Varejo	(220.160)	(177.935)	23,7%	(689.991)	(535.322)	28,9%
Despesas Gerais e Administrativas - Varejo	(35.353)	(37.565)	-5,9%	(118.572)	(105.439)	12,5%
Despesas Gerais e Administrativas - Cartão	(3.435)	(4.530)	-24,2%	(16.301)	(9.854)	65,4%
Despesas Gerais e Administrativas - Sax	(2.796)	(1.914)	46,1%	(8.816)	(5.669)	55,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais - Varejo	9.726	5.262	84,8%	37.354	7.712	384,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais - Cartão	3.029	2.965	2,2%	(4.827)	(4.123)	17,1%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais - Sax	(441)	(2)	n.a.	(3.758)	3	n.a.
Depreciação e Amortização	(39.755)	(25.302)	57,1%	(115.397)	(97.546)	18,3%
Lucro operacional antes de resultado financeiro	69.497	123.313	-43,6%	277.217	285.953	-3,1%
Resultado Financeiro	(19.348)	(8.049)	140,4%	(52.290)	(20.261)	158,1%
Despesas Financeiras	(54.142)	(31.806)	70,2%	(279.939)	(65.851)	325,1%
Receitas Financeiras	34.794	23.757	46,5%	227.649	45.590	399,3%
Lucro antes de imposto de renda e contribuição social	50.149	115.264	-56,5%	224.927	265.692	-15,3%
Imposto de Renda e Contribuição Social - Correntes	(12.131)	(33.066)	-63,3%	(57.796)	(52.902)	9,3%
Imposto de Renda e Contribuição Social - Diferidos	(1.745)	5.392	n.a.	10.362	(4.115)	n.a.
Lucro Líquido do Período	36.273	87.590	-58,6%	177.493	208.675	-14,9%
Lucro Líquido por Ação	0,20	0,47		0,96	1,13	
Número de Ações (em Milhares)	184.551	184.551		184.551	184.551	

Nota: a alocação do resultado entre as unidades de negócios (Varejo, Cartões Marisa e SAX) neste release apresenta pequenas diferenças do resultado por unidades de negócios apresentada na DFP. Tais diferenças são provenientes de ajustes gerenciais refletidos no release de (1) despesas de G&A da unidade Cartões Marisa que no DFP foram lançadas na unidade Varejo (R\$2,1 milhões e R\$1,6 milhão, no 4T11 e 4T10 respectivamente, e R\$9,4 milhões e R\$6,0 milhões, em 2011 e 2010) e (2) despesas de G&A da unidade SAX que no DFP foram lançadas na unidade Cartões Marisa (R\$0,5 milhão e R\$0,4 milhão, no 4T11 e 4T10 respectivamente, e R\$1,8 milhão e R\$1,0 milhão, em 2011 e 2010). Tais ajustes são aplicáveis pois refletem mais adequadamente os resultados de cada unidade de negócio.

Balanço Patrimonial

(R\$ milhares)

	4T11	4T10	Var. %
ATIVO			
CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	641.294	521.688	22,9%
Títulos e valores mobiliários	360	18.952	-98,1%
Contas a receber de clientes	682.365	634.538	7,5%
Estoques	281.391	232.016	21,3%
Partes relacionadas	-	-	n.a.
Impostos a recuperar	80.891	44.343	82,4%
Outros créditos	21.166	16.133	31,2%
Total do ativo circulante	1.707.467	1.467.670	16,3%
NÃO CIRCULANTE			
Imposto de renda e contribuição social diferidos	83.328	72.977	14,2%
Impostos a recuperar	34.642	42.005	-17,5%
Depósitos judiciais	36.669	39.817	-7,9%
Títulos e valores mobiliários	5.690	5.069	12,3%
Partes relacionadas	1.280	1.280	0,0%
Investimentos	-	-	n.a.
Outros investimentos	-	2	n.a.
Imobilizado	465.311	347.448	33,9%
Intangível	98.212	85.024	15,5%
Total do ativo não circulante	725.132	593.622	22,2%
TOTAL DO ATIVO	2.432.599	2.061.292	18,0%
PASSIVO			
CIRCULANTE			
Fornecedores	178.443	207.868	-14,2%
Empréstimos e financiamentos	297.455	509.802	-41,7%
Salários, provisões e contribuições sociais	40.982	43.784	-6,4%
Impostos a recolher	105.630	141.803	-25,5%
Partes relacionadas	4.770	4.731	0,8%
Parcelamento de tributos	13.723	8.552	60,5%
Aluguéis a pagar	13.130	11.162	17,6%
Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	31.576	13.623	131,8%
Receita diferida	12.000	12.000	0,0%
Outras obrigações	43.387	29.315	48,0%
Total do passivo circulante	741.096	982.640	-24,6%
NÃO CIRCULANTE			
Empréstimos e financiamentos	687.017	68.047	909,6%
Provisão para litígios e demandas judiciais	53.350	61.125	-12,7%
Parcelamento de tributos	22.371	43.435	-48,5%
Receita diferida	71.000	83.000	-14,5%
Total do passivo não circulante	833.738	255.607	226,2%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	651.106	651.106	0,0%
Reservas de lucros	206.659	171.931	20,2%
Subtotal	857.765	823.037	4,2%
Participação não controladores	-	8	n.a.
Total do Patrimônio Líquido	857.765	823.045	4,2%
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.432.599	2.061.292	18,0%