

1º Trimestre 2011

Divulgação de Resultado



São Caetano do Sul, SP, Brasil, 12 de maio de 2011. A Globex Utilidades S.A. (BMF&BOVESPA: GLOB3; OTC: GBXPY) anuncia os resultados do 1T11. As informações operacionais e financeiras de Globex, foram elaboradas em conformidade com a norma International Financial Reporting Standard (IFRS) emitidas pelo Accounting Standards Board (IASB) e as práticas contábeis adotadas no Brasil (BRGAAP), com observância às disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações e estão apresentadas com números em Reais. Os comentários estão distribuídos da seguinte forma: (i) "Globex Pontofrio" - que excluem integralmente os resultados operacionais e financeiros de Nova Casas Bahia, (ii) "Consolidado" - que incluem integralmente os resultados operacionais e financeiros de Nova Casas Bahia, somente no 1T11, conforme a Legislação Societária vigente. Todas as comparações referem-se ao mesmo período de 2010, exceto onde estiver indicado de outra forma.

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

**Vendas brutas consolidadas totalizaram R\$ 5.733,0 milhões no trimestre,
Despesa financeira líquida representou 3,4% das vendas líquidas.**

- No 1T11, as vendas brutas consolidadas de Globex apresentaram crescimento de 297,4%, totalizando R\$ 5.733,0 milhões. As vendas líquidas atingiram R\$ 4.884,4 milhões, um aumento de 288,4% ante o 1T10.
- As vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' ⁽¹⁾ cresceram 10,9%.
- O lucro bruto atingiu R\$ 1.311,6 milhões, com margem de 26,9%.
- O EBITDA consolidado do Grupo totalizou R\$ 178,2 milhões, com margem de 3,6%. O EBITDA ajustado foi de R\$ 186,6 milhões, representando margem de 3,8%.
- A despesa financeira líquida foi de R\$ 164,1 milhões, representando 3,4% das vendas líquidas no 1T11.
- O resultado líquido foi negativo em R\$ 24,8 milhões no período.

(1) Conceito mesmas lojas considera apenas lojas com mais de 12 meses de operação e portanto não incluem lojas de Casas Bahia e o site casasmahia.com.br.

Destques Financeiros e Operacionais

(R\$ milhões) ⁽¹⁾	1T11 Consolidado ⁽⁴⁾	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
Venda Bruta	5.733,0	2.064,6	1.442,7	43,1%
Venda Líquida	4.884,4	1.821,7	1.257,5	44,9%
Lucro Bruto	1.311,6	355,0	265,2	33,9%
Margem Bruta - %	26,9%	19,5%	21,1%	-1,6 p.p
Desp. Operacionais Totais ⁽³⁾	(1.133,4)	(314,5)	(222,9)	41,1%
% vendas líquidas	-23,2%	-17,3%	-17,7%	-0,5 p.p
EBITDA	178,2	40,5	42,3	-4,3%
Margem EBITDA - %	3,6%	2,2%	3,4%	-1,1 p.p
EBITDA Ajustado	186,6	48,9	18,8	159,7%
Margem EBITDA Ajustada - %	3,8%	2,7%	1,5%	1,2 p.p
Resultado Financeiro	(164,1)	(79,1)	(27,1)	192,4%
% vendas líquidas	-3,4%	-4,3%	-2,2%	2,2 p.p
Lucro (Prejuízo) Líquido	(24,8)	(32,6)	(5,9)	449,1%
Margem Líquida - %	-0,5%	-1,8%	-0,5%	-1,3 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	(14,7)	(24,2)	(21,4)	12,8%
Margem Líquida Ajustada - %	-0,3%	-1,3%	-1,7%	0,4 p.p.

(1) Os somatórios e percentuais, podem não totalizar devido a arredondamentos

(2) p.p. refere-se a ponto percentual

(3) Despesas operacionais totais inclui despesas com vendas e gerais e administrativas

(4) Inclui Nova Casas Bahia

Mensagem da Administração

Lojas de Nova Casa Bahia e Ponto Frio

Apresentamos os resultados de todos os negócios no trimestre “full” - Nova Casas Bahia, Ponto Frio e Nova Pontocom - e reenfatizamos os *guidances* informados ao mercado.

Manter a liderança e o efetivo crescimento sustentável da companhia é o objetivo desta Administração para elevar a Globex ao patamar que ela merece no cenário do varejo brasileiro.

Até então, as recentes medidas macro prudenciais do Governo mantiveram a Companhia em linha com as estratégias traçadas sem afetar seu crescimento, embora tenham encarecido o custo de financiamento da companhia. Uma maior interferência do Governo, no sentido de frear o consumo, pode gerar novos impactos como na performance de vendas do setor de bens duráveis.

No trimestre, destacamos a aceleração dos processos de integração entre as empresas e um maior foco na captura de sinergias. Criamos uma estrutura totalmente dedicada à gestão do processo de integração que monitora linha a linha os resultados alcançados.

Como parte do processo de Associação realizamos a troca de todos os CNPJs das lojas e Centros de Distribuição de Nova Casas Bahia. O processo envolveu mais de 900 profissionais e provocou ajustes em mais de 6.000 programas e sistemas sem nenhum impacto operacional.

No tema Crédito, o Conselho de Administração criou um comitê formado por Gustavo Franco, Enéas Pestana, José Luiz Majolo e Antonio Ramatis (todos membros do Conselho) para que junto com os demais debatam e estudem a melhor alternativa da Globex na sua área de crédito, o que inclui cartões. A iniciativa tem como objetivo analisar as propostas não só dos atuais parceiros (Itaú e Bradesco) como também de outros interessados. Para assessorar este trabalho foi contratada a Signatura Lazard.

Na área financeira, o período marca avanços de controle e de ganhos operacionais, com especial ênfase às seguintes iniciativas:

- Redução do custo de desconto de recebíveis, apesar do aumento da SELIC.
- Redução nas despesas gerais e administrativas do negócio, dentre as quais, aluguéis, propaganda e marketing e compras conjuntas de materiais indiretos (envolvendo todas as empresas do GPA).

Dois grandes destaques na área comercial:

- Redução do parcelamento sem juros, o que ocasionou redução do custo financeiro, uma das prioridades da companhia.
- Inauguração de duas novas lojas conceito de Ponto Frio: a primeira de São Paulo, no shopping Iguatemi Alphaville, e outra no shopping Via Brasil, no Rio de Janeiro. Esse formato de loja deve assegurar um novo posicionamento da marca Ponto Frio com adequação de sortimento de produtos e serviços na busca de maior produtividade de vendas.

CADE

A SEAE (Secretaria de Acompanhamento Econômico) publicou em 25.03.2011 seu parecer sobre o nosso processo de Ato de Concentração.

O parecer determina a alienação de um pacote de ativos em doze municípios que estamos presentes assim como recomenda ao CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) que realize uma análise mais profunda sobre as Centrais de Distribuição em três municípios.

O parecer da SEAE é parte do processo de julgamento do CADE, não representando uma decisão final.

Continuaremos seguindo as determinações do APRO (Acordo de Preservação de Reversibilidade da Operação) assim como trabalhando junto ao Órgão para fornecer as informações necessárias para análise e julgamento final do processo.

NOVA PONTOCOM

Comércio Eletrônico

A Nova Pontocom concluiu a integração do site casabahia.com.br e da unidade de negócios do atacado de eletroeletrônicos. Desta forma, todos os negócios que compõem a Nova Pontocom – casabahia.com.br, extra.com.br, pontofrio.com.br, E-hub e Atacado-eleto – já operam no trimestre com as mesmas estruturas de logística (inclusive estoques 100% integrados), de tecnologia e de back-office.

O forte crescimento de vendas e o incremento da rentabilidade, combinado com rígido controle do capital de giro, foram os principais destaques do trimestre.

Os resultados apresentados no período reafirmam o modelo de gestão dedicado, o foco na equipe e a plataforma diferenciada como vantagens competitivas.

Muito Obrigado.

Raphael Klein
CEO Globex

German Quiroga
CEO Nova Pontocom

Desempenho de Vendas

Vendas brutas consolidadas cresceram 297,4% no trimestre em relação ao 1T10

(R\$ milhões)	1T11 ⁽¹⁾ Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
Vendas Brutas	5.733,0	2.064,6	1.442,7	43,1%
Vendas Líquidas	4.884,4	1.821,7	1.257,5	44,9%

(1) Inclui Nova Casas Bahia

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

No 1º trimestre de 2011, as vendas brutas totais de Globex, que incluem as lojas do Ponto Frio, Casas Bahia e a Nova Pontocom (operações de e-commerce do Pontofrio.com.br, Extra.com.br, Casasbahia.com.br e operação de atacado-eletrô), atingiram R\$ 5.733,0 milhões, montante 297,4% superior ao mesmo período no ano anterior. Excluindo a operação de Casas Bahia, as vendas brutas cresceriam 43,1% no 1T11 versus 1T10, totalizando R\$ 2.064,6 milhões e incluindo as vendas do Extra Eletro e Extra.com.br no 1T10, o crescimento seria de 19,2%.

As vendas brutas no conceito ‘mesmas lojas’, que considera apenas todos os negócios com no mínimo 12 meses de operação, cresceram 10,9% no 1T11 em relação ao 1T10.

Ainda no conceito ‘mesmas lojas’, as vendas brutas das lojas físicas cresceram 6,4% em relação ao 1T10. Vale ressaltar que essa performance foi impactada pelas lojas Extra Eletro, que foram convertidas para Ponto Frio no final do ano passado e estão passando por processo de maturação. Excluindo essas lojas, o crescimento seria de 9,9%. Essa performance também foi impactada pelo fim da redução do IPI, que ocorreu no 1T10, que provocou incremento de consumo naquele período.

As vendas brutas da Nova Pontocom (operações de e-commerce do Pontofrio.com.br, extra.com.br, casabahia.com.br e operação de atacado-eletrô) cresceram 118,4% no 1T11. As vendas brutas da Nova Pontocom em bases comparáveis, ou seja, não inclui Casasbahia.com.br cresceram 20,9% no 1T11, com destaque para o e-commerce, que cresceu 33,0% no período.

Lucro Bruto

Margem bruta atingiu 26,9% no trimestre

(R\$ milhões)	1T11 ⁽¹⁾ Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
Lucro Bruto	1.311,6	355,0	265,2	33,9%
Margem Bruta - %	26,9%	19,5%	21,1%	-1,6 p.p.
Lucro Bruto - Ajustado	1.320,0	363,4	241,7	50,3%
Margem Bruta - % Ajustada	27,0%	20,0%	19,2%	0,7 p.p.

(1) Inclui Nova Casas Bahia

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

No 1º trimestre de 2011, o lucro bruto consolidado totalizou R\$ 1.311,6 milhões, com margem bruta de 26,9%.

Ponto Frio (excluindo Nova Casas Bahia)

No 1º trimestre de 2011, o Ponto Frio totalizou R\$ 355,0 milhões, com margem bruta de 19,5%. Importante destacar que as lojas físicas do Ponto Frio passaram por adequação de sortimento, principalmente aquelas convertidas do Extra Eletro, provocando a venda excepcional de produtos com menor margem. Essa adequação de sortimento teve um impacto não recorrente de R\$ 8,4 milhões no trimestre.

Para efeito de comparação apenas, importante mencionar que, no 1T10 houve um ganho adicional referente à ICMS de apropriação referente ao período no valor de R\$ 23,5 milhões. Excluindo esse efeito, o lucro bruto do 1T10 seria de R\$ 241,7 milhões com margem de 19,2%.

Excluindo esses impactos, a margem bruta ajustada do 1T11 seria de 20,0%, uma melhora de 0,7 ponto percentual em relação ao 1T11 ajustada.

Essa melhora foi em razão, principalmente, da captura dos ganhos junto aos fornecedores, que compreende não apenas em melhores preços, mas também acesso a melhores condições, que também se traduziu em melhoria nos preços para os consumidores.

Despesas Operacionais Totais

Despesas operacionais representaram 23,2% das vendas líquidas

(R\$ milhões)	1T11 ⁽¹⁾ Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
Desp. c/ Vendas	(924,9)	(257,1)	(173,4)	48,3%
Desp. Gerais e Adm.	(208,6)	(57,4)	(49,5)	16,0%
Desp. Operacionais Totais	(1.133,4)	(314,5)	(222,9)	41,1%
% s/ vendas líquidas	-23,2%	-17,3%	-17,7%	-0,5 p.p.

(1) Inclui Nova Casas Bahia

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

No 1º trimestre de 2011, as despesas operacionais totais atingiram R\$ 1.133,4 milhões, e como percentual da venda líquida representaram 23,2%. Importante destacar que o modelo de negócios de Nova Casas Bahia, em especial sua operação de móveis, contribui para que as despesas operacionais tenham uma maior representatividade das vendas líquidas em comparação ao Ponto Frio.

Ponto Frio (excluindo Nova Casas Bahia)

No 1º trimestre de 2011, as despesas operacionais totalizaram R\$ 314,5 milhões, como percentual de venda líquida representaram 17,3%, uma redução de 0,5 ponto percentual em relação ao 1T10. O resultado é consequência do início dos ganhos com a integração de Nova Casas Bahia, como a centralização de compras de indiretos (compras de produtos não direcionados à venda), integração do processo de folha de pagamentos, entre outros.

EBITDA

Margem EBITDA atingiu 3,6% no trimestre

(R\$ milhões)	1T11 ⁽¹⁾ Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
EBITDA	178,2	40,5	42,3	-4,3%
Margem EBITDA - %	3,6%	2,2%	3,4%	-1,1 p.p.
EBITDA - Ajustado	186,6	48,9	18,8	159,7%
Margem EBITDA - % - Ajustada	3,8%	2,7%	1,5%	1,2 p.p.

(1) Inclui Nova Casas Bahia

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

No 1º trimestre de 2011, o EBITDA consolidado atingiu R\$ 178,2 milhões, com margem EBITDA de 3,6%. Excluindo o efeito não-recorrente de R\$ 8,4 milhões no lucro bruto, o EBITDA foi de R\$ 186,6 milhões e margem EBITDA de 3,8%.

Ponto Frio (excluindo Nova Casas Bahia)

No 1º trimestre de 2011, o EBITDA totalizou R\$ 40,5 milhões, com margem EBITDA de 2,2%, uma redução de 1,1 ponto percentual em relação ao 1T10 (3,4%). Excluindo os efeitos não recorrentes do lucro bruto no 1T11 e 1T10, o EBITDA ajustado do 1T11 de seria de R\$ 48,9 milhões com margem EBITDA de 2,7%, um aumento de 1,2 ponto percentual em relação ao 1T10.

Resultado Financeiro Líquido

O resultado financeiro representou 3,4% das vendas líquidas, redução de 1,6 ponto percentual em relação ao 4T10 (4,9%)

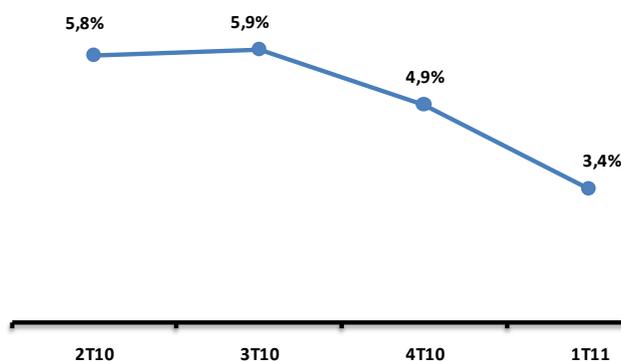
(R\$ milhões)	1T11 ⁽¹⁾ Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
Rec. Financeiras	52,2	23,3	4,7	392,4%
Desp. Financeiras	(216,2)	(102,4)	(31,8)	222,2%
Resultado Financeiro	(164,1)	(79,1)	(27,1)	192,4%
% sobre as vendas líquidas	-3,4%	-4,3%	-2,2%	2,2 p.p.

(1) Inclui Nova Casas Bahia

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

No 1º trimestre de 2011, a despesa financeira líquida totalizou R\$ 164,1 milhões e representou o equivalente a 3,4% das vendas líquidas.

EVOLUÇÃO DO RESULTADO FINANCEIRO



A melhora do resultado financeiro é um dos focos de Empresa. Essa redução está sendo feita através da redução do prazo médio de pagamento, aumento das vendas com juros e redução das vendas sem juros e melhores taxas nos descontos de recebíveis. Importante apontar que esta melhora vem acontecendo mesmo com aumento da taxa SELIC no período. Vale destacar que a despesa financeira líquida como percentual das vendas líquidas de 3,4% está no *guidance* anunciado no ano passado, que foi entre 3,5% a 4,5%.

Essa despesa financeira líquida é composta por:

- (i) O endividamento líquido médio gerou R\$ 16,4 milhões de despesa financeira no trimestre e representou o equivalente a 0,3% das vendas líquidas;

- (ii) O custo de desconto dos recebíveis do cartão de crédito foi de R\$ 121,1 milhões, com percentual de vendas líquidas que representou 2,5%, uma redução de 1,6 ponto percentual em relação ao 4T10 (4,1%). O montante de recebíveis de cartão de crédito descontado foi de R\$ 3,0 bilhões no trimestre.
- (iii) Atualização de ativos e passivos e outros totalizou R\$ 26,7 milhões, que como percentual das vendas líquidas representou 0,6%.

ENDIVIDAMENTO

Conciliação da Dívida Líquida - Op. De Varejo	Endividamento		
	1T11 CONSOLIDADO	4T10 CONSOLIDADO	1T10 Ponto Frio
(R\$ milhões) ^(1 e 2)			
Dívida Bruta	(841,3)	(618,7)	(257,6)
Curto Prazo	(693,0)	(309,1)	(66,9)
Longo Prazo	(148,3)	(309,6)	(190,7)
Disponibilidades	842,3	925,1	102,8
Dívida Líquida	1,0	306,4	(154,8)

(1) No 1T11, Com dívida líquidas do CDCI da NCB R\$ 1.585,3 milhões em CP e R\$ 88,5 milhões em LP, e no 4T10, Com dívida líquidas do CDCI da NCB R\$ 1.321,5 milhões em CP e R\$ 103,6 milhões em LP,

(2) No 1T11 do Ponto Frio foram expurgados os valores do FIDC-Globex, sendo R\$ 1.218,1 milhões em Dívida Bruta-LP e R\$ 672,2 milhões em Disponibilidades, e no 4T10, foram expurgados os valores do FIDC-Globex, sendo R\$ 1.184,3 milhões em Dívida Bruta-LP e R\$ 1.027,8 milhões em Disponibilidades

O caixa líquido passou de R\$ 306,4 milhões no 4T10 para R\$ 1,0 milhão no 1T11. Essa redução é sazonal em função do capital de giro (aumento da relação entre estoque e fornecedores) do 1º trimestre, uma vez que o Grupo desembolsa os pagamentos do alto volume de compras de final do ano.

Ponto Frio (excluindo Nova Casas Bahia)

A despesa financeira líquida totalizou R\$ 79,1 milhões, e representou 4,3% das vendas líquidas. Vale ressaltar que esse resultado foi impactado em R\$ 9,7 milhões, referente a marcação a mercado dos instrumentos financeiros. Excluindo esse efeito a despesa financeira líquida seria de R\$ 69,4 milhões e representaria 3,8% das vendas líquidas. Vale lembrar que, a partir 2º trimestre de 2010, a empresa mudou sua forma de apropriar o desconto de recebíveis, reconhecendo no próprio mês a despesa financeira dos recebíveis descontados.

Equivalência Patrimonial

Resultado da FIC totalizou R\$ 3,1 milhões no trimestre

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

Desde o 3º trimestre de 2009, a FIC (Financeira Itaú CBD) assumiu a operação de cartão de crédito da Globex e, em função do patrimônio líquido das Companhias, a participação do GPA Alimentar (sem Globex) e da Globex na FIC passou a ser de, respectivamente, 36% e 14%, mantendo, assim, a participação consolidada do GPA na FIC em 50%.

No 1º trimestre de 2011, o resultado de equivalência patrimonial foi de R\$ 3,1 milhões, uma redução de 5,0% em relação ao R\$ 3,2 milhões no 1T10.

Resultado Líquido

(R\$ milhões)	1T11 ⁽¹⁾ Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
Lucro (Prejuízo) Líquido	(24,8)	(32,6)	(5,9)	449,1%
Margem Líquida - %	-0,5%	-1,8%	-0,5%	-1,3 p.p.
Total Não Recorrente ⁽³⁾	10,0	8,4	-15,5	-
Lucro Bruto	8,4	8,4	-23,5	-
Outras receitas (despesas) Operacionais	6,8	4,3	-	-
IR sobre os ajustes	-5,2	-4,3	8,0	-
Lucro (Prejuízo) Líquido Ajustado	(14,7)	(24,2)	(21,4)	12,8%
Margem Líquida - % Ajustada	-0,3%	-1,3%	-1,7%	0,4 p.p.

(1) Inclui Nova Casas Bahia

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

No 1º trimestre de 2011, o prejuízo líquido totalizou R\$ 24,8 milhões, com margem líquida atingiu -0,5%. Vale salientar que, esse resultado foi impactado por R\$ 8,4 milhões do lucro bruto, e R\$ 6,8 milhões de outras despesas operacionais, em função de gastos com reestruturação. Excluindo esses efeitos líquidos de imposto de renda, o prejuízo líquido seria de R\$ 14,7 milhões com margem líquida de -0,3%.

Ponto Frio (excluindo Nova Casas Bahia)

No 1º trimestre de 2011, o prejuízo líquido totalizou R\$ 32,6 milhões. A margem líquida atingiu -1,8%, impactado em R\$ 8,4 milhões pelo lucro bruto e de R\$ 4,3 milhões com outras despesas operacionais, em função de gastos com reestruturação. Excluindo esses efeitos, o prejuízo líquido seria de R\$ 24,2 milhões com margem líquida de -1,3%.

Investimentos

Os Investimentos totalizaram R\$ 32,6 milhões no trimestre

CONSOLIDADO (incluindo Nova Casas Bahia – 1T11)

No 1º trimestre de 2011, os investimentos da Companhia totalizaram R\$ 32,6 milhões contra R\$ 13,3 milhões investidos no 4T10.

Os investimentos no período foram divididos da seguinte forma:

- R\$ 15,6 milhões na construção de novas lojas.
- R\$ 2,3 milhões em reformas e conversões de lojas já existentes; e
- R\$ 14,7 milhões em infra-estrutura (tecnologia e logística) e outros.

Demonstração do Resultado Consolidado em Legislação Societária Lei 11.638/07 (R\$ milhões)

	1T11 ⁽¹⁾ Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio	Var. %
Receita Bruta de Vendas	5.733,0	2.064,6	1.442,7	43,1%
Receita Líquida de Vendas	4.884,4	1.821,7	1.257,5	44,9%
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.572,8)	(1.466,6)	(992,2)	47,8%
Lucro Bruto	1.311,6	355,0	265,2	33,9%
Despesas com Vendas	(924,9)	(257,1)	(173,4)	48,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(208,6)	(57,4)	(49,5)	16,0%
Total das Despesas Operacionais	(1.133,4)	(314,5)	(222,9)	41,1%
Lucro Oper. antes de Juros, Impostos, Depreciação ⁽¹⁾ e Amortização - EBITDA	178,2	40,5	42,3	-4,3%
Depreciação	(33,4)	(9,6)	(16,8)	-43,0%
Lucro Oper. antes de Impostos e Rec. (Desp.) Financeiras - EBIT	144,8	30,9	25,5	21,2%
Receitas financeiras	52,2	23,3	4,7	392,4%
Despesas financeiras	(216,2)	(102,4)	(31,8)	222,2%
Receita (Desp) Financeira Líquida	(164,1)	(79,1)	(27,1)	192,4%
Resultado da Equiv. Patrimonial	3,1	3,1	3,3	-8,8%
Outras Rec. (Desp.) Operacionais	(6,8)	(4,3)	(9,1)	-52,6%
Resultado Operacional Antes I.R	(22,9)	(49,5)	(7,3)	578,0%
Imposto de Renda	15,7	18,4	10,6	74,2%
Partic. Funcionários	(17,5)	(1,5)	(9,2)	-83,5%
Lucro (Prejuízo) Líquido	(24,8)	(32,6)	(5,9)	449,1%

% de Vendas Líquidas	1T11 Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio
Lucro Bruto	26,9%	19,5%	21,1%
Despesas com Vendas	-18,9%	-14,1%	-13,8%
Despesas Gerais e Administrativas	-4,3%	-3,2%	-3,9%
Total das Despesas Operacionais	-23,2%	-17,3%	-17,7%
EBITDA	3,6%	2,2%	3,4%
Depreciação	-0,7%	-0,5%	-1,3%
EBIT	3,0%	1,7%	2,0%
Receita (Desp) Financeira Líquida	-3,4%	-4,3%	-2,2%
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,2%	0,3%
Resultado com Ativo permanente	0,0%	0,0%	0,0%
Outras Rec. (Desp.) Operacionais	-0,1%	-0,2%	-0,7%
Resultado Operacional Antes I.R	-0,5%	-2,7%	-0,6%
Imposto de Renda	0,3%	1,0%	0,8%
Lucro (Prejuízo) Líquido	-0,5%	-1,8%	-0,5%

(1) Inclui Nova Casas Bahia

1º Trimestre 2011

Divulgação de Resultado



Balanco Patrimonial (R\$ milhões)

ATIVO	1T11 Consolidado	4T10 Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio
Ativo Circulante	7.853	7.761	1.582	1.098
Caixas e Bancos	1.147	1.352	79	83
Aplicações Financeiras	367	601	-	-
Contas a Receber	2.554	1.977	76	42
Estoques	2.221	2.404	565	594
Impostos a Recuperar	663	559	258	197
Partes Relacionadas	580	548	480	26
Despesas Antecipadas	122	132	20	73
Outros	199	189	103	83
Ativo Não Circulante	2.160	2.131	2.594	1.057
Realizável a Longo Prazo	1.161	1.135	1.028	695
Contas a Receber	96	107	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	766	736	580	72
Partes Relacionadas	64	80	64	-
Depósitos Judiciais e Outros	235	211	384	623
Investimentos	84	95	1.344	159
Imobilizado	789	778	175	164
Intangível	125	124	48	39
TOTAL DO ATIVO	10.013	9.892	4.176	2.155
PASSIVO	1T11 Consolidado	4T10 Consolidado	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio
Passivo Circulante	5.432	5.368	1.327	964
Fornecedores	2.082	2.381	497	603
Empréstimo e Financiamentos	2.278	1.631	395	67
Salários e Contribuições Sociais	273	290	47	134
Impostos, Taxas e Contribuições	224	272	51	-
Partes Relacionadas	-	-	184	-
Outros	574	793	153	161
Passivo Não Circulante	2.048	1.955	340	538
Empréstimo e Financiamentos	1.455	1.598	126	191
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	10	12	-	-
Provisão para Contingências	104	110	106	146
Receitas Antecipadas	392	234	-	-
Partes Relacionadas	-	-	48	136
Outros	87	1	60	65
Patrimônio Líquido	2.533	2.569	2.509	653
Capital Social	2.895	2.895	2.895	671
Reservas de Capital	41	41	41	313
Reservas de Lucro	25	37	25	37
Prejuízos acumulados	(452)	(428)	(452)	(368)
Participação dos acionistas não controladores	24	24	-	-
TOTAL DO PASSIVO	10.013	9.892	4.176	2.155

Demonstração do Fluxo de Caixa Consolidado (R\$ milhões)

Fluxo de caixa das atividades operacionais	1T11	1T10
Lucro líquido do exercício	(25)	(6)
Ajustes ao prejuízo líquido		
Variação Monetária e cambial de itens de longo prazo líquida	15	0
Depreciações e Amortizações	39	17
Juros sobre empréstimos e financiamentos provisionados	64	0
Equivalência Patrimonial	(3)	(3)
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	(30)	(13)
Imposto de Renda e Contribuição Social Corrente	14	0
Ajuste a Valor Presente	14	11
AVP S/ Impostos a Recuperar - Lei 11.638/07	0	0
Juros e variações monetárias		4
Provisão para Contingências	2	1
Provisão de remuneração baseado em ações	0	2
Resultado de ativos permanentes baixados	(3)	(0)
Prov. para Devedores Duvidosos	35	5
Resultado Lei 11.941 - Parcelamento	0	12
Projetos Descontinuados	0	0
Prov. para Perda de Imobilizado e intangível	(9)	(7)
Prov. para indenização a diretoria	(2)	0
Provisões de Pedidos	23	0
Provisão para reestruturação	0	(1)
Juros Ativos	(30)	0
Atualização Mútuo	11	0
Outros	10	0
	126	21
(Aumento) redução de ativos		
Contas a receber	(615)	122
Partes relacionadas	(154)	0
Outras contas a receber	98	6
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4)	0
Depósitos Judiciais	(24)	(8)
Impostos a recuperar	(92)	(44)
Estoques	183	47
Aplicação em Títulos e valores mobiliários	1.352	3
Despesas antecipadas	11	(28)
Outros ativos	9	29
	762	128
(Aumento) redução de passivos		
Fornecedores	(285)	(250)
Contas a pagar	(288)	64
Salários, encargos sociais e impostos a pagar	(72)	(12)
Contingência	0	(65)
Outras exigibilidades	257	2
	(389)	(261)
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades operacionais	500	(112)

Fluxo de caixa das atividades de investimentos	1T11	1T10
Caixa restrito		
Imobilizado e intangível	(46)	(8)
Venda de ativos permanentes	4	2
Aporte de capital em subsidiária	0	0
Imobilizado	0	0
Intangível	0	0
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de investimento	(42)	(7)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Empréstimos e financiamentos:		
Adições	1.250	186
Pagamentos	(809)	(40)
Aumento de Capital	0	0
Caixa oriundo de aumento de capital com subsidiárias	0	0
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de financiamento	441	146
Disponibilidades no início do exercício	249	83
Disponibilidades no fim do exercício	1.147	111
Variação no caixa e equivalentes	898	28

Segmentação de Vendas Brutas por Formato (R\$ milhões)
TOTAL LOJAS

1º Trimestre	2011	%	2010	%	Var.(%)
Redes de Lojas	4.557,8	79,5%	1.051,6	72,9%	333,4%
Ponto Frio	1.254,0	21,9%	1.051,6	72,9%	19,3%
Casas Bahia	3.303,7	57,6%	-	-	-
Nova Pontocom	767,3	13,4%	351,4	24,4%	118,4%
Serviço	407,9	7,1%	39,7	2,8%	-
Consolidado	5.733,0	100,0%	1.442,7	100,0%	297,4%
Ponto Frio	2.064,6	-	1.442,7	-	43,1%
Casas Bahia	3.668,4	-	-	-	-

Segmentação de Vendas Líquidas por Formato (R\$ milhões)
TOTAL LOJAS

1º Trimestre	2011	%	2010	%	Var.(%)
Redes de Lojas	3.793,9	77,7%	914,3	72,7%	315,0%
Ponto Frio	1.091,9	22,4%	914,3	72,7%	19,4%
Casas Bahia	2.702,1	55,3%	-	-	-
Nova Pontocom	692,8	14,2%	308,8	24,6%	124,4%
Serviço	397,6	8,1%	34,4	2,7%	-
Consolidado	4.884,4	100,0%	1.257,5	100,0%	288,4%
Ponto Frio	1.821,7	-	1.257,5	-	44,9%
Casas Bahia	3.062,7	-	-	-	-

Composição de Vendas da Controladora (% sobre Vendas Líquidas)

	1T11 Consolidado ⁽¹⁾	1T10 Consolidado ⁽²⁾	1T11 Ponto Frio	1T10 Ponto Frio
À Vista	30,0%	34,2%	37,0%	34,2%
Cartão de Terceiros	39,8%	42,9%	40,4%	42,9%
Cartão Flex + FIC	14,6%	20,3%	21,7%	20,3%
À Prazo	15,6%	2,6%	0,9%	2,6%
Carnê	15,6%	2,6%	0,9%	2,6%
Cheque Pré-Datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

(1) Inclui Nova Casas Bahia

(2) Inclui Nova Casas Bahia somente nos meses de Novembro e Dezembro

Movimentação de Lojas por Formato - PONTO FRIO

	Digital	Rua	Shopping	Ponto Frio (total)	Área de Vendas (m²)	Número de Funcionários
1T10	53	305	97	455	332.442	8.874
2T10	53	305	99	457	333.850	9.644
3T10	53	305	99	457	333.850	9.573
4T10	53	342	111	506	363.313	11.429
Abertas				0		
Fechadas	53			53	7.744	
1T11	0	342	111	453	355.569	12.231

Movimentação de Lojas por Formato - CASAS BAHIA

	Digital	Rua	Shopping	Casas Bahia (total)	Área de Vendas (m²)	Número de Funcionários
4T10		433	93	526	978.511	51.891
Abertas				0		
Fechadas		2		2	2.046	
1T11		431	93	524	976.465	51.765

Movimentação de Lojas por Formato - CONSOLIDADO

	Digital	Rua	Shopping	Consolidado (total)	Área de Vendas (m²)	Número de Funcionários
4T10	53	775	204	1.034	1.341.824	63.320
Abertas	0	0	0	0	0	
Fechadas	53	2	0	55	9.790	
1T11	0	773	204	979	1.332.034	63.996

“A Companhia encerrou as atividades de 53 lojas formato digital no estado da Bahia decisão aprovada pelo conselho de administração no ano anterior, em função de tal formato não se enquadrar no padrão operacional”.

Teleconferência de Resultados do 1º trimestre de 2011
Sexta-Feira, 13 de maio de 2011

Teleconferência em português, com tradução simultânea para o inglês:

11h00 - horário de Brasília | 10h00 - horário de Nova Iorque | 09h00 - horário de Londres

Telefone para Conexão: +55 (11) 3127-4971

Código: GPA

Webcast disponível no site www.grupopaodeacucar.com.br/ri/gpa. O replay poderá ser ouvido após o término da Teleconferência, pelo telefone +55 (11) 3127-4999 – Código: 75826849

Declarações contidas neste comunicado relativo à perspectiva dos negócios do Grupo, projeções de resultados operacionais e financeiros e relativos ao potencial de crescimento do Grupo constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas expectativas da Administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas são altamente dependentes de mudanças no mercado, no desempenho econômico geral do Brasil, na indústria e nos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas à mudança.

Orivaldo Padilha

orivaldo.padilha@grupopaodeacucar.com.br

Vitor Fagá

vitor.faga@grupopaodeacucar.com.br

Relações com Investidores

Fone: (11) 3886-0421

Fax: (11) 3884-2677

E-mail: gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br

Website: www.qpari.com.br

Marcel Rodrigues da Silva

marcel.rodrigues@grupopaodeacucar.com.br

Bruno Salem Brasil

bruno.brasil@grupopaodeacucar.com.br

O Grupo Pão de Açúcar opera 1.592 lojas, 82 postos de combustíveis e 148 drogarias, em 19 estados e no Distrito Federal. A estrutura multiformato do Grupo é formada por supermercados (**Pão de Açúcar**, **Extra Supermercado**, **CompreBem** e **Sendas**), hipermercados (**Extra**), lojas de produtos eletrônicos/eletrodomésticos (**Ponto Frio** e **Nova Casas Bahia**), lojas de conveniência (**Extra Fácil**), 'atacarejo' (**Assaí**), operações de comércio eletrônico (**Extra.com.br**, **PontoFrio.com.br**, **Casasbahia.com.br** e **Pão de Açúcar Delivery**), **postos de combustíveis**, **drogarias** e uma ampla rede de distribuição.