

Resultados do 1º trimestre de 2012

BRMALLS

Relações com Investidores:

Leandro Bousquet
CFO e DRI

Derek Tang
Coordenador

Eduardo Siqueira
Analista

Juliana Lamberts

ri@brmall.com.br
Tel: +55 21 3138-9900
Fax: +55 21 3138-9901

Teleconferência 1T12:

Português

27 de abril de 2012
10:00 horas (horário de Brasília)
Tel: +55 11 3301-3000

Repetição

Tel: +55 (11) 3127-4999
Código: 65607730

A BRMALLS ANUNCIA EBITDA AJUSTADO DE R\$203,1 MILHÕES NO 1T12, CRESCIMENTO DE 44,5% EM RELAÇÃO AO 1T11.

Rio de Janeiro, 26 de abril de 2012 – A BRMALLS Participações S.A. (BM&F Bovespa: BRML3), a maior empresa integrada de shopping centers do Brasil, anuncia hoje seus resultados referentes ao primeiro trimestre de 2012 (1T12). A BRMALLS detém participação em 46 shoppings, que totalizam 1.457,0 mil m² de Área Bruta Locável (ABL) e 820,2 mil m² de ABL próprio. A BRMALLS possui 7 projetos greenfield e 7 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.805,0 mil m² e o ABL próprio para 1.024,7 mil m² até 2014. A BRMALLS é a única empresa nacional de shopping centers, com presença em todas as cinco regiões do Brasil, atendendo aos consumidores de todas as diferentes classes sociais do país. A Companhia oferece serviços de administração ou comercialização para 39 shoppings centers.

Destaques do Primeiro Trimestre de 2012:

- No primeiro trimestre de 2012, a **receita líquida** alcançou **R\$243,6 milhões**, crescendo **36,0%**.
- O **NOI** alcançou R\$217,8 milhões no 1T12, um crescimento de 37,3% sobre o NOI do 1T11, registrando uma margem de 90,5% no trimestre. Nosso NOI mesmos shoppings cresceu 14,8% no trimestre quando comparado ao 1T11.
- O **EBITDA ajustado** alcançou R\$203,1 milhões no trimestre, um aumento de 44,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA ajustado do trimestre foi de 83,4%, um aumento de 4,1 p.p. comparado ao 1T11.
- Nesse trimestre o **FFO** aumentou **93,2%** em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, atingindo **R\$116,1 milhões**. O **FFO ajustado** alcançou **R\$90,2 milhões**, 59,9% acima dos R\$56,4 milhões registrados no 1T11.
- Observamos um forte desempenho de **aluguel mesmas lojas**, alcançando **11,3%**. As **vendas mesmas lojas** cresceram **9,1%** no 1T12.
- No 1T12, nosso **leasing spread de renovações** atingiu **24,9%** e o **leasing spread de novos contratos** alcançou **20,3%**.
- Adquirimos no trimestre uma participação de 33,0% no Shopping Itaú Power. Estimamos que esta aquisição contribuirá com um NOI nos próximos doze meses de R\$9,8 milhões, representando uma TIR de 14,2%. Adicionalmente, após o encerramento do trimestre adquirimos participação de 50,0% no Shopping Rio Anil.
- Inauguramos no dia 19 de abril a expansão do Shopping Recife que adicionou 7.548,0 m² de ABL total ao shopping e que deverá gerar R\$4,8 milhões de NOI estabilizado para a companhia.
- Anunciamos no dia 9 de abril a joint venture com a Simon Property Group, maior empresa de outlet do mundo, para desenvolver Outlets no país. O primeiro projeto será no estado de São Paulo e tem previsão de inaugurar em 2013.
- Concluímos em fevereiro de 2012 a nossa 2ª emissão de **debêntures não conversíveis** na qual captamos **R\$405,0 milhões** em duas séries, R\$165,8 milhões a uma taxa de CDI + 0,94% a.a. com prazo de 5 anos e R\$ 239,3 milhões a IPCA + 6,4% a.a. com prazo de 7 anos.
- A Moody's atribuiu para a BRMALLS um rating corporativo e para as debêntures de **Aa2.br** em escala nacional e **Ba1** em escala global. O rating tem perspectiva estável.
- Fomos informados pelo Presidente da Companhia, Carlos Medeiros, que ele não faz mais parte do Grupo GP Investimentos, nem como acionista e nem como executivo. Com isso, Carlos Medeiros reforça o seu comprometimento de longo prazo com a BRMALLS, permanecendo na Presidência da companhia por prazo indeterminado.

Destques Financeiros (R\$ mil)

	1T12	1T11	%
Receita Líquida	243.565	179.083	36,0%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	35.539	24.549	44,8%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec Bruta)	13,6%	12,7%	0,9%
NOI	217.765	158.635	37,3%
<i>margem %</i>	90,5%	89,5%	1,0%
Lucro Bruto	221.286	160.068	38,2%
<i>margem %</i>	90,9%	89,4%	1,5%
EBITDA	201.737	139.314	44,8%
EBITDA Ajustado	203.114	140.602	44,5%
<i>margem %</i>	83,4%	79,3%	4,1%
Lucro Líquido	113.521	57.224	98,4%
<i>margem %</i>	46,6%	32,0%	14,7%
FFO	116.061	60.077	93,2%
FFO Ajustado	90.224	56.433	59,9%
<i>margem %</i>	37,0%	31,5%	5,5%

Destques Operacionais

	1T12	1T11	%
ABL Total (m²)	1.423.188	1.173.179	21,3%
ABL Próprio (m²)	804.736	603.633	33,3%
Vendas Mesmas Lojas / m²	1.086	995	9,1%
Vendas Totais (R\$ milhões)	4.068	3.251	25,1%
Vendas / m²	1.002	955	4,9%
Vendas / m² (lojas até 1.000 m²)	1.432	1.347	6,3%
Vendas / pé² (US\$) (lojas até 1.000 m²)	1.261	920	37,0%
Aluguel Mesmas Lojas / m²	68	61	11,3%
Aluguel / m²	89	83	6,7%
NOI / m²	100	94	6,2%
Custo de Ocupação (% das vendas)	11,2%	10,5%	0,7%
(+) Aluguel (% vendas)	6,6%	6,5%	0,2%
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	4,6%	4,0%	0,6%
Ocupação (média trimestral)	97,4%	98,1%	-0,8%
Inadimplência Líquida	2,1%	1,3%	0,7%
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	4,6%	3,6%	1,0%
Turnover das lojas	5,6%	5,0%	0,6%
Leasing Spread (renovações)	24,9%	28,1%	-3,2%
Leasing Spread (novos contratos)	20,3%	21,0%	-0,7%

Indicadores de Mercado

	1T12	1T11	%
Número Total de Ações (-) ações em tesouraria	452.909.582	406.881.704	11,3%
Número de Ações em Circulação	428.384.352	383.135.379	11,8%
Preço Médio da Ação (R\$)	21,08	16,04	31,4%
Preço Final da Ação (R\$)	23,79	17,00	39,9%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	10.775	6.917	55,8%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	46,3	27,9	66,0%
Número de Negócios Médio	6.638	2.518	163,7%
Dólar(US\$) Final	1,83	1,63	12,1%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	2.752,8	1.898,8	45,0%
NOI por ação	0,48	0,39	23,3%
Lucro Líquido por ação	0,25	0,14	78,2%
FFO Ajustado por ação	0,20	0,14	43,6%
EV/EBITDA 2011 (anualizado)	16,7	15,7	6,1%
P/FFO 2011 (anualizado)	29,9	30,6	-2,4%

* Checar glossário para definições

Comentários da Administração:

Iniciamos 2012 com várias importantes realizações. Estamos apresentando no primeiro trimestre ótimos resultados em todas as linhas. Anunciamos ao longo dos últimos meses aquisições e participações importantes e de um novo projeto greenfield. Além disso, nossos projetos em desenvolvimento seguem avançando como planejado.

Em nossos shoppings existentes, as vendas mesmas lojas (SSS) registraram um crescimento de 9,1%, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. O aluguel mesmas lojas (SSR) cresceu dois dígitos pela quarta vez consecutiva alcançando 11,3% para o mesmo período, contribuído pelos reajustes reais dos aluguéis.

O nosso NOI cresceu 37,3%, comparado ao 1T11, atingindo R\$217,8 milhões, com uma margem de 90,5%. O NOI mesmos shoppings cresceu 14,8% em relação ao mesmo período em 2011. Em termos reais (sem os efeitos da inflação), apresentamos um crescimento real de NOI mesmos shoppings de 10,7%. O EBITDA ajustado totalizou R\$203,1 milhões, sendo 44,5% superior ao 1T11, com uma margem de 83,4%.

No trimestre comercializamos 297 lojas, representando um ABL total de 42,3 mil m². Dos quais destacamos a comercialização de projetos de desenvolvimento e expansões, que totalizaram 56 contratos, um ABL total de 10,8 mil m². Além disso, o leasing spread de renovações e novas locações no trimestre registraram 24,9% e 20,3%, respectivamente.

Neste trimestre, concluímos a aquisição do Itaú Power Shopping, o aumento de participação no Metrô Tatuapé e a venda de participação no Pantanal Shopping. Com isso, consolidamos nossa posição em 45 shoppings, alcançando um ABL próprio de 804,7 mil m². O NOI realizado dos shoppings adquiridos por nós desde 2006 apresentou um crescimento real de 28,2%, acima do que estava projetado para o 1T12.

Anunciamos no trimestre um novo projeto greenfield no Guarujá, o Guarujá Plaza Shopping. O shopping adicionará um total de 29,9 mil m² de ABL em duas fases, 25,2 mil m² na primeira e 4,7 mil m² na segunda. O NOI próprio 1º ano e estabilizado é de R\$15,3 milhões e R\$20,0 milhões, respectivamente. Com isso, temos sete projetos de desenvolvimento em andamento, que seguem em linha com o cronograma, e que devem adicionar 164,9 mil m² de ABL.

Além disso, anunciamos no dia 9 de abril de 2012 uma joint venture com a Simon Property Group, maior empresa administradora de outlet do mundo, para desenvolver e controlar outlets no Brasil. Esta é a combinação única da experiência do líder mundial na operação de outlets, com a expertise local da maior empresa de shopping centers no Brasil. O objetivo da parceria é trazer ao consumidor brasileiro o verdadeiro conceito de outlet, oferecendo lojas de varejistas nacionais e internacionais, e marcas de renome, a preços promocionais.

Estamos otimistas para o restante de 2012. Iremos inaugurar 3 importantes shoppings até o final do ano além de 2 expansões. Acreditamos que as vendas de varejo continuarão com tendência de crescimento, favorecendo o desempenho dos nossos shoppings. Continuaremos buscando oportunidades de aquisição e de desenvolvimento. Por último, continuaremos nosso trabalho de melhorar nossos processos e sistemas, visando aumentar nossa produtividade.

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas em Reais (R\$), e as comparações referem-se ao 1º trimestre de 2011 (1T11). As tabelas com os resultados no padrão das práticas contábeis adotadas no Brasil e normas expedidas pela CVM estão disponíveis ao final deste documento.

As demonstrações financeiras consolidadas foram preparadas e estão sendo apresentadas de acordo com os padrões internacionais de demonstrações financeiras (International Financial Reporting Standards) emitidos pelo International Accounting Standards Board.

A única diferença entre as práticas contábeis adotadas anteriormente pela BR Malls no consolidado (adoção antecipada) e IAS 34, refere-se ao saldo de Ativo Diferido, que foi revertido conforme demonstrado na Nota Explicativa 2. Em razão da imaterialidade desse ajuste, a administração da Companhia decidiu por não alterar o comentário de desempenho, uma vez que a baixa do Ativo Diferido não gera impactos significativos nas análises, índices e resultados.

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE OS RESULTADOS DO 1T12

Receita Bruta:

A receita bruta alcançou R\$262,2 milhões no 1T12, um aumento de 35,2% em relação ao mesmo período no ano anterior. O crescimento da receita bruta no trimestre é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

Aluguel mínimo

A receita de aluguel mínimo totalizou R\$155,3 milhões no trimestre, um aumento de R\$46,2 milhões, ou 42,4% em relação ao 1T11. O crescimento é explicado pelo nível de leasing spread capturado no trimestre, pelo reajuste da inflação e pela adição de ABL nos últimos 12 meses, quando foram inaugurados 2 shoppings além de 5 aquisições de novos shoppings. Esses shoppings registraram R\$28,5 milhões de receita de aluguel mínimo, ou 18,3% do total. Neste trimestre alcançamos um aluguel mesmas lojas de 11,3%. O efeito da linearização de aluguel foi de R\$14,1 milhões.

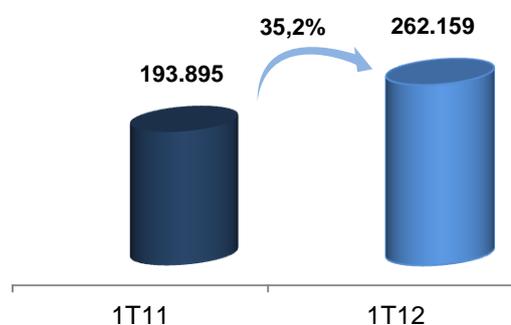
Mall & Merchandising

Neste trimestre, as receitas de mall & merchandising aumentaram em R\$5,6 milhões comparadas ao 1T11, ou 32,8%, totalizando R\$22,6 milhões. O trabalho continuou visando explorar melhor as oportunidades de receita com mall e merchandising, também colaborou para o aumento da representatividade desta linha de receita em relação ao total. As receitas de Mall & Merchandising representaram 11,8% das receitas de aluguel no 1T12.

Prestação de serviços

Registramos uma receita de R\$21,6 milhões no 1T12, ou 30,5% de crescimento quando comparado ao 1T11. Neste trimestre entraram mais 2 shoppings no CSC, totalizando 31 shoppings integrados. O aumento nesta linha de receita também é explicado pelo maior número de shoppings administrados pela companhia.

Evolução da Receita Bruta (R\$ mil)



Aluguel Percentual

Totalizamos uma receita de aluguel percentual de R\$13,9 milhões no 1T12, um crescimento de 11,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Este crescimento pode ser explicado pelo aumento nas vendas totais dos lojistas, além das inaugurações e aquisições concluídas nos últimos 12 meses que representaram 9,4% da receita de aluguel percentual. No 1T12, 45,8% da receita de aluguel percentual foi decorrente dos esforços de auditoria.

Taxa de cessão (luvas)

Aumentou em R\$1,9 milhões, ou 25,7% comparado ao 1T11, totalizando R\$9,5 milhões. Este crescimento é principalmente decorrente do aumento de 44,3% no número de lojas comercializadas em shoppings existentes. Foram comercializados 297 contratos no trimestre. No 1T12, passamos a comercializar mais 6 shoppings, elevando para 38 o total de shoppings em nosso portfólio que são comercializados pela BRMALLS.

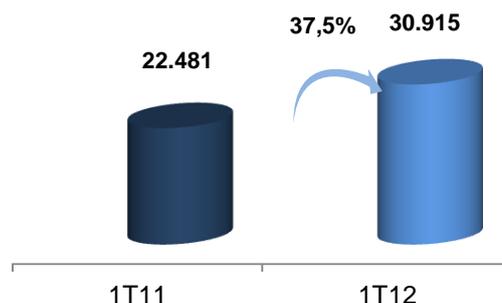
Estacionamento

A receita de estacionamento aumentou R\$10,9 milhões, ou 40,5%, no trimestre em relação ao 1T11, totalizando R\$37,8 milhões.

O crescimento apresentado nesta linha ocorreu em grande parte devido à otimização das tarifas, aumento no fluxo de automóveis, maior número de operações de estacionamento devido a aquisição e inauguração de novos shoppings, além do modelo societário das novas operações de estacionamento.

No trimestre o NOI de estacionamento foi de R\$30,9 milhões, um aumento de R\$8,4 milhões, ou 37,5%.

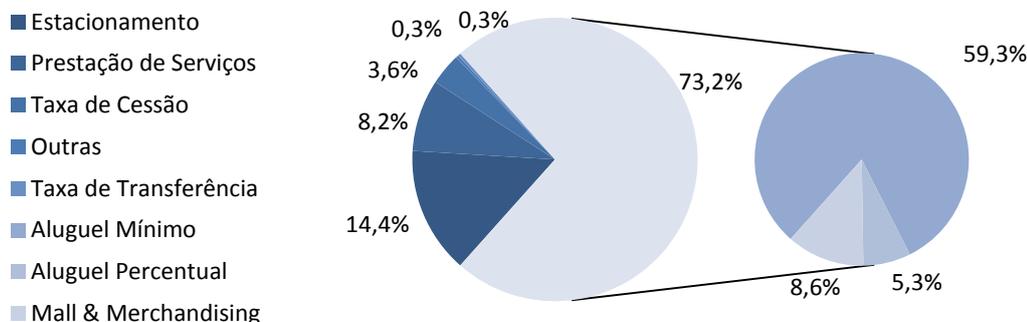
Evolução NOI Estacionamento (R\$ mil)



Taxa de transferência

No 1T12, observamos um valor de R\$0,7 milhões, uma variação negativa de 60,6% na receita da taxa de transferência em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior.

Distribuição da Receita Bruta 1T12



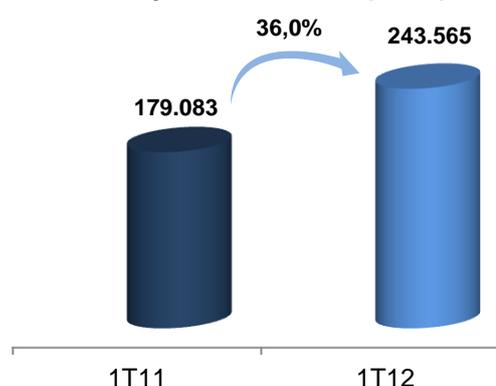
Abertura da Receita Bruta (R\$ mil)

	1T12	1T11	%
Aluguel Mínimo	155.318	109.102	42,4%
Aluguel Percentual	13.882	12.452	11,5%
Mall & Merchandising	22.611	17.020	32,8%
Estacionamento	37.779	26.898	40,5%
Prestação de Serviços	21.593	16.552	30,5%
Taxa de Cessão	9.452	7.520	25,7%
Taxa de Transferência	701	1.779	-60,6%
Outras	823	2.572	-68,0%
Receita Bruta	262.159	193.895	35,2%

Receita Líquida:

No primeiro trimestre de 2012 a receita líquida alcançou R\$243,6 milhões, representando um crescimento de R\$64,5 milhões, ou 36,0% quando comparado ao mesmo trimestre no ano anterior. Excluindo os efeitos da linearização a receita líquida seria de R\$234,5 milhões no trimestre, um aumento de R\$60,4 milhões, ou 34,7% comparado ao 1T11.

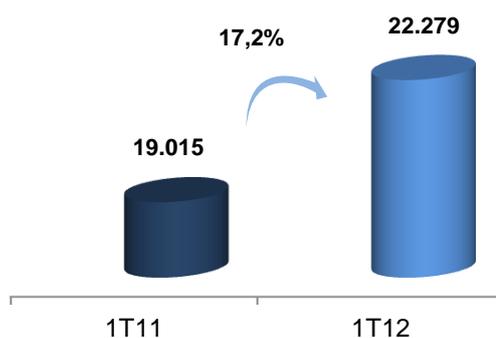
Evolução da Receita Líquida (R\$ mil)



Custos:

No trimestre os custos de alugueis e serviços alcançaram um valor de R\$22,3 milhões, um aumento de R\$3,3 milhões, ou 17,2% quando comparado ao 1T12. Como proporção da receita bruta os custos reduziram de 9,8% no 1T11 para 8,5% no 1T12. O crescimento em menor grau que o aumento da receita ocorreu principalmente devido a:

Evolução dos Custos (R\$ mil)



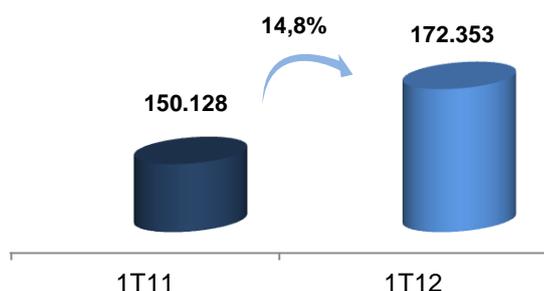
Diversos Serviços

Observamos uma redução de 37,0% na linha de diversos serviços atingindo um gasto de R\$6,3 milhões no 1T12. Isso ocorreu, em grande parte, porque no 1T11 parte dos custos condominiais do Center Shopping Uberlândia estavam sendo alocados como custos da BRMALLS. Após a reestruturação societária concluída em 2011, os custos condominiais do shopping passaram a transitar pelo condomínio, deixando de impactar o resultado da companhia.

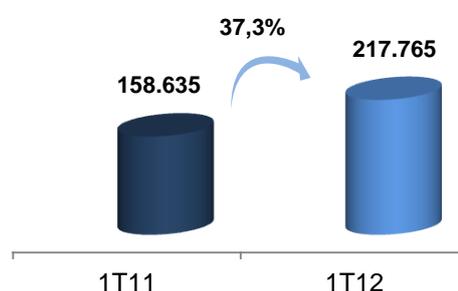
NOI:

No trimestre o NOI totalizou R\$217,8 milhões, apresentando um crescimento de R\$59,2 milhões ou 37,3%, quando comparado ao 1T11. A margem atingiu 90,5%, apresentando uma melhora de 1,0p.p. em relação ao mesmo período do ano passado.

Evolução do NOI Mesmos Shoppings (R\$ mil)



Evolução do NOI (R\$ mil)



O crescimento de NOI mesmos shoppings neste trimestre foi de 14,8% quando comparamos ao mesmo trimestre do ano de 2011. Expurgando os efeitos da inflação, apresentamos um crescimento real de NOI mesmos shoppings de 10,7%. Os 35 shoppings administrados pela Companhia foram responsáveis por 93,3% do NOI total do trimestre. Nossa participação média nesses shoppings é de 66,1%.

NOI e Vendas por Shopping (R\$ milhões)

	NOI 1T12	Vendas 1T12
Plaza Niterói	19.064	172.129
Shopping Tijuca	19.016	159.249
NorteShopping	17.313	293.146
Shopping Tamboré	12.187	111.178
Catuai Shopping Londrina	10.409	128.763
Uberlândia	9.919	118.068
Shopping Recife	9.072	302.446
Campinas Shopping	7.677	70.174
Shopping Metrô Sta Cruz	7.598	82.425
Jardim Sul	7.130	95.436
Mooca	6.714	72.624
Granja Vianna	6.706	60.776
Shopping Estação	6.466	72.057
Shopping Del Rey	6.157	114.291
Shopping Paralela	5.880	75.235
Shopping Campo Grande	5.747	81.712
Independência Shopping	5.062	53.130
Shopping Villa Lobos	4.997	131.018
Ilha Plaza	4.741	63.087
Fashion Mall	4.093	62.293
Outros	41.817	1.748.302
Total	217.765	4.067.538

80,8% do NOI do 1T12

Reconciliação do NOI (R\$ mil)

	1T12	1T11	%
Receita Bruta	262.159	193.895	35,2%
(-) Prestação de Serviços	(21.593)	(16.552)	30,5%
(-) Custos	(22.279)	(19.015)	17,2%
(+) Debêntures do Araguaia	1.377	1.288	6,9%
(+) Crédito Presumido PIS/COFINS	(1.899)	(981)	93,7%
(+) Amortização - Custo	-	-	-
NOI	217.765	158.635	37,3%
Margem %	90,5%	89,5%	1,0%

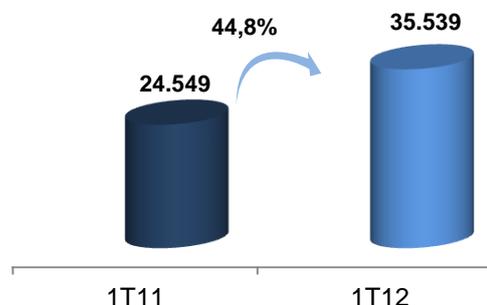
* NOI considerando os efeitos da linearização

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas:

No 1T12 registramos despesas com vendas, gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização de R\$35,5 milhões, o que representa um crescimento de 44,8% ou R\$11,0 milhões em relação ao mesmo trimestre do ano passado. Estas despesas representam 13,6% da receita bruta neste trimestre.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas tiveram um crescimento de 42,8%, o equivalente a R\$9,5 milhões em relação ao 1T11. A despesa com pessoal apresentou um aumento de 50,5%, explicado principalmente pelo aumento: (i) no número de projetos greenfield de 3 em 1T11 para 7 em 1T12, (ii) novos shoppings adquiridos em 2012, (iii) shoppings integrados ao CSC de 29 para 31, e conseqüentemente o aumento do nosso quadro de funcionários.

Evolução das Despesas Gerais e Administrativas (R\$ mil)**Despesas com Vendas**

As despesas com vendas tiveram um aumento de 63,2%, o equivalente a R\$1,5 milhões em relação ao 1T11. As despesas com vendas foram impactadas pelo aumento no número de contratos comercializados no trimestre, atingindo 297 comparado a 218 no 1T11, um aumento de 36,2%.

Depreciação e Amortização:

Dada a adoção antecipada dos pronunciamentos de acordo com a deliberação CVM 603 passamos a não depreciar mais as nossas propriedades para investimento, que são avaliadas ao valor justo anualmente em dezembro. Além disso, também não amortizamos mais o ágio gerado por aquisições.

Outras Receitas Operacionais:

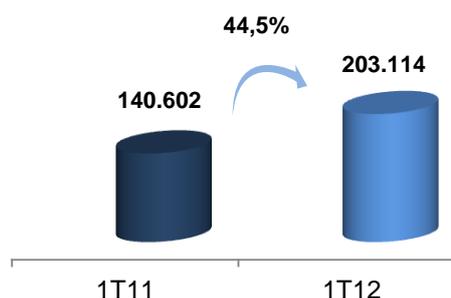
No 1T12 totalizamos o valor de R\$16,2 milhões na linha de outras receitas operacionais, o que representa um aumento de R\$ 12,8 milhões em relação ao valor de R\$3,5 milhões registrado no mesmo trimestre do ano anterior. Destacamos a venda de participação do Pantanal Shopping, como o maior responsável pelo aumento nesta linha. O valor da venda do shopping foi de R\$ 45,0 milhões, gerando uma TIR, real e desalavancada de 36,3%.

EBITDA:

O EBITDA ajustado registrou R\$203,1 milhões no 1T12, um aumento de 44,5% comparado aos R\$140,6 milhões apresentados no 1T11. A margem EBITDA ajustado cresceu 4,1 p.p no 1T12, atingindo 83,4%.

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)			
	1T12	1T11	%
Receita Líquida	243.565	179.083	36,0%
(-) Receita condomínio Uberlândia	-	1.735	-
(-) Receita Líquida ex-Uberlândia	243.565	177.348	-
(-) Custos e Despesas	(60.358)	(46.417)	30,0%
(+) Custo condomínio Uberlândia	-	2.049	-
(+) Depreciação e Amortização	2.286	2.853	
(+) Outras Receitas Operacionais	16.244	3.481	366,6%
EBITDA	201.737	139.314	44,8%
(+) Debêntures do Araguaia	1.377	1.288	6,9%
EBITDA Ajustado	203.114	140.602	44,5%
Margem %	83,4%	79,3%	4,1%

Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ mil)



Resultado Financeiro:

Neste trimestre registramos uma despesa financeira líquida de R\$68,3 milhões, comparado a um resultado negativo de R\$77,0 milhões no 1T11. A receita financeira neste período foi de R\$208,0 milhões, enquanto a despesa financeira foi de R\$276,3 milhões. Os principais impactos na despesa financeira foram os juros com empréstimo e financiamento e swap na curva. Excluindo os efeitos não caixa do swap a mercado e a variação cambial, registramos no 1T12 uma despesa financeira líquida de R\$85,3 milhões. Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro estão descritos a seguir:

Swap na Curva

No 1T12, o Real apresentou uma valorização frente ao Dólar dos EUA, apreciando 2,1% do 4T11 para o 1T12. Esta valorização contribuiu para uma despesa líquida de swap na curva, principalmente no swap do fluxo de juros do bônus perpétuo uma vez que estamos ativos na variação do Dólar dos EUA mais uma taxa e passivos em um percentual do CDI.

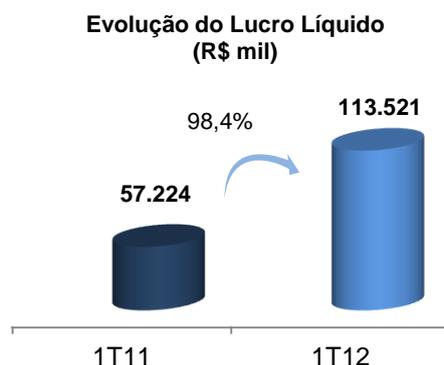
Resultado Financeiro (R\$ mil)			
Receitas	1T12	1T11	%
Aplicações Financeiras	14.222	18.068	-21,3%
Variações Cambiais	83.181	20.433	307,1%
Swap na Curva	71.367	19.415	267,6%
Swap a mercado	37.403	12.841	191,3%
Outros	1.863	2.529	-26,3%
Total	208.037	73.286	183,9%
Despesas	1T12	1T11	%
Juros	(96.813)	(80.001)	21,0%
Variações Cambiais	(52.991)	(5.660)	836,3%
Swap na Curva	(71.706)	(24.737)	189,9%
Swap a Mercado	(50.604)	(38.421)	0,0%
Outros	(4.184)	(1.460)	186,6%
Total	(276.298)	(150.278)	83,9%
Resultado Financeiro	(68.261)	(76.992)	-11,3%
Resultado Financeiro - Caixa	(85.251)	(66.186)	28,8%

Receitas e Despesas com Juros e Variações Monetárias

As aplicações financeiras geraram uma receita de R\$14,2 milhões, uma redução de 21,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido à redução do caixa médio e a queda na taxa de juros. Analisando as despesas com juros no período em questão, a despesa atingiu R\$96,8 milhões, um aumento de 21,0% ou R\$16,8 milhões em relação ao 1T11. O principal motivo para este aumento na despesa com juros foi o aumento de 28,5% na dívida bruta da companhia, que atingiu R\$3,4 bilhões neste trimestre, comparado a R\$2,6 bilhões no mesmo período do ano de 2011.

Lucro Líquido:

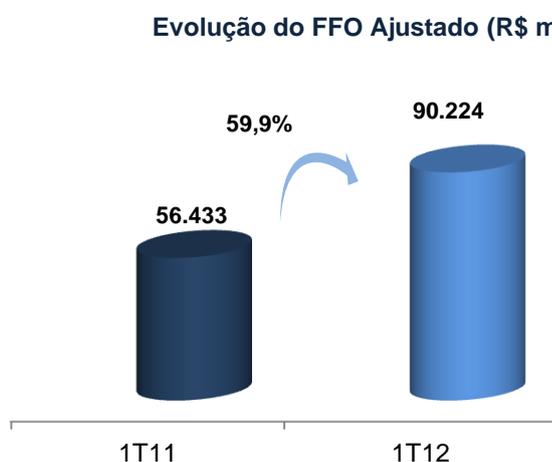
O lucro líquido no trimestre foi de R\$113,5 milhões, um valor que representa um aumento de 98,4%, ou R\$56,3 milhões em comparação ao 1T11. Com base neste valor, o lucro por ação no 1T12 atingiu o R\$0,25.



FFO Ajustado:

Nesse trimestre alcançamos um FFO de R\$116,1 milhões, comparado a R\$60,1 milhões no 1T11, um aumento de 93,2%. O FFO Ajustado foi de R\$90,2 milhões no 1T12, um crescimento de 59,9% comparado ao mesmo trimestre de 2011. A margem do FFO Ajustado no 1T12 foi de 37,0%, um aumento de 5,5 p.p.

Reconciliação do FFO (R\$ mil)			
	1T12	1T11	%
Lucro Líquido	113.521	57.224	98,4%
(+) Depreciação e Amortização	2.540	2.853	-11,0%
FFO	116.061	60.077	93,2%
(+) Variação Cambial	(30.190)	(14.774)	104,4%
(-) Swap a Mercado	13.201	25.580	-48,4%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(6.758)	(14.450)	-53,2%
(-) Outras Receitas Operacionais Não Caixa	(2.089)		
FFO Ajustado	90.224	56.433	59,9%
<i>Margem %</i>	<i>37,0%</i>	<i>31,5%</i>	<i>5,5%</i>



CAPEX:

Ao longo de todo o trimestre a companhia investiu um total de R\$211,7 milhões, este valor foi distribuído da seguinte forma:

Aquisições

As aquisições totalizaram R\$99,4 milhões ao longo primeiro trimestre de 2012. A grande maioria deste valor é referente à aquisição do Itaú Power que ocorreu em fevereiro.

Expansões e Revitalizações

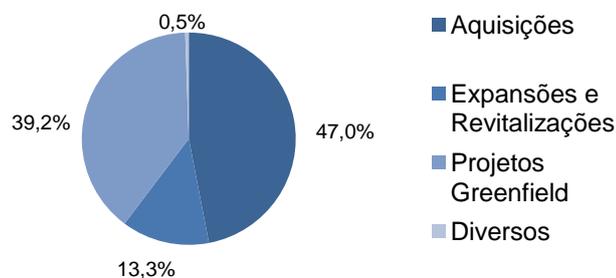
Um total de R\$28,1 milhões foram investidos ao longo do 1T12, sendo a maioria referente a expansão do Shopping Recife que inaugurou no dia 17 de abril.

Projetos Greenfield

Total de R\$83,0 milhões foram investidos no trimestre, referentes principalmente à obra do Shopping Estação BH, que está prevista para inaugurar no próximo trimestre, além dos outros seis projetos greenfields já anunciados.

Diversos

Registramos um total de R\$1,1 milhão investido em sistemas e processos internos, dentre outros.

CAPEX Total

Disponibilidade de Caixa e Dívida:

No final do primeiro trimestre de 2012, nossa posição de dívida bruta era de R\$3.372,0 milhões, o que representa um aumento de R\$168,0 milhões, ou 5,2% em relação ao 4T11. Este aumento foi resultado de dois efeitos de direções opostas; a liquidação antecipada das notas promissórias no valor total de R\$220,0 milhões e a emissão de R\$405,0 milhões de debêntures.

A posição de caixa da BRMALLS encerrou o trimestre em R\$619,1 milhões, uma variação positiva de 37,0% em relação aos R\$452,0 milhões do trimestre anterior. Este aumento ocorreu principalmente devido à emissão das debêntures.

Considerando aquisições e desembolsos com projetos, chegamos ao final do primeiro trimestre de 2012 com uma dívida líquida de R\$ 2.752,8 milhões, valor em linha com o 4T11.

Em relação ao perfil da dívida, aumentamos o nosso perfil de longo prazo para 93,8% da dívida bruta, resultado da troca das Notas Promissórias pelas Debêntures, com uma duração média de 11,9 anos e um custo médio de IGP-M + 6,90%.

Principais Indicadores (R\$ mil)

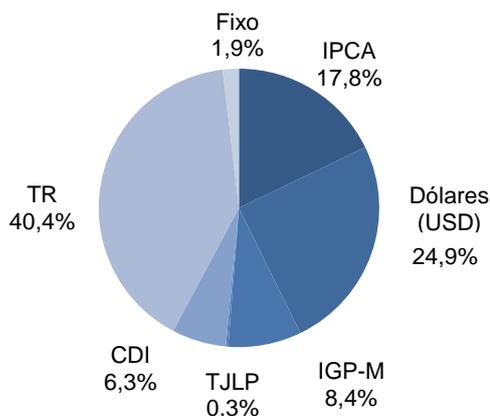
	1T12	4T
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	619.135	452.025
Remuneração Média	101,9%	101,2%
Dívida Bruta (R\$ mil)	3.371.971	3.203.987
Prazo Médio (anos)	11,9	12,5
Custo Médio	IGPM + 6,90%	IGPM + 6,90%
Dívida Líquida	2.752.836	2.751.962
Dívida Líquida / EBITDA anualizado	3,39	3,30
Dívida Líquida (ex-perpétuos) / EBITDA an.	2,48	2,38
EBITDA / Despesa Financeira Líquida	4,82	4,76
Dívida Bruta / EBITDA	4,15	3,85
FFO / Dívida Bruta	0,11	0,12

* Checar glossário para definições.

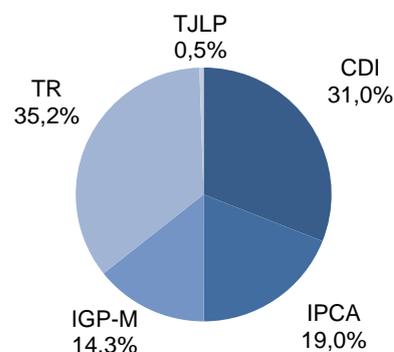
Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



Indexadores da Dívida



Exposição para os próximos 5 anos por Índice (Dívidas e Swaps)

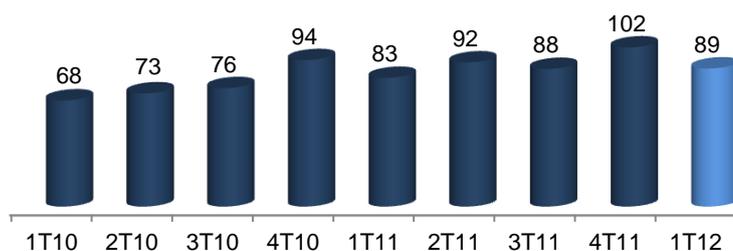


Indicadores Operacionais:

NOI por m²

O NOI por m² do nosso portfólio apresentou um crescimento de 6,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo uma média de R\$99,8 no primeiro trimestre de 2012. Considerando os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI, o NOI por m² aumentou 16,2%, alcançando uma média mensal de R\$127,4.

Aluguel por m² (R\$)*

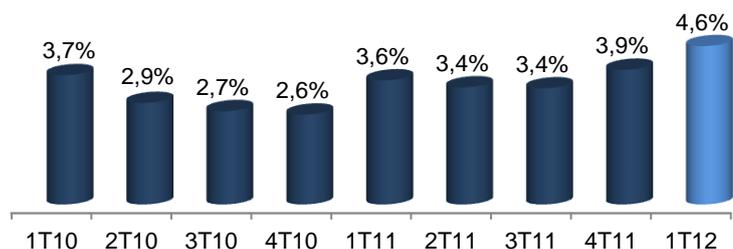


*O Aluguel por m² médio considera os efeitos da linearização

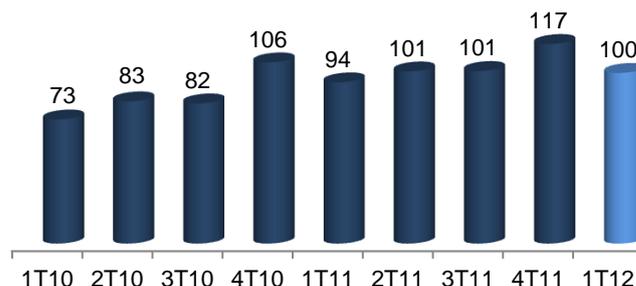
Taxa de Ocupação

Continuamos a apresentar um alto e estável nível de taxa de ocupação em nossos shoppings, alcançando um patamar médio de 97,4% do ABL total ocupado no trimestre. Excluindo da análise os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, a taxa de ocupação foi de 97,9% no trimestre.

Pagamentos em Atraso (%)



NOI por m² (R\$)*

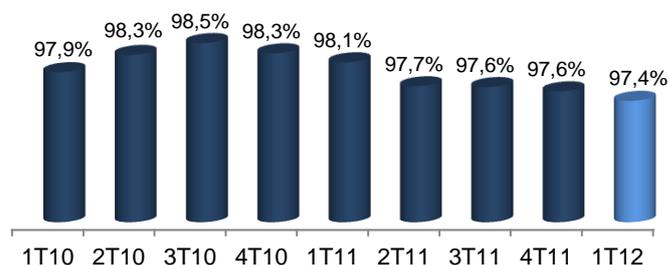


*O NOI por m² médio considera os efeitos da linearização

Aluguel por m²

No mesmo trimestre o aluguel por m², considerando os efeitos da linearização, aumentou em 6,7%, equivalente a uma média mensal de R\$88,6. Nos 10 shoppings mais representativos este crescimento foi de 9,4%, atingindo uma média mensal de R\$110,3.

Taxa de Ocupação (%)



Pagamentos em Atraso

Neste trimestre o nível de pagamentos em atraso (30 dias) registrou uma média de 4,6%, comparado a 3,6% no mesmo trimestre do ano de 2011. Analisando de forma a excluir os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, atingimos 4,1%.

**Distribuição do Custo de Ocupação
(% das Vendas)**



Custo de Ocupação

O custo de ocupação atingiu 11,2%. Quando comparado com o mesmo período do ano anterior, observamos um acréscimo de 0,7 p.p. no custo de ocupação como percentual das vendas.

Resumo da Evolução dos Indicadores

	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12
SSS/m ²	960	1.332	997	1.077	1.114	1.421	1.038	1.171	1.165	1.508	1.086
SSR/m ²	57	77	59	60	62	81	62	68	70	92	68
Vendas/m ²	880	1.186	897	999	1.040	1.317	955	1.036	1.013	1.324	1.002
Vendas/m ² (lojas < 1.000 m ²)	1.352	1.616	1.293	1.311	1.387	1.858	1.347	1.427	1.457	1.925	1.432
Aluguel/m ²	67	86	68	73	76	94	83	92	88	102	89
NOI/m ²	73	93	73	83	82	106	94	101	101	117	100
Custo de Ocupação (% das Vendas)	9,8%	9,0%	10,2%	9,3%	9,3%	8,9%	10,5%	10,0%	10,3%	9,7%	11,2%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	3,1%	3,2%	3,7%	2,9%	2,7%	2,6%	3,6%	3,4%	3,4%	3,9%	4,6%
Inadimplência Líquida	1,1%	0,4%	1,6%	0,6%	0,6%	0,2%	1,3%	1,2%	0,8%	0,8%	2,1%
Ocupação (%)	97,3%	97,9%	97,9%	98,3%	98,5%	98,3%	98,1%	97,7%	97,6%	97,6%	97,4%

Valores em dólares/ft²

As vendas para espaços com menos de 1.000 m² registraram neste trimestre o valor anualizado de U\$994/pé², um crescimento de 8,0% em relação ao 1T11. Para fins comparativos incluímos abaixo alguns indicadores operacionais da Companhia adotando os padrões usados pelas companhias norte-americanas (US\$/pé²):

Valores Anualizados em USD/pé²

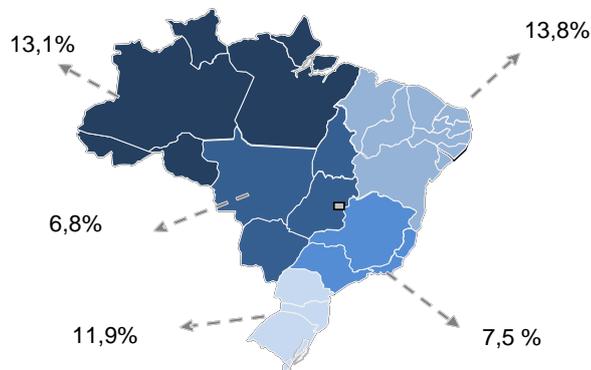
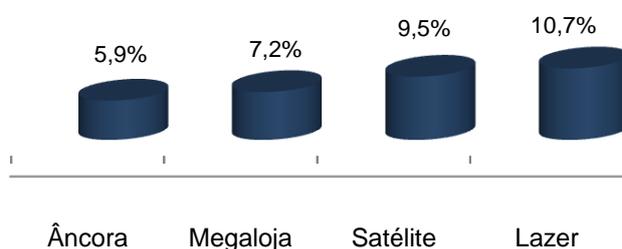
	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12
Vendas/pé ² (lojas < 1.000 m ²)	828	900	975	1.292	920	1.055	1.050	1.261	994
Aluguel/pé ²	45	48	51	65	58	68	67	72	62
NOI/pé ²	48	55	55	74	67	74	72	82	69

Desempenho das Vendas:

Neste trimestre registramos um total de vendas no portfólio de R\$4,1 bilhões, o que representa um crescimento de 25,1% em relação ao número de R\$3,3 bilhões apresentados em 1T11. Quando comparamos as vendas mesmas lojas neste período, elas cresceram 9,1% em relação ao mesmo trimestre no ano anterior.

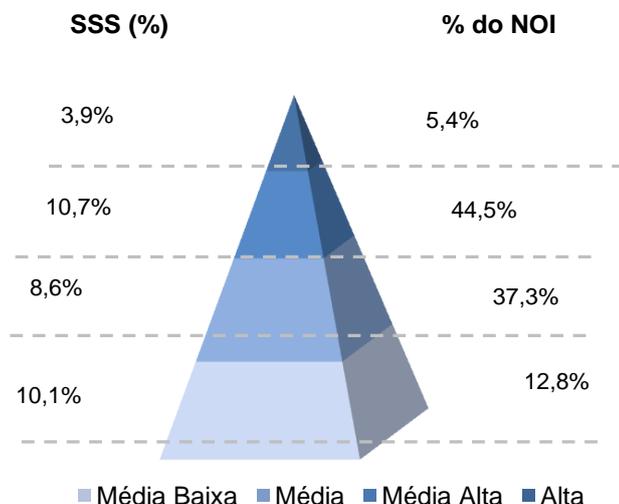
Continuamos a destacar os segmentos de lazer e as lojas satélites, que atingiram neste período os valores de 10,7% e 9,5% de crescimento, respectivamente. Conseguimos observar neste trimestre uma melhora na performance das âncoras, que apresentaram o maior crescimento dos últimos 12 meses, alcançando um valor de vendas mesmas lojas de 5,9%.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento (1T12 versus 1T11)



Por região do país, o destaque de crescimento de vendas mesmas lojas foi a região Nordeste, cujo o SSS apresentado foi 13,8% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Os shoppings Natal e Maceió apresentaram excelentes números, atingindo 25,7% e 20,1% de crescimento de vendas mesmas lojas respectivamente. A região Sudeste, a área com maior representatividade de nosso portfólio em termos de NOI, alcançou um crescimento de vendas mesmas lojas de 7,5%.

Em termos de segmento de renda, os shoppings voltados para a classe média alta e média baixa apresentaram os melhores resultados. Suas vendas mesmas lojas atingiram um crescimento de 10,7% e 10,1%, respectivamente, em relação ao mesmo período do ano anterior. O crescimento das vendas desses segmentos foi impulsionado pelos shoppings Catuaí Londrina e Maceió que registraram um SSS de 24,7% e 20,1% respectivamente.



Atividade Comercial:

No trimestre, o leasing spread das renovações dos contratos de aluguel e dos novos contratos em shoppings existentes foram de 24,9% e 20,3%, respectivamente.

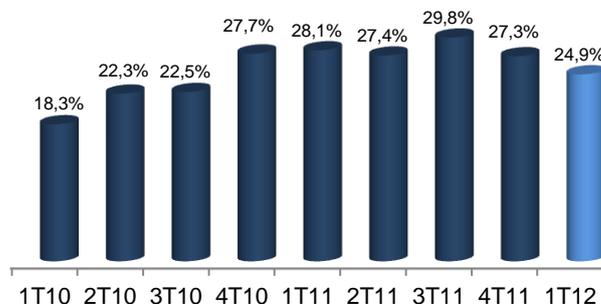
No 1T12 foram comercializadas 127 novas lojas nos shoppings existentes, um aumento de 44,3% ou 39 lojas quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Foram renovados 92 contratos ou 20,3 mil m² de ABL, representando um aumento de 55,9%.

Foram comercializados 56 contratos ou 10,8 mil m² de ABL nos projetos em desenvolvimento, representando um crescimento de 140,0% em relação a ABL de desenvolvimento comercializada no 1T11. Nos projetos de expansão, comercializamos um total de 22 lojas, um aumento de 24,6%. Este forte aumento em relação trimestre anterior ocorreu devido ao maior número de projetos em expansão.

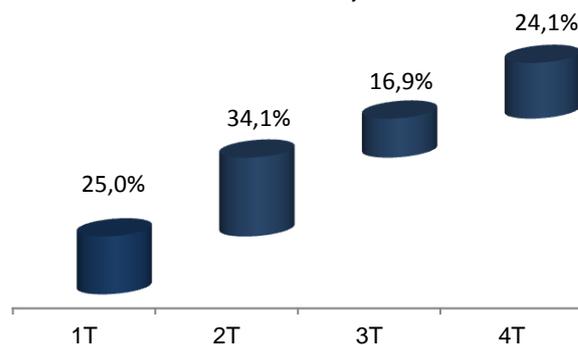
Consolidando as categorias de shoppings existentes, shoppings em expansão e greenfields, assinamos um total de 297 contratos no 1T12, um número 36,2% maior que o valor apresentado no mesmo trimestre do ano anterior.

Em termos de ABL, negociamos no 1T12 um total de 42,3 mil m² de ABL, número 94,5% superior ao mesmo período no ano anterior. Como perspectivas futuras, nos próximos 6 meses renovaremos 5,1% do ABL total da companhia.

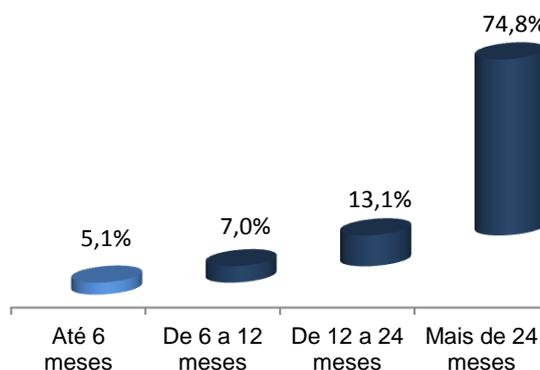
Leasing Spread Renovações (%)



Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% ABL)



Cronograma de Vencimento dos Contratos (% ABL)



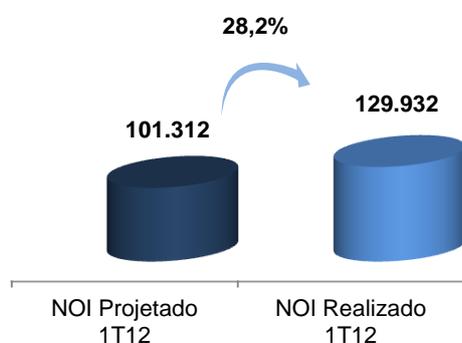
Aquisições:

Neste trimestre, concluímos a aquisição do Itaú Power Shopping, o aumento de participação no Metro Tatuapé e a venda de participação no Pantanal Shopping. Com as aquisições, adicionamos um total de 10,9 mil m² de ABL próprio, totalizando um investimento de R\$88,3 milhões. A venda do Shopping Pantanal gerou um ganho de capital de R\$14,6 milhões e diminuímos o nosso ABL próprio em 4,3 mil m².

Considerando o NOI realizado neste trimestre dos shoppings que foram adquiridos desde o início da BRMALLS, continuamos performando acima dos estudos de viabilidade no momento de cada aquisição. Apresentamos um NOI de R\$129,9 milhões neste trimestre, o que apresenta um valor 28,2% maior que o número de R\$101,3 milhões projetado para o 1T12.

No dia 3 de abril, a BRMALLS concluiu a aquisição de 50% do Shopping Rio Anil, localizado em São Luis - MA. O Shopping adiciona um ABL próprio de 13,1 mil m² e um NOI (próximos 12 meses) de R\$10,9 milhões.

NOI das Aquisições Realizadas (R\$ mil)



Venda de Participação no Shopping Pantanal

Em 30 de março deste ano a BRMALLS vendeu a sua participação de 10% no Pantanal Shopping por R\$45,0 milhões. Esta participação foi adquirida em 2007 pelo valor histórico de R\$10,5 milhões e ao longo dos últimos anos a BRMALLS recebeu fluxo de caixa nominal equivalente a R\$10,0 milhões.

A venda desta participação representa um retorno de 5,2 vezes o valor investido e uma TIR real e desalavancada equivalente a 36,3%.

A BRMALLS subtrai 4,3 mil m² do seu ABL próprio e 43,1 mil m² do seu ABL total.

Shopping Itaú Power

No dia 16 de fevereiro de 2012 a BRMALLS adquiriu 33,0% do Itaú Power Shopping. Com esta aquisição, elevamos o nosso ABL próprio em 10,8 mil m² e o ABL total em 32,7 mil m². Este será o 7º shopping da companhia no estado de Minas Gerais e o 28º na região Sudeste do país, alcançando um ABL total e próprio de 822,5 mil m² e 508,2 mil m², respectivamente.

Inaugurado em 2003, o Itaú Power Shopping fica localizado na cidade de Contagem, município da região metropolitana de Belo Horizonte, à 15 minutos da capital mineira. A localização é um ponto de convergência das principais vias de ligação a Belo Horizonte: Av. Amazonas, Anel Rodoviário e Via Expressa. A cidade conta com 4,2 milhões de habitantes, dos quais 900 mil encontram-se a menos de 15 minutos do empreendimento. Este ativo possui um total de 170 lojas, uma área de lazer e entretenimento que conta com um grande parque de diversões e games, e ainda 6 salas de cinema Cineart Multiplex e Cinema 3D que totalizam 1.412 lugares. Em termos de lojas, o ativo possui âncoras relevantes como: Riachuelo, Renner, Casas Bahia, C&A, Ricardo Eletro, Leader Magazine, Centauro, Lojas Americanas, Ponto Frio e Cineart. O empreendimento possui uma praça de alimentação com 20 operações, que comportam cerca de 1.200 pessoas.

O valor investido pela participação no shopping foi de R\$87,5 milhões. O NOI estimado para os próximos 12 meses é de R\$9,8 milhões, incluindo receita de serviços. Considerando o preço do shopping e o NOI estimado, a aquisição representa um cap rate de entrada de 11,2%, e uma TIR, real e desalavancada, de 14,2%.

Aumento de Participação no Metrô Tatuapé

Em fevereiro deste ano a Companhia concluiu a aquisição de uma fração adicional de 0,16% do shopping Metrô Tatuapé. Esta aquisição adiciona 52 m² de ABL próprio e exigiu um investimento de R\$772,0 mil. Com este aumento de participação, a BRMALLS espera adicionar um NOI, nos próximos 12 meses de R\$80,0 mil.

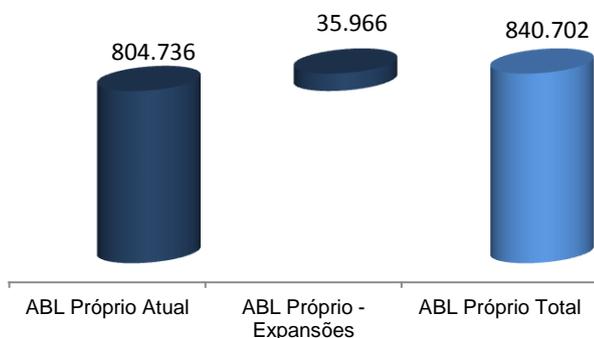
Expansões:

Encerramos o 1T12 com 7 projetos de expansão anunciados ao mercado. Os projetos adicionarão um total de 75,6 mil m² de ABL Total e 36,0 mil m² de ABL Próprio, o que representa um crescimento de 5,3% e 4,5% no nosso portfólio atual de shoppings, respectivamente. Estimamos que as expansões vão somar um total de R\$58,0 milhões de NOI próprio e estabilizado para a empresa.

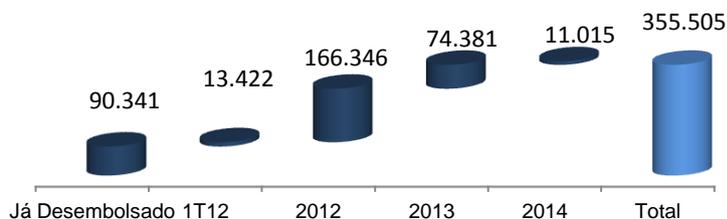
Os projetos anunciados exigem um investimento de R\$355,5 milhões, participação BRMALLS, onde 29,2% já foram gastos até o final do ano do 1T12. O cronograma e orçamento dos projetos continuam em linha com o previsto. Seguimos estudando possibilidades de geração de valor em nossos ativos existentes.

Em 3 de abril, com a aquisição do Rio Anil, iremos adicionar mais uma expansão para o nosso portfólio, que deverá adicionar 5.894 m² de ABL próprio, gerando um NOI estabilizado de R\$5,9 milhões e uma TIR, real e desalavancada, de 21,8%.

ABL Próprio Adicionada pelas Expansões



Cronograma do CAPEX das Expansões a Serem Inauguradas (R\$ mil)



Resumo das Expansões¹

Expansões	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. (R\$ milhões)	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data de Inauguração	Status de Comercialização
Top Shopping	15.336	50,0%	7.668	0,0%	12,5	5,4	13,3%	2T13	0,0%
Plaza Niterói	10.506	100,0%	10.506	42,0%	22,7	16,3	14,1%	2T13	77,3%
Recife ²	7.548	30,8%	2.324	100,0%	4,8	4,6	29,7%	2T12	100,0%
Natal	9.942	50,0%	4.971	0,0%	6,2	3,2	15,8%	2T13	0,0%
São Luís	23.221	15,0%	3.483	0,0%	2,2	1,1	19,7%	1T13	0,0%
Uberlândia	1.839	51,0%	980	0,0%	1,7	1,1	21,1%	4T12	20,8%
Independência	7.231	83,4%	6.034	0,0%	7,9	4,2	15,1%	2T14	0,0%
Total	75.624	47,6%	35.966		58,0	35,9			

¹ Rio Anil - não considera a expansão anunciada após a aquisição do Rio Anil anunciada em 3 de abril de 2012.

² Recife - inaugurou na data 19 de abril de 2012

Inauguração da Expansão do Shopping Recife

Inauguramos no dia 19 de abril a nova expansão do Shopping Recife, **desenvolvida e comercializada pela BRMALLS**. A obra inaugurou na data e com o investimento previsto, com **100,0% do seu ABL assinado**.

As estimativas são que esta expansão gere cerca de **R\$4,8 milhões** de NOI estabilizado para a **BRMALLS**, aumentando ainda mais importância deste ativo, que já é o maior shopping em vendas totais de nosso portfólio. A taxa interna de retorno do projeto, real e desalavancada é de 29,7%.

Esta nova expansão traz aos consumidores do shopping um mix inovador para o estado e a cidade. O novo empreendimento conta com três grandes âncoras como: LeBiscuit, Memove e Fast Shop. Além de 2 megalojas e 51 satélites. Visando a melhora do mix, a expansão traz lojas inéditas na região, tais como: Le Lis Noir, Sunglass Hut, Antonio Bernardo, Granado, MAC, Constança Basto, entre outras.



Shopping Recife

Evolução do NOI (R\$ milhões):



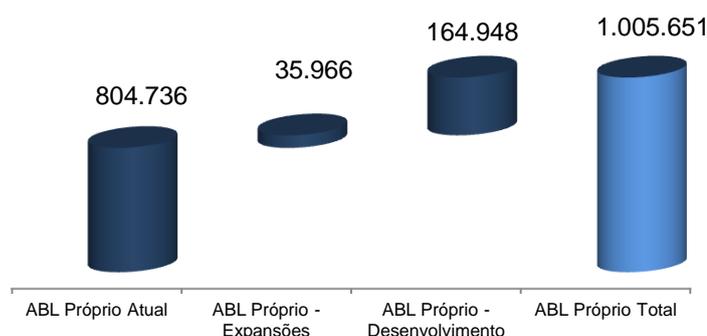
Desenvolvimento:

No trimestre adicionamos um novo shopping a lista dos greenfields, que atualmente totalizam um pipeline de 7 projetos. A lista de projetos inclui: Shopping Estação BH, São Bernardo, Londrina Norte Shopping, Catuaí Shopping, Cascavél, Contagem, Shopping Vila Velha e o recém anunciado Guarujá.

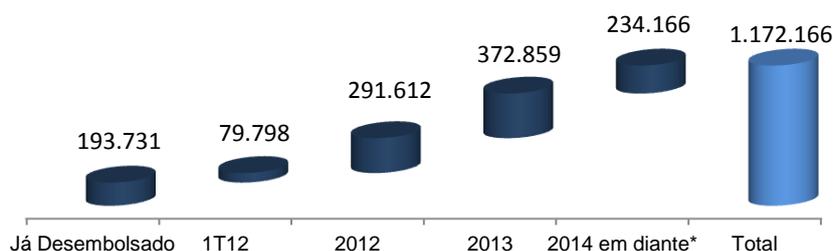
Os três primeiros shoppings têm inauguração prevista para este ano. Os shoppings Cascavel e Contagem estão previstos para inaugurar em 2013.

Com a inauguração de todos os projetos greenfields, a companhia irá adicionar 268,2 mil m² de ABL total e 164,9 mil m² de ABL próprio, acrescentando 18,8% e 20,5% ao portfólio, respectivamente. Este pipeline implica em um investimento próprio a ser desembolsado no valor de R\$898,6 milhões, dos quais 32,5% serão desembolsados em 2012. A participação média nos projetos será de 62,3% e uma vez inaugurados, estimamos que os projetos greenfield contribuam com um NOI próprio estabilizado estimado de R\$174,6 milhões.

ABL Próprio Adicionada pelos Desenvolvimentos e Expansões



Cronograma do CAPEX dos Projetos Greenfield a Serem Inaugurados (R\$ mil)



Resumo dos Projetos Greenfield

Projetos	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. (R\$ milhões)	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data de Inauguração	Status de Comercialização
São Bernardo	42.914	60,0%	25.748	53,0%	33,2	18,8	16,5%	4T12	77,7%
Londrina Norte	32.337	70,0%	22.636	83,0%	15,7	5,4	13,0%	4T12	83,3%
Cascavél	27.645	67,9%	18.771	0,0%	18,8	14,8	15,6%	4T13	2,3%
Contagem	33.702	70,0%	23.591	0,0%	29,9	19,6	16,7%	4T13	13,9%
Vila Velha	67.676	50,0%	34.381	0,0%	30,6	9,8	19,6%	2T14	47,2%
Guarujá	29.894	65,0%	19.431	0,0%	20,0	12,2	16,4%	4T13-2T14	21,2%
Estação BH	33.982	60,0%	20.389	94,5%	26,4	11,7	19,3%	2T12	97,1%
Total	268.150	61,5%	164.948		174,6	92,4			

* Cronograma considera parcela do Vila Velha de R\$150 milhões corrigida por IGP-DI a ser pago no décimo ano de operação do shopping.

Estação BH

A inauguração do **Estação BH** está prevista para inaugurar no segundo trimestre. As obras se encontram dentro do cronograma inicial, apresentando 97,1% do seu ABL total comercializado e 94,5% do seu cronograma físico construído.

Após esta inauguração, esperamos que este shopping gere R\$26,4 milhões de NOI para a BRMALLS. Este será o nosso oitavo shopping no estado de Minas Gerais, e aumentará nosso ABL próprio e total em 15,9% e 23,5% respectivamente neste estado.



Londrina Norte Shopping

Parte do portfólio adquirido do Grupo Catuaí, o **Londrina Norte Shopping** está previsto para inaugurar no 4T12. O shopping adicionará 32,3 mil m² de ABL total e 22,6 mil m² de ABL próprio e será o nosso 6º shopping no estado de Paraná, elevando o nosso ABL total e próprio em 17,5% e 16,4%, respectivamente no estado.

O mix do shopping será composto por 195 lojas, nas quais 83,3% da ABL já foram comercializadas. Atualmente, o shopping está com 83,0% do cronograma físico realizado.



Estimamos que a contribuição deste shopping será de um NOI próprio estabilizado de R\$15,7 milhões para a BRMALLS.

São Bernardo

O projeto de São Bernardo está com o seu cronograma físico com 53,0% de realização. O andamento do projeto segue em linha com o cronograma inicial e a previsão de inauguração é no 4T12. A comercialização do shopping continua em ritmo acelerado, atingindo um total de 77,7%.

Quando inaugurado, o Shopping São Bernardo adicionará 25,7 mil m² de ABL próprio e 42,9 mil m² de ABL total para a companhia e deverá gerar um NOI estabilizado de R\$33,2 milhões.



Guarujá

Este trimestre a BRMALLS apresentou um novo projeto ao mercado, localizado na cidade de Guarujá, no estado de São Paulo. O Guarujá Plaza Shopping terá um ABL total de aproximadamente 29,9 mil m² a ser inaugurado em duas fases: A primeira, com 25,2 mil m² e a segunda, com 4,7 mil m². A data prevista para a inauguração da primeira fase do projeto será entre o 4T13 e 2T14, a segunda fase será inaugurada 2 anos após a primeira.

Devido à forte demanda por comércio, serviços e lazer, a BRMALLS elaborou um projeto que promete trazer as melhores marcas para a região. O Shopping terá 134 lojas: 5 âncoras, 5 mega lojas, área de lazer, cinema multiplex, 2 restaurantes e 1.500 vagas de estacionamento. Quando inaugurado o shopping será o 13º shopping da BRMALLS no estado de São Paulo.



A estimativa é de que o shopping gere um NOI estabilizado para a BRMALLS de R\$20,0 milhões.

O Guarujá Plaza Shopping eleva o nosso total de projetos greenfield para sete.

Joint Venture: Simon Property Group

No dia 9 de abril a BRMALLS assinou uma Joint Venture (JV) com a Simon Property Group (Simon), a maior empresa do setor imobiliário do mundo, com participações iguais. Esta JV prevê a criação de uma entidade brasileira desenvolver e controlar outlets no Brasil e prevê que o primeiro ativo deverá ser inaugurado no Estado de São Paulo em 2013.

A Simon é a maior desenvolvedora, proprietária e operadora de outlets do mundo, com participação em mais de 70 Premium Outlets® localizados nos Estados Unidos, Japão, Coréia do Sul, Malásia, México e Porto Rico. Estes outlets combinam as principais grifes do mundo com ambientes de alta qualidade, preços atrativos e marketing direcionado para criar ativos de muito sucesso nos principais mercados do mundo.

"Esta é a combinação única da experiência do líder mundial na operação de outlets, com a expertise local da maior empresa de shopping centers no Brasil. Através desta Joint Venture, nós traremos ao consumidor brasileiro o verdadeiro conceito de outlet, oferecendo lojas de varejistas nacionais e internacionais, e marcas de renome, a preços promocionais."

Carlos Medeiros, CEO BRMALLS

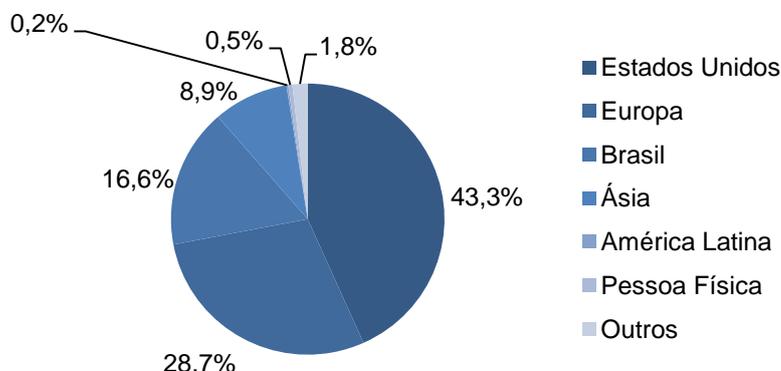
"Estamos muito satisfeitos com a parceria com uma organização de nível mundial como BRMALLS, para trazer a Premium Outlets da Simon para o Brasil. Nós já recebemos um grande número de visitantes brasileiros em nossos outlets nos Estados Unidos, como o Woodbury Common Premium Outlets, Orlando Premium Outlets e Sawgrass Mills. Estamos ansiosos para atender esses consumidores no Brasil."

John Klein, presidente da divisão de Premium Outlets da Simon.

Mercado de Capitais:

A BRMALLS tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da BM&F Bovespa sob o código BRML3. A empresa também possui um programa de ADR nível 1, permitindo a negociação das ações no mercado secundário ou de balcão nos Estados Unidos, sob o código BRMLL, disponibilizando as ações a um número maior de investidores nos Estados Unidos e no mundo. Adicionalmente a BRMALLS integra a carteira do Índice Bovespa (IBOVESPA), Índice Brasil 50 (IBRX 50) e também ingressou no Índice Carbono Eficiente (ICO2).

Distribuição Regional da Base Acionária (31/03/2012)



Índices com BRML3 na carteira:

	Peso
BM&F Ibovespa IBOV	1,08%
BM&F Bovespa IBrX-50	1,20%
BM&F Bovespa ICO2	1,14%
BM&F Bovespa IBrX	0,98%
BM&F Bovespa IGC	1,63%
BM&F Bovespa ITAG	1,56%
BM&F Bovespa MLC	1,02%
BM&F Bovespa IMOB	20,81%
iShares MSCI Brazil	0,94%

Fonte: Bloomberg (31/03/2012)

Perfil do Investidor

Ao final do 1T12, nossa base de investidores era bem diversificada por regiões de origem. Nosso volume financeiro médio no trimestre foi de R\$46,3 milhões, apresentando um aumento de 66,0% frente aos R\$27,9 milhões do 1T11. Já o nosso número de negócios médio foi de 6.638 no trimestre comparado a 2.518 no mesmo período no ano anterior, apresentando um crescimento de 163,7%.

Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o primeiro trimestre de 2012 sendo negociada a R\$23,79 uma valorização de 31,3% em relação ao preço de fechamento de R\$18,12 do 4T11. No mesmo período, o índice Ibovespa valorizou 13,7%.

Nossos Shoppings:

Ao final do 1T12, a BRMALLS detinha participação em 45 shopping centers, totalizando 1.423,2 mil m² de ABL total e 804,7 mil m² em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 56,5%. Já, se considerarmos somente os shoppings onde detemos participação de 50% ou mais, estes representaram 79,9% do NOI da BRMALLS no 1T12 sendo nossa participação média nestes 24 shoppings 81,4%. Detemos participação de 100% em 10 shoppings de nosso portfólio. No final do 1T12 prestávamos serviços para 38 de nossos 45 shoppings. No total, dos shoppings em que detemos participação, 38 são comercializados, 35 administrados e 31 para os quais o CSC presta serviços. Nossos shoppings somados apresentam mais de 8,0 mil lojas que atraem milhões de visitantes anualmente. A BRMALLS é a única empresa nacional de shopping centers com presença em todas as cinco regiões do Brasil, atendendo aos consumidores de todas as diferentes classes sociais no país.

Shopping	Estado	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Plaza Niterói	RJ	33.550	100,0%	33.550	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tijuca	RJ	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./CSC
Norteshopping	RJ	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tamboré	SP	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./CSC
Center Shopping Uberlândia	MG	50.702	51,0%	25.858	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Recife	PE	61.079	31,1%	18.968	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	19.165	100,0%	19.165	Admin./ Comerc./CSC
Campinas Shopping	SP	29.698	100,0%	29.698	Admin./ Comerc./CSC
Granja Vianna	SP	29.971	77,8%	23.312	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Del Rey	MG	37.032	65,0%	24.071	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Estação	PR	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	26.806	39,7%	10.647	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Campo Grande	MS	39.213	70,9%	27.808	Admin./ Comerc./CSC
Independência Shopping	MG	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./CSC
Ilha Plaza Shopping	RJ	21.619	100,0%	21.619	Admin./ Comerc./CSC
Fashion Mall	RJ	14.955	100,0%	14.955	Admin./ Comerc./CSC
Catuaí Shopping Londrina	PR	63.089	65,1%	41.071	Admin./ Comerc./CSC
Goiânia Shopping	GO	22.252	48,4%	10.770	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Curitiba	PR	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Paralela	BA	39.802	95,0%	37.812	Admin./ Comerc./CSC
West Shopping	RJ	39.558	30,0%	11.867	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	30.324	45,5%	13.797	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Crystal Plaza	PR	11.934	70,0%	8.354	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Piracicaba	SP	27.248	36,9%	10.055	Admin./ Comerc./CSC
Maceió Shopping	AL	34.742	34,2%	11.892	Admin./ Comerc./CSC
Mooça Plaza Shopping	SP	41.964	60,0%	25.178	Admin./ Comerc./CSC
Top Shopping	RJ	18.168	35,0%	6.359	Comercialização
Osasco Plaza Shopping	SP	13.844	39,6%	5.482	Comercialização
Araguaia Shopping	GO	21.758	50,0%	10.879	Admin./ Comerc.
Catuaí Shopping Maringá	PR	32.329	70,0%	22.631	Admin./ Comerc./CSC
Via Brasil Shopping	RJ	30.680	49,0%	15.033	Admin./ Comerc./CSC
Rio Plaza Shopping	RJ	7.137	100,0%	7.137	Admin./ Comerc./CSC
Amazonas Shopping	AM	34.214	17,9%	6.124	Admin./ Comerc./CSC
Natal Shopping	RN	17.448	50,0%	8.724	Comercialização
Shopping Sete Lagoas	MG	16.411	70,0%	11.488	Admin./ Comerc./CSC
Center Shopping	RJ	13.765	30,0%	4.130	Admin./ Comerc./CSC
Jardim Sul	SP	30.800	100,0%	30.800	Admin./ Comerc.
Shopping Pátio Belém	PA	20.594	13,3%	2.739	
São Luís Shopping	MA	34.123	15,0%	5.118	
Shopping Metrô Tatuapé	SP	32.853	3,2%	1.037	
Shopping Mueller Joinville	SC	27.310	10,4%	2.840	
Big Shopping	MG	17.241	13,0%	2.241	
Minas Shopping	MG	35.894	2,1%	764	
Shopping ABC	SP	46.285	1,3%	602	Admin./ Comerc./CSC
Itaú Power	MG	32.744	33,0%	10.805	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Total		1.423.188	56,5%	804.736	

Atualmente contamos com um total de 46 shoppings, totalizando 1.449,5 mil m² de ABL total e 817,9 mil m² em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 56,4%

Glossário:

Área Bruta Locável ou (“ABL Total”): refere-se à soma de todas as áreas de um shopping disponíveis para aluguel com a exceção dos quiosques.

ABL Próprio: refere-se ao ABL total multiplicado pela nossa participação no shopping.

Net Operating Income ou (“NOI”): Receita bruta dos shoppings (sem incluir receita de serviços) menos o custos dos shoppings mais a depreciação e a amortização + Debênture Araguaia.

Lei 11.638: A Lei n 11.638 tem como finalidade a inserção das companhias abertas no processo de convergência contábil internacional. Dessa forma, alguns resultados financeiros e operacionais sofreram alguns efeitos contábeis decorrentes das mudanças definidas pela nova Lei.

CPC: Comitê de Pronunciamentos Contábeis

NOI Mesmos Shoppings: Variação do NOI dos shoppings que hoje estão em nossa carteira proporcional a nossa participação atual para ambos os períodos em comparação.

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization): Lucro Bruto – despesas com vendas, gerais e administrativas + depreciação + amortização.

EBITDA Ajustado: EBITDA + efeitos da linearização das receitas de aluguel mínimo e CDU - outras receitas operacionais referentes a propriedade para investimento + receita da debênture de participação nos lucros do shopping Araguaia

FFO Ajustado (Funds From Operations): Lucro Líquido + Depreciação + Amortização - Variação Cambial sobre o principal do perpétuo-Ajuste do Swap a Mercado – Impostos não caixa + linearização das receitas de aluguel mínimo e CDU - outras receitas operacionais referentes à propriedade para investimento - impostos diferidos referentes à propriedade para investimento

Same store sales (SSS): Comparativo das vendas declaradas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior.

Same store rent (SSR): Aluguéis das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e mesmo período do ano anterior.

Taxa de Ocupação: ABL total alugado dividido por ABL total.

Turnover das lojas: Soma de todo ABL das Novas Negociações dos últimos 12 meses – variação do ABL das lojas vagas dos últimos 12 meses / média do ABL dos últimos 12 meses

Inadimplência: medida no último dia útil de cada mês considerando o total faturado no mês sobre o total recebido referente ao mesmo mês. Não considera lojas inativas.

Inadimplência Líquida: Leva em consideração não apenas os valores recebidos referentes aos vencimentos do mês como também de boletos em aberto de vencimentos anteriores

Custo de Ocupação como % das vendas: Aluguel (mínimo + percentual) + encargos comuns + fundo de promoção dividido pelas vendas totais. (Este item deve ser analisado do ponto de vista do lojista)

Leasing Spread: Comparação entre o Aluguel Médio do novo contrato e o AMM faturado do contrato antigo para o mesmo espaço.

ABL Médio (Aluguel/m²): Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação. No cálculo do ABL médio do aluguel/m², não consideramos os ABLs próprios do Araguaia Shopping, pois sua receita é contabilizada via pagamento de debêntures.

ABL Médio (NOI/m²): Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

Shoppings por Classe Social (Critério Brasil): O Critério Brasil está relacionado com o poder de compra dos indivíduos e famílias urbanas do país. É definido a partir do LSE do IBOPE. De acordo com este critério os shoppings de nosso portfólio estão classificados da seguinte maneira:

Portfólio Original: Considera os shoppings originalmente adquiridos (Norte Shopping, Shopping Recife, Villa-Lobos, Del Rey, Campo Grande e Iguatemi Caxias)

EV/EBITDA: Valor de Mercado da Companhia no final do período + Dívida Líquida / EBITDA Ajustado anualizado

P/FFO: Valor de Mercado da Companhia / FFO Ajustado anualizado

ROE: Lucro Líquido Ajustado anualizado / Patrimônio Líquido

ROIC: EBIT anualizado * (1 – taxa de impostos efetiva) / capital investido

Portfólio Adquirido: Considera os demais shoppings que foram adquiridos ao longo de 2007 em diante.

Cash on cash: NOI estabilizado (4 anos após inauguração) sobre capex líquido (investimento total – receita de taxa de cessão)

Status de Comercialização: ABL de propostas aprovadas e assinadas / ABL Total do projeto

Demonstração de Resultados:

Demonstração de Resultado (R\$ mil)			
	1T12	1T11	%
Receita Bruta	262.159	193.895	35,2%
Aluguéis	177.677	128.559	38,2%
Linearização de Aluguel	14.134	10.015	
Taxa de Cessão	14.521	12.572	15,5%
Linearização de CDU	(5.069)	(5.052)	
Estacionamento	37.779	26.898	40,5%
Taxa de Transferência	701	1.779	-60,6%
Prestação de Serviços	21.593	16.552	30,5%
Outras	823	2.572	-68,0%
(-)Impostos e Contribuições	(18.595)	(14.812)	25,5%
Receita Líquida	243.565	179.083	36,0%
Custos	(22.279)	(19.015)	17,2%
Custos com Pessoal	(6.526)	(4.013)	62,6%
Diversos Serviços	(6.255)	(9.925)	-37,0%
Custos Condominiais	(7.079)	(3.942)	79,6%
Custos com Fundo de Promoções	(2.418)	(1.135)	113,1%
Resultado Bruto	221.286	160.068	38,2%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(35.539)	(24.549)	44,8%
Despesas com Vendas	(3.800)	(2.328)	63,2%
Despesas de Pessoal	(27.451)	(18.237)	50,5%
Serviços Contratados	(1.450)	(2.323)	-37,6%
Outras Despesas	(2.839)	(1.661)	70,9%
Depreciação	(120)	(37)	224,3%
Amortização	(2.420)	(2.816)	-14,0%
Resultado Financeiro	(68.261)	(76.992)	-11,3%
Receitas Financeiras	208.037	73.286	183,9%
Despesas Financeiras	(276.298)	(150.278)	83,9%
Outras Receitas Operacionais	16.244	3.481	366,6%
Resultado Operacional	131.189	59.155	121,8%
Resultado Antes Tributação/Participações	131.189	59.155	121,8%
Provisão para IR/CSLL	(27.085)	(10.716)	152,7%
Impostos Diferidos	17.845	14.450	23,5%
Participação dos minoritários	(8.429)	(5.665)	48,8%
Lucro do Período	113.521	57.224	98,4%

Balança Patrimonial:

Balança Patrimonial (R\$ mil)

Ativos			Passivos				
	1T12	4T11	%		1T12	4T11	%
Circulante				Circulante			
Disponibilidades	43.017	37.063	16,1%	Empréstimos e Financiamentos	208.371	382.856	-45,6%
Contas a Receber	215.642	242.317	-11,0%	Fornecedores	70.384	57.082	23,3%
Titulos e Valores Mobiliários	576.118	414.962	38,8%	Impostos e contribuições a recolher	63.937	76.196	-16,1%
Swap Curva	63.238	79.008	-20,0%	Salários e Encargos Sociais	44.099	66.815	-34,0%
Impostos a Recuperar	66.387	78.198	-15,1%	Dividendos Mínimos Obrigatórios a Pagar	48.728	48.728	0,0%
Adiantamentos	23.533	25.930	-9,2%	Impostos e Contribuições - parcelamentos	1.559	1.486	4,9%
Outros Valores a Receber	27.950	20.898	33,7%	Adiantamentos de Clientes	8.997	26.281	-65,8%
Despesas Antecipadas	21.504	16.886	27,3%	Obrigações a pagar por aquisição de shopping	269.445	251.803	7,0%
Total	1.037.389	915.262	13,3%	Diferencial de swap a pagar	109.322	112.901	-3,2%
				Receita Diferida	18.868	16.983	11,1%
				Outros valores a pagar	-	7.932	-100,0%
				Total	843.710	1.049.063	-19,6%
Não Circulante				Não Circulante			
Clientes	151.756	143.220	6,0%	Empréstimos e Financiamentos	3.163.600	2.821.131	12,1%
Ativo Fiscal Diferido	-	39.862	-100,0%	Fornecedores	5.483	5.335	2,8%
Depósitos e cauções	32.828	29.170	12,5%	Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos	107.302	108.821	-1,4%
Titulos e Valores Mobiliários	-	-		Impostos e Contribuições - parcelamentos	75.955	76.309	-0,5%
IR e Contribuição Social Diferidos	289.348	268.766	7,7%	Obrigações a pagar por aquisição de shopping	207.582	216.225	-4,0%
Swap Curva	53.899	71.276	-24,4%	Diferencial de swap a pagar	12.929	31.371	-58,8%
Outros Investimentos	467	467	0,0%	Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	2.295.584	2.406.248	-4,6%
Outros	7.446	7.346	1,4%	Receita Diferida	110.095	121.398	-9,3%
Total	535.744	560.107	-4,3%	Outros valores a pagar	6.308	3.089	104,2%
				Total	5.984.838	5.789.927	3,4%
				Patrimônio Líquido			
Permanente				Participação dos Minoritários			
Propriedade para Investimento	12.456.634	12.582.924	-1,0%	Capital Social Realizado	449.916	618.279	-27,2%
Imobilizado	11.043	11.166	-1,1%	Capital Social Realizado	3.454.345	3.424.181	0,9%
Leasing	-	-		Reservas de Capital	41.318	37.301	10,8%
Diferido	-	-		Reservas de Lucro	3.327.222	3.213.702	3,5%
Intangível	9.800	12.258	-20,1%	Ações em tesouraria	(12)	(9)	33,3%
Financiamento de construção	-	-		Lucros/Prejuízos Acumulados	-	-	
Total	12.477.477	12.606.348	-1,0%	Gastos com Emissão de Ações	(50.727)	(50.727)	0,0%
				Total	6.772.146	6.624.448	2,2%
Total Ativo	14.050.610	14.081.717	-0,2%	Total Passivo e Patrimônio Líquido	14.050.610	14.081.717	-0,2%

Fluxo de Caixa:

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	
1T12	
Atividades operacionais	
Lucro do Exercício	113.521
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais (6.457)	
Depreciação e amortização	2.286
Encargos sobre empréstimos e financiamentos	96.813
Rendimento de títulos e valores mobiliários	(14.222)
Variação cambial sobre empréstimos e financiamentos	(30.190)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	(9.065)
Ajuste do plano de opções outorgadas	4.016
Ajuste a valor justo e resultado com derivativos	13.540
IRPJ e CSLL	9.239
Lucro na alienação de propriedades de investimento	17.070
Minoritários	8.429
Outros	(104.373)
Redução (aumento) dos ativos 62.881	
Contas a receber	30.793
Impostos a recuperar	11.810
Adiantamentos	2.397
Despesas antecipadas	(4.617)
Depósitos e cauções	(3.658)
Instrumentos financeiros	33.147
Outros valores a receber	(6.991)
Aumento (redução) dos passivos (81.303)	
Fornecedores	13.450
Impostos e contribuições a recolher	(12.259)
Impostos e contribuições - parcelamento	(281)
Salários e encargos sociais	(22.716)
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping	8.999
Adiantamento de clientes	(17.284)
Receita diferida	(9.418)
Instrumentos derivativos	(35.560)
Provisão para contingências	(1.519)
Outros valores a pagar	(4.715)
Fluxo líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades operacionais 88.642	
Atividades de Investimento	
Aquisição de títulos e valores mobiliários	(831.692)
Venda de títulos e valores mobiliários	684.758
Intangível	2.458
Propriedade para investimento	107.056
Participação dos Minoritários	(176.793)
Fluxo líquido utilizado nas atividades de investimento (214.213)	
Atividades de Financiamento	
Aumento de capital	30.164
Captação de financiamentos	419.714
Amortização de financiamentos	(318.353)
Fluxo líquido gerado pelas (utilizados nas) atividades 131.525	
Fluxo de caixa gerado (utilizado) no período 5.954	

Anexo - Tabela de Dívidas:

Perfil da Dívida (R\$ mil)						
	Índice	Taxa (%)	Vencimento	31/12/11	31/03/2012	
Dívida de Curto Prazo						
Unibanco - CCB (i)		IGPM	9,70% a.a.	15/2/2019	12.756	10.718
Itaú - CCB (ii)		IGPM	9,75% a.a.	27/3/2020	15.335	12.398
Itaú - CRI (iii)		TR	10,15% a.a.	16/2/2023	69.758	70.679
Debêntures - Série 1 (juros) (iv)		CDI	0,50% a.a.	14/2/2019	5.774	5.273
Debêntures - Série 2 (juros) (iv)		IPCA	7,90% a.a.	15/7/2014	12.235	19.322
Banco Santander (vi)		TR	11% a.a.	15/2/2012	8.206	8.748
Banco Santander (viii)		TR	10% a.a.	1/10/2019	2.826	2.821
Banco Santander (xvi)		TR	10,65% a.a.	29/3/2024	-	16.304
Itaú (vii)		TR	11,16% a.a.	21/12/2019	13.270	13.823
Itaú (vii)		TR	11,00% a.a.	28/6/2022	18.401	18.590
Itaú (xiii)		CDI	0,7% a.a.	7/5/2012	100.790	-
Banco do Brasil - Finame (ix)		TJLP	3,85% a.a.	15/10/2021	4.758	4.730
Banco Bradesco - Finame (ix)		TJLP	3,35 % a.a.	15/6/2012	449	299
Banco Bradesco (x)		TR	9,80% a.a.	28/6/2022	5.785	5.950
Banco Bradesco (xi)		TR	10,70% a.a.	25/3/2025	-	3.214
Banco BTG Pactual (xiii)		CDI	0,70% a.a.	7/5/2012	100.790	-
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xv)		CDI	0,94% a.a.	15/2/2017	-	2.119
Debêntures 2ª emissão 2ª série (xv)		IPCA	6,40% a.a.	15/2/2019	-	3.208
Títulos de crédito perpétuo (juros) (v)		US\$ Dólar	9,75% a.a.	-	4.623	2.513
Títulos de crédito perpétuo (juros) (v)		US\$ Dólar	8,50% a.a.	-	7.027	6.828
Citibank (xiv)		Libor 6 meses	1,78% a.a.	8/12/2014	73	834
Total Dívida de Curto Prazo					382.856	208.371
Dívida de Longo Prazo						
Unibanco - CCB (i)		IGPM	9,70% a.a.	15/2/2019	52.004	52.719
Itaú - CCB (ii)		IGPM	9,75% a.a.	27/3/2020	69.526	69.849
Itaú - CRI (iii)		TR	10,15% a.a.	16/2/2023	430.538	420.708
Debêntures - Série 1 (juros) (iv)		CDI	0,50% a.a.	14/2/2019	9.935	9.935
Debêntures - Série 2 (juros) (iv)		IPCA	7,90% a.a.	15/7/2014	343.498	348.180
Banco Santander (vi)		TR	11% a.a.	15/2/2012	82.970	81.130
Banco Santander (viii)		TR	10% a.a.	1/10/2019	28.570	28.012
Banco Santander (xvi)		TR	10,65% a.a.	29/3/2024	-	-
Itaú (vii)		TR	11,16% a.a.	21/12/2019	103.444	103.014
Itaú (vii)		TR	11,00% a.a.	28/6/2022	116.514	115.502
Itaú - CRI (xii)		TR	11% a.a.	16/2/2023	53.587	55.183
Banco do Brasil - Finame (ix)		TJLP	3,85% a.a.	15/10/2021	5.947	4.869
Banco Bradesco (xvi)		TJLP	3,25 % a.a.	15/11/2012	19	-
Banco Bradesco (x)		TR	9,80% a.a.	28/6/2022	109.913	65.448
Banco Bradesco (xi)		TR	10,70% a.a.	25/3/2025	549.821	561.987
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xv)		CDI	0,94% a.a.	15/2/2017	-	165.750
Debêntures 2ª emissão 2ª série (xv)		IPCA	6,40% a.a.	15/2/2019	-	239.250
Títulos de crédito perpétuo (juros) (v)		US\$ Dólar	9,75% a.a.	-	328.265	320.845
Títulos de crédito perpétuo (juros) (v)		US\$ Dólar	8,50% a.a.	-	431.434	419.083
Citibank (xiv)		Libor 6 meses	1,78% a.a.	8/12/2014	105.146	102.136
Total Dívida de Longo Prazo					2.821.131	3.163.600
Dívida Total					3.203.987	3.371.971