

# Resultados do 1º trimestre de 2013

# BRMALLS

## Relações com Investidores:

Leandro Lopes  
CFO e DRI

Derek Tang  
Gerente

Eduardo Siqueira  
Coordenador

Juliana Lamberts  
Trainee

[ri@brmall.com.br](mailto:ri@brmall.com.br)  
Tel: +55 21 3138-9900  
Fax: +55 21 3138-9901

## Teleconferência 1T13:

Português

8 de maio de 2013  
10:00 horas (horário de Brasília)  
Tel: +55 11 3301-3000

Repetição

Tel: +55 (11) 3127-4999  
Código: 15030954

**A BRMALLS ANUNCIA OS RESULTADOS DO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2013**

Rio de Janeiro, 7 de maio de 2013 – 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 2013 (1T13). A BRMALLS detém participação em 51 shoppings, que totalizam 1.631,1 mil m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL) e 945,4 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio. A BRMALLS possui 5 projetos greenfield e 6 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.918,0 mil m<sup>2</sup> e o ABL próprio para 1.110,3 mil m<sup>2</sup> até 2015, um crescimento de 17,6% e 17,4%, respectivo, em relação ao portfólio atual. 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 44 shoppings.

**Destaques do Primeiro Trimestre de 2013 e Eventos Subseqüentes:**

- No primeiro trimestre de 2013, a **receita líquida** alcançou **R\$290,0 milhões**, crescendo **19,1%** em relação ao mesmo período do ano anterior.
- O **NOI** totalizou **R\$264,8 milhões** no 1T13, apresentando um crescimento de **21,6%** sobre o NOI do 1T12. A **margem NOI** do mesmo período alcançou **90,3%**.
- No 1T13, o **EBITDA ajustado** aumentou em **9,3%** em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando **R\$222,3 milhões**. Excluindo os ganhos não recorrentes referentes a venda do Shopping Pantanal no resultado do 1T12, o crescimento do EBITDA ajustado foi de 17,7%. A margem EBITDA ajustado alcançou 76,6% no 1T13.
- Nesse trimestre o **FFO ajustado** totalizou **R\$91,9 milhões**, um crescimento de **1,9%**, comparado ao 1T12. Excluindo os ganhos não recorrentes, referentes a venda do Shopping Pantanal no resultado do 1T12, o crescimento do FFO ajustado foi de 14,1%. A margem FFO ajustado alcançou 31,7% no 1T13.
- O volume consolidado de **vendas** dos lojistas dos shoppings da BRMALLS alcançou **R\$4,6 bilhões** no primeiro trimestre de 2013, aumentando em **14,0%** em relação ao mesmo período de 2012.
- Continuamos apresentando um forte desempenho de **aluguel mesmas lojas**, alcançando **11,1%** no primeiro trimestre de 2013, obtendo uma evolução constante ao longo dos últimos 4 trimestres. As **vendas mesmas lojas** cresceram **7,5%** no mesmo período, comparado a uma alta base no 1T12.
- Apresentamos no 1T13, um forte **leasing spread de renovações** de **21,1%** e um **leasing spread de novos contratos** de **19,3%**.
- No 1T13, apresentamos um alto nível de taxa de ocupação em nossos shoppings, totalizando uma **taxa de ocupação** média de **97,9%**, comparado a 97,4% apresentado no 1T12. Excluindo os shoppings inaugurados ou adquiridos nos últimos 12 meses a taxa de ocupação foi de 98,1%. No 1T13, dos 51 shoppings que detínhamos participação, 24 possuíam mais de 99% de seu ABL ocupado.
- Em janeiro de 2013, a BRMALLS assumiu a **administração e comercialização do Natal Shopping**, que possui 17,4 mil m<sup>2</sup> de ABL e é dominante na cidade. O shopping passou por uma revitalização em 2009 e deu início à sua expansão que tem como previsão inaugurar no 3T13 e que adicionará 9,7 mil m<sup>2</sup>, ou 53,8%, de ABL total ao shopping. Com o Natal Shopping, a BRMALLS passa **administrar** um total de **42 shoppings** do seu portfólio. O Natal Shopping é o 4º shopping da companhia a ser administrado na região Nordeste.
- Reduzimos a taxa do CRI referente a aquisição do Shopping Tijuca de TR + 10,70%, em 0,8 pontos percentuais, para TR + 9,90%. Esta renegociação terá um VPL positivo de R\$ 25,0 milhões, líquido de custos. Com esta renegociação a BRMALLS adiciona mais R\$ 623,2 milhões ao montante de dívida renegociada, totalizando mais de R\$ 1,4 bilhão em passivos renegociados desde 2012.
- Em abril de 2013, foram emitidas 40.000 debêntures nominativas, escriturais, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, da BR Malls Participações S.A., no valor total de R\$ 400 milhões. O prazo é de 3 anos a contar da data de emissão e a taxa é de CDI + 0,62%, em linha com nossa política de gerenciamento de dívidas.
- Em maio de 2013, inauguramos a expansão do Plaza Niterói. A expansão adicionou 10,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total e próprio ao nosso atual portfólio. Estimamos que o projeto gere R\$26,0 milhões de NOI estabilizado para a BRMALLS e uma TIR, real e desalavancada, de 18,6%.

**Destaque Financeiros (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**

	1T13	1T12	%
Receita Líquida	290.039	243.565	19,1%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	42.829	35.539	20,5%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec Bruta)	13,6%	13,6%	0,0%
NOI	264.791	217.765	21,6%
<i>margem %</i>	90,3%	90,5%	-0,2%
Lucro Bruto	261.391	221.286	18,1%
<i>margem %</i>	90,1%	90,9%	-0,8%
EBITDA	220.082	201.991	9,0%
EBITDA Ajustado	222.310	203.368	9,3%
<i>margem %</i>	76,6%	83,5%	-6,9%
Lucro Líquido	59.385	113.521	-47,7%
Lucro Líquido Ajustado	89.351	89.773	-0,5%
<i>margem %</i>	30,8%	36,9%	-6,1%
FFO	61.973	116.061	-46,6%
FFO Ajustado	91.939	90.225	1,9%
<i>margem %</i>	31,7%	37,0%	-5,3%

**Destaque Operacionais**

	1T13	1T12	%
ABL Total (m²)	1.620.627	1.423.188	13,9%
ABL Próprio (m²)	934.912	804.736	16,2%
Vendas Mesmas Lojas / m²	1.079	1.004	7,5%
Vendas Totais (R\$ milhões)	4.638	4.068	14,0%
Vendas / m²	1.167	1.002	16,5%
Vendas / m² (lojas até 1.000 m²)	1.405	1.432	-1,9%
Vendas / pé² (US\$) (lojas até 1.000 m²)	822	994	-17,3%
Aluguel Mesmas Lojas / m²	105	95	11,1%
Aluguel / m²	85	89	-3,6%
NOI / m²	100	100	-0,2%
<b>Custo de Ocupação (% das vendas)</b>	<b>11,3%</b>	<b>11,2%</b>	<b>0,1%</b>
(+) Aluguel (% vendas)	6,8%	6,6%	0,2%
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	4,5%	4,6%	-0,1%
Ocupação (média trimestral)	97,9%	97,4%	0,5%
Inadimplência Líquida	1,8%	2,1%	-0,3%
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	4,3%	4,6%	-0,3%
Turnover das lojas	5,5%	5,6%	-0,1%
Leasing Spread (renovações)	21,1%	24,9%	-3,8%
Leasing Spread (novos contratos)	19,3%	20,3%	-1,0%

**Indicadores de Mercado**

	1T13	1T12	%
Número Total de Ações (-) ações em tesouraria	457.054.762	452.909.582	0,9%
Preço Médio da Ação (R\$)	26,11	21,08	23,9%
Preço Final da Ação (R\$)	24,66	23,16	6,5%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	11.269	10.775	4,6%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	82,7	46,3	78,7%
Número de Negócios Médio	9.183	6.638	38,3%
Dólar(US\$) Final	2,02	1,83	10,7%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	3.702,3	2.752,8	34,5%
NOI por ação	0,58	0,48	20,7%
Lucro Líquido por ação	0,13	0,25	-48,2%
Propriedade para Investimento	16.187.581	12.456.634	30,0%

**Comentários da Administração:**

Apresentamos um ótimo desempenho no primeiro trimestre de 2013, apesar do baixo crescimento econômico do país. Nossos resultados reforçam a resiliência do nosso negócio e dos nossos ativos. Assim como observamos em 2008/2009, mesmo com a economia crescendo próxima de zero há vários trimestres, estamos conseguindo consistentemente apresentar ótimos indicadores operacionais e financeiros.

Nossas vendas mesmas lojas (SSS) cresceram 7,5% e o aluguel mesmas lojas (SSR) subiu 11,1% em comparação ao mesmo período de 2012. Nosso SSR apresenta há quatro trimestres uma evolução constante. Outros indicadores também foram destaque no trimestre, como os pagamentos em atraso e a inadimplência líquida, ambos caindo 0,3p.p ao comparar com o 1T12. A taxa de ocupação aumentou em 0,5p.p, alcançando 97,9% no 1T13. A proporção de condomínio e fundo de promoção sobre vendas caiu 0,1p.p. para 4,5%, comparado ao primeiro trimestre de 2012. Esta redução proporcionou mais espaço para o aumento do aluguel de 0,2 p.p. para 6,8%, comparado ao mesmo trimestre. Esse resultado é proveniente dos nossos esforços em otimizar os custos condominiais em todos os nossos shoppings.

O nosso NOI cresceu 21,6%, atingindo R\$264,8 milhões, com uma margem de 90,3%. O NOI mesmos shoppings cresceu 12,4% em relação ao mesmo período em 2012. O EBITDA ajustado totalizou R\$222,3 milhões, sendo 9,3% superior ao 1T12, com uma margem de 76,6%. Se excluirmos o efeito não recorrente da venda do Pantanal, realizada no 1T12, o crescimento do EBITDA ajustado seria de 17,7%.

Neste trimestre, o NOI realizado dos shoppings adquiridos pela companhia desde 2006 apresentou um crescimento real de 26,2%, acima do que estava projetado para o 1T13. Além disso, passamos a administrar e comercializar o Natal Shopping, elevando o número de ativos comercializados na companhia para 42, o que contribui para os nossos ganhos de escala.

Temos cinco projetos greenfield em andamento, que devem adicionar 206,9 mil m<sup>2</sup> de ABL total, além de seis expansões, que têm previsão de adicionar 80,0 mil m<sup>2</sup> de ABL total. Como evento subsequente, inauguramos a expansão do Plaza Niterói no dia 3 de maio, com 10,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total e próprio, previsão de gerar R\$26,0 milhões de NOI estabilizado e uma TIR, real e estabilizada, de 18,6%. O Plaza Niterói é um dos principais geradores de NOI da companhia, além de ser um dos shoppings com maior venda/m<sup>2</sup> do país. Esta expansão reforça ainda mais o mix do shopping e a dominância do ativo.

Reduzimos a taxa do CRI referente a aquisição do Shopping Tijuca em 0,8 pontos percentuais para TR + 9,90% a.a. Esta renegociação terá um VPL positivo de R\$ 25,0 milhões, líquido de custos. Com esta renegociação a companhia adiciona mais R\$ 623,0 milhões ao montante de dívida renegociada, totalizando mais de R\$ 1,4 bilhão em passivos refinanciados, desde 2012. Encerramos o trimestre com um custo médio de dívida de IGP-M +5,6%, comparado a IGP-M +5,8% no 1T12, uma redução de 0,2p.p.

Como evento subsequente, em abril, concluímos ações importantes de marketing, sendo beneficiado pela abrangência nacional do nosso portfólio, com a campanha com a Angry Birds. O objetivo é proporcionar aos nossos clientes a experiência da marca no mundo real e o aumento do tráfego de crianças e adultos, além de gerar a fidelização do cliente. Serão três modelos de parques itinerantes que irão percorrer 33 shoppings da rede durante 1 ano, sendo exclusivo nas cidades onde temos shoppings e inédito em shoppings no mundo.

Continuamos otimistas com o nosso desempenho para o restante de 2013, apesar do ambiente macroeconômico adverso. Iremos inaugurar o shopping Contagem de 35,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total, além de 2 expansões: Shopping Natal e Rio Anil. Continuaremos buscando oportunidades de geração de valor em nossos ativos existentes, além do foco em melhorar nossos processos e sistemas, visando aumentar nossa produtividade.

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas de forma consolidada e em milhares de reais (R\$), e as comparações referem-se ao 1º Trimestre de 2012. Estas informações financeiras são apresentadas conforme as práticas adotadas no Brasil, através dos CPC's emitidos e aprovados pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM, e normas internacionais de contabilidade – IFRS, exceto quanto aos efeitos da adoção dos pronunciamentos CPC 19 (R2) e CPC 36 (R3) – IFRS 10 e 11.

Portanto, as informações financeiras ajustadas, aqui apresentadas, estão refletindo a consolidação proporcional das empresas controladas em conjunto, conforme apresentadas anteriormente a adoção de tais normas, por ser considerada pela administração da Companhia uma melhor forma de análise de suas operações.

Estas informações financeiras ajustadas não foram auditadas e/ou revisadas pelos auditores independentes e as reconciliações para as informações financeiras revisadas de acordo com as práticas contábeis aplicáveis estão disponíveis no final deste documento.

## COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE OS RESULTADOS DO 1T13

### Receita Bruta:

A receita bruta totalizou R\$314,4 milhões no primeiro trimestre de 2013, um aumento de R\$52,2 milhões ou 19,9% em relação ao mesmo período no ano anterior. O crescimento da receita neste período é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

#### Aluguel Mínimo

Neste trimestre, a receita de aluguel mínimo apresentou um aumento de 15,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$178,8 milhões. O aumento desta linha é explicado pelo alto valor de leasing spread apresentado ao longo dos últimos trimestres além da adição de ABL nos últimos 12 meses, onde foram inaugurados 3 shoppings além de 3 aquisições de novos shoppings. Esses shoppings registraram R\$15,4 milhões de receita de aluguel mínimo, equivalente a 8,6% do total. No 1T13, alcançamos um aluguel mesmas lojas de 11,1%. O efeito da linearização de aluguel no trimestre, foi de R\$8,6 milhões, comparado a R\$14,1 milhões em 2012.

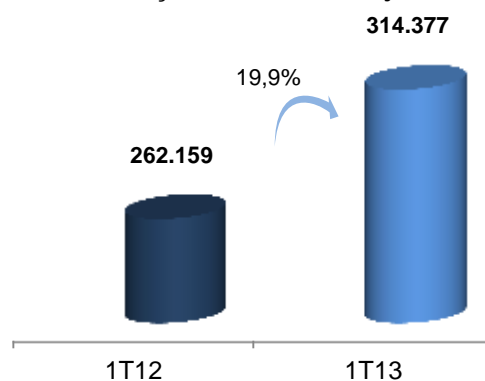
#### Aluguel Percentual

Apresentamos uma receita de aluguel percentual de R\$16,4 milhões no trimestre, um crescimento de 18,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Este crescimento pode ser explicado pelo aumento nas vendas totais dos lojistas e principalmente de nossos projetos inaugurados e adquiridos nos últimos 12 meses. No 1T13, 51,8% da receita de aluguel percentual foi decorrente dos esforços de auditoria.

#### Taxa de Cessão

A taxa de cessão apresentou um total de R\$13,7 milhões, um aumento de 45,3% ou R\$4,2 milhões, comparado ao 1T12. Ao longo dos últimos 12 meses, passamos a comercializar mais seis ativos, elevando para 44 o total de shoppings em nosso portfólio que são comercializados pela BRMALLS. O efeito da linearização da taxa de cessão foi de R\$9,7 milhões no 1T13.

### Evolução da Receita Bruta (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



#### Prestação de Serviços

No 1T13 registramos uma receita de prestação de serviços de R\$21,0 milhões, valor em linha em relação ao mesmo período do ano anterior. O 1T12 foi beneficiado pela prestação de serviços de comercialização e desenvolvimento dos três projetos inaugurados nos últimos 12 meses. Excluindo as receitas de serviços desses três shoppings, o crescimento da receita de prestação de serviços foi de 10,8%. Atualmente prestamos serviços de administração para 42 shoppings, de comercialização para 44 shoppings e o CSC presta serviços para 35 shoppings.

### Abertura da Receita Bruta (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas

	1T13	1T12	%
Aluguel Mínimo	178.805	155.318	15,1%
Aluguel Percentual	16.411	13.882	18,2%
Mall & Mídia	30.010	22.611	32,7%
Estacionamento	51.521	37.779	36,4%
Prestação de Serviços	21.006	21.593	-2,7%
Taxa de Cessão	13.732	9.452	45,3%
Taxa de Transferência	1.564	701	123,0%
Outras	1.328	823	61,4%
<b>Receita Bruta</b>	<b>314.377</b>	<b>262.159</b>	<b>19,9%</b>

## Estacionamento

Continuamos a apresentar um forte crescimento na linha de estacionamento, que neste trimestre aumentou 36,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$51,5 milhões. O aumento da receita de estacionamento, no critério mesmos shoppings, foi de 25,7%.

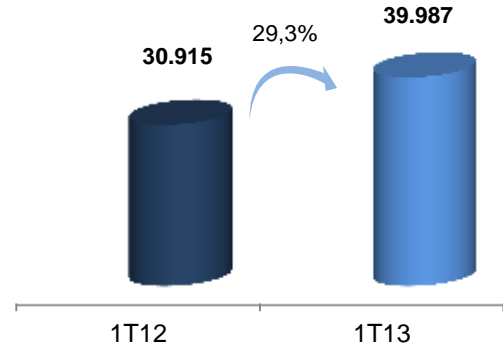
O crescimento apresentado nesta linha ocorreu em grande parte devido à otimização das tarifas, aumento no fluxo de automóveis e maior número de operações de estacionamento devido à aquisição e inauguração de seis novos shoppings. Os shoppings adquiridos ou inaugurados nos últimos 12 meses representaram 8,2% do total desta linha de receita no 1T13.

O NOI de estacionamento, totalizou R\$40,0 milhões no 1T13, um aumento de 29,3%, ou R\$9,0 milhões.

## Taxa de Transferência

A linha que apresentou o maior crescimento no trimestre foi a Taxa de Transferência. No 1T13, totalizamos R\$1,6 milhão, apresentando um crescimento de 123,0%, em relação ao mesmo período do ano anterior. O aumento na linha reflete os maiores esforços da companhia em melhorar o mix dos shoppings existentes, visando a melhor experiência ao consumidor.

## Evolução NOI Estacionamento (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas

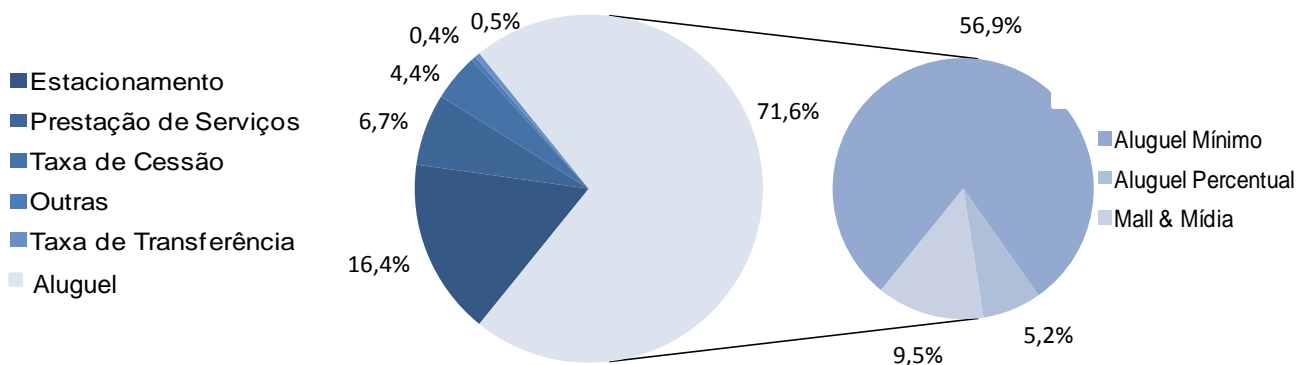


## Mall & Mídia

Continuamos a apresentar um aumento expressivo na linha de Mall & Mídia, que aumentou em R\$7,4 milhões comparados ao mesmo período do ano anterior, ou 32,7%, totalizando R\$30,0 milhões. Mall & Mídia tem apresentado um crescimento acima de 30% ao longo dos últimos 10 trimestres, aumentando ainda mais a sua representatividade na receita de aluguel. No 1T13, esta linha apresentou um dos maiores crescimentos de receita, sendo beneficiada pelo ganho de escala do nosso portfólio de 51 shoppings.

As receitas de Mall & Mídia representaram 9,5% da receita bruta no 1T13, um aumento de 0,9 p.p. comparado aos 8,6% registrados no mesmo período em 2012.

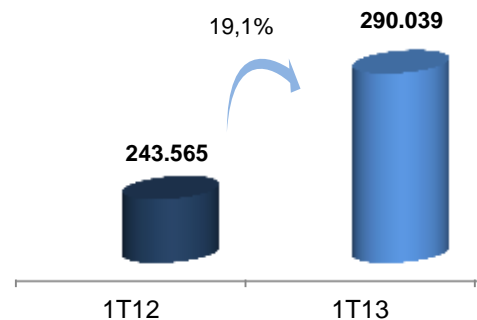
## Distribuição da Receita Bruta 1T13 - Informações Financeiras Ajustadas



## Receita Líquida:

No 1T13, a receita líquida totalizou R\$290,0 milhões, representando um crescimento de 19,1% quando comparado ao mesmo período de 2012.

**Evolução da Receita Líquida (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**



## Custos:

No 1T13 os custos de alugueis e serviços alcançaram um valor de R\$28,6 milhões, um aumento de 28,6% quando comparado ao 1T12. As principais variações no custo foram devidos a:

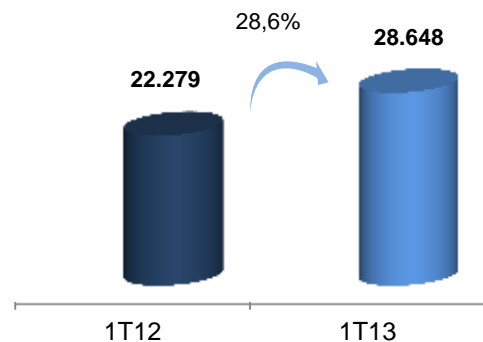
### Custo com Pessoal

Observamos um aumento de 15,2% na linha de custo com pessoal, alcançando R\$7,5 milhões. Isso ocorreu, em grande parte, devido aos custos adicionais com auditoria de faturamento que contribuíram para 51,8% ou R\$8,1 milhões da receita de aluguel percentual.

### Diversos Serviços

Observamos um aumento de 26,5% na linha de diversos serviços, totalizando R\$3,6 milhões no trimestre, devido principalmente ao aumento de shoppings no portfólio.

**Evolução dos Custos (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**



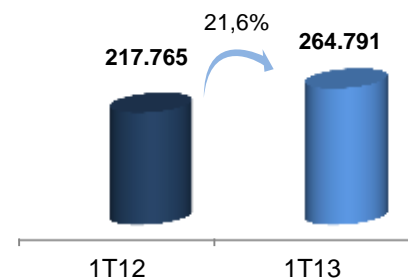
## NOI:

No primeiro trimestre de 2013 o NOI somou R\$264,8 milhões, representando um aumento de R\$47,0 milhões ou 21,6%, em relação ao mesmo período do ano anterior. No mesmo período, a margem NOI registrou 90,3%.

**Reconciliação do NOI (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**

	1T13	1T12	%
Receita Bruta	314.378	262.159	19,9%
(-) Prestação de Serviços	(21.006)	(21.593)	-2,7%
(-) Custos	(28.648)	(22.279)	28,6%
(+) Debêntures do Araguaia	2.228	1.377	61,8%
(-) Crédito Presumido PIS/COFII	(2.161)	(1.899)	13,8%
<b>NOI</b>	<b>264.791</b>	<b>217.765</b>	<b>21,6%</b>
Margem %	90,3%	90,5%	-0,2%

**Evolução do NOI (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**



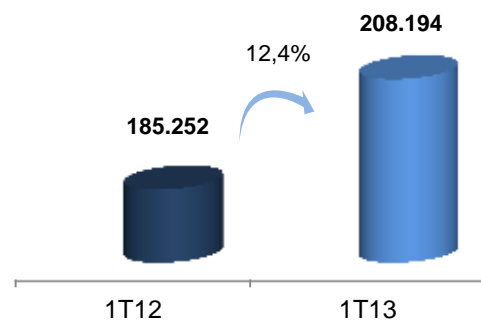
Analisando a métrica de crescimento de NOI mesmos shoppings, apresentamos um aumento neste trimestre de 12,4%, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Os 42 shoppings administrados pela Companhia foram responsáveis por 96,3% do NOI total do trimestre, e detemos uma participação média nesses shoppings de 64,2%. Os ativos administrados apresentaram um crescimento de same malls de 14,0%.

#### NOI\* e Vendas por Shopping (R\$ milhões) - Informações Financeiras Ajustadas

	NOI 1T13	Vendas 1T13
1 Shopping Tijuca	21.818	171.914
2 Plaza Niterói	21.202	178.171
3 NorteShopping	18.811	307.318
4 Shopping Tamboré	13.795	123.519
5 Catuai Shopping Londrina	11.548	134.175
6 Center Shopping Uberlândia	11.307	129.231
7 Shopping Recife	10.442	296.105
8 Mooca Plaza Shopping	8.831	94.533
9 Shopping Villa Lobos	8.799	134.918
10 Shopping Metrô Sta Cruz	8.782	85.815
11 Campinas Shopping	7.488	69.000
12 Estação BH	7.266	71.080
13 Shopping Estação	7.245	81.151
14 Shopping Paralela	6.763	90.949
15 Shopping Campo Grande	6.718	93.010
<b>Outros</b>	<b>93.975</b>	<b>2.576.712</b>
<b>Total</b>	<b>264.791</b>	<b>4.637.603</b>

\* NOI considerando os efeitos da linearização

#### Evolução do NOI Mesmos Shoppings (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



#### Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas:

No 1T13, registramos despesas com vendas, gerais e administrativas, de R\$42,8 milhões, o que representa um crescimento de R\$7,3 milhões, ou 20,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

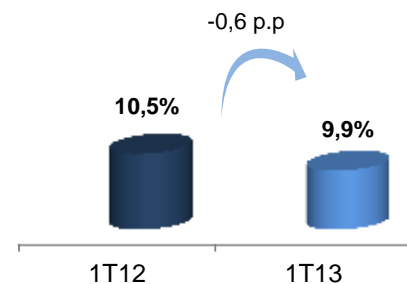
#### Despesas com Vendas

As despesas com vendas totalizaram R\$10,9 milhões no trimestre, apresentando um aumento de R\$7,1 milhões em relação ao 1T12. As despesas com vendas foram impactadas pela comercialização da expansão do Plaza Niterói, dos projetos greenfield e a evolução da linha de Mall & Mídia. Atualmente comercializamos 44 shoppings existentes, além de 5 projetos em desenvolvimento, comparado a 38 e 7 no 1T12, respectivamente.

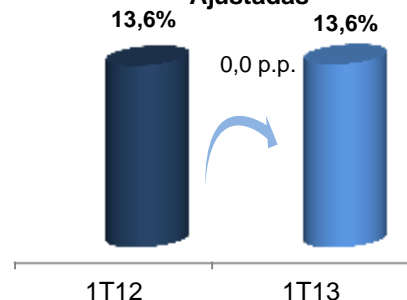
#### Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas apresentaram um aumento de R\$ 0,2 milhão, ou 0,8%, no 1T13, quando comparados ao mesmo período do ano anterior. Apresentamos uma melhora em termos de eficiência, crescendo a linha de receita líquida em 19,1%, enquanto as despesas gerais e administrativas se mantiveram em linha com primeiro trimestre do ano de 2012.

#### Evolução da Despesa com Pessoal em Relação a Receita Bruta - Informações Financeiras Ajustadas



#### Evolução da Despesa em Relação a Receita Bruta - Informações Financeiras Ajustadas





## Depreciação e Amortização:

Dada a adoção dos pronunciamentos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) de acordo com a deliberação CVM 603 passamos a não depreciar mais as nossas propriedades para investimento, que são avaliadas ao valor justo semestralmente em junho e dezembro. Além disso, também não amortizamos mais o ágio gerado por aquisições. A única despesa de depreciação refere-se a edificações, benfeitorias, equipamentos e instalações de sede administrativa que não gera impactos significativos.

## Outras Receitas Operacionais:

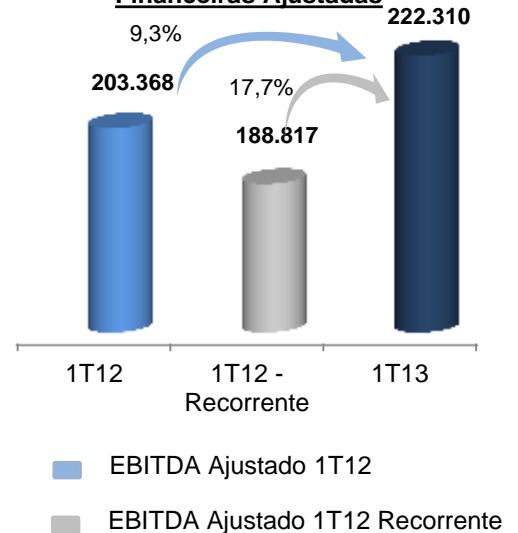
No primeiro trimestre de 2013, apresentamos um valor de R\$1,5 milhão na linha de outras receitas operacionais, o que apresentou uma redução de 90,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. No 1T12 as outras receitas operacionais totalizaram R\$16,2 milhões, principalmente devido ao ganho com a venda de participação no Pantanal Shopping.

## EBITDA:

O EBITDA registrou R\$220,1 milhões no 1T13, um aumento de 9,0% comparado aos R\$202,0 milhões apresentados no 1T12. O EBITDA ajustado foi de R\$ 222,3 milhões, um aumento de 9,3% em relação ao 1T12. No 1T12 tivemos um ganho com a venda do Shopping Pantanal, se excluirmos essa receita não recorrente, apresentamos um crescimento de 17,7%, comparado ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA ajustada alcançou 76,6% no 1T13.

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas			
	1T13	1T12	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>290.039</b>	<b>243.565</b>	<b>19,1%</b>
(-) Custos e Despesas	(74.064)	(60.358)	22,7%
(+) Depreciação e Amortização	2.588	2.540	1,9%
(+) Outras Receitas Operacionais	1.520	16.244	-90,6%
<b>EBITDA</b>	<b>220.082</b>	<b>201.991</b>	<b>9,0%</b>
(+) Debêntures do Araguaia	2.228	1.377	61,8%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>222.310</b>	<b>203.368</b>	<b>9,3%</b>
(-) Não Recorrente (Efeito venda Shopping Pantanal)	-	(14.551)	-
<b>EBITDA Ajustado Recorrente</b>	<b>222.310</b>	<b>188.817</b>	<b>17,7%</b>
<i>Margem %</i>	<i>76,6%</i>	<i>83,5%</i>	<i>-6,8%</i>
<i>Margem Recorrente %</i>	<i>76,6%</i>	<i>77,5%</i>	<i>-0,9%</i>

### Evolução do EBITDA Ajustado Recorrente (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



## Resultado Financeiro:

Registrarmos uma despesa financeira líquida de R\$126,9 milhões no primeiro trimestre de 2013, quando comparado a um resultado negativo de R\$68,3 milhões no 1T12.

Totalizamos uma receita financeira neste período de R\$301,6 milhões, enquanto a despesa financeira foi de R\$428,5 milhões. Os principais impactos na despesa financeira foram os juros com empréstimo e financiamento e os efeitos não caixa do swap a mercado.

Quando excluimos os efeitos não caixa do swap a mercado e a variação cambial, registrarmos uma despesa financeira líquida de R\$96,8 milhões no 1T13, um aumento de 13,5% em relação ao mesmo trimestre de 2012. Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro estão descritos a seguir:

Resultado Financeiro (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas			
Receitas	1T13	1T12	%
Aplicações Financeiras	10.546	14.222	-25,8%
Variações Cambiais	41.591	83.181	-50,0%
Swap na Curva	224.592	71.367	214,7%
Swap a Mercado	22.226	37.403	-40,6%
Outros	2.674	1.863	43,6%
<b>Total</b>	<b>301.629</b>	<b>208.037</b>	<b>45,0%</b>
Despesas	1T13	1T12	%
Juros	(118.741)	(96.813)	22,6%
Variações Cambiais	(26.068)	(52.991)	-50,8%
Swap na Curva	(211.802)	(71.706)	195,4%
Swap a Mercado	(67.863)	(50.604)	34,1%
Outros	(4.035)	(4.184)	-3,6%
<b>Total</b>	<b>(428.509)</b>	<b>(276.298)</b>	<b>55,1%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(126.880)</b>	<b>(68.261)</b>	<b>85,9%</b>
<b>Resultado Financeiro - Caixa</b>	<b>(96.765)</b>	<b>(85.251)</b>	<b>13,5%</b>

## Receitas e Despesas com Juros e Variações Monetárias

As aplicações financeiras geraram uma receita de R\$10,5 milhões, uma redução de 25,8% em relação ao 1T12, devido à redução do caixa médio e a queda na taxa de juros. Analisando as despesas com juros no 1T13, a despesa atingiu R\$118,7 milhões, um aumento de 22,6% em relação ao 1T12, devido principalmente ao aumento da dívida bruta de R\$3.372,0 milhões para R\$4.205,7 milhões, um aumento de 24,7%. A Companhia continua com o objetivo de refinaranciar as suas dívidas e as ações recentes de gestão de passivo, tem como objetivo reduzir as despesas com juros no futuro.

## Swap a Mercado

A receita de swap a mercado totalizou R\$22,2 milhões, uma redução de 40,6%, enquanto a despesa de swap a mercado representou R\$67,9 milhões, um aumento de 34,1%. O resultado desta linha representou uma despesa financeira líquida de R\$45,7 milhões. O principal efeito negativo nesta linha, deve-se a piora no valor a mercado dos swaps indexados ao dolar norte americano.

## Lucro Líquido:

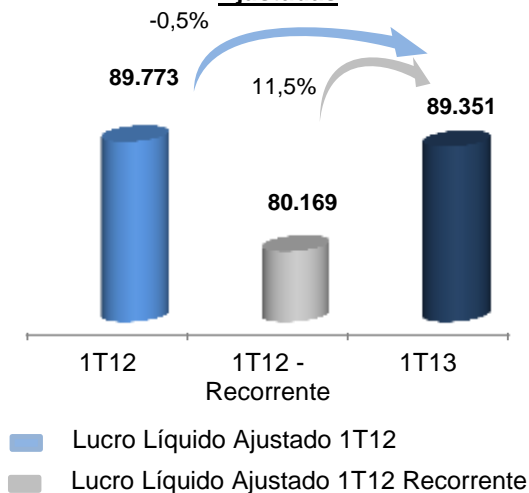
No primeiro trimestre de 2013, o lucro líquido ajustado foi de R\$89,4 milhões. Com base neste valor, o lucro por ação no 1T13 foi de R\$0,20.

Excluindo o ganho não recorrente com a venda do Shopping Pantanal, ocorrido no 1T12, apresentamos um crescimento de 11,5% ou R\$9,2 milhões, ao comparar com o mesmo período do ano anterior.

Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas			
	1T13	1T12	%
Lucro Líquido	59.385	113.521	-47,7%
(-) Variação Cambial	(15.523)	(30.190)	-48,6%
(+) Swap a Mercado	45.638	13.201	245,7%
(-) Imposto Não Caixa	(148)	(6.758)	-97,8%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>89.351</b>	<b>89.773</b>	<b>-0,5%</b>
(-) Não Recorrente (Efeito venda Shopping Pantanal*)		(9.604)	-
<b>Lucro Líquido Ajustado Recorrente</b>	<b>89.351</b>	<b>80.169</b>	<b>11,5%</b>

\* Líquido de imposto

## Evolução do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



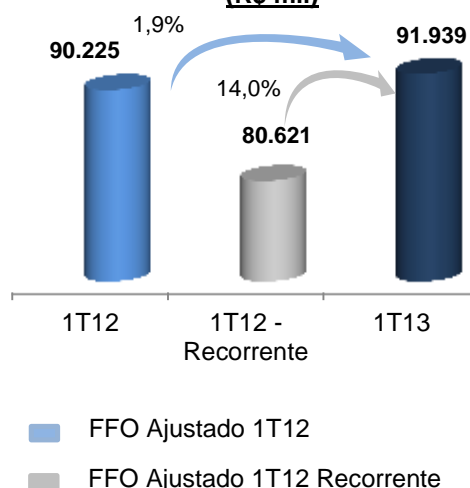
## FFO Ajustado:

Finalizamos o primeiro trimestre de 2013, apresentando um FFO de R\$62,0 milhões. Ajustando o FFO com os efeitos não caixa como a variação cambial e resultado do swap a mercado, resultamos em R\$91,9 milhões no 1T13, em linha com o valor apresentado no ano anterior. Quando excluimos a receita não recorrente da venda do Shopping Pantanal, que ocorreu no 1T12, apresentamos um crescimento de R\$11,4 milhões, ou 14,0%, quando comparamos os trimestres. A margem FFO ajustado no 1T13 foi de 31,7 %.

Reconciliação do FFO (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas			
	1T13	1T12	%
Lucro Líquido	59.385	113.521	-47,7%
(+) Depreciação e Amortização	2.588	2.540	1,9%
<b>FFO</b>	<b>61.973</b>	<b>116.061</b>	<b>-46,6%</b>
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	(15.523)	(30.190)	-48,6%
(+) Swap a Mercado	45.638	13.201	245,7%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(148)	(6.758)	-97,8%
(+) Outras Receitas Operacionais Não Caixa	-	(2.089)	-
<b>FFO Ajustado</b>	<b>91.939</b>	<b>90.225</b>	<b>1,9%</b>
(-) Não Recorrente (Efeito venda Shopping Pantanal*)	-	(9.604)	-
<b>FFO Ajustado Recorrente</b>	<b>91.939</b>	<b>80.621</b>	<b>14,0%</b>
Margem %	31,7%	37,0%	-5,3%
Margem Recorrente %	31,7%	33,1%	-1,4%

\* Líquido de imposto

## Evolução do FFO Ajustado Recorrente (R\$ mil)



## CAPEX:

Ao longo de todo o primeiro trimestre de 2013 a companhia investiu um total de R\$86,9 milhões, este valor foi distribuído da seguinte forma:

### Projetos Greenfield

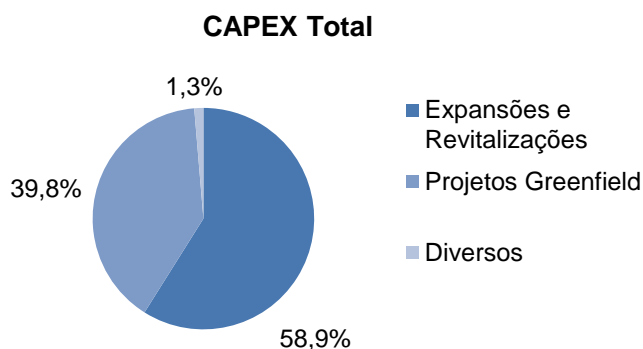
Total de R\$34,6 milhões foram investido no período nos projetos que estão em desenvolvimento, principalmente o Shopping Contagem, que está previsto inaugurar no 4T13.

### Expansões e Revitalizações

Um total de R\$51,2 milhões foi investido ao longo do 1T13, sendo a maioria referente às expansões do Plaza Niterói, Shopping Natal e Shopping Rio Anil, que estão previstas inaugurar em 2013.

### Diversos

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



## Disponibilidade de Caixa e Dívida (Informações Financeiras Ajustadas):

No final do primeiro trimestre de 2013, a nossa dívida bruta totalizou R\$4.205,7 milhões, a um custo médio de IGP-M + 5,6% a.a, uma redução de 1,3 p.p. em relação ao 1T12. A dívida bruta apresentou uma queda de R\$298,2 milhões em relação ao valor apresentado no final de 2012 devido principalmente ao pagamento do principal do bônus perpétuo.

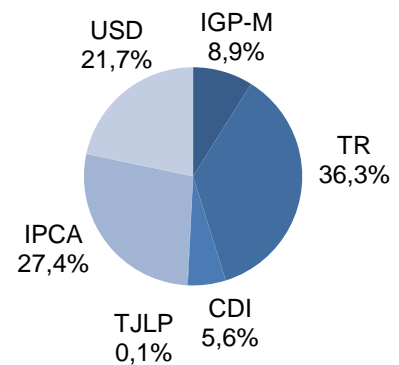
Finalizamos o 1T13 com uma dívida líquida de R\$3.702,3 milhões. A dívida se mantém com um perfil de longo prazo com 90,3% da dívida bruta em longo prazo e uma duração média de 11,9 anos.

A Companhia, como anunciado no trimestre passado, continua concentrando esforços na renegociação de seus passivos e aproveitando o cenário de juros mais baixos. Neste âmbito a companhia anuncia que no 1T13, reduziu a taxa do CRI referente a aquisição do Shopping Tijuca, de TR + 10,7%a.a., em 0,8 pontos percentuais para TR + 9,9% a.a. Esta renegociação terá um VPL positivo de R\$ 25,0 milhões, líquidos de custos. Com esta renegociação a Companhia adiciona mais R\$ 623,2 milhões ao montante de dívida renegociada, totalizando mais de R\$ 1,4 bilhão em passivos renegociados, desde o início de 2012.

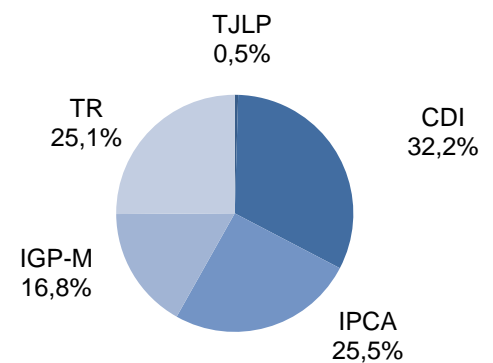
A posição de caixa da BRMALLS ao final do primeiro trimestre de 2013, totalizou R\$ 503,4 milhões, uma diminuição de R\$ 287,9 milhões ou 36,4% em relação ao final do 1T12. Esta diminuição ocorreu principalmente devido a amortização do principal da nossa primeira emissão de bônus perpétuo.

Após o término do primeiro trimestre, emitimos 40.000 debêntures nominativas, escriturais, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, da BR Malls Participações S.A., no valor total de R\$ 400 milhões. O prazo é de 3 anos a contar da data de emissão e a taxa é de CDI + 0,62% a.a, em linha com nossa política de gerenciamento de dívidas.

### Indexadores da Dívida



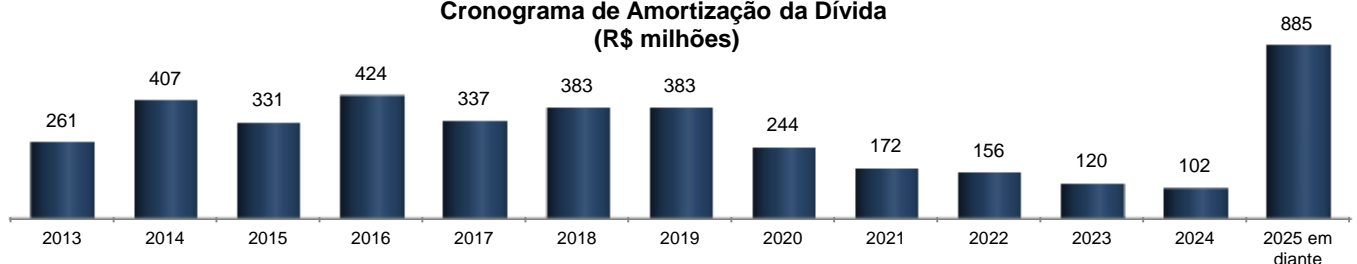
### Exposição para os próximos 3 anos por Índice (Dívidas e Swaps)



### Principais Indicadores (R\$ mil)

	1T13	4T12
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	503.395	791.261
Remuneração Média	101,9%	101,7%
Dívida Bruta (R\$ mil)	4.205.657	4.503.873
Prazo Médio (anos)	11,9	12,3
Custo Médio	IGPM + 5,6%	IGPM + 5,8%
Dívida Líquida	3.702.262	3.712.612
Dívida Líquida / EBITDA anualizado	4,16	3,48
Dívida Líquida (ex-perpétuos) / EBITDA an.	3,21	2,38
EBITDA / Despesa Financeira Líquida	1,89	2,09
Dívida Bruta / EBITDA	4,73	4,22
FFO / Dívida Bruta	0,40	0,39

### Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)

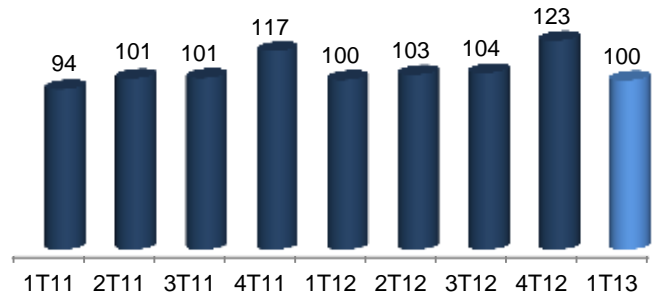


## Indicadores Operacionais:

### NOI por m<sup>2</sup>

O NOI por m<sup>2</sup> dos nossos shoppings apresentou uma média de R\$100. Quando excluimos os shoppings adquiridos ou inaugurados nos últimos doze meses, o número apresenta uma melhora de 10,6%, totalizando uma média mensal de R\$107,3. Quando consideramos os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI, o NOI por m<sup>2</sup> apresentou um crescimento de 11,6%, alcançando uma média R\$142,2.

NOI por m<sup>2</sup> (R\$)\*

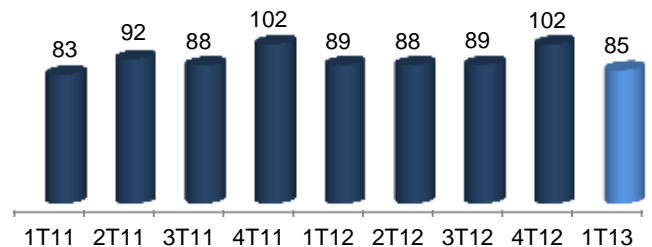


\*O NOI por m<sup>2</sup> médio considera os efeitos da linearização

### Aluguel por m<sup>2</sup>

Considerando os efeitos da linearização, o aluguel por m<sup>2</sup> no 1T13 totalizou R\$85,0. Quando excluimos os shoppings adquiridos ou inaugurados nos últimos doze meses, o número apresenta uma melhora de 6,4%, totalizando um aluguel por m<sup>2</sup> de R\$91,5. Quando analisamos os 10 shoppings mais representativos em termos de aluguel, este crescimento foi de 5,9%, alcançando uma média mensal de R\$118,4.

Aluguel por m<sup>2</sup> (R\$)\*

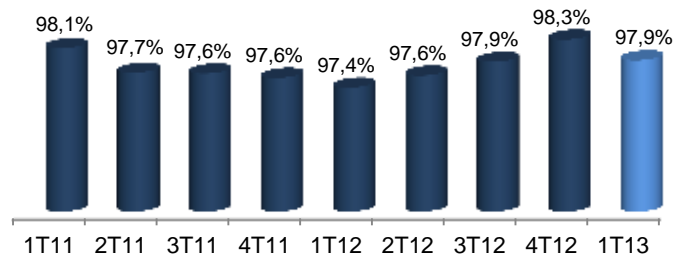


\*O Aluguel por m<sup>2</sup> médio considera os efeitos da linearização

### Taxa de Ocupação

Continuamos apresentando altas taxas de ocupação, atingindo um patamar médio de 97,9% do ABL total ocupado no trimestre, um aumento de 0,5p.p. em relação ao 1T12. Se excluirmos os shoppings adquiridos ou inaugurados nos últimos 12 meses, alcançamos uma taxa de ocupação de 98,1%. No 1T13, dos 51 shoppings que detínhamos participação, 24 apresentaram uma taxa de ocupação superior a 99% de seu ABL ocupado.

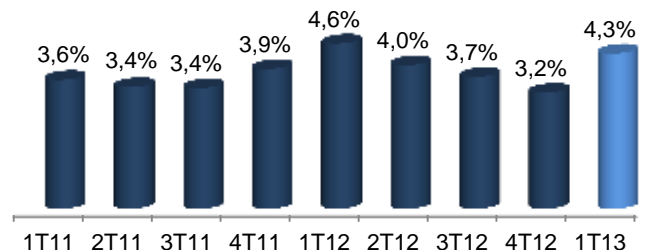
Taxa de Ocupação (%)



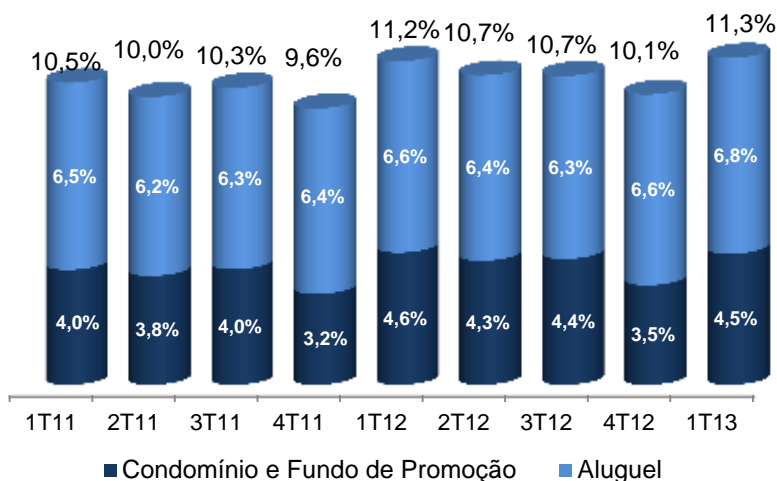
### Pagamentos em Atraso

Registramos no primeiro trimestre de 2013 uma taxa de pagamentos em atraso de 4,3%, redução de 0,3p.p comparando ao 1T12. A inadimplência líquida também registrou um valor menor no 1T13 comparado ao 1T12, alcançando uma taxa de 1,8%.

Pagamentos em Atraso (%)



Distribuição do Custo de ocupação (% das Vendas)



## Custo de Ocupação

No primeiro trimestre de 2013, o custo de ocupação como percentual das vendas dos lojistas apresentou um aumento de 0,1 p.p. em relação ao valor apresentado no 1T12, totalizando 11,3%. Com os esforços da companhia em otimizar o custo de ocupação, apresentamos uma melhora no percentual de condomínio e fundo de promoção sobre vendas, reduzindo este indicador em 0,1 p.p. em relação ao 1T12. Consequentemente, apresentamos um aumento de 0,2p.p. em aluguel sobre vendas.

## Resumo da Evolução dos Indicadores

	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13
SSS (%)	8,7%	10,0%	8,3%	8,8%	9,1%	7,0%	6,2%	7,6%	7,5%
SSR (%)	9,7%	14,2%	14,3%	15,2%	11,3%	8,1%	9,0%	10,2%	11,1%
Vendas/m <sup>2</sup>	955	1.036	1.013	1.324	1.002	1.071	1.064	1.425	1.167
Vendas/m <sup>2</sup> (lojas < 1.000 m <sup>2</sup> )	1.347	1.427	1.457	1.925	1.432	1.616	1.543	1.865	1.405
Aluguel/m <sup>2</sup>	83	92	88	102	89	88	89	102	85
NOI/m <sup>2</sup>	94	101	101	117	100	103	104	123	100
Custo de Ocupação (% das Vendas)	10,5%	10,0%	10,3%	9,7%	11,2%	10,7%	10,7%	10,1%	11,3%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	3,6%	3,4%	3,4%	3,9%	4,6%	4,0%	3,7%	3,2%	4,3%
Inadimplência Líquida	1,3%	1,2%	0,8%	0,8%	2,1%	1,2%	0,9%	0,9%	1,8%
Ocupação (%)	98,1%	97,7%	97,6%	97,6%	97,4%	97,6%	97,9%	98,3%	97,9%

## Valores em dólares/ft<sup>2</sup>

Analisando as vendas para espaços com menos de 1.000 m<sup>2</sup>, neste trimestre o valor anualizado de U\$822/pé<sup>2</sup> apresentou uma queda de 17,3% em relação ao mesmo período do 1T12. Em grande parte, esta variação pode ser explicada pela depreciação do Real de 10,7% frente ao Dólar dos Estados Unidos da América do Norte. Para fins comparativos incluímos abaixo alguns indicadores operacionais da Companhia adotando os padrões usados pelas companhias norte-americanas (US\$/pé<sup>2</sup>):

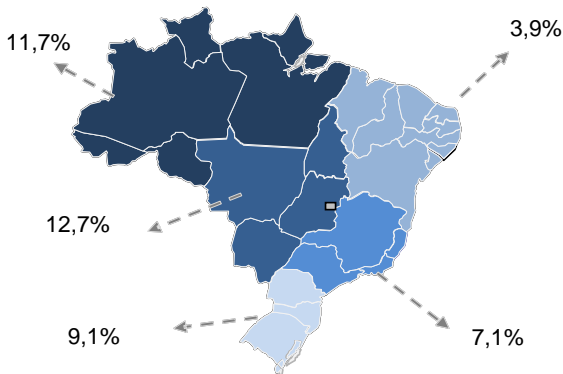
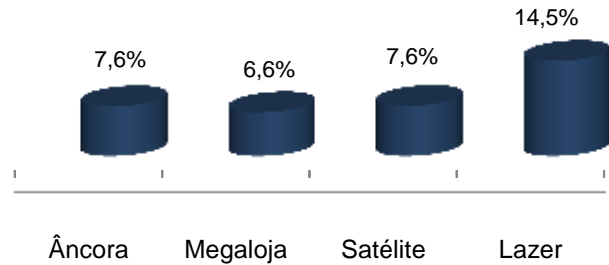
## Valores Anualizados em USD/pé<sup>2</sup>

	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13
Vendas/pé <sup>2</sup> (lojas < 1.000 m <sup>2</sup> )	920	1.055	1.050	1.261	994	970	964	1.061	822
Aluguel/pé <sup>2</sup>	58	68	67	72	62	53	56	64	50
NOI/pé <sup>2</sup>	67	74	72	82	69	62	65	70	58

## Desempenho das Vendas:

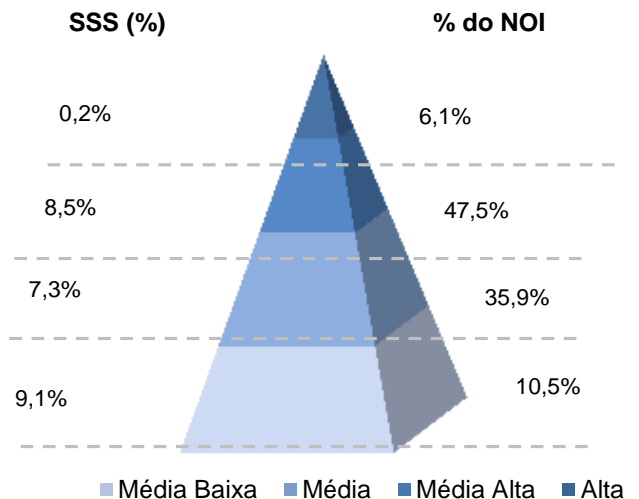
No primeiro trimestre de 2013, a BRMALLS apresentou um total de vendas em seu portfólio de R\$4,6 bilhões, o que representa um aumento de 14,0% em relação ao valor de R\$ R\$4,1 bilhões apresentados no mesmo período do ano anterior. Quando comparamos as vendas mesmas lojas no mesmo período, o crescimento foi de 7,5% comparado a alta base de comparação de 9,1% apresentado no mesmo trimestre de 2012. Neste trimestre, destacamos os segmentos de lazer que cresceu 14,5% e de satélites e âncoras que apresentaram um aumento de 7,6%.

### Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento (1T13 versus 1T12)



Por região do país, os destaques de crescimento de vendas mesmas lojas foram as regiões Centro-Oeste e Norte, que apresentaram um SSS de 12,7% e 11,7%, respectivamente, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Os shoppings destaques em cada região foram: Campo Grande e Capim Dourado, que apresentaram excelentes números, atingindo 16,5% e 19,3% de crescimento de vendas mesmas lojas, respectivamente. Quando analisamos a região Sudeste, a área com maior representatividade de nosso portfólio em termos de NOI, o crescimento de vendas mesmas lojas totalizou 7,1%.

Analisando por 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 9,1% e 8,5%, respectivamente, em relação ao 1T12. O crescimento das vendas desses segmentos de renda foi impulsionado pelos shoppings Mooca Plaza Shopping e o Shopping Estação que registraram um SSS de 22,7% e 13,8%, respectivamente.



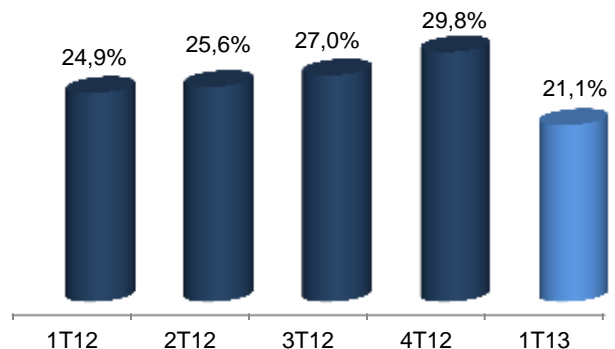
## Atividade Comercial:

O leasing spread de renovações foi de 21,1% no 1T13, sendo beneficiado pela alta taxa de ocupação, o baixo custo de ocupação e pelo crescimento constante de SSS registrado nos últimos anos. Apresentamos um leasing spread de novos contratos de 19,3% no 1T13.

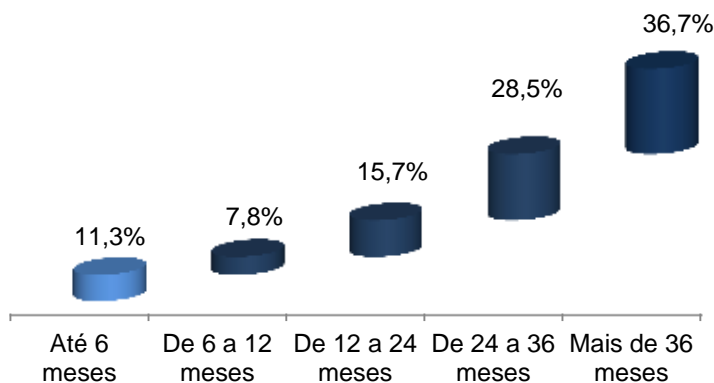
Foram comercializadas 191 lojas ao longo do 1T13. Em relação aos projetos de expansão, comercializamos um total de 2,4 mil m<sup>2</sup>, um crescimento de 24,0% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Nos próximos seis meses, temos a previsão de renovar 11,3% do ABL total da companhia.

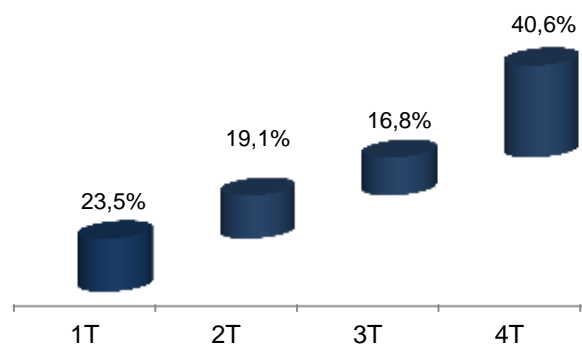
Leasing Spread Renovações (%)



Cronograma de Vencimento dos Contratos (% do ABL)



Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% do ABL)

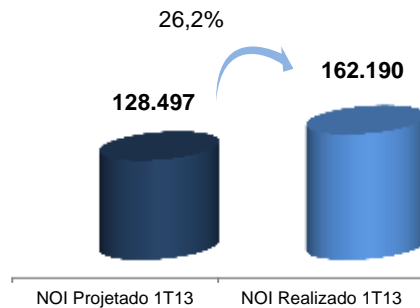




## Aquisições:

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. O NOI realizado de R\$162,2 milhões neste trimestre, nos shoppings adquiridos pela BRMALLS, representam um valor 26,2% superior aos R\$128,5 milhões projetado para o 1T13.

### NOI das Aquisições Realizadas (R\$ mil)



## Administração do Natal Shopping

No 1T13 passamos a administrar e comercializar o Natal Shopping. A cidade de Natal possui mais de 800 mil habitantes sendo o vigésimo município mais populoso do país, segundo dados do IBGE. Seu PIB representa 40,0% do PIB de todo o estado do Rio Grande do Norte, superando R\$10 bilhões.

O shopping é localizado em uma área que concentra os bairros mais nobres da cidade e está cercado por novos empreendimentos imobiliários e comerciais. O shopping se beneficia por estar em uma região altamente turística e próximo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

O Natal Shopping possui 17,4 mil m<sup>2</sup> de ABL e é dominante na cidade. O shopping passou por uma revitalização em 2009 e deu início à sua expansão que tem como previsão inaugurar no 3T13. A BRMALLS assume a administração e comercialização do empreendimento, além de ser responsável pelo desenvolvimento e comercialização da expansão, que adicionará 9,7 mil m<sup>2</sup>, ou 53,8% de ABL total ao shopping.

O Natal Shopping é o 4º shopping da companhia a ser administrado na região nordeste. Com essa administração, a BRMALLS passa a administrar um total de 42 shoppings do seu portfólio.



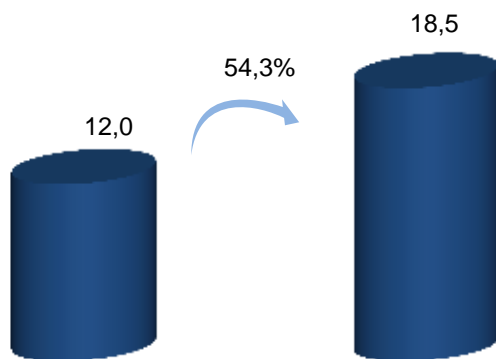
## Case Study: Shopping Paralela

Em abril de 2011, a BRMALLS adquiriu o Shopping Paralela. O shopping foi inaugurado em abril de 2009 e está localizado no bairro de Alphaville, área com maior potencial de crescimento imobiliário da cidade de Salvador.

Em meados de 2011 foi iniciado o processo de turnaround do shopping através da mudança de layout e reposicionamento do mix de lojistas.

A evolução dos indicadores operacionais e financeiros de 2011 até hoje demonstram o quanto conseguimos capturar do shopping com a nossa administração. As vendas/m<sup>2</sup> cresceram em um ano, 12,4%, o SSR do Shopping Paralela alcançou 17,9% no ano de 2012. Na métrica de NOI, se compararmos o período de de maio a dezembro de 2011 com o mesmo período em 2012, o shopping teve um crescimento de 54,3%. Além disso, o shopping superou o NOI 1º ano de R\$22,2 milhões, estimado no momento da aquisição, em 18,9%. No 1T13, o SSS do shopping alcançou 17,0%, superando a alta base de 17,7% apresentada no 1T12 e o shopping vem mostrando um crescimento de SSS acima de 14% nos últimos 6 trimestres. Em termos de aluguel, apresentamos um valor de SSR de 14,4% no 1T13.

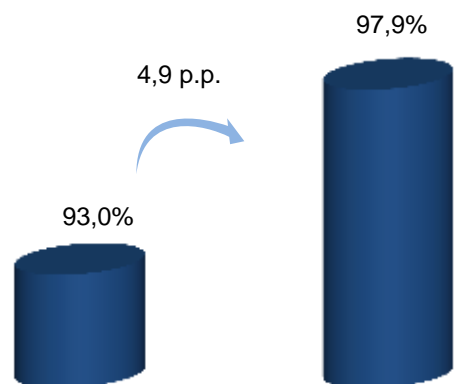
NOI Shopping Paralela (R\$ milhões)



Maio - Dez 2011

Maio - Dez 2012

Taxa de Ocupação



Maio/2011

1T13

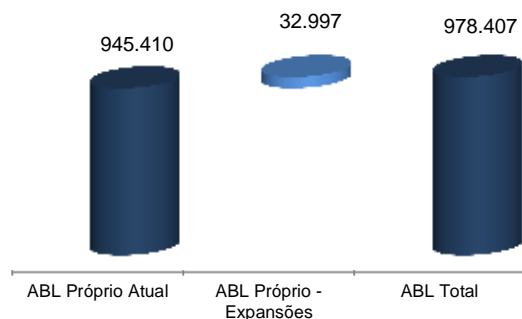


## Expansões:

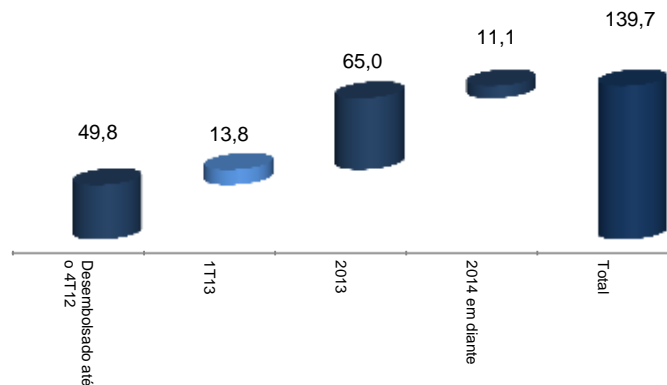
Após a inauguração da expansão do Plaza Niterói em maio de 2013, o nosso pipeline de expansões consiste em 6 projetos de expansão que adicionarão um total de 80,0 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 33,0 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio, um crescimento de 4,9% e 3,5% ao nosso portfólio atual, respectivamente. Estimamos que as expansões somem um total de R\$ 22,4 milhões de NOI próprio<sup>1</sup> e estabilizado para a BRMALLS.

As expansões anunciadas exigem um investimento de R\$ 139,7 milhões, participação BRMALLS, dos quais 45,5% já foram desembolsados até o final do 1T13, restando R\$76,1 milhões a serem investidos. Em 2013, além da inauguração da expansão do Plaza Niterói, o pipeline de expansão conta com o Natal Shopping e o Rio Anil. Seguimos estudando possibilidades de geração de valor em nossos ativos existentes.

**ABL Próprio Adicionada pelas Expansões**



**Cronograma do CAPEX das Expansões a Serem Inauguradas (R\$ milhão)<sup>3</sup>**



### Resumo de Expansões

Expansões	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. <sup>1</sup> (R\$ milhões)	CDU Próprio <sup>2</sup> (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Natal Shopping	9.388	50,0%	4.694	70,0%	6,9	3,1	15,5%	3T13	94,4%
Rio Anil	11.468	50,0%	5.734	59,8%	6,5	4,6	21,8%	4T13	69,3%
Shopping Piracicaba	16.153	36,9%	5.961	42,0%	6,5	4,0	16,7%	2T14	96,9%
São Luís Shopping	20.802	15,0%	3.120	43,0%	2,5	1,4	18,9%	2T14	74,0%
Top Shopping	14.908	50,0%	7.454	*	*	*	*	*	*
Independência Shopping	7.231	83,4%	6.034	*	*	*	*	*	*
<b>Total</b>	<b>79.951</b>	<b>41,3%</b>	<b>32.997</b>		<b>22,4</b>	<b>13,1</b>			

<sup>1</sup>NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços somente dos shoppings: Shopping Piracicaba, Natal Shopping, Rio Anil e São Luís Shopping.

<sup>2</sup>CDU próprio somente dos shoppings: Shopping Piracicaba, Natal Shopping, Rio Anil e São Luís Shopping.

<sup>3</sup>Capex inclui somente dos shoppings: Shopping Piracicaba, Natal Shopping, Rio Anil e São Luís Shopping.

\*A ser definido

## Expansão do Plaza Niterói

Adquirimos o Shopping Plaza Niterói em 2007 por R\$550,7 milhões. No mesmo ano, o shopping gerou um NOI de R\$40,6 milhões. Em 2012 o NOI capturado pelo ativo foi de R\$88,2 milhões, um crescimento de 117,1%. As principais alavancas para esse turnaround foram a qualificação do mix, otimização do estacionamento, redução da vacância e constante leasing spreads.

A expansão do Plaza Niterói inaugurou no dia 3 de maio de 2013, adicionando 10,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total e próprio, um aumento de 31,3% no shopping atual. A expansão tem um Espaço Gourmet, com vista panorâmica para a Baía de Guanabara, com o objetivo de tornar mais agradável a experiência do consumidor.

O número de vagas de estacionamento e lojas adicionadas com a expansão foi de 302 e 77, respectivamente. As principais operações são Sephora, Le Lis Blanc, Brookfield, H. Stern, The Fifties, Riachuelo, Gula Gula e Calvin Klein, entre outras.

Esperamos que a expansão gere um NOI estabilizado de R\$26,0 milhões e uma TIR, real e desalavancada, de 18,6%. A expansão inaugurou com mais de 98,3% da sua ABL locada.

O Plaza Niterói é um dos maiores geradores de NOI da companhia, além de possuir a maior venda/m<sup>2</sup> do nosso portfólio, de aproximadamente R\$2,0 mil/m<sup>2</sup> mensais em 2012. Acreditamos que com a expansão o shopping se tornará ainda mais forte dentro do nosso portfólio.



### Expansão Plaza Niterói:

ABL Total: 10.498 m<sup>2</sup>  
 ABL Próprio: 10.498m<sup>2</sup>  
 Número de Lojas expansão: 77  
 TIR (real e desalavancada): 18,6%  
 NOI Estabilizado BRMALLS:  
 R\$26,0 milhões

### Shopping Plaza Niterói após expansão:

ABL Total: 44.049 m<sup>2</sup>  
 ABL Próprio: 44.049 m<sup>2</sup>  
 Número de Lojas Totais: 300  
 Número de Vagas Totais: 1.710

## Histórico do Shopping Plaza Niterói:

Nesse primeiro trimestre de 2013 o Shopping Plaza Niterói foi o 2º maior gerador de NOI para a companhia.

No gráfico abaixo podemos observar o quanto o ativo contribuiu de NOI para a companhia ao longo do ano de 2012. No ano em questão, dos R\$1.035,2 milhões de NOI da BRMALLS, 8,5% foi gerado pelo Shopping Plaza Niterói.

## Destaques Shopping Plaza Niterói:

- Taxa de Ocupação acima de 99%
- SSR acima de 11% no 1T13;
- Inadimplência líquida ficou abaixo de 1,5%;

Evolução NOI 2012 (R\$ milhões)



## Expansão Natal Shopping

A expansão do Natal Shopping irá adicionar um ABL total e próprio de 9,4 mil m<sup>2</sup> e 4,7 mil m<sup>2</sup>, respectivamente. O cronograma físico já executado está em 70,0%. A comercialização, até o 1T13, estava com 94,4% do ABL locado.

Esta expansão tem previsão de gerar R\$6,9 milhões de NOI próprio estabilizado, o que geraria uma TIR, real e desalavancada de 15,5%. A expansão trará ao shopping 875 novas vagas e 54 lojas. A previsão para inauguração é no 3T13.



## Expansão Rio Anil

A expansão do Shopping Rio Anil adicionará 11,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 5,7 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio ao nosso atual portfólio. O cronograma físico já executado está em 59,8%. A comercialização, até o 1T13, estava com 69,3% do ABL locado.

Estimamos que este projeto gere aproximadamente R\$6,5 milhões de NOI estabilizado para a BRMALLS, apresentando uma TIR (real e desalavancada) estimada de 21,8%. A previsão para inauguração é no 4T13.

Com a expansão o shopping terá 102 novas lojas, sendo 2 âncoras e 4 megalojas, como Renner, Polishop, Le Biscuit e Ri Happy. A praça de alimentação ganhará mais 2 restaurantes e 7 operações de fast food. Por último, a expansão aumentará o número de vagas em 550.



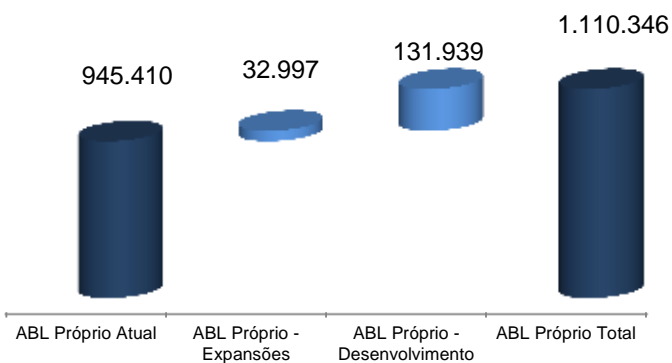
## Desenvolvimento:

Ao final do primeiro trimestre de 2013, contávamos com 5 projetos em desenvolvimento. A lista de projetos inclui: Contagem, Catuaí Shopping Cascavel, Shopping Vila Velha, Guarujá Plaza Shopping e Cuiabá Plaza Shopping.

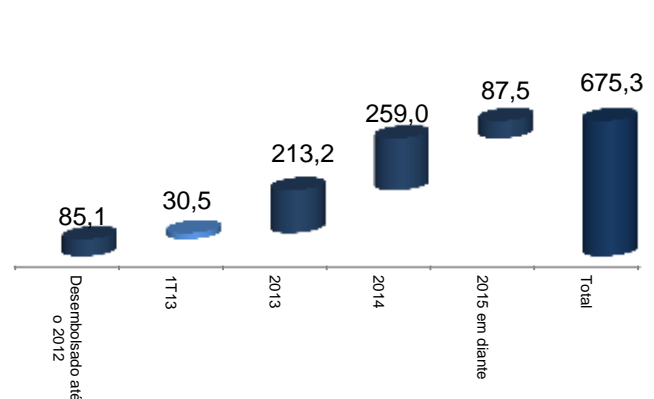
Somando as inaugurações dos 5 projetos greenfields, a companhia adicionará 206,9 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 131,9 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio, aumentando em 12,7% e 14,0% o nosso portfólio, respectivamente.

Considerando as expansões e os projetos greenfields anunciados, estimamos um aumento de 286,9 mil m<sup>2</sup> no ABL total do portfólio, ou 17,6%. O investimento próprio<sup>3</sup> da companhia nos projetos greenfields totaliza o valor de R\$675,3 milhões, dos quais 17,1% já foram desembolsados até o final do 1T13, restando R\$559,7 milhões a serem desembolsados nos próximos anos. A participação média em todos os projetos será de 63,8% e quando inaugurados, estimamos que adicionem um NOI próprio estabilizado<sup>1</sup> de R\$119,0 milhões a BRMALLS.

**ABL Próprio Adicionada pelos Desenvolvimentos e Expansões**



**Cronograma do CAPEX Bruto dos Projetos Greenfield a Serem Inaugurados (R\$ milhões)\*\***



## Resumo de Greenfield

Resumo de Greenfield	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. <sup>1</sup> (R\$ milhões)	CDU Próprio <sup>2</sup> (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Shopping Contagem	35.585	70,0%	24.909	39,1%	30,0	17,6	16,8%	4T13	80,0%
Catuaí Shopping Cascavel	29.837	69,0%	20.572	21,2%	18,9	12,0	15,3%	2T14	73,1%
Shopping Vila Velha	66.519	50,0%	33.259	45,0%	28,9	13,3	19,9%	2T14	74,2%
Cuiabá Plaza Shopping	44.516	75,0%	33.387	5,0%	41,2	20,1	16,1%	2015	0,0%
Guarujá Plaza Shopping	30.478	65,0%	19.810	*	*	*	*	*	*
<b>Total</b>	<b>206.935</b>	<b>63,8%</b>	<b>131.939</b>		<b>119,0</b>	<b>63,0</b>			

<sup>1</sup>NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços somente dos shoppings: Catuaí Shopping Cascavel, Shopping Contagem, Shopping Vila Velha e Cuiabá

<sup>2</sup>CDU próprio somente dos shoppings: Catuaí Shopping Cascavel, Shopping Contagem, Shopping Vila Velha e Cuiabá

<sup>3</sup>Capex inclui somente dos shoppings: Catuaí Shopping Cascavel, Shopping Contagem e Cuiabá. O capex do Shopping Vila Velha está sendo contemplado em Obrigações a Pagar.

\*A ser definido

### Shopping Contagem

Com a previsão de inauguração para o 4T13, a evolução do projeto Shopping Contagem segue em linha com o previsto. Apresentamos uma forte taxa de comercialização com 80,0% do ABL já comprometido, com destaque para algumas lojas como a Playland, Ri Happy, Lojas Americanas, Renner, Marisa, Riachuelo e um cinema. O shopping terá 250 lojas e 2.300 vagas de estacionamento.

Quando inaugurado, estimamos que o shopping adicione 35,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 24,9 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio, respectivamente, para a BRMALLS. Estimamos que este shopping gerará um NOI estabilizado de R\$30,0 milhões e uma TIR, real e desalavancada, de 16,8%.

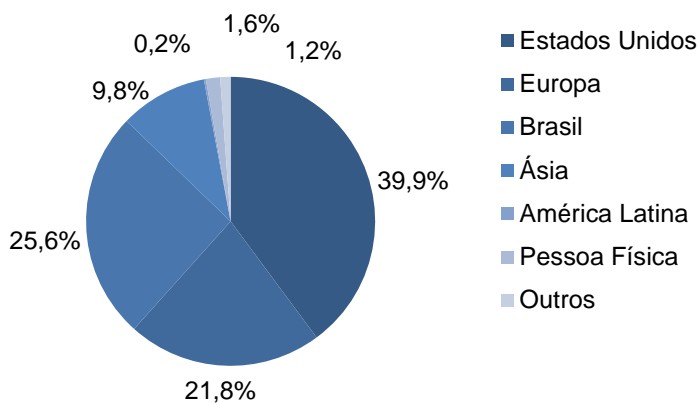
Contagem é considerada a 25ª cidade mais rica do país, localizada na Região Metropolitana de Belo Horizonte, há 15 minutos da capital mineira. Possui uma população de 600 mil habitantes, a 2ª maior população do estado de Minas Gerais. Destaca-se como um dos mais importantes pólos industriais brasileiros e por seu planejado sistema viário, irrigado por 3 grandes rodovias: BR-381, BR-262 E BR-040. O shopping tem como objetivo suprir a demanda por lazer, cultura e entretenimento, que é essencialmente atendida pela capital, Belo Horizonte.



## Mercado de Capitais:

A BRMALLS tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da BM&F Bovespa sob o código BRML3. A companhia também possui um programa de ADR nível 1, permitindo a negociação das ações no mercado secundário ou de balcão nos Estados Unidos da América, 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 (IBrX), Índice Brasil 50 (IBrX 50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), além de outros índices, alguns dos quais estão indicados na tabela abaixo.

Distribuição Regional da Base Acionária (31/03/2013)



Índices com BRML3 na carteira:

Índice	Peso
BM&F Ibovespa IBOV	1,22%
BM&F Bovespa IBrX-50	1,14%
BM&F Bovespa ICO2	2,30%
BM&F Bovespa IBrX	1,14%
BM&F Bovespa IGC	1,76%
BM&F Bovespa ITAG	1,63%
BM&F Bovespa MLC	1,21%
BM&F Bovespa IMOB	20,00%
iShares MSCI Brazil	1,06%

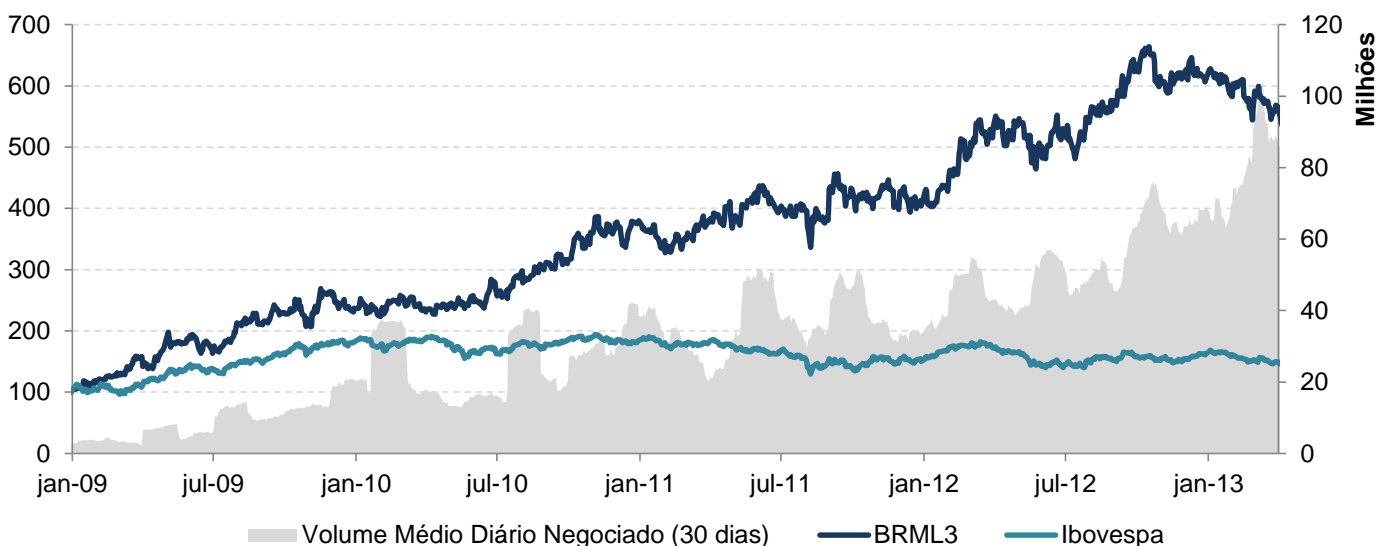
Fonte: Bloomberg (31/03/2012)

### Perfil do Investidor

No primeiro trimestre de 2013, nossa base de investidores continuou a apresentar uma diversificação por região de origem. Nosso volume financeiro médio no trimestre foi de R\$82,7 milhões, apresentando um aumento de 78,6% frente aos R\$47,5 milhões do 1T12. Já o nosso número de negócios médio foi de 9.183 no trimestre comparado a 7.504 no 1T12, apresentando um crescimento de 38,3%.

### Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o primeiro trimestre de 2013 sendo negociada a R\$24,66, apresentando uma valorização de 6,5% em relação ao preço de fechamento de R\$23,16 do 1T12. No mesmo período, o índice Ibovespa desvalorizou 12,6%.





## Nossos Shoppings:

No primeiro trimestre de 2013, a BRMALLS detinha participação em 51 shopping centers, totalizando 1.620,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 934,9 mil m<sup>2</sup> em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 57,7%. Já, se considerarmos somente os shoppings onde detemos participação de 50% ou mais, estes representaram 75,8% do NOI da BRMALLS no 1T13 sendo nossa participação média nestes 30 shoppings 76,8%.

Shopping	Estado	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Maceió Shopping	AL	34.742	54,2%	18.841	
Amazonas Shopping	AM	34.214	34,1%	11.667	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Paralela	BA	39.802	95,0%	37.812	Admin./ Comerc./CSC
Goiânia Shopping	GO	22.252	48,4%	10.770	Admin./ Comerc./CSC
Araguaia Shopping	GO	21.758	50,0%	10.879	Admin./ Comerc.
São Luís Shopping	MA	34.123	15,0%	5.118	
Rio Anil	MA	26.292	50,0%	13.146	Admin./ Comerc.
Center Shopping Ubertândia	MG	52.686	51,0%	26.870	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Del Rey	MG	37.032	65,0%	24.071	Admin./ Comerc./CSC
Minas Shopping	MG	35.894	2,1%	764	
Estação BH	MG	33.982	60,0%	20.389	Admin./ Comerc./CSC
Itaú Power	MG	32.744	33,0%	10.805	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Independência Shopping	MG	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./CSC
Big Shopping	MG	17.241	13,0%	2.241	
Shopping Sete Lagoas	MG	16.411	70,0%	11.488	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Campo Grande	MS	39.213	70,9%	27.808	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Pátio Belém	PA	20.594	13,3%	2.739	
Shopping Recife	PE	68.627	31,1%	21.312	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Catuai Shopping Londrina	PR	63.089	65,1%	41.071	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Estação	PR	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./CSC
Londrina Norte Shopping	PR	32.992	70,0%	23.094	Admin./ Comerc./CSC
Catuai Shopping Maringá	PR	32.329	70,0%	22.631	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Curitiba	PR	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Crystal Plaza	PR	11.934	70,0%	8.354	Admin./ Comerc./CSC
Norteshopping	RJ	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./CSC
West Shopping	RJ	39.558	30,0%	11.867	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tijuca	RJ	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./CSC
Plaza Niterói	RJ	33.550	100,0%	33.550	Admin./ Comerc./CSC
Via Brasil Shopping	RJ	30.680	49,0%	15.033	Admin./ Comerc./CSC
Plaza Macaé	RJ	22.694	45,0%	10.212	Admin./ Comerc.
Ilha Plaza Shopping	RJ	21.619	100,0%	21.619	Admin./ Comerc./CSC
Top Shopping	RJ	18.168	35,0%	6.359	Comercialização
Fashion Mall	RJ	14.955	100,0%	14.955	Admin./ Comerc./CSC
Center Shopping	RJ	13.765	30,0%	4.130	Admin./ Comerc./CSC
Rio Plaza Shopping	RJ	7.137	100,0%	7.137	Admin./ Comerc./CSC
Natal Shopping	RN	17.448	50,0%	8.724	Admin./ Comerc.
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	30.324	45,5%	13.797	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Mueller Joinville	SC	27.310	10,4%	2.840	
Shopping Tamboré	SP	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./CSC
Shopping ABC	SP	46.285	1,3%	602	Admin./ Comerc./CSC
São Bernardo Plaza Shopping	SP	42.880	60,0%	25.728	Admin./ Comerc./CSC
Mooca Plaza Shopping	SP	41.964	60,0%	25.178	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Metrô Tatuapé	SP	32.853	3,2%	1.037	
Jardim Sul	SP	30.800	60,0%	18.480	Admin./ Comerc./CSC
Granja Vianna	SP	29.971	77,8%	23.312	Admin./ Comerc./CSC
Campinas Shopping	SP	29.698	100,0%	29.698	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Piracicaba	SP	27.248	36,9%	10.055	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	26.806	58,4%	15.660	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	19.165	100,0%	19.165	Admin./ Comerc./CSC
Osasco Plaza Shopping	SP	13.844	39,6%	5.482	Comercialização
Capim Dourado	TO	29.067	100,0%	29.067	Admin./ Comerc.
<b>Total</b>		<b>1.620.627</b>	<b>57,7%</b>	<b>934.912</b>	

Detemos participação de 100% em 10 shoppings de nosso portfólio e prestamos serviços para 44 de nossos 51 shoppings. No total, dos shoppings em que detemos participação, 44 são comercializados, 42 administrados e 35 para os quais o CSC presta serviços. Nossos shoppings somados apresentam mais de 9,0 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.

**Glossário:**

**ABL Médio (Aluguel/m<sup>2</sup>):** Não considera os 27.921 m<sup>2</sup> referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação. No cálculo do ABL médio do aluguel/m<sup>2</sup>, não consideramos os ABLs próprios do Araguaia Shopping, pois sua receita é contabilizada via pagamento de debêntures.

**ABL Médio (NOI/m<sup>2</sup>):** Não considera os 27.921 m<sup>2</sup> referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

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

**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.

**Cash on cash:** NOI estabilizado sobre capex líquido (investimento total – receita de taxa de cessão)

**CPC:** Comitê de Pronunciamentos Contábeis

**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)

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

**EBITDA Ajustado:** EBITDA - 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

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

**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.

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

**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.

**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.

**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.

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

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

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

**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.

**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:

•Classe Alta: Villa Lobos, Crystal e Fashion Mall;

•Classe Média Alta: Goiânia, Iguatemi Caxias, Plaza Niterói, Center Shopping Uberlândia, Granja Vianna, Catuaí Londrina, Catuaí Maringá, Mooça, Jardim Sul, Tijuca, Paralela, São Bernardo e Casa e Gourmet;

•Classe Média: Amazonas, Independência; Campo Grande, Sete Lagoas, Minas, Itaú Power, Estação BH, Plaza Macaé, Londrina Norte, Capim Dourado, Curitiba, Norte Shopping, ABC, Metrô Santa Cruz, Piracicaba, Tamboré, Center Shopping, Ilha Plaza, Del Rey, Belém, Mueller, São Luís, Recife, Natal, e Iguatemi Maceió;

•Classe Média Baixa: Metrô Tatuapé, BIG, Minas, Campinas Shopping, TopShopping, Osasco, Araguaia, Estação, Via Brasil e West.

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

**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 do últimos 12 meses / média do ABL dos últimos 12 meses

## Demonstração de Resultados:

Demonstração de Resultado (R\$ mil)								
	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	1T13	1T12	%	1T13	1T12	1T13	1T12	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>301.225</b>	<b>250.904</b>	<b>20,1%</b>	<b>13.153</b>	<b>11.256</b>	<b>314.378</b>	<b>262.159</b>	<b>19,9%</b>
Aluguéis	208.123	170.713	21,9%	8.533	6.964	216.657	177.677	21,9%
Linearização de Aluguel	8.312	13.819	-39,9%	258	315	8.569	14.134	-39,4%
Taxa de Cessão	3.687	14.321	-74,3%	344	200	4.031	14.521	-72,2%
Linearização de CDU	9.464	(5.257)	-	237	187	9.701	(5.069)	-
Estacionamento	47.751	34.347	39,0%	3.770	3.432	51.521	37.779	36,4%
Taxa de Transferência	1.506	645	133,6%	58	57	1.564	701	123,0%
Prestação de Serviços	21.272	21.787	-2,4%	(266)	(194)	21.006	21.593	-2,7%
Outras	1.110	529	109,8%	218	294	1.328	823	61,4%
<b>(-)Impostos e Contribuições</b>	<b>(23.588)</b>	<b>(17.988)</b>	<b>31,1%</b>	<b>(751)</b>	<b>(607)</b>	<b>(24.339)</b>	<b>(18.595)</b>	<b>30,9%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>277.637</b>	<b>232.916</b>	<b>19,2%</b>	<b>12.401</b>	<b>10.649</b>	<b>290.039</b>	<b>243.565</b>	<b>19,1%</b>
<b>Custos</b>	<b>(26.450)</b>	<b>(20.078)</b>	<b>31,7%</b>	<b>(2.198)</b>	<b>(2.200)</b>	<b>(28.648)</b>	<b>(22.279)</b>	<b>28,6%</b>
Custos com Pessoal	(6.903)	(7.550)	-8,6%	(615)	1.024	(7.518)	(6.526)	15,2%
Diversos Serviços	(3.321)	(858)	287,0%	(305)	(2.009)	(3.626)	(2.867)	26,5%
Custos Condominiais	(9.138)	(6.898)	32,5%	(372)	(181)	(9.510)	(7.079)	34,3%
Custos com Fundo de Promoções	(2.968)	(2.347)	26,4%	(146)	(71)	(3.113)	(2.418)	28,7%
Demais Custos	(4.121)	(2.425)	69,9%	(761)	(963)	(4.881)	(3.388)	44,1%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>251.187</b>	<b>212.838</b>	<b>18,0%</b>	<b>10.203</b>	<b>8.448</b>	<b>261.391</b>	<b>221.286</b>	<b>18,1%</b>
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(42.323)</b>	<b>(35.519)</b>	<b>19,2%</b>	<b>(506)</b>	<b>(20)</b>	<b>(42.829)</b>	<b>(35.539)</b>	<b>20,5%</b>
Despesas com Vendas	(10.400)	(3.804)	173,4%	(450)	5	(10.850)	(3.800)	185,6%
Despesas de Pessoal	(31.189)	(27.654)	12,8%	-	203	(31.189)	(27.451)	13,6%
Serviços Contratados	(858)	(1.232)	-30,4%	(10)	(217)	(868)	(1.450)	-40,1%
Outras Despesas	124	(2.828)	-	(45)	(10)	79	(2.839)	-
<b>Depreciação</b>	<b>(122)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(120)</b>	<b>(122)</b>	<b>(120)</b>	<b>2,0%</b>
<b>Amortização</b>	<b>(2.465)</b>	<b>(2.540)</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-</b>	<b>120</b>	<b>(2.465)</b>	<b>(2.420)</b>	<b>1,8%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(127.006)</b>	<b>(68.415)</b>	<b>85,6%</b>	<b>126</b>	<b>154</b>	<b>(126.880)</b>	<b>(68.261)</b>	<b>85,9%</b>
Receitas Financeiras	301.429	207.884	45,0%	200	153	301.629	208.037	45,0%
Despesas Financeiras	(428.435)	(276.299)	55,1%	(74)	1	(428.509)	(276.298)	55,1%
<b>Resultado da Equivalência Patrimonial</b>	<b>8.205</b>	<b>9.201</b>	<b>-10,8%</b>	<b>(8.205)</b>	<b>(9.201)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Outras Receitas Operacionais</b>	<b>1.478</b>	<b>14.283</b>	<b>-89,6%</b>	<b>41</b>	<b>1.961</b>	<b>1.520</b>	<b>16.244</b>	<b>-90,6%</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>88.955</b>	<b>129.848</b>	<b>-31,5%</b>	<b>1.659</b>	<b>1.342</b>	<b>90.614</b>	<b>131.189</b>	<b>-30,9%</b>
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>88.955</b>	<b>129.848</b>	<b>-31,5%</b>	<b>1.659</b>	<b>1.342</b>	<b>90.614</b>	<b>131.190</b>	<b>-30,9%</b>
Provisão para IR/CSLL	(24.374)	(29.484)	-17,3%	(1.456)	(1.172)	(25.831)	(30.655)	-15,7%
Impostos Diferidos	6.681	21.586	-69,1%	(146)	(170)	6.534	21.416	-69,5%
Participação dos minoritários	(11.876)	(8.429)	40,9%	(56)	-	(11.933)	(8.429)	41,6%
<b>Lucro do Período</b>	<b>59.385</b>	<b>113.521</b>	<b>-47,7%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>59.385</b>	<b>113.521</b>	<b>-47,7%</b>

## Balanco Patrimonial:

Balanco Patrimonial (R\$ mil)								
Ativos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	1T13	4T12	%	1T13	4T12	1T13	4T12	%
<b>Ativos</b>								
<b>Circulante</b>								
Disponibilidades	24.827	349.144	-92,9%	599	1.260	25.426	350.404	-92,7%
Contas a Receber	265.655	300.586	-11,6%	9.949	9.918	275.604	310.504	-11,2%
Títulos e Valores Mobiliários	473.121	435.347	8,7%	4.848	5.510	477.969	440.857	8,4%
Swap Curva	20.644	4.930	318,7%	-	-	20.644	4.930	318,7%
Impostos a Recuperar	76.253	71.083	7,3%	448	451	76.701	71.534	7,2%
Adiantamentos	30.427	29.257	4,0%	1.496	1.391	31.923	30.648	4,2%
Outros Valores a Receber	58.418	54.818	6,6%	1.708	1.862	60.126	56.680	6,1%
Despesas Antecipadas	4.634	2.151	115,5%	369	191	5.003	2.342	113,6%
<b>Total</b>	<b>953.979</b>	<b>1.247.316</b>	<b>-23,5%</b>	<b>19.417</b>	<b>20.584</b>	<b>973.396</b>	<b>1.267.900</b>	<b>-23,2%</b>
<b>Não Circulante</b>								
Clientes	165.936	167.153	-0,7%	1.610	2.500	167.546	169.653	-1,2%
Ativo Fiscal Diferido	-	-	-	-	-	-	-	-
Depósitos e cauções	41.843	40.103	4,3%	381	180	42.224	40.283	4,8%
Títulos e Valores Mobiliários	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	87.133	105.121	-17,1%	432	403	87.565	105.524	-17,0%
Swap Curva	150.721	198.757	-24,2%	-	-	150.721	198.757	-24,2%
Adiantamento para futuro aumento de capital	50.160	34.800	44,1%	(43.557)	(34.800)	6.603	-	-
Outros Investimentos	468	462	1,4%	(2)	5	467	467	0,0%
Outros	63	63	0,2%	(1)	(1)	62	62	0,0%
<b>Total</b>	<b>496.324</b>	<b>546.459</b>	<b>-9,2%</b>	<b>(41.137)</b>	<b>(31.713)</b>	<b>455.188</b>	<b>514.745</b>	<b>-11,6%</b>
<b>Permanente</b>								
Investimentos	480.548	481.473	-0,2%	(480.548)	(481.473)	-	-	-
Propriedade para Investimento	15.477.501	15.398.255	0,5%	710.080	702.410	16.187.581	16.100.665	0,5%
Imobilizado	10.558	10.681	-1,1%	6	-	10.564	10.681	-1,1%
Leasing	-	-	-	-	-	-	-	-
Diferido	-	-	-	-	-	-	-	-
Intangível	10.772	10.986	-2,0%	5	3	10.777	10.989	-1,9%
Financiamento de construção	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>15.979.379</b>	<b>15.901.395</b>	<b>0,5%</b>	<b>229.543</b>	<b>220.940</b>	<b>16.208.922</b>	<b>16.122.335</b>	<b>0,5%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>17.429.682</b>	<b>17.695.170</b>	<b>-1,5%</b>	<b>207.823</b>	<b>209.811</b>	<b>17.637.506</b>	<b>17.904.981</b>	<b>-1,5%</b>

## Balanco Patrimonial:

### Balanco Patrimonial (R\$ mil)

Passivos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	1T13	4T12	%	1T13	4T12	1T13	4T12	%
<b>Passivos</b>								
<b>Circulante</b>								
Empréstimos e Financiamentos	452.107	764.344	-40,9%	2.722	2.202	454.829	766.546	-40,7%
Fornecedores	62.832	66.413	-5,4%	814	1.153	63.646	67.566	-5,8%
Impostos e contribuições a recolher	58.299	55.153	5,7%	1.868	2.172	60.167	57.326	5,0%
Salários e Encargos Sociais	43.397	76.504	-43,3%	162	177	43.559	76.681	-43,2%
Dividendos a Pagar	215.502	215.501	0,0%	-	-	215.502	215.501	0,0%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	2.624	2.427	8,1%	91	59	2.715	2.486	9,2%
Adiantamentos de Clientes	27.081	25.835	4,8%	461	474	27.542	26.309	4,7%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	180.998	180.061	0,5%	(317)	-	180.682	180.061	0,3%
Diferencial de swap a pagar	20.348	6.302	222,9%	-	-	20.348	6.302	222,9%
Outros valores a pagar	4.903	2.826	73,5%	891	960	5.795	3.786	53,1%
Receita Diferida	29.536	28.761	2,7%	5.857	5.571	35.393	34.332	3,1%
<b>Total</b>	<b>1.097.627</b>	<b>1.424.127</b>	<b>-22,9%</b>	<b>12.551</b>	<b>12.769</b>	<b>1.110.178</b>	<b>1.436.896</b>	<b>-22,7%</b>
<b>Não Circulante</b>								
Empréstimos e Financiamentos	3.731.705	3.717.294	0,4%	19.123	20.034	3.750.828	3.737.328	0,4%
Fornecedores	4.493	4.387	2,4%	-	-	4.493	4.387	2,4%
Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos	101.260	104.925	-3,5%	1	1	101.261	104.927	-3,5%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	79.036	79.811	-1,0%	690	747	79.727	80.559	-1,0%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	346.243	341.351	1,4%	598	-	346.841	341.351	1,6%
Diferencial de swap a pagar	139.405	161.538	-13,7%	-	-	139.405	161.538	-13,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	2.891.891	2.914.390	-0,8%	185.527	185.387	3.077.418	3.099.777	-0,7%
Partes Relacionadas	6.713	5.810	15,5%	(6.713)	(5.810)	-	-	-
Receita Diferida	116.830	122.794	-4,9%	(3.951)	(3.444)	112.879	119.350	-5,4%
Outros valores a pagar	3.877	3.786	2,4%	(2)	126	3.875	3.912	-1,0%
<b>Total</b>	<b>7.421.453</b>	<b>7.456.087</b>	<b>-0,5%</b>	<b>195.273</b>	<b>197.042</b>	<b>7.616.726</b>	<b>7.653.129</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>								
<b>Participação dos Minoritários</b>	<b>638.027</b>	<b>626.151</b>	<b>1,9%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>639.147</b>	<b>626.151</b>	<b>2,1%</b>
Capital Social Realizado	3.473.054	3.459.212	0,4%	-	-	3.473.054	3.459.212	0,4%
Reservas de Capital	70.109	59.567	17,7%	-	-	70.109	59.567	17,7%
Reservas de Lucro	4.720.766	4.720.766	0,0%	-	-	4.720.766	4.720.766	0,0%
Ações em tesouraria	(12)	(12)	0,0%	-	-	(12)	(12)	-1,2%
Lucros/Prejuízos Acumulados	59.385	-	-	-	-	59.385	-	-
Gastos com Emissão de Ações	(50.727)	(50.727)	0,0%	-	-	(50.727)	(50.727)	0,0%
<b>Total</b>	<b>8.910.601</b>	<b>8.814.957</b>	<b>1,1%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>8.910.601</b>	<b>8.814.957</b>	<b>1,1%</b>
<b>Total Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>17.429.682</b>	<b>17.695.170</b>	<b>-1,5%</b>	<b>207.824</b>	<b>209.811</b>	<b>17.637.506</b>	<b>17.904.981</b>	<b>-1,5%</b>

## Fluxo de Caixa:

	1T13	1T13 - IFRS 10 e 11
<b>Lucro (prejuízo) do Exercício</b>	<b>59.385</b>	<b>59.385</b>
<b>Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>144.532</b>	<b>135.419</b>
Depreciações e amortizações	2.588	2.588
Atualização de empréstimos e financiamentos	104.568	103.550
Rendimento de títulos e valores mobiliários	(10.546)	(10.408)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	(18.271)	(17.776)
Ajuste do plano de opções outorgadas	10.542	10.542
Ajuste a valor justo e resultado com derivativos	45.638	45.637
Imposto de renda e contribuição social	(6.534)	(6.681)
Varição no valor justo das propriedades para investimento	-	-
Equivalência patrimonial	-	(8.207)
Ativo fiscal diferido – CVM 349	-	-
Participação de não controladores	11.933	11.876
Outros	4.614	4.298
<b>(Aumento) redução nos ativos e aumento (redução) nos passivos</b>	<b>-24.691</b>	<b>-23.223</b>
Contas a receber	40.962	40.163
Impostos a recuperar	(5.167)	(5.170)
Adiantamentos	(1.275)	(1.170)
Despesas antecipadas	(2.660)	(2.483)
Depósitos e cauções	(1.941)	(1.740)
Instrumentos financeiros	(21.403)	(21.402)
Fornecedores	(3.813)	(3.475)
Impostos e contribuições a recolher	19.287	17.988
Salários e encargos sociais	(33.122)	(33.107)
Adiantamento de clientes	1.233	1.247
Receita diferida	4.291	4.275
Provisão para contingências	(3.666)	(3.665)
Outros	(2.501)	(1.433)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(14.916)	(13.251)
<b>Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades operacionais</b>	<b>179.226</b>	<b>171.581</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimentos</b>	<b>-109.721</b>	<b>-108.364</b>
Compra/venda de títulos e valores mobiliários	(26.566)	(27.366)
Aumento (redução) nos ativos intangíveis	(2.350)	(2.257)
Aquisição e construção de propriedades para investimento	(80.805)	(73.416)
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	(8.757)
Alienação de investimentos	-	-
Aumento de capital nas controladas	-	-
Juros sobre capital próprio recebidos	-	-
Operação com partes relacionadas	-	(5.700)
Dividendos recebidos	-	9.132
Adições no ativo diferido	-	-
<b>Fluxos de caixa das atividade de financiamentos</b>	<b>-394.483</b>	<b>-387.534</b>
Obtenção de empréstimos	54.069	54.069
Pagamento de empréstimos	(442.486)	(441.077)
Ações em tesouraria	-	-
Aumento de capital	40.158	13.842
Dividendos pagos	-	-
Gastos com emissão de ações	-	-
Participação de acionistas não controladores	(31.856)	-
<b>Varição cambial sobre caixa e equivalentes</b>	<b>-14.368</b>	<b>-14.368</b>
<b>Aumento/Redução de caixa e equivalentes de caixa, líquidos</b>	<b>-324.978</b>	<b>-324.317</b>
<b>Disponibilidades e valores equivalentes no início do período</b>	<b>350.404</b>	<b>349.144</b>
<b>Disponibilidades e valores equivalentes no final do período</b>	<b>25.426</b>	<b>24.827</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no final do período</b>	<b>-324.978</b>	<b>-324.317</b>

## Anexo - Tabela de Dívidas:

Perfil da Dívida (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas						
	Índice	Taxa(%)	Vencimento	31/12/2012	31/03/2013	
<b>Dívida de Curto Prazo</b>						
Unibanco - CCB (i)	IGPM	9,70%	a.a. 14/02/2019	10.648	10.405	
Itaú - CCB (ii)	IGPM	9,75%	a.a. 15/02/2019	13.777	15.241	
Debêntures - Série 1(iv)	CDI	0,50%	a.a. 15/07/2014	4.988	3.537	
Debêntures - Série 2 (iv)	IPCA	7,90%	a.a. 15/07/2016	103.530	112.740	
Banco Santander (vi)	TR	11,00%	a.a. 01/10/2019	6.926	6.715	
Banco Santander (viii)	TR	10,00%	a.a. 21/12/2019	3.079	3.153	
Banco Santander (xvii)	TR	10,65%	a.a. 20/04/2023	5.845	7.831	
Itaú (vii)	TR	11,16%	a.a. 19/10/2021	12.692	13.009	
Itaú (vii)	TR	11,00%	a.a. 16/02/2023	14.291	14.582	
Itaú (xii)	TR	11,30%	a.a. 28/06/2017	8.554	12.530	
Banco do Brasil - Finame (ix)	TJLP	3,85%	a.a. 15/11/2014	4.277	3.908	
Banco Bradesco - Finame (ix)	TJLP	3,35%	a.a. 15/03/2013	3	0	
Banco Bradesco (x)	TR	9,80%	a.a. 28/06/2022	5.404	6.848	
Banco Bradesco (xi)	TR	9,90%	a.a. 28/02/2025	37.223	51.478	
Banco BTG P actual (xviii)*	IGPM	8,50%	a.a. 20/04/2023	2.202	2.722	
Banco do Brasil (xvii)	TR	10,20%	a.a. 05/04/2022	545	546	
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xv)	CDI	0,94%	a.a. 15/02/2017	4.792	1419	
Debêntures 2ª emissão 2ª série (xv)	IPCA	6,40%	a.a. 15/02/2019	13.825	1835	
Itaú - CCB (xix)	TR	9,80%	a.a. 15/10/2013	152.121	155.889	
Itaú - CCB (xx)	TR	9,80%	a.a. 15/06/2020	3.315	5.144	
Itaú - CCB (xxi)	TR	9,80%	a.a. 15/06/2020	10.276	11.188	
Titulos de crédito perpétuo (juros) (v)	US\$ Dólar	9,75%	a.a.	334.571	0	
Titulos de crédito perpétuo (juros) (v)	US\$ Dólar	8,50%	a.a.	13.472	13.287	
Citibank (xiv)	6 mês Libor	1,78%	a.a. 08/12/2014	190	821	
<b>Total Dívida de Curto Prazo</b>				<b>766.546</b>	<b>454.829</b>	
<b>Dívida de Longo Prazo</b>						
Unibanco - CCB (i)	IGPM	9,70%	a.a. 14/02/2019	48.485	47.106	
Itaú - CCB (ii)	IGPM	9,75%	a.a. 15/02/2019	68.260	64.171	
Itaú - CRI (vii)	TR	11,16%	a.a. 19/10/2021	103.611	102.740	
Itaú - CRI (vii)	TR	11,00%	a.a. 16/02/2023	116.620	115.165	
Itaú - CRI (xii)	TR	11,30%	a.a. 28/06/2017	51518	49.160	
Banco Bradesco (xi)	TR	9,90%	a.a. 28/02/2025	568.516	566.258	
Banco Bradesco (x)	TR	9,80%	a.a. 28/06/2022	68.190	67.222	
Debêntures - Série 1 (iv)	DI	0,50%	a.a. 15/07/2014	4.344	4.076	
Debêntures - Série 2 (iv)	IPCA	7,90%	a.a. 15/07/2016	272.154	277.939	
Banco Santander (vi)	TR	11,00%	a.a. 01/10/2019	78.584	77.035	
Banco Santander (viii)	TR	10,00%	a.a. 21/12/2019	25.637	24.830	
Banco Santander (xvii)	TR	10,65%	a.a. 20/04/2023	117.576	115.586	
Banco do Brasil - Finame (ix)	TJLP	3,35%	a.a. 15/11/2014	1.868	1.071	
Banco do Brasil (xvii)	TR	10,20%	a.a. 05/04/2022	128.107	128.213	
Banco BTG P actual (xviii)*	IGP	8,50%	a.a. 20/04/2023	20.038	19.127	
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xv)	CDI	0,94%	a.a. 15/02/2017	161.580	159.790	
Debêntures 2ª emissão 2ª série (xv)	IPCA	6,40%	a.a. 15/02/2019	250.768	256.098	
Itaú - CCB (xx)	TR	9,80%	a.a. 15/06/2020	55.314	53.250	
Itaú - CCB (xxi)	TR	9,80%	a.a. 15/06/2020	170.235	168.536	
Titulos de crédito perpétuo (juros) (v)	US\$ Dólar	8,50%	a.a.	822.495	836.903	
Citibank (xiv)	6 mês Libor	1,78%	a.a. 08/12/2014	14.546	12.881	
Itaú - CRI - Curto (xxii)	IPCA	3,96%	a.a. 20/11/2024	269.167	277.429	
Itaú - CRI - Longo (xxii)	IPCA	4,27%	a.a. 18/11/2027	219.716	226.242	
<b>Dívida Total</b>				<b>3.737.329</b>	<b>3.750.828</b>	
				<b>4.503.875</b>	<b>4.205.657</b>	

\*A tabela acima das informações financeiras ajustadas considera a dívida da Controlada em conjunto, SPE Macaé no valor de R\$21,85 milhões, não apresentadas nas informações financeiras consolidadas conforme as práticas adotadas no Brasil, por conta da adoção do pronunciamento CPC 19 (R2) - IFRS 11, conforme mencionado no parágrafo introdutório.



## Informações Contábeis:

### Reconciliação do NOI (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1T13	1T12	%	1T13	1T12	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>301.225</b>	<b>250.904</b>	<b>20,1%</b>	<b>314.378</b>	<b>262.159</b>	<b>19,9%</b>
(-) Prestação de Serviços	(21.272)	(21.787)	-2,4%	(21.006)	(21.593)	-2,7%
(-) Custos	(26.450)	(20.079)	31,7%	(28.648)	(22.279)	28,6%
(+) Debêntures do Araguaia	2.228	1.377	61,8%	2.228	1.377	61,8%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(2.161)	(1.899)	13,8%	(2.161)	(1.899)	13,8%
<b>NOI</b>	<b>253.570</b>	<b>208.515</b>	<b>21,6%</b>	<b>264.791</b>	<b>217.765</b>	<b>21,6%</b>
<i>Margem %</i>	<i>90,6%</i>	<i>91,0%</i>	<i>-0,5%</i>	<i>90,3%</i>	<i>90,5%</i>	<i>-0,3%</i>

### Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1T13	1T12	%	1T13	1T12	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>277.637</b>	<b>232.916</b>	<b>19,2%</b>	<b>290.039</b>	<b>243.565</b>	<b>19,1%</b>
(-) Custos e Despesas	(71.360)	(57.885)	23,3%	(74.064)	(60.358)	22,7%
(+) Depreciação e Amortização	2.588	2.286	13,2%	2.588	2.540	1,9%
(+) Outras Receitas Operacionais	1.478	14.283	-89,6%	1.520	16.244	-90,6%
<b>EBITDA</b>	<b>210.343</b>	<b>191.601</b>	<b>9,8%</b>	<b>220.083</b>	<b>201.991</b>	<b>9,0%</b>
(+) Debêntures do Araguaia	2.228	1.377	61,8%	2.228	1.377	61,8%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>212.571</b>	<b>192.978</b>	<b>10,2%</b>	<b>222.311</b>	<b>203.368</b>	<b>9,3%</b>
<i>Margem %</i>	<i>76,6%</i>	<i>82,9%</i>	<i>-7,6%</i>	<i>76,6%</i>	<i>83,5%</i>	<i>-8,2%</i>

### Reconciliação do FFO (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1T13	1T12	%	1T13	1T12	%
Lucro Líquido	59.385	113.520	-47,7%	59.385	113.521	-47,7%
(+) Depreciação e Amortização	2.588	2.286	13,2%	2.588	2.540	1,9%
<b>FFO</b>	<b>61.973</b>	<b>115.806</b>	<b>-46,5%</b>	<b>61.974</b>	<b>116.061</b>	<b>-46,6%</b>
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	(15.523)	(30.190)	-48,6%	(15.523)	(30.190)	-48,6%
(-) Swap a Mercado	45.638	13.201	245,7%	45.638	13.201	245,7%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(295)	(18.016)	-98,4%	(148)	(6.758)	-97,8%
(+) Outras Receitas Operacionais Não Caixa	-	-	-	-	(2.089)	-100,0%
(+) Equivalência Patrimonial	(8.205)	(9.201)	-10,8%	-	-	-
<b>FFO Ajustado</b>	<b>83.587</b>	<b>71.601</b>	<b>16,7%</b>	<b>91.940</b>	<b>90.224</b>	<b>1,9%</b>
<i>Margem %</i>	<i>30,1%</i>	<i>30,7%</i>	<i>-2,1%</i>	<i>31,7%</i>	<i>37,0%</i>	<i>-14,4%</i>