

# BRMALLS



## Resultados do 4º trimestre de 2011

### Relações com Investidores:

**Leandro Bousquet**  
CFO e DRI

**Derek Tang**  
Coordenador

**Eduardo Siqueira**  
Analista

**Juliana Lamberts**

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

### Teleconferência 4T11:

**Português**

28 de fevereiro de 2012  
13:00 horas (horário de Brasília)  
Tel: +55 11 3301-3000

**Repetição**

Tel: +55 (11) 3127-4999  
Código: 49469848

**A BRMALLS ANUNCIA EBITDA AJUSTADO DE R\$208,3 MILHÕES NO 4T11, CRESCIMENTO DE 50,7% EM RELAÇÃO AO 4T10.**

Rio de Janeiro, 27 de fevereiro de 2012 – A BRMALLS Participações S.A. (Bovespa: BRML3), a maior empresa integrada de shopping centers do Brasil, anuncia hoje seus resultados referentes ao quarto trimestre de 2011 (4T11). A BRMALLS detém participação em 46 shoppings, que totalizam 1.466,3 mil m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL) e 809,0 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio. A BRMALLS possui 6 projetos greenfield e 7 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.784,4 mil m<sup>2</sup> e o ABL próprio para 992,8 mil m<sup>2</sup> 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 38 shoppings centers.

**Destques do Quarto Trimestre de 2011:**

- No quarto trimestre de 2011, a **receita líquida** alcançou **R\$263,6 milhões**, crescendo **41,8%**, enquanto que no acumulado do ano esse aumento foi de 57,7%, chegando a R\$861,5 milhões.
- O **NOI** no **4T11** cresceu **46,0%** sobre o de 4T10, atingindo **R\$241,7 milhões**, registrando uma **margem** de **90,5%** no trimestre. O **NOI** de 2011 alcançou **R\$772,6 milhões**, um aumento de **59,0%** comparado ao ano anterior. Nosso **NOI** mesmos shoppings cresceu **24,3%** no trimestre quando comparado ao 4T10 e 23,3% no acumulado do ano.
- O **EBITDA ajustado** registrou **R\$208,3 milhões** no 4T11, um aumento de 50,7% comparado aos R\$138,2 milhões apresentados no 4T10. A **margem EBITDA ajustado** do trimestre foi de **79,0%**, um aumento de **2,2 p.p** comparado com o 4T10. No acumulado do ano o **EBITDA ajustado** totalizou a **R\$684,8 milhões**, um aumento de **58,8%** sobre 2010, com uma margem EBITDA ajustado de 79,7%.
- Nesse trimestre o **FFO ajustado** aumentou **47,7%** em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, atingindo **R\$104,9 milhões** comparado a R\$71,0 milhões. Em 2011, o **FFO ajustado** alcançou **R\$331,0 milhões**, 16,1% acima dos R\$285,0 milhões registrados em 2010.
- No trimestre realizamos a reavaliação anual das propriedades para investimento que gerou um ganho de **R\$776,2 milhões** registrados na linha de **outras receitas operacionais**.
- Continuamos apresentando um **alto índice de taxa de ocupação** registrando **97,6%** no 4T11. Excluindo os shoppings **adquiridos e inaugurados a menos de 12 meses**, a taxa de ocupação foi de **98,4%**.
- No 4T11, nosso **leasing spread de renovações** atingiu **27,3%** e o **leasing spread de novos contratos** alcançou **29,4%**. Fechamos o ano com um LS renovações e novos contratos de 27,9% e 22,6%, respectivamente.
- Observamos pelo terceiro trimestre consecutivo um desempenho recorde de **aluguel mesmas lojas**, alcançando **15,2%**. No acumulado do ano o SSR atingiu **13,6%**. As **vendas mesmas lojas** cresceram **8,8%** no 4T11 e **8,9%** no ano.
- No dia 22 de novembro de 2011 realizamos a aquisição de 100% do **Shopping Jardim Sul**. Esta aquisição aumentou o nosso ABL próprio e total em **30,8 mil m<sup>2</sup>** e o NOI próprio estabilizado é de **R\$ 50,1 milhões**. A BRMALLS visa vender 40% do shopping através da distribuição das cotas de um fundo de investimento imobiliário.
- Em 23 de novembro de 2011 inauguramos a expansão do **Shopping Campo Grande**. A expansão aumentou o ABL total em 5,4 mil m<sup>2</sup> e o próprio em 3,7 mil m<sup>2</sup>, representando um aumento de 15,9% no ABL total do shopping. O NOI estabilizado esperado é de R\$5,3 milhões e a TIR (real e desalavancada) é de 16,5%.
- No dia 29 de novembro de 2011 inauguramos o **Mooca Plaza Shopping**. O shopping inaugurou com 100% do seu ABL comercializado e com 85% de suas lojas abertas na mesma data. O empreendimento foi o maior shopping inaugurado no Brasil em 2011 e consolidou a **BRMALLS** como a maior operadora de shoppings do estado de São Paulo. O NOI próprio estabilizado previsto é de R\$35,6 milhões e a TIR é de 16,1%.

Destaques Financeiros (R\$ mil)						
	4T11	4T10	%	2011	2010	%
Receita Líquida	263.642	185.941	41,8%	861.475	546.437	57,7%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	33.078	30.955	6,9%	104.787	83.800	25,0%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec Bruta)	11,6%	15,3%	-3,7%	11,2%	14,1%	-20,1%
NOI	241.728	165.544	46,0%	772.572	485.821	59,0%
<i>margem %</i>	90,5%	87,9%	2,6%	90,2%	89,2%	1,0%
Lucro Bruto	238.427	162.199	47,0%	777.331	485.985	59,9%
<i>margem %</i>	90,4%	87,2%	3,2%	90,2%	88,9%	1,3%
EBITDA	983.170	688.819	42,7%	1.455.971	978.234	48,8%
EBITDA Ajustado	208.258	138.198	50,7%	684.813	431.157	58,8%
<i>margem %</i>	79,0%	76,8%	2,2%	79,7%	79,8%	-0,1%
Lucro Líquido	288.968	289.008	0,0%	470.914	494.858	-4,8%
Lucro Líquido (Ex- Propriedade p/ Investimento)	90.618	57.998	56,2%	308.890	263.706	17,1%
<i>margem %</i>	34,4%	31,2%	3,2%	35,9%	48,3%	-12,4%
FFO	291.418	292.454	-0,4%	481.199	506.611	-5,0%
FFO Ajustado	93.068	71.027	31,0%	330.981	285.042	16,1%
<i>margem %</i>	35,3%	38,2%	-2,9%	38,4%	52,2%	-13,7%
Destaques Operacionais						
	4T11	4T10	%	2011	2010	%
ABL Total (m²)	1.433.526	1.197.147	19,7%	1.433.526	1.197.147	19,7%
ABL Próprio (m²)	798.188	593.251	34,5%	798.188	593.251	34,5%
Vendas Mesmas Lojas / m²	1.508	1.386	8,8%	1.229	1.129	8,9%
Vendas Totais (R\$ milhões)	5.273	4.442	18,7%	16.139	13.285	21,5%
Vendas / m²	1.324	1.317	0,5%	1.089	1.072	1,6%
Vendas / m² (lojas até 1.000 m²)	1.925	1.858	3,6%	1.544	1.361	13,5%
Vendas / pé² (US\$) (lojas até 1.000 m²)	1.261	1.292	-2,4%	1.088	948	14,7%
Aluguel Mesmas Lojas / m²	92	80	15,2%	74	65	13,6%
Aluguel / m²	102	94	8,6%	90	79	13,3%
NOI / m²	117	106	10,1%	102	89	14,4%
<b>Custo de Ocupação (% das vendas)</b>	<b>9,7%</b>	<b>8,9%</b>	<b>0,8%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,3%</b>	<b>0,8%</b>
(+) Aluguel (% vendas)	6,4%	6,0%	0,4%	6,4%	6,0%	0,4%
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	3,2%	2,9%	0,3%	3,7%	3,3%	0,4%
Ocupação (média trimestral)	97,6%	98,3%	-0,7%	97,6%	98,3%	-0,7%
Inadimplência Líquida	0,8%	0,2%	0,6%	1,04%	1,3%	-0,3%
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	3,9%	2,6%	1,3%	3,6%	3,0%	0,6%
Turnover das lojas	6,3%	5,4%	0,9%	6,3%	5,4%	0,9%
Leasing Spread (renovações)	27,3%	27,7%	-0,4%	27,9%	23,1%	4,8%
Leasing Spread (novos contratos)	29,4%	31,9%	-2,5%	22,6%	22,8%	-0,2%
Indicadores de Mercado						
	4T11	4T10	%	2011	2010	%
Número Total de Ações (-) ações em tesouraria	449.539.371	403.301.398	11,5%	449.539.371	403.301.398	11,5%
Número de Ações em Circulação	425.625.562	380.524.012	11,9%	425.625.562	380.524.012	11,9%
Preço Médio da Ação (R\$)	18,57	16,13	15,2%	17,58	12,83	37,0%
Preço Final da Ação (R\$)	18,12	16,93	7,0%	18,12	16,93	7,0%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	8.146	6.827	19,3%	8.146	6.827	19,3%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	34,6	36,0	-4,0%	36,5	26,8	36,2%
Número de Negócios Médio	6.023	2.923	106,1%	5.046	1.833	175,3%
Dólar(US\$) Final	1,88	1,66	13,0%	1,88	1,66	13,0%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	2.752,0	1.248,2	120,5%	2.752,0	1.248,2	120,5%
NOI por ação	0,54	0,41	31,0%	1,72	1,20	43,2%
Lucro Líquido Ajustado por ação	0,20	0,14	44,0%	0,69	0,63	9,1%
FFO Ajustado por ação	0,21	0,18	17,6%	0,74	0,70	5,2%
EV/EBITDA 2011 (anualizado)	13,1	14,8	-11,6%	11,9	19,0	-37,2%
P/FFO 2011 (anualizado)	21,9	24,5	-10,7%	18,5	24,4	-24,4%

\* Checar glossário para definições

**Comentários da Administração:**

Em 2011, alcançamos uma série de realizações relevantes e excelentes resultados operacionais. Além disso, a BRMALLS completou seu primeiro ciclo de cinco anos de existência em 2011, atingindo a posição de maior empresa do setor imobiliário do Brasil em valor de mercado.

Nossas vendas atingiram um valor de R\$5,3 bilhões no 4º trimestre de 2011 e um total de R\$16,1 bilhões no ano, o que representa um aumento de 18,7% e 21,5% respectivamente. O aumento teve como reflexo um crescimento de vendas mesmas lojas (SSS) de 8,8% no trimestre, impulsionado principalmente pelos resultados apresentados no segmento de lojas satélites. O baixo nível de custo de ocupação contribuiu para um aumento recorde em alugueis mesmas lojas (SSR). Neste ano tivemos três trimestres seguidos de números recorde de SSR, atingindo o ápice no final do 4ª trimestre (15,2%). No ano, obtivemos um SSS e SSR de 8,9% e 13,6%, respectivamente.

Em nossos shoppings existentes, o NOI mesmos shoppings teve um aumento de 24,3% no trimestre e 23,2% no ano de 2011. O NOI total atingiu R\$772,6 milhões no ano, o que representa um aumento de 59,0% em relação ao ano anterior. No trimestre este crescimento foi de 46,0% atingindo um valor de R\$241,7 milhões. A margem NOI atingiu 90,5% no trimestre e 90,2% no ano de 2011. O EBITDA ajustado encerrou o trimestre em R\$208,3 milhões e R\$684,8 milhões no ano, com margens de 79,0% e 79,7% respectivamente. O FFO ajustado totalizou R\$93,0 milhões no trimestre, e no ano atingiu R\$331,0 milhões. O lucro líquido ex-propriedade para investimento do 4T11 foi de R\$90,6 milhões e de R\$309,0 milhões no ano, um crescimento de 56,2% e 17,1%, respectivamente.

Concluimos o ano com um total de 1.890 contratos negociados, representando um ABL total de 230,3 mil m<sup>2</sup>, um aumento em relação ao ano anterior de 29,8% e 40,2%, respectivamente. Apesar do elevado número de contratos, continuamos a atingir um alto nível de leasing spread de renovações e novos contratos que registraram 27,3% e 29,4%, respectivamente. A taxa de ocupação seguiu apresentando um alto nível ao longo do 4º trimestre, registrando 97,6% - excluindo os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, a taxa foi de 98,4%.

Ao longo do ano de 2011, adquirimos 4 novos shoppings (Paralela, Shopping Catuaí Londrina, Catuaí Maringá e Shopping Jardim Sul) além de aumentarmos a nossa participação em três outros ativos (Piracicaba, Curitiba e Crystal). Destaque no quarto trimestre, a aquisição do Jardim Sul aumentou a nossa participação em São Paulo e adicionou um NOI estabilizado de R\$50,1 milhões.

O trimestre foi marcado por duas entregas em desenvolvimento. Inauguramos o Mooca Plaza Shopping, empreendimento que abriu as portas com 100% do seu ABL comercializado e se consagrou como a maior inauguração no país em 2011 e a maior na nossa história. Este shopping consolida a BRMALLS como a maior operadora de shoppings do estado de São Paulo e acrescentou R\$35,6 milhões de NOI estabilizado com uma TIR, real e desalavancada de 16,1%. Inauguramos também a expansão do Shopping Campo Grande, adicionando um ABL próprio de 3,7 mil m<sup>2</sup>, NOI estabilizado de R\$5,3 milhões e uma TIR, real e desalavancada, de 16,5%.

Somando aquisições e desenvolvimento, aumentamos o nosso ABL total em 260,3 mil m<sup>2</sup> e próprio em 194,6 mil m<sup>2</sup> ao longo do ano de 2011, um crescimento de 22,2% e 32,2% respectivamente. Chegamos ao fim de 2011 com um ABL total de 1.433.526 e próprio de 798.188.

Em 2012 e nos próximos anos, continuaremos seguindo a mesma estratégia dos últimos cinco, focando em crescimento e eficiência. Estamos muito orgulhosos do que realizamos nos últimos cinco anos e continuaremos trabalhando duro para que a BRMALLS cresça e se torne cada vez mais eficiente.

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas em Reais (R\$), e as comparações referem-se ao 4º trimestre de 2010 (4T10). 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 4T11

### Receita Bruta:

A receita bruta alcançou R\$285,6 milhões no 4T11, um aumento de 40,7% em relação ao mesmo período no ano anterior. Em 2011, a receita bruta totalizou R\$931,5 milhões, um crescimento de 56,4% comparado a 2010. O crescimento da receita bruta no trimestre é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

#### Aluguel mínimo

A receita de aluguel mínimo totalizou R\$151,3 milhões no trimestre, um aumento de R\$43,0 milhões, ou 39,6% em relação ao 4T10. O crescimento é explicado pelo leasing spread capturado no trimestre, pelo reajuste da inflação e pela adição de ABL nos últimos 12 meses, onde foram inaugurados 2 shoppings (Via Brasil e Mooca Plaza Shopping) além de 4 aquisições de novos shoppings (Shopping Paralela, Catuaí Shopping Londrina, Catuaí Shopping Maringá e Shopping Jardim Sul). Esses shoppings registraram R\$28,5 milhões de receita de aluguel mínimo, ou 18,9% do total. Neste trimestre alcançamos o nosso maior crescimento de aluguel mesmas lojas, que registrou 15,2%, contribuindo para o crescimento de aluguel mínimo. O efeito da linearização de aluguel foi de R\$18,0 milhões negativos.

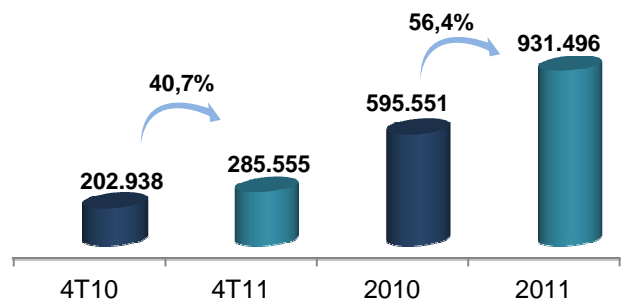
#### Mall & Merchandising

Aumentou em R\$16,3 milhões comparado ao 4T10, ou 84,5%, totalizando R\$35,5 milhões. Mall & Merchandising tem aumentado sua representatividade na receita de aluguel devido ao crescimento do portfólio e ganho de escala. As receitas de Mall & Merchandising representaram 16,8% das receitas de aluguel no 4T11, um aumento de 3,6p.p. comparado aos 13,2% registrados no mesmo período em 2010.

#### Prestação de serviços

Registramos uma receita de R\$18,6 milhões no 4T11, ou 27,1% de crescimento quando comparado ao 4T10. O aumento nesta linha de receita é explicado pelo maior número de shoppings administrados e comercializados pela companhia, além do ingresso de mais dois shoppings no CSC, totalizando 29 shoppings integrados.

#### Evolução da Receita Bruta (R\$ mil)



#### Aluguel Percentual

Totalizamos uma receita de aluguel percentual de R\$24,4 milhões no 4T11, um crescimento de 31,1% 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 8,4% da receita de aluguel percentual. No 4T11, 63,1% da receita de aluguel percentual foi decorrente dos esforços de auditoria. Esta receita representou 16,1% do aluguel mínimo neste trimestre.

#### Taxa de cessão (luvas)

Aumentou em R\$6,6 milhões, ou 163,3% comparado ao 4T10, totalizando R\$10,7 milhões. Este crescimento é principalmente decorrente do aumento do número de projetos greenfield de 4 para 6 nos últimos 12 meses. No 4T11, foram comercializados 118 contratos. Após o 3T11, passamos a comercializar mais dois shoppings, o Shopping Jardim Sul, além do Mooca Plaza Shopping, elevando para 37 o total de shoppings comercializados pela BRMALLS. O efeito da linearização da taxa de cessão foi de R\$19,8 milhões no 4T11.

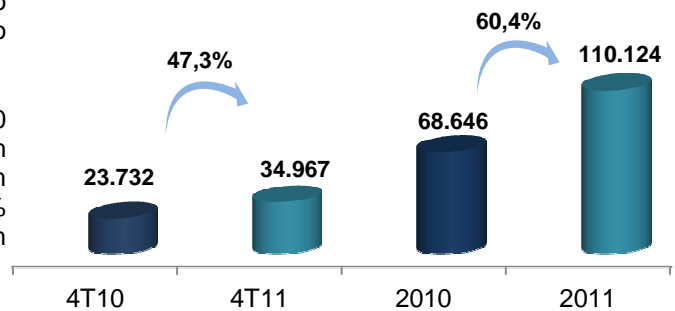
**Estacionamento**

A receita de estacionamento aumentou R\$12,6 milhões, ou 44,0%, no trimestre em relação ao 4T10, totalizando R\$41,3 milhões. Em 2011 a receita de estacionamento foi de R\$131,1 milhões, um aumento de 58,0%.

O crescimento apresentado nesta linha ocorreu em grande parte devido à otimização das tarifas, o aumento no fluxo de automóveis em 14,5% em comparação com o 4T10, maior número de operações de estacionamento devido a aquisição e inauguração de novos shoppings, além do novo modelo societário das novas operações de estacionamento.

No trimestre o NOI de estacionamento foi de R\$35,0 milhões, um aumento de R\$11,2 milhões, ou 47,3%. Em 2011 o NOI de estacionamento foi de R\$110,1 milhões, um crescimento de 60,4%. Observamos uma margem de 83,5% no trimestre, uma evolução de 1,1 pontos percentuais em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

**Evolução NOI Estacionamento (R\$ mil)**

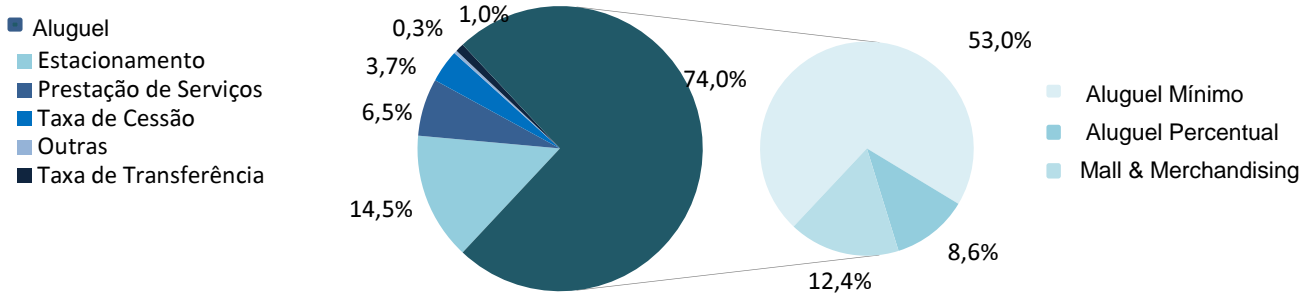


**Taxa de transferência**

No 4T11, observamos uma receita de taxa de transferência de R\$2,8 milhões, um aumento de 118,0% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Esse aumento pode ser explicado pelo turnover das lojas, que alcançou 6,3% no trimestre.

No exercício findo em 31 de dezembro de 2011, a receita com taxa de transferência alcançou R\$9,9 milhões, um aumento de 162,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

**Distribuição da Receita Bruta 4T11**



**Abertura da Receita Bruta (R\$ mil)**

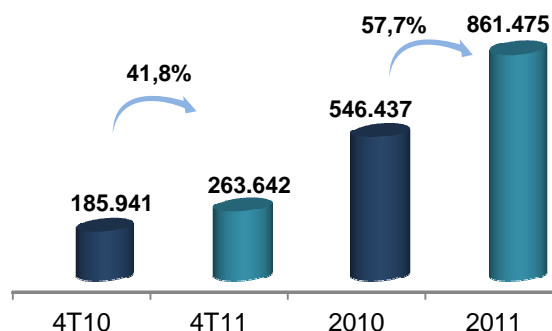
	4T11	4T10	%	2011	2010	%
Aluguel Mínimo	151.335	108.382	39,6%	511.167	324.029	57,8%
Aluguel Percentual	24.439	18.639	31,1%	69.464	47.641	45,8%
Mall & Merchandising	35.498	19.238	84,5%	93.640	53.865	73,8%
Estacionamento	41.322	28.702	44,0%	131.061	82.956	58,0%
Prestação de Serviços	18.559	14.604	27,1%	74.877	51.121	46,5%
Taxa de Cessão	10.684	4.058	163,3%	35.331	16.812	110,2%
Taxa de Transferência	2.753	1.263	118,0%	9.868	3.760	162,5%
Outras	965	8.053	-88,0%	6.089	15.367	-60,4%
<b>Receita Bruta</b>	<b>285.555</b>	<b>202.938</b>	<b>40,7%</b>	<b>931.496</b>	<b>595.551</b>	<b>56,4%</b>

**Receita Líquida:**

No quarto trimestre de 2011 a receita líquida alcançou R\$263,6 milhões, representando um crescimento de R\$77,7 milhões, ou 41,8% quando comparado ao mesmo período no ano anterior. Excluindo os efeitos da linearização a receita líquida seria de R\$225,9 milhões no trimestre, um aumento de R\$56,1 milhões, ou 33,0% comparado ao 4T10.

No acumulado do ano de 2011, a receita líquida alcançou R\$861,5 milhões, um aumento de 57,7% sobre a receita líquida do ano passado. Excluindo os efeitos da linearização esse aumento seria de 56,0%.

Os impostos e contribuições representaram 7,7% da Receita Bruta neste período, número 0,7 pontos percentuais abaixo do valor apresentado no 4T10.

**Evolução da Receita Líquida (R\$ mil)****Custos:**

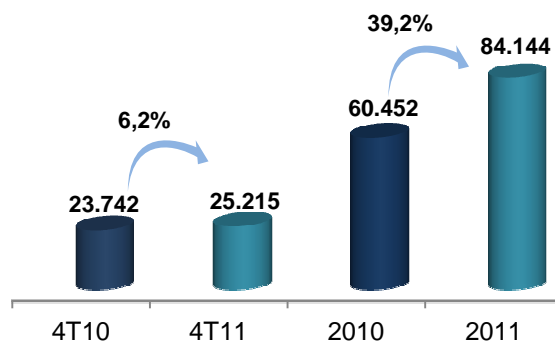
No trimestre os custos de alugueis e serviços alcançaram um valor de R\$25,2 milhões, um aumento de R\$1,5 milhões, ou 6,2% quando comparado ao 4T10. O aumento de custo ocorreu principalmente devido aos gastos com condomínio e fundos de promoção.

**Diversos Serviços**

Observamos uma redução de 53,8% na linha de diversos serviços atingindo um gasto de R\$6,7 milhões no 4T11. Isso ocorreu, em grande parte, porque no 4T10 parte dos custos condominiais do Center Shopping Uberlândia estavam sendo alocados como custos da BRMALLS. Após a reestruturação societária concluída em 2011, os custos do shopping passaram a transitar pelo condomínio, deixando de impactar o resultado da companhia.

**Custo com Condomínio**

As principais razões pelo aumento de 193,0% nos custos condominiais foi a aquisição e inauguração de novos shoppings que ainda estão em fase de maturação.

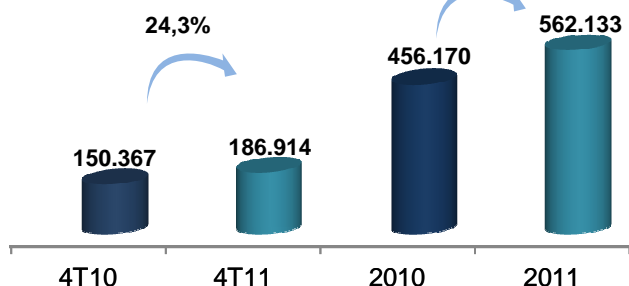
**Evolução dos Custos (R\$ mil)****Fundo de Promoção**

Os custos com fundo de promoção cresceram 110,4% nesse trimestre para R\$ 3,7 milhões, impactado pelas operações nos novos shoppings em 2011. O custo com o fundo de promoção do ano foi de R\$8,7 milhões, aumentando em 84,7% em comparação ao ano de 2010. Os novos shoppings inaugurados e adquiridos foram responsáveis por 57,5% do total de custo com o fundo de promoção.

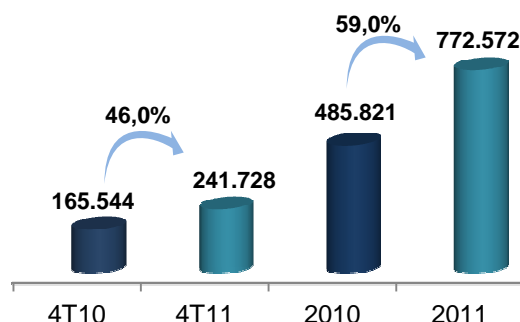
**NOI:**

No trimestre o NOI totalizou R\$241,7 milhões, apresentando um crescimento de R\$76,2 milhões ou 46,0%, quando comparado ao 4T10. A margem atingiu 90,5%, apresentando uma melhora de 2,6 p.p. em relação ao mesmo período do ano passado. No ano de 2011 o NOI totalizou R\$772,6 milhões, representando um crescimento de R\$286,8 milhões ou 59,0% em comparação com o ano anterior. A margem acumulada de 2011 ficou em 90,2%.

**Evolução do NOI Mesmos Shopping (R\$ mil)**



**Evolução do NOI (R\$ mil)**



O crescimento de NOI mesmos shoppings no 4T11 foi de 24,3% quando comparamos ao mesmo trimestre do ano de 2010. Considerando o período de um ano, o NOI mesmos shoppings registrou um crescimento de 23,2% entre 2011 e 2010. Os 34 shoppings administrados pela Companhia foram responsáveis por 95,6% do NOI total do trimestre. Nossa participação média nesses shoppings é de 65,4%.

**NOI e Vendas por Shopping (R\$ milhões)**

	NOI 4T11	Vendas 4T11	NOI 2011	Vendas 2011
Plaza Niterói	22.057	239.033	76.255	774.374
NorteShopping	19.545	411.634	67.734	1.261.379
Shopping Tijuca	19.483	224.842	73.510	690.703
Shopping Tamboré	14.470	147.485	43.453	445.988
Catuai Shopping Londrina	11.910	156.300	17.864	229.510
Center Shopping Uberlândia	10.953	147.952	37.194	482.343
Shopping Recife	10.064	400.683	35.504	1.260.114
Campinas Shopping	9.064	97.649	30.103	311.710
Shopping Metrô Sta Cruz	8.308	98.927	30.490	337.472
Granja Vianna	7.604	78.773	26.522	243.096
Shopping Estação	7.558	93.994	25.236	313.017
Shopping Del Rey	7.265	156.552	25.844	491.550
Shopping Villa Lobos	6.960	174.308	23.013	566.342
Shopping Campo Grande	6.578	106.827	22.164	337.632
Independência Shopping	6.150	73.573	20.307	224.655
Ilha Plaza Shopping	6.092	100.837	19.769	295.359
Shopping Paralela	4.931	94.882	11.999	208.958
Goiânia Shopping	4.925	87.449	17.048	285.153
Fashion Mall	4.908	77.335	18.741	258.399
<b>Outros</b>	<b>52.903</b>	<b>2.303.707</b>	<b>149.820</b>	<b>7.121.639</b>
<b>Total</b>	<b>241.728</b>	<b>5.272.742</b>	<b>772.572</b>	<b>16.139.392</b>

**Reconciliação do NOI (R\$ mil)**

	4T11	4T10	%	2011	2010	%
Receita Bruta	285.555	202.938	40,7%	931.496	595.551	56,4%
(-) Prestação de Serviços	(18.559)	(14.604)	27,1%	(74.877)	(51.121)	46,5%
(-) Custos	(25.215)	(23.742)	6,2%	(84.144)	(60.452)	39,2%
(+) Debêntures do Araguaia	1.303	1.657	-21,3%	5.057	5.201	-2,8%
(+) Crédito Presumido PIS/COFINS	(1.537)	(981)	56,7%	(5.413)	(3.652)	48,2%
(+) Amortização - Custo	181	276	-34,4%	453	294	54,1%
<b>NOI</b>	<b>241.728</b>	<b>165.544</b>	<b>46,0%</b>	<b>772.572</b>	<b>485.821</b>	<b>59,0%</b>
<b>Margem %</b>	<b>90,5%</b>	<b>87,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>90,2%</b>	<b>89,2%</b>	<b>1,0%</b>

\* NOI considerando os efeitos da linearização

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

No 4T11 as despesas com vendas, gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, somaram R\$33,1 milhões, um aumento de R\$2,1 milhões, ou 6,9%, em relação ao mesmo período no ano anterior. Estas despesas representaram 11,6% da receita bruta, uma redução de 3,7 p.p. comparado aos 15,3% registrados no 4T10.

**Despesas Gerais e Administrativas**

Aumentou em R\$0,5 milhão, ou 1,8%, em relação as despesas gerais e administrativas do 4T10, totalizando R\$27,8 milhões no trimestre. A despesa com pessoal aumentou 27,4% explicado pelo aumento no número de projetos em desenvolvimento, despesas relativas ao CSC e a adição de 6 novos shoppings inaugurados e adquiridos os últimos 12 meses.

**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.

No 4T11 observamos uma despesa de depreciação e amortização de R\$2,3 milhões, contra uma despesa de R\$3,7 milhões no mesmo período do ano anterior, apresentando uma queda de 28,4%

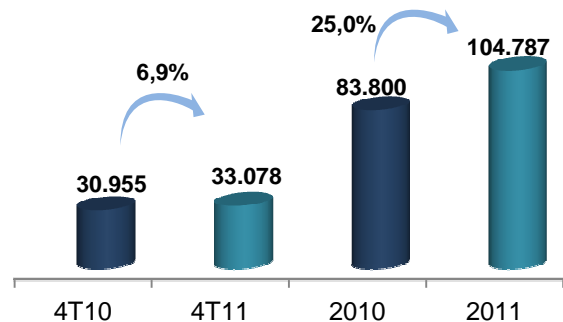
**Outras Receitas Operacionais:**

No quarto trimestre do ano, as outras receitas operacionais foram de R\$777,6 milhões, comparado a R\$557,9 milhões registrados no 4T10, um aumento 39,4%. O maior impacto nesta linha decorreu da variação positiva do ajuste ao valor justo das nossas propriedades para investimento gerando uma receita operacional de R\$776,2 milhões neste trimestre comparados a R\$556,1 milhões no mesmo período do ano anterior. O valor justo das propriedades para investimento totalizou R\$12,6 bilhões no 4T10, um aumento de 30,0% em relação ao ano anterior.

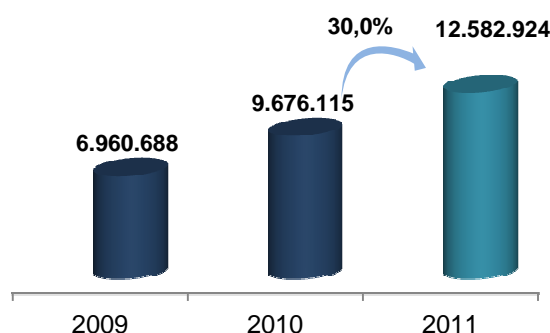
**Propriedades para investimento**

As propriedades para investimento são representadas por terrenos e edifícios em Shopping Centers mantidos para auferir rendimento de aluguel e/ou para valorização do capital.

As propriedades para investimento são reconhecidas pelo seu valor justo. As avaliações foram feitas por especialistas internos utilizando o modelo proprietário considerando o histórico de rentabilidade e fluxo de caixa descontado a taxas praticadas pelo mercado. No mínimo anualmente na data do balanço são feitas revisões para avaliar mudanças nos saldos reconhecidos. As variações de valor justo são reconhecidas diretamente no resultado.

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

Elevação de R\$1,6 milhões, ou 44,5%, principalmente devido ao aumento de projetos em desenvolvimento e o aumento no ritmo de comercialização. No trimestre foram assinados 735 contratos de lojas comparado a 413 no 4T10, um aumento de 322 lojas, ou 78,0%.

**Evolução da Propriedade para Investimento (R\$ mil)**

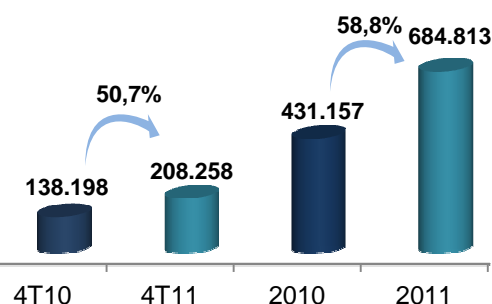
## EBITDA:

O EBITDA ajustado no 4T11 registrou R\$208,3 milhões, um aumento de 50,7% comparado aos R\$138,2 milhões apresentados no 4T10. A margem EBITDA ajustado cresceu 2,2 p.p no 4T11, atingindo 79,0%. No acumulado de 2011 totalizamos um EBITDA ajustado de R\$684,8 milhões, um aumento de 58,8% em relação a 2010. A margem EBITDA ajustado do ano ficou em 79,7%.

## Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	4T11	4T10	%	2011	2010	%
Receita Líquida	263.642	185.941	41,8%	861.475	546.437	57,7%
(-) Receita condomínio Uberlândia	-	5.992	-	1.735	5.992	-
<b>(-) Receita Líquida ex-Uberlândia</b>	<b>263.642</b>	<b>179.949</b>	<b>-</b>	<b>859.740</b>	<b>540.445</b>	<b>-</b>
(-) Custos e Despesas	(58.293)	(54.697)	6,6%	(188.931)	(144.252)	31,0%
(+) Custo condomínio Uberlândia	-	5.344	-	2.049	5.344	-
(+) Amortização (Custo)	181	276	-34,4%	453	294	54,1%
(+) Outras Receitas Operacionais	777.640	557.947	39,4%	782.660	576.403	35,8%
<b>EBITDA</b>	<b>983.170</b>	<b>688.819</b>	<b>42,7%</b>	<b>1.455.971</b>	<b>978.234</b>	<b>48,8%</b>
(+) Debêntures do Araguaia	1.303	1.657	-21,3%	5.057	5.201	-2,8%
(-) Propriedade para Investimento	(776.215)	(556.078)	39,6%	(776.215)	(556.078)	39,6%
(+) Outras Despesas não recorrentes	0	3.800	-100,0%	0	3.800	-100,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>208.258</b>	<b>138.198</b>	<b>50,7%</b>	<b>684.813</b>	<b>431.157</b>	<b>58,8%</b>
Margem %	79,0%	76,8%	2,2%	79,7%	79,8%	-0,1%

## Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ mil)



## Resultado Financeiro:

O resultado financeiro líquido neste trimestre foi de R\$88,9 milhões negativos, comparado a um resultado negativo de R\$46,0 milhões no 4T10. A receita financeira neste período foi de R\$198,6 milhões, enquanto a despesa financeira foi de R\$ 287,5 milhões. Os principais impactos na despesa financeira foram a variação cambial do bônus perpétuo e o ajuste do swap a mercado. Excluindo os efeitos não caixa do swap a mercado e a variação cambial, registramos no 4T11 e em 2011 uma despesa financeira líquida de R\$73,0 milhões e R\$265,8 milhões, respectivamente. Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro estão descritos a seguir:

## Resultado Financeiro (R\$ mil)

	4T11	4T10	%	2011	2010	%
<b>Receitas</b>						
Aplicações Financeiras	19.681	17.548	12,2%	98.307	125.675	-21,8%
Variações Cambiais	61.513	10.668	476,6%	115.727	53.738	115,4%
Swap na Curva	24.007	29.312	-18,1%	111.002	59.776	85,7%
Swap a mercado	89.522	710	12508,8%	206.850	5.261	3831,8%
Outros	3.926	1.060	270,4%	10.062	5.062	98,8%
<b>Total</b>	<b>198.649</b>	<b>59.298</b>	<b>235,0%</b>	<b>541.949</b>	<b>249.512</b>	<b>117,2%</b>
<b>Despesas</b>						
Juros	(87.585)	(63.724)	37,4%	(345.984)	(184.870)	87,1%
Variações Cambiais	(80.623)	(3.690)	2084,9%	(205.875)	(40.202)	412,1%
Swap na Curva	(26.253)	(32.165)	-18,4%	(126.492)	(99.087)	27,7%
Swap a Mercado	(86.289)	-	0,0%	(156.556)	(10.559)	1382,7%
Outros	(6.785)	(5.693)	19,2%	(12.736)	(8.841)	44,1%
<b>Total</b>	<b>(287.536)</b>	<b>(105.272)</b>	<b>173,1%</b>	<b>(847.642)</b>	<b>(343.559)</b>	<b>146,7%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(88.886)</b>	<b>(45.974)</b>	<b>93,3%</b>	<b>(305.693)</b>	<b>(94.047)</b>	<b>225,0%</b>
<b>Resultado Financeiro - Caixa</b>	<b>(73.009)</b>	<b>(53.662)</b>	<b>36,1%</b>	<b>(265.840)</b>	<b>(102.285)</b>	<b>159,9%</b>

## Variações Cambiais

No 4T11, o Real continuou a apresentar uma desvalorização frente ao Dólar dos EUA, apresentando uma queda de 1,2% do 3T11 para o 4T11. Esta desvalorização contribuiu para uma despesa de variação cambial, não caixa, referente ao montante principal do nosso bônus perpétuo, de R\$19,1 milhões, valor 83,1% inferior aos R\$113,0 milhões apresentados no 3T11.

## Receitas e Despesas com Juros

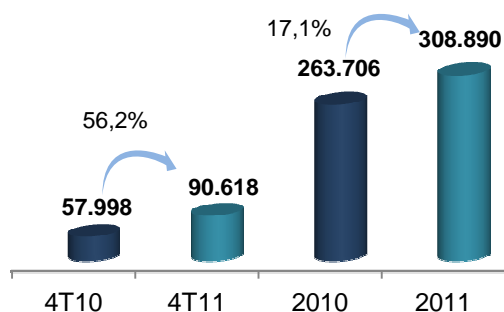
As aplicações financeiras geraram uma receita de R\$19,7 milhões, um aumento de 12,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido ao aumento de caixa médio. Analisando as despesas com juros no período em questão, a despesa atingiu R\$87,6 milhões, um aumento de 37,4% ou R\$63,7 milhões em relação ao 4T10. O principal motivo para este aumento na despesa com juros foi o aumento de 94,5% na dívida bruta da companhia, que atingiu R\$3,2 bilhões neste trimestre, comparado a R\$1,6 bilhões no mesmo período do ano de 2010.

**Lucro Líquido:**

Neste trimestre o lucro líquido registrado foi de R\$289,0 milhões, em linha com o 4T10. No acumulado do ano, o lucro líquido atingiu R\$470,9 milhões.

Alcançamos um lucro líquido ajustado no 4T11 de R\$90,6 milhões, um aumento de 56,2% comparado ao mesmo trimestre do ano anterior. Em 2011 chegamos a R\$308,9 milhões, um crescimento de 17,1% em relação ao ano de 2010.

**Evolução do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)**



**Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)**

	4T11	4T10	2011	2010
Lucro Líquido	288.968	289.008	470.914	494.858
(+) Variação Cambial	19.111	(6.978)	90.147	(13.536)
(-) Swap a Mercado	(3.234)	(710)	(50.294)	5.298
(+) Imposto Não Caixa	274.946	205.505	284.867	205.913
(+) Despesas financeiras não recorrentes	-	3.152	-	3.152
(-) Propriedade para Investimento	(776.215)	(556.078)	(776.215)	(556.078)
(+) Participação de Minoritários	287.042	124.099	289.470	124.099
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>90.618</b>	<b>57.998</b>	<b>308.890</b>	<b>263.706</b>

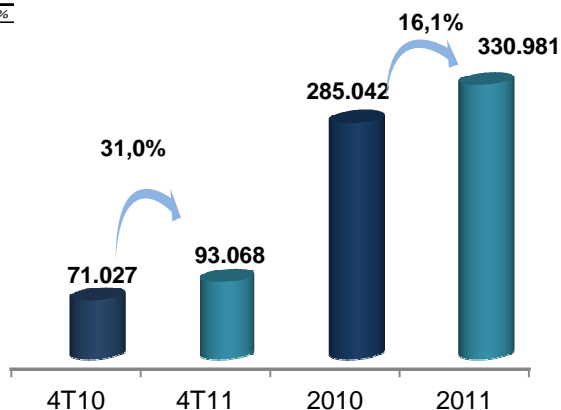
**FFO Ajustado:**

Nesse trimestre alcançamos um FFO de R\$291,4 milhões, comparado a R\$292,5 milhões no 4T10. O FFO Ajustado foi de R\$93,1 milhões no 4T11, um crescimento de 47,7% comparado ao mesmo trimestre de 2010. A margem do FFO Ajustado no 4T11 foi de 39,8%. Em 2011 o FFO Ajustado foi de R\$331,0 milhões, comparado a R\$285,0 milhões no ano anterior, um aumento de 16,1%.

**Reconciliação do FFO (R\$ mil)**

	4T11	4T10	%	2011	2010	%
Lucro Líquido	288.968	289.008	0,0%	470.914	494.858	-4,8%
(+) Depreciação e Amortização	2.450	3.446	-28,9%	10.284	11.753	-12,5%
<b>FFO</b>	<b>291.418</b>	<b>292.454</b>	<b>-0,4%</b>	<b>481.199</b>	<b>506.611</b>	<b>-5,0%</b>
(+) Variação Cambial	19.111	(6.978)	-373,9%	90.147	(13.536)	-766,0%
(-) Swap a Mercado	(3.234)	(710)	355,4%	(50.294)	5.298	-1049,3%
(-) Propriedade para Investimento	(776.215)	(556.078)	39,6%	(776.215)	(556.078)	39,6%
(+) Part Minoritários (Propriedade para Inv)	287.042	124.099	0,0%	289.470	124.099	0,0%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	274.946	205.505	33,8%	284.867	205.913	38,3%
(+) Outras Despesas Não Recorrentes	-	3.152	0,0%	-	3.152	0,0%
(+) Efeitos Financeiros Não Recorrentes	-	9.583	-100,0%	11.806	9.583	23,2%
<b>FFO Ajustado</b>	<b>93.068</b>	<b>71.027</b>	<b>31,0%</b>	<b>330.981</b>	<b>285.042</b>	<b>16,1%</b>
<i>Margem %</i>	<i>35,3%</i>	<i>38,2%</i>	<i>-2,9%</i>	<i>38,4%</i>	<i>52,2%</i>	<i>-13,7%</i>

**Evolução do FFO Ajustado (R\$ mil)**



**CAPEX:**

Nesse trimestre nosso investimento total alcançou R\$709,7 milhões, distribuídos da seguinte forma:

**Aquisições**

Total de R\$523,1 milhões, referentes em grande parte à aquisição de 100% do Shopping Jardim Sul realizada em 22 de novembro de 2011.

**Expansões e Revitalizações**

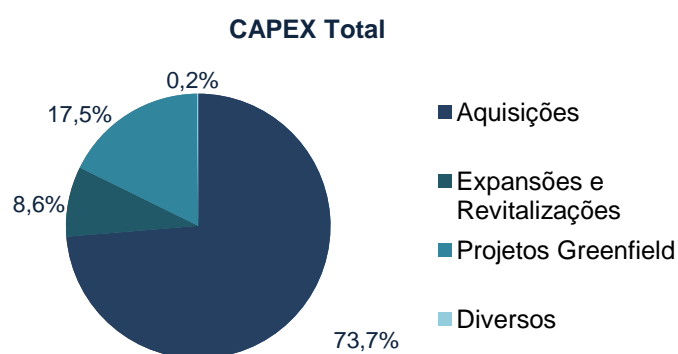
Total de R\$60,9 milhões, sendo a maioria referente à expansão do Shopping Campo Grande, inaugurado no dia 23 de novembro de 2011, além das revitalizações em andamento.

**Projetos Greenfield**

Observamos um total de R\$124,4 milhões gastos em projetos neste trimestre. Destacamos a obra do Mooca Plaza Shopping que inaugurou no dia 29 de novembro, além dos outros seis projetos greenfield em andamento.

**Diversos**

Registramos um total de R\$1,2 milhão investido em sistemas e processos internos.



## Disponibilidade de Caixa e Dívida:

No final do ano de 2011, nossa posição de dívida bruta foi de R\$3.204,0 milhões, o que representa um aumento de R\$359,7 milhões, ou 12,6% em relação ao 3T11. Este aumento foi causado principalmente pela emissão de notas promissórias no valor total de R\$200 milhões a uma taxa de CDI + 0,7% a.a. e um empréstimo bancário no valor de US\$56,1 milhões, equivalente a R\$100 milhões na data de liberação dos recursos, a uma taxa de 105% do CDI, considerando o swap de principal e juros.

A posição de caixa da BRMALLS encerrou o ano em R\$452,0 milhões, uma variação negativa de 41,0% em relação aos R\$765,9 milhões do trimestre anterior. Este decréscimo ocorreu principalmente devido ao desembolso efetuado na aquisição do Shopping Jardim Sul no valor de R\$490 milhões (shopping e terreno adjacente), mas também foi impactado pelos desembolsos para a construção do greenfield Mooca Plaza Shopping e da expansão do Shopping Campo Grande.

Analisando o resultado líquido, considerando a aquisição e os desembolsos mencionados previamente, fechamos o ano de 2011 com uma dívida líquida de R\$ 2.752,0 milhões, o que representa um aumento de R\$673,5 milhões ou 32,4% em relação ao 3T11.

Em relação ao perfil da dívida, continuamos com um perfil de longo prazo (87,4% da dívida bruta), com uma duração média de 12,5 anos e um custo médio de IGP-M + 6,90%.

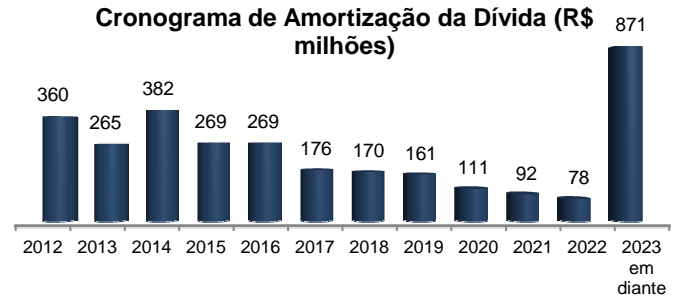
Concluimos em fevereiro de 2012 a nossa segunda emissão de debêntures na qual captamos R\$405,0 milhões em duas séries, R\$165,8 milhões a uma taxa de CDI + 0,94% a.a. com prazo de 5 anos e R\$239,3 milhões a IPCA + 6,4% a.a. com prazo de 7 anos.

Em 22 de fevereiro de 2012 a BRMALLS liquidou integralmente as notas promissórias registradas no passivo exigível circulante no montante total de R\$ 204,6 milhões.

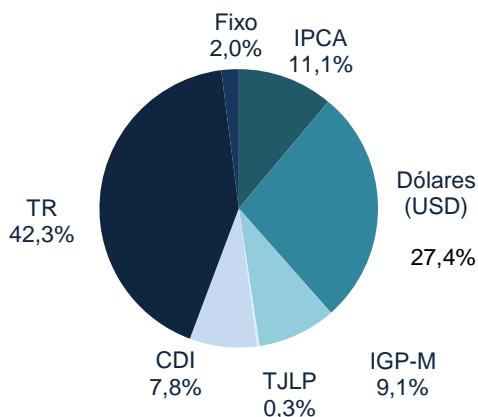
### Principais Indicadores (R\$ mil)

	4T11	3T11
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	452.025	765.924
Remuneração Média	101,2%	102,1%
Dívida Bruta (R\$ mil)	3.203.987	2.844.355
Prazo Médio (anos)	12,5	13,8
Custo Médio	IGPM + 6,90%	IGPM + 6,92%
Dívida Líquida	2.751.962	2.078.431
Dívida Líquida / EBITDA anualizado	3,30	2,96
Dívida Líquida (ex-perpétuos) / EBITDA an.	2,38	1,88
EBITDA / Despesa Financeira Líquida	4,76	4,42
Dívida Bruta / EBITDA	3,85	4,05
FFO / Dívida Bruta	0,12	0,13

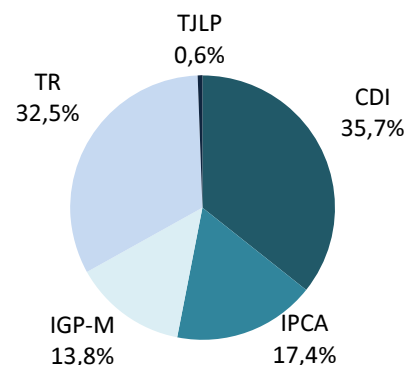
\* Checar glossário para definições.



### Indexadores da Dívida



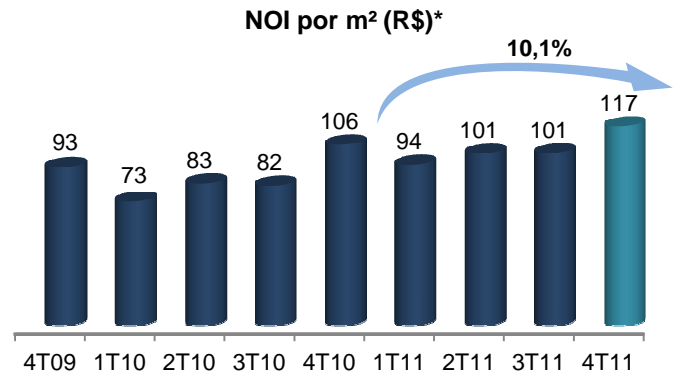
### Exposição para os próximos 5 anos por Índice (Dívidas e Swaps)



**Indicadores Operacionais:**

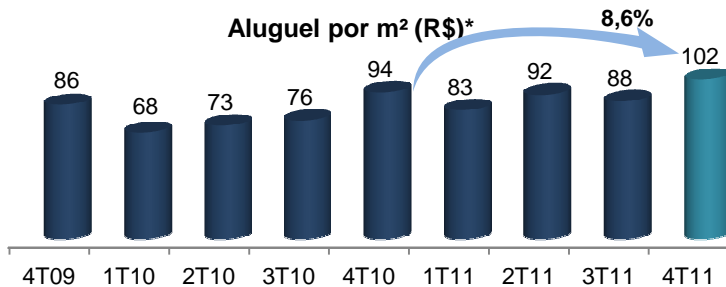
**NOI por m<sup>2</sup>**

O NOI por m<sup>2</sup> do nosso portfólio apresentou um crescimento de 10,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo uma média de R\$116,7 no quarto trimestre de 2011. Considerando os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI, o NOI por m<sup>2</sup> aumentou 22,4%, alcançando uma média mensal de R\$136,5. No ano, este indicador teve um acréscimo de 25,4%, atingindo R\$118,9.



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

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



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

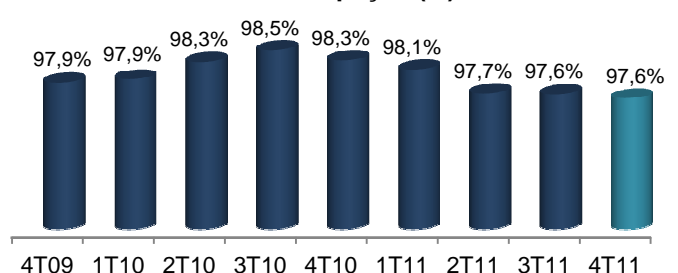
No mesmo período o aluguel por m<sup>2</sup>, considerando os efeitos da linearização, aumentou em 8,6%, equivalente a uma média mensal de R\$102,1. Nos 10 shoppings mais representativos este crescimento foi de 15,0%, atingindo uma média mensal de R\$117,8.

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

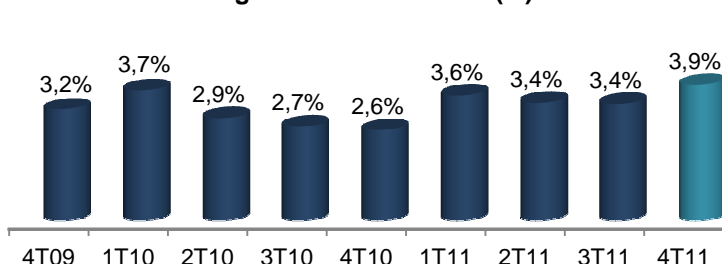
**Taxa de Ocupação**

Continuamos a apresentar um alto e estável nível de taxa de ocupação em nossos shoppings, com 97,6% do ABL total ocupado no 4T11. No final de 2011, dos 45 shoppings que detínhamos participação, 19 apresentaram mais de 99% de seu ABL ocupado. A taxa de ocupação foi impactada pelos quatro shoppings inaugurados, que ainda estão em fase de maturação, além das 4 aquisições feitas neste período. Excluindo da análise os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, a taxa de ocupação foi de 98,4% no trimestre.

**Taxa de Ocupação (%)**



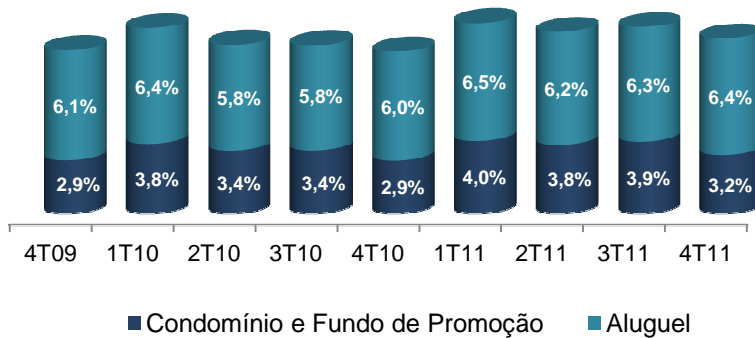
**Pagamentos em Atraso (%)**



**Pagamentos em Atraso**

Neste trimestre o nível de pagamentos em atraso (30 dias) registrou uma média de 3,9%, comparado a 2,6% no mesmo período do ano de 2010. Analisando de maneira a excluir os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, registramos 3,6%, em linha com a média do ano. A inadimplência líquida registrou o menor valor do ano de 2011, alcançando 0,8% no 4T11.

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



**Custo de Ocupação**

O custo de ocupação atingiu 9,7%, o menor valor registrado no ano. Contudo, quando comparado com o mesmo período do ano anterior, observamos um acréscimo de 0,8p.p. no custo de ocupação como percentual das vendas.

Resumo da Evolução dos Indicadores										
	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11	4T11
SSS/m <sup>2</sup>	960	1.332	997	1.077	1.114	1.421	1.038	1.171	1.165	1.508
SSR/m <sup>2</sup>	57	77	59	60	62	81	62	68	70	92
Vendas/m <sup>2</sup>	880	1.186	897	999	1.040	1.317	955	1.036	1.013	1.324
Vendas/m <sup>2</sup> (lojas < 1.000 m <sup>2</sup> )	1.352	1.616	1.293	1.311	1.387	1.858	1.347	1.427	1.457	1.925
Aluguel/m <sup>2</sup>	67	86	68	73	76	94	83	92	88	102
NOI/m <sup>2</sup>	73	93	73	83	82	106	94	101	101	117
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%
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%
Inadimplência Líquida	1,1%	0,4%	1,6%	0,6%	0,6%	0,2%	1,3%	1,2%	0,8%	0,8%
Ocupação (%)	97,3%	97,9%	97,9%	98,3%	98,5%	98,3%	98,1%	97,7%	97,6%	97,6%

**Valores em dólares/ft<sup>2</sup>**

As vendas para espaços com menos de 1.000 m<sup>2</sup> registraram neste trimestre o valor anualizado de US\$1.261,0/pé<sup>2</sup>, um crescimento de 7,7% em relação ao 4T10. Para fins comparativos incluímos abaixo alguns indicadores operacionais da Companhia adotando os padrões usados pelas companhias norte-americanas (US\$/pé<sup>2</sup>):

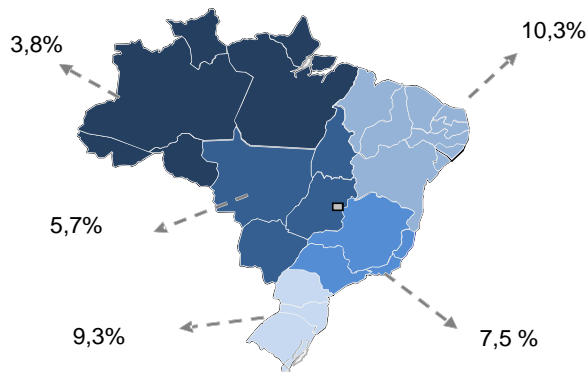
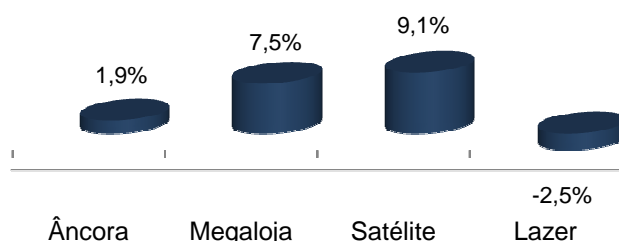
Valores Anualizados em USD/pé <sup>2</sup>								
	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11	4T11
Vendas/pé <sup>2</sup> (lojas < 1.000 m <sup>2</sup> )	828	900	975	1.292	920	1.055	1.050	1.261
Aluguel/pé <sup>2</sup>	45	48	51	65	58	68	67	72
NOI/pé <sup>2</sup>	48	55	55	74	67	74	72	82

## Desempenho das Vendas:

As vendas da companhia totalizaram R\$5,3 bilhões no 4T11 e R\$16,1 bilhões em 2011, um aumento de 18,7% e 21,5%, respectivamente. As vendas mesmas lojas cresceram 8,8% no trimestre e 8,9% no ano, sendo impactada pela alta base de comparação, uma vez que crescemos 11,8% e 14,1% no 4T10 e 2010, respectivamente.

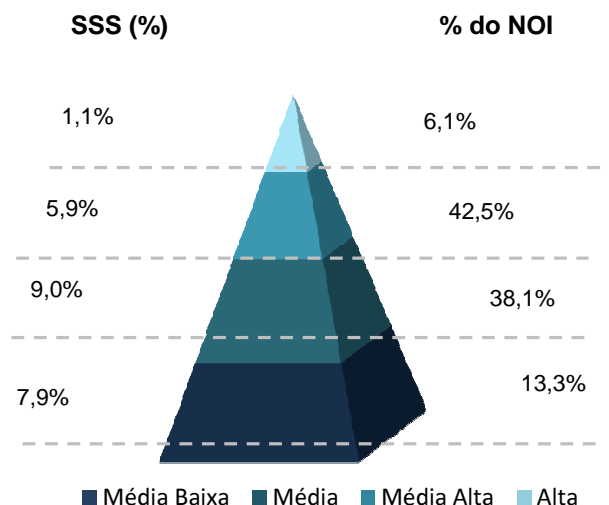
O segmento de destaque foram as satélites e as megalojas que apresentaram um crescimento de 9,1% e 7,5%, respectivamente. Lazer foi o principal ofensor, registrando um valor negativo ao longo do trimestre de 2,5%, causado principalmente pela alta base do ano anterior. Neste segmento, o mês de outubro atingiu um SSS de -25%, que pode ser explicado pelo grande sucesso de Tropa de Elite 2, lançado no começo de outubro do ano anterior.

**Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento (4T11 versus 4T10)**



Observando por região, o destaque de crescimento de vendas mesmas lojas foi novamente a região Nordeste, que apresentou um SSS de 10,3% no 4T11. Este valor foi positivamente impactado pelas vendas mesmas lojas do Shopping Paralela e o Iguatemi Maceió que apresentaram SSS no 4T11 de 19,5% e 16,6%, respectivamente. Na região Sudeste que concentra 65,6% do nosso ABL próprio, o SSS no 4T11 foi de 7,5%.

Analisando por segmento de renda, os shoppings voltados para a classe média e média baixa apresentaram os melhores resultados, com suas vendas mesmas lojas aumentando 9,0% e 7,9%, respectivamente. Os crescimentos desses segmentos de renda também foram contribuídos pelos shoppings Paralela e Iguatemi Maceió.



**Atividade Comercial:**

No trimestre, o leasing spread das renovações dos contratos de aluguel e dos novos contratos em shoppings existentes foram de 27,3% e 29,4%, respectivamente. Observamos um crescimento constante no leasing spread de renovações que alcançou pelo 5º trimestre consecutivo um valor superior a 27%. Este fato é um reflexo do forte SSS dos últimos anos, a alta taxa de ocupação e o baixo custo de ocupação.

No 4T11 foram comercializadas 216 novas lojas nos shoppings existentes, um aumento de 78,5% ou 95 lojas quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Foram renovados 330 contratos ou 37,5 mil m² de ABL, representando um aumento de 153,8%, ou 200 contratos, comparado ao 4T10. No ano foram comercializados 692 novos contratos em shoppings existentes.

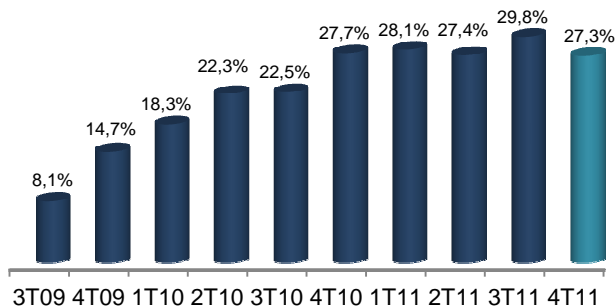
Foram comercializados 189 contratos ou 37,9mil m² de ABL nos projetos em desenvolvimento, valores que representam um crescimento de 16,7% e 17,9% em relação ao 4T10, respectivamente. Nos projetos de expansão, comercializamos um total de 71 lojas, um aumento de 222,7%. Este forte aumento em relação trimestre anterior ocorreu devido ao maior numero de projetos em expansão no ano de 2011. Consolidando os números apresentados ao longo do ano, assinamos um total de 590 contratos em projetos de desenvolvimento.

Consolidando as categorias de shoppings existentes, shoppings em expansão e greenfields, assinamos um total de 735 contratos no 4T11, um número 78,0% maior que o valor apresentado no mesmo trimestre do ano anterior.

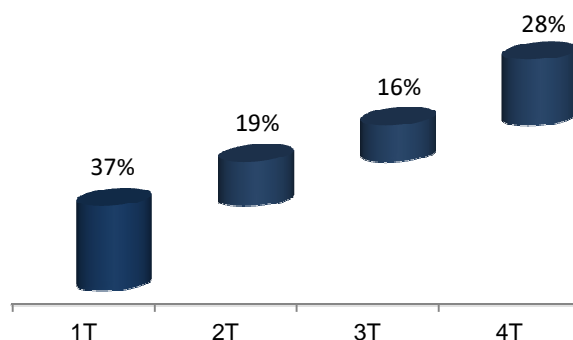
Em termos de ABL, negociamos no 4T11 um total de 104,9 mil m² de ABL, numero 41,5% superior ao mesmo período no ano anterior. Como perspectivas futuras, nos próximos 6 meses renovaremos 5,0% do ABL total da companhia.

Assinamos, em 2011, um total de 1.890 contratos, o que representa 230 mil m² de ABL, um aumento de 31,6% e 33,1% em relação ao ano de 2010, respectivamente.

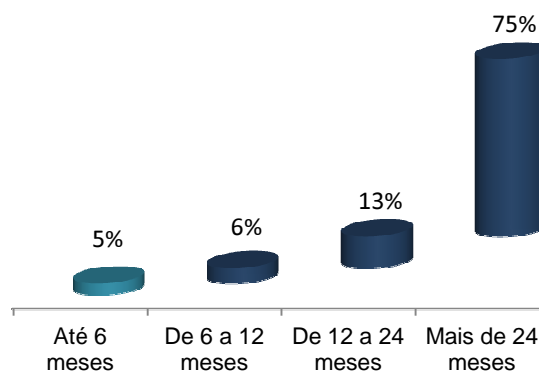
**Leasing Spread Renovações (%)**



**Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% ABL)**



**Cronograma de Vencimento dos Contratos (% ABL)**



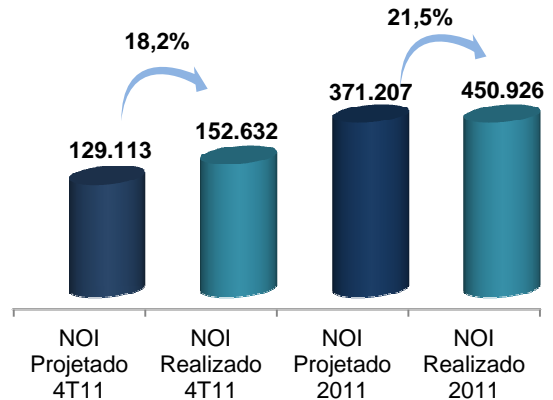
**Aquisições:**

O NOI realizado nesse trimestre dos shoppings que foram adquiridos desde 2006 continuam performando acima dos estudos de viabilidade no momento das aquisições, apresentando R\$152,6 milhões no 4T11, um aumento real comparado ao NOI Projetado para o 4T11 de 18,2%. Em 2011, os shoppings adquiridos apresentaram um NOI de R\$450,9 milhões, 21,5% acima do NOI Projetado de R\$371,2 milhões.

No 4T11, a Companhia concluiu a aquisição de 100% do Shopping Jardim Sul, sendo 60% através da BRMALLS Participações S.A. e 40% através de um fundo de investimento imobiliário, do qual atualmente detemos 100% das quotas. A aquisição adicionou 30,8 mil m<sup>2</sup> a ABL própria da BRMALLS. O valor do shopping foi negociado em R\$460 milhões, que foram pagos a vista. O NOI estimado para 100% do shopping em 2012 é de R\$37,9 milhões (incluindo receita de serviços) e o NOI estabilizado esperado é de R\$50,1 milhões, representando um cap rate de 8,2% e 10,9%, respectivamente. Na mesma data, a BRMALLS adquiriu dois terrenos próximos ao shopping que somam uma área total de 14,3 mil m<sup>2</sup> pelo valor de R\$30 milhões.

A TIR inicial, real e desalavancada, estimada é de 11,5%. A BRMALLS tem intenção de distribuir no futuro próximo as quotas do fundo para o varejo, elevando através das receitas de serviços decorrentes dessa transação a TIR para acima de 12,5%, real e desalavancada.

Com a aquisição do Shopping Jardim Sul e a inauguração do Mooca Plaza Shopping elevamos o nosso número de shoppings no estado de São Paulo para 11 e na região sudeste para 27, consolidando a presença da BRMALLS como a maior operadora de shoppings do estado e região.

**NOI das Aquisições Realizadas (R\$ mil)****Shopping Jardim Sul**

Inaugurado em 1990, o Shopping Jardim Sul fica localizado na cidade de São Paulo, estado de São Paulo.

Localizado no bairro do Morumbi, uma região de forte crescimento residencial e empresarial. Desde a sua inauguração, o Shopping Jardim Sul tem atuado com forte catalisador para o crescimento e para a valorização da sua principal área de influência.

Além das 190 lojas que compõem o seu diversificado mix, das quais 5 são lojas âncoras, o shopping conta com 1.350 vagas de estacionamento e um fluxo de 135 mil veículos/mês.

Dentre as principais lojas âncoras destacamos a C&A, Lojas Americanas, Pão de Açúcar, Renner além de um cinema UCI com 11 salas de cinema, sendo uma delas 3D. O shopping possui ainda uma unidade do Fleury Medicina e Saúde, um laboratório de referência.

Como o Shopping Villa-Lobos apresenta um NOI/m<sup>2</sup> mais do que 60% superior ao do Shopping Jardim Sul, apesar do Shopping Jardim Sul ser maior e estar em área de influência com renda similar ao Shopping Villa-Lobos, acreditamos que a aquisição representa uma boa oportunidade para melhorar os resultados do shopping.

**Shopping Itáú Power**

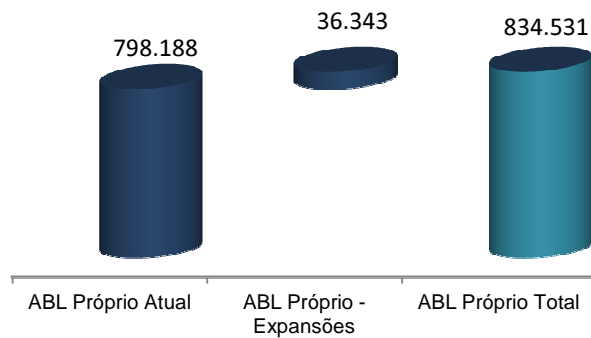
Em 16 de fevereiro de 2012 a BRMALLS concluiu a aquisição de 33,0% do Shopping Itáú Power, que adicionou 32,7 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 10,8 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio a companhia. O NOI estimado para os próximos 12 meses seria de 9,8 milhões, gerando uma TIR, real e desalavancada de 14,2%

**Expansões:**

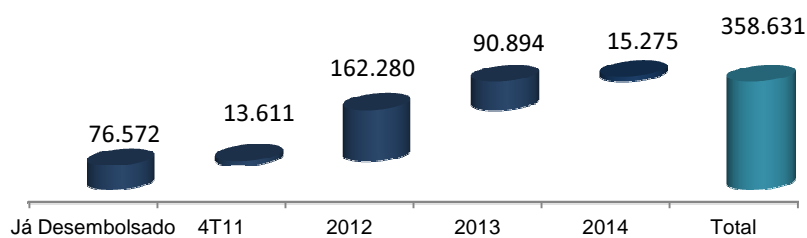
Atualmente possuímos 7 projetos de expansão em andamento. Os projetos adicionarão um total de 77,6 mil m<sup>2</sup> de ABL Total e 36,3 mil m<sup>2</sup> de ABL Próprio, o que representa um crescimento de 5,4% e 4,6% no nosso portfólio atual, respectivamente. Estimamos que as expansões deverão adicionar R\$58,0 milhões de NOI próprio estabilizado para a companhia.

Os projetos em andamento representam um investimento total da BRMALLS de R\$358,6 milhões, dos quais 21,4% foram desembolsados até o final do ano de 2011. O cronograma e orçamento dos projetos continuam em linha com o previsto e seguiremos estudando possibilidades de geração de valor em nossos ativos existentes.

**ABL Próprio Adicionada pelas Expansões**



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



**Resumo das Expansões**

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
Shopping Recife	10.674	30,8%	3.288	75,2%	5,1	4,3	28,1%	2T12	68,7%
Center Shopping Uberlândia	1.922	51,0%	980	0,0%	1,8	1,1	21,6%	3T12	0,0%
Natal Shopping	8.689	50,0%	4.345	0,0%	6,1	1,6	16,2%	1T13	0,0%
São Luís	23.221	15,0%	3.483	0,0%	2,2	1,1	19,7%	1T13	0,0%
Plaza Shopping	10.546	100,0%	10.546	34,4%	22,5	16,6	14,1%	2T13	73,3%
Independência Shopping	7.231	83,4%	6.034	0,0%	7,9	4,2	15,0%	2T14	0,0%
Top Shopping	15.336	50,0%	7.668	0,0%	12,5	5,4	13,3%	2T13	0,0%
<b>Total</b>	<b>77.619</b>	<b>46,8%</b>	<b>36.343</b>		<b>58</b>	<b>34</b>			

### Inauguração da Expansão do Shopping Campo Grande

A expansão do Shopping Campo Grande foi inaugurada na data prevista, em 23 de novembro de 2011 e já contava com 100% de sua ABL comercializada desde o 3T11. Antes da expansão inaugurar, o shopping já apresentava uma taxa de ocupação máxima e nenhuma inadimplência.

Este projeto adicionou 5,4 mil m<sup>2</sup> de ABL total, um aumento de 15,9% ao ABL total do shopping e um acréscimo de 3,7 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio a companhia. A expansão esta prevista gerar um NOI estabilizado de R\$5,3 milhões para a companhia, com uma TIR de 16,5%, real e desalavancada.



### Expansão do Recife

Com mais de 400 lojas, o shopping Recife é hoje o maior shopping de Pernambuco e tem mais de 30 anos de história e consolidação do mercado pernambucano. O shopping apresentou uma taxa média de vacância em torno de 0,2% no ano de 2011 e um custo de ocupação de 9,0%, como percentual das vendas dos lojistas. O shopping tem um SSS acima da média da companhia, alcançando um total de 12,2% ao longo do ano de 2011.

Esta expansão vai adicionar 10.764 m<sup>2</sup> ao ABL total do shopping e um aumento de 3.315 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio à companhia, aumentando a presença da companhia na região Nordeste do país.

O projeto apresenta um NOI estimado estabilizado de R\$5,1 milhões para a BRMALLS e uma TIR de 28,1% (real e desalavancada).



### Expansão do Uberlândia

O shopping Center Shopping Uberlândia foi inaugurado em 1992 e hoje faz parte de um complexo *mixed use* que envolve compras, lazer, hospedagem e negócios, com um fluxo diário médio de 30 mil pessoas. O Shopping apresentou um SSR de 20,9% em 2011.

Este projeto vai adicionar 1,9 mil m<sup>2</sup> de ABL total ao shopping, aumentando o seu ABL em 3,7%. Em termos de NOI estabilizado, estimamos que esta expansão acrescentará R\$1,8 milhão ao ano, um valor que representa um crescimento de 4,8% em relação ao NOI do shopping em 2011.

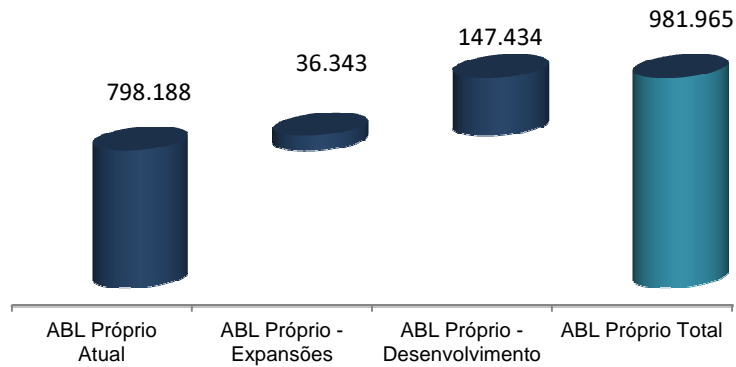
Esta expansão tem a previsão de inaugurar em 3T12 e tem uma TIR de 21,6% (real e desalavancada).



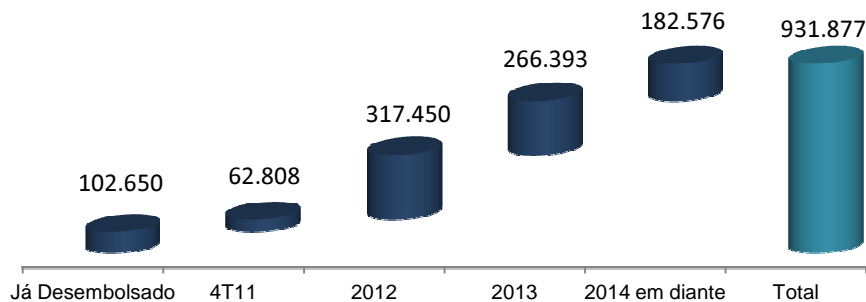
**Desenvolvimento:**

Contamos atualmente com 6 projetos greenfield: Shopping Estação BH, São Bernardo, Londrina Norte Shopping, Catuaí Shopping Cascavél, Contagem e Shopping Vila Velha. Os três primeiros estão com a inauguração prevista para este ano e os outros três tem inauguração prevista em 2013 e 2014. Os seis greenfields adicionarão 240,6 mil m<sup>2</sup> para o nosso ABL total e 147,4 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio, um acréscimo de 16,8% e 18,5% ao nosso portfólio, respectivamente. O investimento próprio total a ser desembolsado é cerca de R\$766,4 milhões, dos quais 41,4% serão desembolsados em 2012. A nossa participação média nos projetos é de 61,3%. O NOI estabilizado estimado para a companhia com os projetos greenfield é de R\$152,0 milhões. No 4T11, inauguramos o Mooca Plaza Shopping com 100% do seu ABL comercializado e 85% de suas lojas inaugurando junto com o shopping.

**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
Shopping Estação BH	37.745	60,0%	22.525	81,0%	26,0	12,0	19,2%	2T12	85,6%
São Bernardo	42.853	60,0%	25.712	36,0%	33,3	18,3	16,1%	4T12	71,9%
Londrina Norte	32.601	70,0%	22.821	50,0%	16,3	5,8	13,3%	4T12	45,9%
Cascavél	30.000	67,9%	20.370	0,0%	18,0	14,0	15,8%	4T13	0,0%
Contagem	33.702	70,0%	23.591	0,0%	29,3	19,6	16,6%	4T13	0,0%
Vila Velha	63.679	50,0%	32.415	0,0%	29,1	9,6	19,6%	2T14	23,8%
<b>Total</b>	<b>240.580</b>	<b>61,3%</b>	<b>147.434</b>		<b>152,0</b>	<b>79,3</b>			

### Mooca Plaza Shopping

Inauguramos o Mooca Plaza Shopping, como previsto, no dia 29 de novembro de 2011. O shopping inaugurou com 100% do seu ABL comercializado e com 85% de suas lojas abertas. O empreendimento foi o maior shopping inaugurado no Brasil em 2011, consolidando a BRMALLS como a maior operadora de shoppings do estado de São Paulo. O ABL total e próprio adicionado ao nosso portfólio foi de 42 mil m<sup>2</sup>, e 25,2 mil m<sup>2</sup> respectivamente. O NOI estabilizado é de R\$35,6 milhões e a TIR (real e desalavancada) é de 16,1%.

O Mooca Plaza Shopping é o primeiro shopping de grande porte no distrito da Mooca e possui 16 lojas âncoras como Renner, Marisa, C&A, Riachuelo, Tok&Stok, além da primeira loja da Le Biscuit em São Paulo, 209 satélites e megalojas. Além disso, o shopping traz outras opções de lazer como um cinema da rede Cinemark (incluindo uma sala Extreme Digital) e um mix gastronômico com restaurantes renomados como The Fifties, Hooters, Americas e as primeiras lojas em shoppings em São Paulo do Di Cunto e o Hocca Bar. O estacionamento possui espaço para 2.385 veículos.

### Estação BH

O Estação BH está previsto para inaugurar no 2T12. As obras do Estação BH se encontram dentro do cronograma inicial, apresentando 81,0% do seu físico realizado. 85,6% do seu ABL total já foi comercializado.

Após inaugurado, esperamos que o shopping gere R\$26,0 milhões de NOI estabilizado para a BRMALLS. Devido ao forte ritmo de comercialização a TIR, real e desalavancada, do projeto chegou a 19,2%.

### Londrina Norte Shopping

O Londrina Norte Shopping faz parte do portfólio adquirido do Grupo Catuaí e está previsto para inaugurar no 4T12. O shopping adicionará 32,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 22,8 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio.

O projeto está estrategicamente localizado no cruzamento de duas principais avenidas da zona norte de Londrina, estado do Paraná, com grande visibilidade e fácil acesso, possuindo no entorno terminal de ônibus, estádio e autódromo, que contribuirão para um grande fluxo de pessoas. O shopping fará parte de um complexo comercial multi-uso, direcionado ao público de classe média.

O mix será composto por 195 lojas, nas quais 45,9% já foram comercializadas. O shopping está com 50% do físico realizado. Atualmente contamos com 100% das âncoras comercializadas: Marisa, Lojas Americanas, Havan, Pernambucanas e Cinesystem.

Estimamos que o shopping contribua com um NOI próprio estabilizado de R\$16,3 milhões para a Companhia. A TIR, real e desalavancada, deste projeto é de 13,3%

### São Bernardo

O andamento do projeto do Shopping São Bernardo segue em linha com o cronograma inicial de inauguração no 4T12. A comercialização do shopping está bem avançada alcançando 71,9%. O Shopping conta com 100% das âncoras comercializadas: Riachuelo, C&A, LeBiscuit, Renner, Marisa, Centauro, Cinépolis, FastShop, Memove, Ponto Frio e Casas Bahia.

Uma vez inaugurado, o São Bernardo adicionará 25,7 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio e 42,9 mil m<sup>2</sup> de ABL total para a companhia e deverá gerar um NOI estabilizado de R\$33,3 milhões. Atingindo uma TIR, real e desalavancada de 16,1%

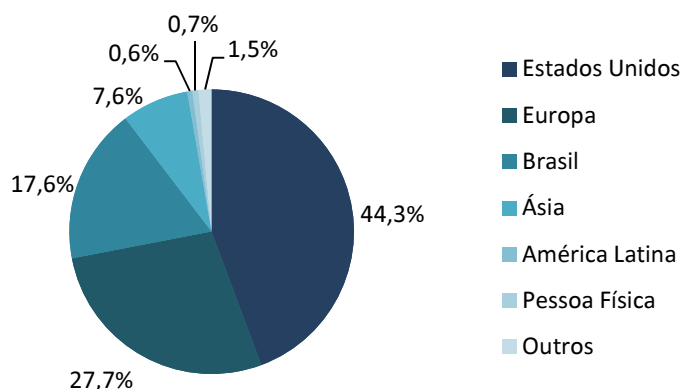


## Mercado de Capitais:

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 (31/12/2011)



### Índices com BRML3 na carteira:

	Peso
BM&F Ibovespa IBOV	0,75%
BM&F Bovespa IBrX-50	1,00%
BM&F Bovespa ICO2	0,90%
BM&F Bovespa IBrX	0,82%
BM&F Bovespa IGC	1,39%
BM&F Bovespa ITAG	1,33%
BM&F Bovespa MLC	0,84%
BM&F Bovespa IMOB	18,97%
iShares MSCI Brazil	0,81%

Fonte: Bloomberg (31/12/2011)

### Perfil do Investidor

Ao final do 4T11, nossa base de investidores era bem diversificada por regiões de origem. Nosso volume financeiro médio no trimestre foi de R\$34,6 milhões, apresentando uma queda de 3,0% frente a R\$35,6 milhões do 4T10. Porém, desde o final do 4T11 o volume financeiro médio é de R\$50,2 milhões, um aumento de 41,0% em relação ao 4T10 e 45,3% comparado ao 4T11. Já o nosso número de negócios médio foi de 6.023 no trimestre comparado a 2.923 no 4T10, apresentando um crescimento de 106,1%.

### Rating

Em janeiro de 2012, A Moody's atribuiu para a BRMALLS um rating corporativo e para as debêntures de Aa2.br em escala nacional de Ba1 em escala global. O rating tem perspectiva estável.

### Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o quarto trimestre de 2011 sendo negociada a R\$18,57 uma valorização de 3,6% em relação ao preço de fechamento de R\$17,94 do 3T11.

Em 2011, a ação da BRMALLS valorizou 7,0%, superior a queda de 18,1% do índice Ibovespa.

## Nossos Shoppings:

No final de 2011, a BRMALLS tinha participação em 45 shopping centers, totalizando 1.433,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 798,2 mil m<sup>2</sup> em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 55,7%. Os nossos 19 maiores shopping centers contribuem com mais de 80% do NOI da BRMALLS. Neste portfólio nossa participação média é de 76,3%. Detemos participação de 100% em 10 shoppings de nosso portfólio. Nesta data, prestamos serviços para 37 de nossos 45 shoppings. No total, dos shoppings em que detemos participação, 37 são comercializados, 34 administrados e 32 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.
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	
Mooca 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.
Jardim Sul	SP	30.800	100,0%	30.800	Admin./ Comerc.
Pantanal Shopping	MT	43.082	10,0%	4.308	
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	3,0%	986	
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
<b>Total</b>		<b>1.433.526</b>	<b>55,7%</b>	<b>798.188</b>	

## 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:

- Classe Alta: Villa Lobos e Fashion Mall;
- Classe Média Alta: Goiânia, Iguatemi Caxias, Plaza Niterói e Rio Plaza;
- Classe Média: Amazonas, Independência; Campo Grande, Curitiba, Norte Shopping, Campinas Shopping, ABC, Metrô Santa

**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 (4º anos após inauguração) sobre capex líquido (investimento total – receita de taxa de cessão)

## Demonstração de Resultados:

Demonstração de Resultado (R\$ mil)						
	4T11	4T10	%	2011	2010	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>285.555</b>	<b>202.938</b>	<b>40,7%</b>	<b>931.496</b>	<b>595.551</b>	<b>56,4%</b>
Aluguéis	229.252	144.919	58,2%	659.241	406.653	62,1%
Linearização de Aluguel	(17.981)	1.339		15.029	18.882	
Taxa de Cessão	30.438	21.485	41,7%	86.572	53.099	63,0%
Linearização de CDU	(19.754)	(17.427)		(51.241)	(36.287)	
Estacionamento	41.322	28.702	44,0%	131.061	82.956	58,0%
Taxa de Transferência	2.753	1.263	118,0%	9.868	3.760	162,5%
Prestação de Serviços	18.559	14.604	27,1%	74.877	51.121	46,5%
Outras	965	8.053	-88,0%	6.089	15.367	-60,4%
<b>(-)Impostos e Contribuições</b>	<b>(21.913)</b>	<b>(16.997)</b>	<b>28,9%</b>	<b>(70.021)</b>	<b>(49.114)</b>	<b>42,6%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>263.642</b>	<b>185.941</b>	<b>41,8%</b>	<b>861.475</b>	<b>546.437</b>	<b>57,7%</b>
<b>Custos</b>	<b>(25.215)</b>	<b>(23.742)</b>	<b>6,2%</b>	<b>(84.144)</b>	<b>(60.452)</b>	<b>39,2%</b>
Custos com Pessoal	(6.448)	(4.446)	45,0%	(20.829)	(11.637)	79,0%
Diversos Serviços	(6.678)	(14.459)	-53,8%	(30.063)	(31.855)	-5,6%
Custos Condominiais	(8.199)	(2.798)	193,0%	(24.116)	(11.964)	101,6%
Custos com Fundo de Promoções	(3.710)	(1.763)	110,4%	(8.683)	(4.702)	84,7%
Amortização - Custo	(181)	(276)		(453)	(294)	54,1%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>238.427</b>	<b>162.199</b>	<b>47,0%</b>	<b>777.331</b>	<b>485.985</b>	<b>59,9%</b>
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(33.078)</b>	<b>(30.955)</b>	<b>6,9%</b>	<b>(104.787)</b>	<b>(83.800)</b>	<b>25,0%</b>
Despesas com Vendas	(5.301)	(3.670)	44,5%	(12.862)	(12.793)	0,5%
Despesas de Pessoal	(28.156)	(22.094)	27,4%	(79.748)	(53.934)	47,9%
Serviços Contratados	(1.103)	(1.723)	-36,0%	(6.420)	(8.794)	-27,0%
Outras Despesas	1.482	(3.468)	-142,7%	(5.757)	(8.279)	-30,5%
<b>Depreciação</b>	<b>(120)</b>	<b>(627)</b>	<b>-80,9%</b>	<b>(1.008)</b>	<b>(1.285)</b>	<b>-21,6%</b>
<b>Amortização</b>	<b>(2.149)</b>	<b>(2.543)</b>	<b>-15,5%</b>	<b>(8.823)</b>	<b>(10.174)</b>	<b>-13,3%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(88.886)</b>	<b>(45.974)</b>	<b>93,3%</b>	<b>(305.693)</b>	<b>(94.047)</b>	<b>225,0%</b>
Receitas Financeiras	198.649	59.298	235,0%	541.949	249.512	117,2%
Despesas Financeiras	(287.536)	(105.272)	173,1%	(847.642)	(343.559)	146,7%
<b>Resultado da Equivalência Patrimonial</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		<b>-</b>	<b>1.222</b>	<b>-100,0%</b>
<b>Outras Receitas Operacionais</b>	<b>777.640</b>	<b>557.947</b>	<b>39,4%</b>	<b>782.660</b>	<b>576.403</b>	<b>35,8%</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>891.833</b>	<b>640.047</b>	<b>39,3%</b>	<b>1.139.680</b>	<b>874.304</b>	<b>30,4%</b>
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>891.833</b>	<b>640.047</b>	<b>39,3%</b>	<b>1.139.680</b>	<b>874.304</b>	<b>30,4%</b>
Provisão para IR/CSLL	(29.255)	(13.732)	113,0%	(60.707)	(34.118)	77,9%
Impostos Diferidos	(271.524)	(205.505)	32,1%	(289.319)	(205.913)	40,5%
Participação dos minoritários	(15.044)	(7.703)	95,3%	(29.269)	(15.315)	91,1%
Participação dos minoritários (Propriedade para Invest.)	(287.042)	(124.099)	131,3%	(289.470)	(124.099)	133,3%
<b>Lucro do Período</b>	<b>288.968</b>	<b>289.008</b>	<b>0,0%</b>	<b>470.914</b>	<b>494.858</b>	<b>-4,8%</b>

## Balço Patrimonial:

## Balço Patrimonial (R\$ mil)

	4T11	3T11	%		4T11	3T11	%
<b>Ativos</b>				<b>Passivos</b>			
<b>Circulante</b>				<b>Circulante</b>			
Disponibilidades	37.063	8.404	341,0%	Empréstimos e Financiamentos	382.856	163.659	133,9%
Contas a Receber	242.317	185.868	30,4%	Fornecedores	57.082	57.594	-0,9%
Titulos e Valores Mobiliários	414.962	757.521	-45,2%	Impostos e contribuições a recolher	32.512	30.198	7,7%
Swap Curva	79.008	53.443	47,8%	Provisão para IR e Contribuição Social	43.684	57.412	-23,9%
Impostos a Recuperar	12.221	8.105	50,8%	Salários e Encargos Sociais	66.815	52.465	27,4%
IR e contribuição social a recuperar	65.977	54.233	21,7%	Dividendos Mínimos Obrigatórios a Pagar	48.727	-	-
Adiantamentos	25.930	15.472	67,6%	Impostos e Contribuições - parcelamentos	1.486	1.888	-21,3%
Outros Valores a Receber	20.888	-	-	Adiantamentos de Clientes	26.281	21.497	22,3%
Despesas Antecipadas	16.886	17.074	-1,1%	Obrigações a pagar por aquisição de shopping	251.803	244.140	3,1%
<b>Total</b>	<b>915.262</b>	<b>1.100.120</b>	<b>-16,8%</b>	Diferencial de swap a pagar	112.901	56.657	99,3%
				Outros valores a pagar	7.933	379	1993,1%
				<b>Total</b>	<b>1.032.080</b>	<b>685.889</b>	<b>50,5%</b>
<b>Não Circulante</b>				<b>Não Circulante</b>			
Clientes	143.220	145.343	-1,5%	Empréstimos e Financiamentos	2.821.131	2.680.696	5,2%
Ativo Fiscal Diferido	39.862	41.993	-5,1%	Fornecedores	5.335	5.953	-10,4%
Depósitos e cauções	29.170	25.213	15,7%	Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos	108.821	108.963	-0,1%
Titulos e Valores Mobiliários	-	-	-	Impostos e Contribuições - parcelamentos	76.309	76.564	-0,3%
IR e Contribuição Social Diferidos	268.766	80.390	234,3%	Obrigações a pagar por aquisição de shopping	216.225	223.643	-3,3%
Swap Curva	71.276	89.278	-20,2%	Diferencial de swap a pagar	31.371	69.550	-54,9%
Outros Investimentos	467	467	0,0%	Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	2.406.248	1.889.163	27,4%
Outros	7.346	15.782	-53,5%	Receita Diferida	138.381	125.623	10,2%
<b>Total</b>	<b>560.107</b>	<b>398.466</b>	<b>40,6%</b>	Outros valores a pagar	3.091	13.797	-77,6%
				<b>Total</b>	<b>5.806.912</b>	<b>5.193.952</b>	<b>11,8%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>							
<b>Permanente</b>				<b>Participação dos Minoritários</b>			
Propriedade para Investimento	12.582.924	11.072.695	13,6%	Capital Social Realizado	3.424.181	3.423.837	0,0%
Imobilizado	11.166	11.148	0,2%	Reservas de Capital	37.302	33.093	12,7%
Leasing	-	-	-	Reservas de Lucro	3.213.702	2.791.515	15,1%
Diferido	-	-	-	Ações em tesouraria	(12)	(12)	0,0%
Intangível	12.258	11.805	3,8%	Lucros/Prejuízos Acumulados	-	181.946	-100,0%
Financiamento de construção	-	-	-	Gastos com Emissão de Ações	(50.727)	(50.728)	0,0%
<b>Total</b>	<b>12.606.348</b>	<b>11.095.648</b>	<b>13,6%</b>	<b>Total</b>	<b>6.624.446</b>	<b>6.379.651</b>	<b>3,8%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>14.081.717</b>	<b>12.594.234</b>	<b>11,8%</b>	<b>Total Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>14.081.717</b>	<b>12.594.234</b>	<b>11,8%</b>

## Fluxo de Caixa:

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	
	<b>4T11</b>
<b>Atividades operacionais</b>	
Lucro Antes do Imposto de Renda e Contribuição Social	891.833
<b>Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais (947.174)</b>	
Depreciação e amortização	2.450
Juros e variações monetárias sobre empréstimos	87.585
Amortização	-
Rendimento de aplicação	(19.681)
Variação Cambial	19.111
Swap na curva	2.246
Ajuste linearização aluguel e AVP	37.735
IR e Contribuição Social Diferidos	-
Ajuste IRPJ e CSLL	-
IR e Contribuição Social Diferidos - Lei 11.638	-
Ajuste plano de opções outorgadas	4.209
Ajuste Resultado Financeiro	(3.234)
Ativo fiscal diferido - CVM 349	2.131
Ajuste a Valor Justo da Propriedade para Investimento	(777.640)
Participação de não controladores	(302.086)
<b>Redução (aumento) dos ativos (620.194)</b>	
Contas a receber	(92.061)
Impostos a recuperar	(15.859)
Adiantamentos a condomínio	(10.458)
Despesas antecipadas	188
Depósitos e cauções	(3.957)
Outros	(498.047)
<b>Aumento (redução) dos passivos 521.537</b>	
Fornecedores	(1.130)
Impostos e contribuições	(12.775)
Salários e encargos sociais	14.350
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping	245
Adiantamento de clientes	4.784
Participação de não controladores	-
<b>Outros</b>	<b>516.063</b>
<b>Fluxo líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades operacionais (153.998)</b>	
<b>Atividades de Investimento</b>	
Aquisição de títulos e valores mobiliários	362.239
Venda de títulos e valores mobiliários	-
Dividendos pagos	-
Intangível	(453)
Propriedade para investimento	(732.589)
Imobilizado	(2.467)
Outros (ativo diferido)	-
Reservas de Lucro/Capital	-
Integralização de capital	-
<b>Fluxo líquido utilizado nas atividades de investimento (373.270)</b>	
<b>Atividades de Financiamento</b>	
Adições no ativo diferido	-
Aumento de capital	344
Capitalização de Reserva	-
Gastos com Emissão de Ações	1
Captação de financiamentos	272.047
Amortização de financiamentos	-
Ações em tesouraria/emissão de ações	-
Participação de não controladores	283.535
<b>Fluxo líquido gerado pelas (utilizados nas) atividades financeiras 555.927</b>	
<b>Fluxo de caixa gerado (utilizado) no período 28.659</b>	
<b>Disponibilidades</b>	
No final do trimestre	37.063
No início do trimestre	8.404
Movimentação líquida das disponibilidades	28.659

## Anexo - Tabela de Dívidas:

Perfil da Dívida (R\$ mil)						
	Índice	Taxa (%)	Vencimento	30/09/2011	31/12/2011	
<b>Dívida de Curto Prazo</b>						
Unibanco - CCB (i)		IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	12.741	12.756
Itaú - CCB (ii)		IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	15.076	15.335
Itaú - CRI (iii)		TR	10,15% a.a.	27/3/2020	68.503	69.758
Debêntures - Série 1 (juros) (iv)		DI	0,50% a.a.	15/7/2014	5.356	5.774
Debêntures - Série 2 (juros) (iv)		IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	5.560	12.235
Banco Santander (vi)		TR	11% a.a.	1/10/2019	8.079	8.206
Banco Santander (viii)		TR	10% a.a.	21/12/2019	2.656	2.826
Itaú (vii)		TR	11,16% a.a.	16/2/2023	29.078	13.270
Itaú (vii)		TR	11,00% a.a.	15/10/2021	0	18.401
Banco do Brasil - Finame (ix)		TJLP	3,85% a.a.	15/8/2012	4.728	4.758
Banco Bradesco - Finame (ix)		TJLP	3,35% a.a.	15/6/2012	611	449
Banco Bradesco (x)		TR	9,80% a.a.	28/6/2022	0	5.785
Banco BTG Pactual (xiv)		CDI	0,70% a.a.	7/5/2012	0	100.790
Itaú (xiv)		CDI	0,70% a.a.	7/5/2012	0	100.790
Titulos de crédito perpétuo (juros) (v)		USD	9,75% a.a.	-	4.423	4.623
Titulos de crédito perpétuo (juros) (v)		USD	8,50% a.a.	-	6.848	7.027
Citibank (xv)		6 mês Libor +	1,78% a.a.	8/12/2014	0	73
<b>Total Dívida de Curto Prazo</b>					<b>163.659</b>	<b>382.856</b>
<b>Dívida de Longo Prazo</b>						
Unibanco - CCB (i)		IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	53.328	52.004
Itaú - CCB (ii)		IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	70.303	69.526
Itaú - CRI (iii)		TR	10,15% a.a.	27/3/2020	434.193	430.538
Debêntures - Série 1 (juros) (iv)		DI	0,50% a.a.	15/7/2014	9.935	9.935
Debêntures - Série 2 (juros) (iv)		IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	338.480	343.498
Banco Santander (vi)		TR	11% a.a.	1/10/2019	84.292	82.970
Banco Santander (viii)		TR	10% a.a.	21/12/2019	29.296	28.570
Itaú (vii)		TR	11,16% a.a.	16/2/2023	117.304	103.444
Itaú (vii)		TR	11,00% a.a.	15/10/2021	104.234	116.514
Itaú - CRI (xii)		TR	11,00% a.a.	16/2/2023	0	53.587
Itaú (vii)		TR	10,70% a.a.	25/3/2025	534.600	549.821
Banco Bradesco - Finame (ix)		TJLP	3,35% a.a.	15/11/2014	7.091	5.947
Banco Bradesco - Finame (ix)		TJLP	3,25% a.a.	15/11/2012	12	19
Banco Bradesco (ix)		TR	9,80% a.a.	28/6/2022	100.128	109.913
Titulos de crédito perpetuo (juros) (v)		USD	9,75% a.a.	-	320.091	328.265
Titulos de crédito perpetuo (juros) (v)		USD	8,50% a.a.	-	426.512	431.434
Citibank (xv)		USD	1,78% a.a.	8/12/2014	0	105.146
<b>Total Dívida de Longo Prazo</b>					<b>2.680.696</b>	<b>2.821.131</b>
<b>Dívida Total</b>					<b>2.844.355</b>	<b>3.203.987</b>