

BRMALLS



Resultados do 2º trimestre de 2011

Relações com Investidores:
Leandro Bousquet
CFO e DRI

Derek Tang
Coordenador

Leonardo Vazquez
Analista

Bruno Cani

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

Teleconferência 2T11:

Português

2 de agosto de 2011
10:00 horas (horário de Brasília)
Tel: +55 11 3301-3000

Repetição

Tel: +55 (11) 3127-4999
Código: 51716209

A BRMALLS ANUNCIA EBITDA AJUSTADO DE R\$160,5 MILHÕES NO 2T11, CRESCIMENTO DE 58,3% SOBRE O 2T10.

Rio de Janeiro, 01 de agosto de 2011 – A BRMALLS Participações S.A. (Bovespa: BRML3), a maior empresa integrada de shopping centers do Brasil, anuncia hoje seus resultados referentes ao segundo trimestre de 2011 (2T11). A BRMALLS detém participação em 41 shoppings, que totalizam 1.260,0 mil m² de Área Bruta Locável (ABL) e 674,1 mil m² de ABL próprio. A BRMALLS possui 3 projetos greenfield e 9 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.452,0 mil m² e o ABL próprio para 789,6 mil m² até 2013. 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 34 shoppings centers.

Destques do Segundo Trimestre de 2011 e Eventos Subseqüentes:

- No segundo trimestre de 2011, a **receita líquida** cresceu **62,1%**, alcançando **R\$199,4 milhões**, enquanto que no acumulado do ano esse aumento foi de 65,0%, alcançando R\$378,5 milhões;
- O **NOI** atingiu **R\$176,0 milhões** no **2T11**, com um crescimento de **61,0%** sobre o NOI do 2T10, registrando uma **margem NOI** no trimestre de **90,4%**. O **NOI** acumulado do ano alcançou **R\$334,5 milhões**, **65,3%** maior do que o mesmo período em 2010. Nosso NOI mesmos shoppings cresceu **22,5%** no trimestre quando comparado ao 2T10;
- O **EBITDA ajustado** registrou **R\$160,5 milhões** no trimestre, um crescimento de **58,3%** em relação ao EBITDA ajustado do 2T10, com uma **margem EBITDA ajustado** de **80,5%**. No acumulado do ano, o EBITDA ajustado registrou R\$301,1 milhões, o que representa um crescimento de 58,4% sobre o mesmo período de 2010;
- No 2T11, o **Lucro Líquido** foi de **R\$115,4 milhões**, um crescimento de **56,3%** em relação ao ano anterior. O **FFO** no 2T11 alcançou **R\$118,9 milhões**, um crescimento de **55,5%** em relação aos **R\$76,5** milhões do 2T10. No acumulado do ano o FFO alcançou **R\$179,0 milhões**;
- Seguimos apresentando um **alto índice de taxa de ocupação** em nossos shoppings, **alcançando uma média de 97,7%** do ABL total ocupado no 2T11, sendo que dos 41 shoppings em que detínhamos participação, **17 apresentaram mais de 99,0% de seu ABL ocupado**. Excluindo os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, a taxa de ocupação foi de **98,3%** no trimestre;
- Nosso **leasing spread de renovações** alcançou **27,4%** e o **leasing spread de novos contratos** atingiu **19,3%**, um reflexo da elevada demanda dos lojistas por novos espaços;
- Desempenho **recorde de aluguel mesmas lojas**, alcançando **14,2%** de crescimento, enquanto o **vendas mesmas lojas** subiram **10,0%** no trimestre, mostrando um desempenho saudável dos nossos lojistas;
- Concluímos uma **oferta pública primária de ações de R\$731 milhões**, com a **emissão de 42,5 milhões de ações** (incluindo o lote suplementar e greenshoe), a um preço de **R\$17,20/ação**. Esses recursos serão utilizados para aquisições de participações em shoppings;
- Adquirimos o **Shopping Paralela**, localizado em Salvador (BA), em 29 de abril, adicionando **37,8 mil m²** ao nosso ABL próprio um NOI 1º ano estimado de **R\$22,2 milhões**;
- **Inauguramos** no trimestre o **Via Brasil Shopping** e a expansão do **Shopping Tamboré**, adicionando em conjunto **30,1 mil m²** ao nosso ABL próprio e um NOI estabilizado estimado de R\$34,3 milhões.

Destques Financeiros (R\$ mil)						
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Receita Líquida	199.418	123.049	62,1%	378.501	229.374	65,0%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	22.930	19.349	18,5%	47.479	35.253	34,7%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec Bruta)	10,7%	14,5%	-3,8%	11,6%	14,1%	-17,8%
NOI	176.033	109.322	61,0%	334.475	202.343	65,3%
<i>margem %</i>	90,4%	90,8%	-0,4%	89,9%	89,9%	0,0%
Lucro Bruto	180.821	111.758	61,8%	340.889	206.170	65,3%
<i>margem %</i>	90,7%	90,8%	-0,1%	90,1%	89,9%	0,2%
EBITDA	159.225	100.251	58,8%	298.540	187.811	59,0%
EBITDA Ajustado	160.466	101.377	58,3%	301.069	190.015	58,4%
<i>margem %</i>	80,5%	82,4%	-1,9%	79,9%	82,8%	-3,5%
Lucro Líquido	115.394	73.808	56,3%	172.618	115.860	49,0%
<i>margem %</i>	57,9%	60,0%	-2,1%	45,6%	50,5%	-9,7%
FFO	118.938	76.480	55,5%	179.015	121.535	47,3%
FFO Ajustado	85.586	81.026	5,6%	142.019	141.203	0,6%
<i>margem %</i>	42,9%	65,8%	-22,9%	37,5%	61,6%	-39,0%

Destques Operacionais						
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
ABL Total (m²)	1.259.973	1.052.399	19,7%	1.259.973	1.052.399	19,7%
ABL Próprio (m²)	674.115	490.793	37,4%	674.115	490.793	37,4%
Vendas Mesmas Lojas / m²	1.171	1.065	10,0%	1.104	1.010	9,3%
Vendas Totais (R\$ milhões)	3.717	3.007	23,6%	6.968	5.710	22,0%
Vendas / m²	1.036	999	3,8%	997	951	4,8%
Vendas / m² (lojas até 1.000 m²)	1.427	1.311	8,8%	1.388	1.308	6,1%
Vendas mesmas lojas/pé² (US\$) (lojas até 1.000 m²)	1.055	900	17,2%	1.004	859	16,9%
Aluguel Mesmas Lojas / m²	68	60	14,2%	65	58	12,0%
Aluguel / m²	92	73	27,3%	88	70	25,3%
NOI / m²	101	83	21,1%	85	78	8,4%
Custo de Ocupação (% das vendas)	10,0%	9,3%	0,8%	10,2%	9,8%	0,4%
(+) Aluguel (% vendas)	6,2%	5,8%	0,4%	6,3%	6,1%	0,2%
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	3,8%	3,4%	0,3%	3,9%	3,6%	0,3%
Ocupação (média trimestral)	97,7%	98,3%	-0,6%	97,9%	98,1%	-0,2%
Inadimplência Líquida	1,2%	0,6%	0,7%	1,3%	1,2%	0,1%
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	3,4%	2,9%	0,5%	3,5%	3,3%	0,2%
Turnover das lojas	4,6%	2,9%	1,7%	4,6%	3,6%	1,0%
Leasing Spread (renovações)	27,4%	22,3%	5,1%	27,7%	19,8%	7,9%
Leasing Spread (novos contratos)	19,3%	26,4%	-7,1%	19,9%	19,7%	0,2%

Indicadores de Mercado						
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Número Total de Ações	449.384.274	406.277.988	10,6%	449.384.274	406.277.988	10,6%
Número de Ações em Circulação	424.979.644	403.296.354	5,4%	424.979.644	403.296.354	5,4%
Preço Médio da Ação (R\$)	17,90	11,10	61,3%	16,90	11,00	53,6%
Preço Final da Ação (R\$)	17,85	11,75	51,9%	17,85	11,75	51,9%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	8.022	4.774	68,0%	8.022	4.774	68,0%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	43,0	14,7	192,5%	35,5	21,0	69,0%
Número de Negócios Médio	5.483	1.366	301,4%	4.013	1.415	183,5%
Dólar(US\$) Final	1,56	1,80	-13,2%	1,56	1,80	-13,2%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	1.386,0	640,0	116,6%	1.386,0	640,0	116,6%
NOI por ação	0,39	0,27	45,6%	0,74	0,50	48,9%
Lucro Líquido por ação	0,26	0,18	41,3%	0,38	0,29	34,8%
FFO Ajustado por ação	0,19	0,20	-4,5%	0,32	0,35	-9,7%
EV/EBITDA 2011 (anualizado)	14,7	13,4	9,8%	15,6	9,0	73,8%
P/FFO 2011 (anualizado)	23,4	14,7	59,1%	28,2	16,9	67,1%

* Checar glossário para definições

Comentários da Administração:

No segundo trimestre de 2011, registramos, mais uma vez, excelentes resultados. Isso foi um reflexo de um cenário econômico favorável, das inaugurações e aquisições dos últimos 12 meses e da nossa obstinação em busca de melhores resultados.

Apresentamos um forte crescimento orgânico no trimestre. Nosso NOI Mesmos Shoppings cresceu 22,5% no trimestre e 24,1% no acumulado do ano, comparado com um crescimento de 16,0% no 2T10 e 15,9% no primeiro semestre de 2010. O NOI total cresceu 61% no trimestre comparado ao mesmo período de 2010, atingindo R\$176 milhões, e a margem NOI alcançou 90%. Nosso EBTIDA ajustado foi de R\$160,5 milhões, crescimento de 58% comparado ao 2T10, e uma margem de 81%. O lucro líquido no trimestre foi de R\$115,4 milhões, crescimento de 56% sobre o 2T10.

No trimestre, atingimos um novo recorde de aluguel mesmas lojas (SSR), registrando crescimento de 14% comparado ao mesmo período no ano anterior. Este é um reflexo dos altos leasing spreads apresentados pela Companhia e do elevado índice de inflação registrado no ano passado. Acreditamos que continuaremos obtendo altos níveis de SSR nos próximos trimestres.

Nosso indicador de vendas mesmas lojas (SSS) continuou apresentando um crescimento acelerado no segundo trimestre, de 10,0% sobre o mesmo período de 2010, mesmo com os impactos negativos das medidas macroprudenciais para restringir o consumo. Este crescimento foi beneficiado pelo desempenho das lojas satélites e lazer, que apresentaram aumento de 13% e 29%, respectivamente. O aumento dos números de vendas e a demanda dos lojistas por espaços, vem se refletindo também nos altos leasing spreads que a companhia vem apresentando. No trimestre, registramos leasing spread renovações de 27% e leasing spread novos contratos alcançou 19%.

Em 25 de maio, concluímos mais uma oferta primária de ações, captando aproximadamente R\$731,0 milhões de reais a um preço de R\$17,20 por ação. Esses recursos serão usados integralmente para aquisições e aumentos de participações em shoppings do nosso portfólio. Essa foi a 4ª vez que acessamos o mercado de ações e a nossa 7ª operação de mercado de capitais em cinco anos.

Acreditamos que o segundo semestre de 2011 continuará muito positivo para a BRMALLS. Aumentaremos nosso ABL via aquisições e as inaugurações do Mooca Plaza Shopping e a expansão do Shopping Campo Grande. Acreditamos que continuaremos crescendo organicamente a taxas elevadas, que as vendas do varejo devem se manter com crescimento elevado, e que continuaremos adquirindo novas participações em shoppings e terrenos para desenvolvimento. Além disso, vamos continuar focados na melhoria de nossos processos internos, na nossa eficiência e implementando as melhores práticas de gestão.

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas em Reais (R\$), e as comparações referem-se ao 2º trimestre de 2010 (2T10). 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 informações trimestrais - ITR 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.

Em atendimento às Instruções CVM 603/09 e CVM 626/10, a Companhia está reapresentando as ITRs do 2T10 para que as mesmas estejam também de acordo com a norma internacional de contabilidade IAS 34 - Demonstração Financeira Intermediária, emitida pelo IASB - International Accounting Standards Board. Nesse contexto, 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 virtude 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 2T11

Receita Bruta:

No trimestre alcançamos uma receita bruta de R\$215,2 milhões, um crescimento de 60,9% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. No primeiro semestre do ano, a receita bruta atingiu R\$409,1 milhões, um crescimento de 63,8%. O crescimento da receita bruta no trimestre é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

Aluguel mínimo

No 2T11, a receita de aluguel mínimo somou R\$118,6 milhões, apresentando um crescimento de 64,5% frente ao mesmo período do ano anterior. Esse aumento é justificado pelo crescimento nas taxas de leasing spread de novos contratos e renovações, o aumento da inflação sendo repassado nos reajustes contratuais e as aquisições/inaugurações concluídas ao longo de 2010 e no primeiro trimestre de 2011. O efeito da linearização de aluguel foi positivo em R\$10,9 milhões no 2T11;

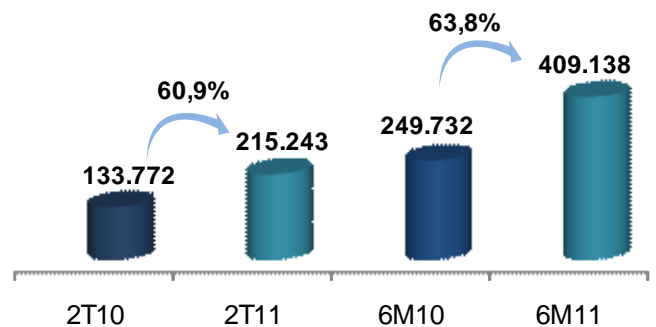
Mall & Merchandising

Registramos uma receita de R\$19,2 milhões, representando um aumento de 59,0% em relação ao mesmo período do ano passado, em grande parte devido ao aumento do nosso portfólio. A receita representou 13,5% da receita total de aluguel do trimestre, contra 12,5% no 2T10;

Prestação de serviços

Aumento de R\$7,1 milhões, ou 53,2% de crescimento em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse crescimento é explicado pelo maior número de shoppings administrados pela Companhia, sendo 30 nesse trimestre comparado a 23 no 2T10, além da entrada do Shopping Crystal ao CSC, totalizando 25 shoppings no 2T11 integrados ao CSC.

Evolução da Receita Bruta (R\$ mil)



Aluguel Percentual

Obtivemos um aumento de R\$6,3 milhões, ou 66,5% sobre o 2T10, explicado principalmente pelo crescimento de 23,6% nas vendas totais dos lojistas, e as aquisições/inaugurações de novos shoppings ao longo de 2010 e início de 2011, que contribuíram com 21,1% da receita de aluguel percentual total. A receita de aluguel percentual representou 11,1% da receita total de aluguel no período, contra 11% no mesmo período do ano passado.

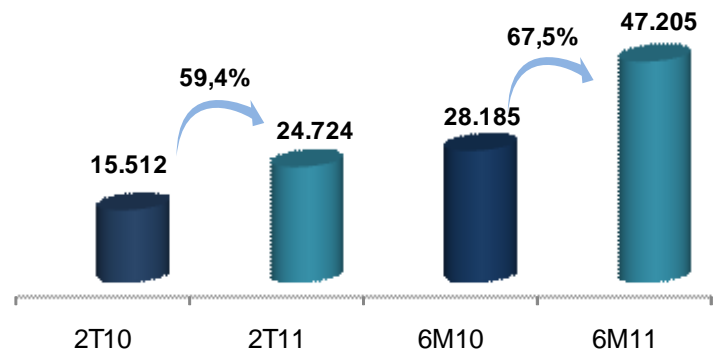
Taxa de cessão (luvas)

Aumento de R\$2,1 milhões, ou 44,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Este crescimento foi beneficiado pelo aumento do ritmo de comercialização de nossos greenfields e expansões em comparação ao ano anterior e ao aumento do número de shoppings comercializados. Nosso estoque de CDU no 2T11 foi de R\$69,9 milhões.

Estacionamento

Registramos um crescimento de R\$11,1 milhões, ou 59,9% comparado ao mesmo período do ano anterior. O crescimento é em grande parte explicado pela entrada de novos shoppings adquiridos desde o 2T10 que contribuiu com 17,1% do crescimento registrado nessa linha. Além disso, a alteração na estrutura societária da operação de estacionamento de parte de nossos shoppings contribuiu para o crescimento dessa linha. No 2T11, o NOI de estacionamento registrou um crescimento de 59,4%, somando R\$24,7 milhões.

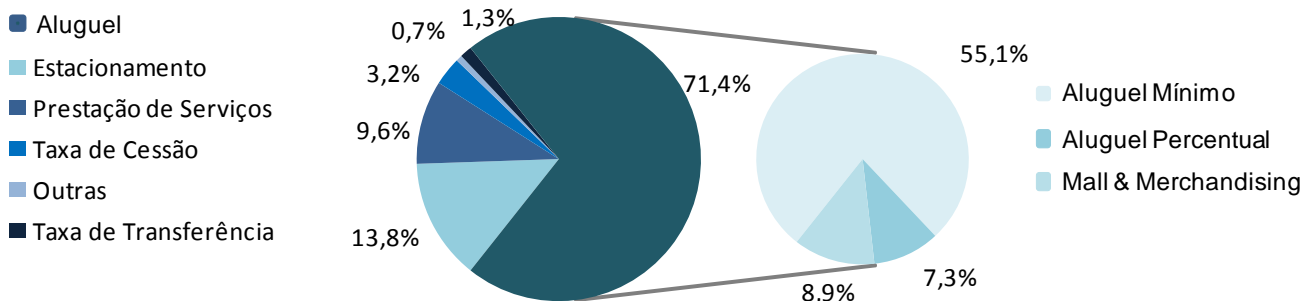
Evolução NOI Estacionamento (R\$ mil)



Taxa de transferência

Aumento de 233,5% na receita de taxa de transferência frente ao mesmo período do ano passado. Esse aumento pode ser explicado pelo maior turnover das lojas nos shoppings adquiridos, que apresentou 4,6% no trimestre, um aumento de 2,9% frente ao mesmo período do ano anterior.

Distribuição da Receita Bruta 2T11

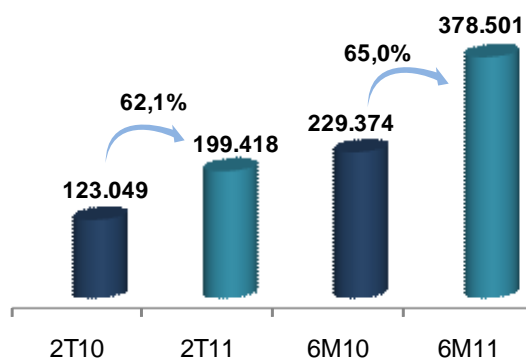


Abertura da Receita Bruta (R\$ mil)

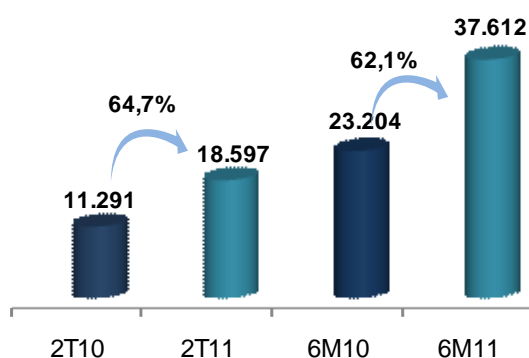
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Aluguel Mínimo	118.649	72.114	64,5%	227.751	137.005	66,2%
Aluguel Percentual	15.770	9.469	66,5%	28.222	17.607	60,3%
Mall & Merchandising	19.215	12.082	59,0%	36.235	22.113	63,9%
Estacionamento	29.637	18.531	59,9%	56.535	32.694	72,9%
Prestação de Serviços	20.581	13.430	53,2%	37.133	24.656	50,6%
Taxa de Cessão	6.934	4.809	44,2%	14.453	8.008	80,5%
Taxa de Transferência	2.901	870	233,5%	4.680	1.353	245,9%
Outras	1.555	2.467	-37,0%	4.127	6.296	-34,4%
Receita Bruta	215.243	133.772	60,9%	409.138	249.732	63,8%

Receita Líquida:

No trimestre a receita líquida alcançou R\$199,4 milhões, representando um crescimento de R\$76,4 milhões, ou 62,1% comparado ao 2T10. No acumulado do ano, a receita líquida totalizou R\$378,5 milhões, aumento de 65,0% frente ao primeiro semestre de 2010.

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

Nesse trimestre os custos de aluguéis e serviços aumentaram em R\$7,3 milhões, ou 64,7% quando comparado ao 2T10. Esse aumento é explicado pelo forte ritmo de aquisição que ocorre desde segundo semestre do ano de 2010 e pela inauguração de três projetos greenfield, que em conjunto adicionaram 183,2 mil m² de ABL próprio para a companhia:

Evolução dos Custos (R\$ mil)**Diversos Serviços**

Incremento de R\$1,5 milhões, ou 30,7%. O aumento foi principalmente causado pela adição de novos shoppings no portfólio da companhia.

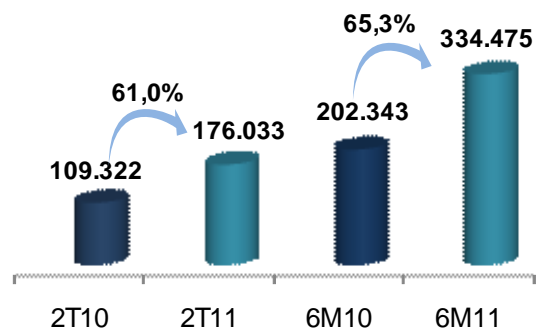
Custo com Pessoal

Aumento de R\$2,5 milhões nos custos com pessoal. Conforme mencionado, o aumento de 37,4% no ABL próprio da companhia contribuiu com parte do aumento do custo com o pessoal. Além disso, também pode ser explicado pelo aumento do custo com auditoria de vendas, que contribuiu com um aumento de 66,5% na receita de aluguel percentual.

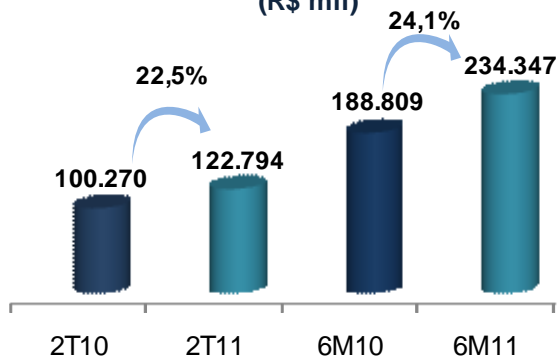
NOI:

No 2T11 o nosso NOI atingiu R\$176,0 milhões, um crescimento de R\$66,7 milhões ou 61,0% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A margem NOI no trimestre foi de 90,4%, uma diminuição de 0,4 p.p em relação ao 2T10. No primeiro semestre do ano, o NOI acumulado totalizou R\$334,5 milhões, um aumento de 65,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem acumulada atingiu 89,9%.

Evolução do NOI (R\$ mil)



Evolução do NOI Mesmos Shoppings (R\$ mil)



Observamos no trimestre um crescimento de NOI mesmos shoppings de 22,5% em comparação ao 2T10. Os shoppings administrados pela BRMALLS obtiveram um crescimento de NOI mesmos shoppings de 23,0%, enquanto os não administrados cresceram 19,5%. O NOI mesmo shoppings acumulado apresentou um aumento de 24,1% no primeiro semestre de 2010 em comparação com o mesmo período do ano anterior. A maior parte de nosso NOI no trimestre (90,1%) foi concentrado nos 30 shoppings administrados pela Companhia onde nossa participação média é de 63,1%.

NOI e Vendas por Shopping (R\$ milhões)

Shopping	NOI 2T11	Vendas 2T11	NOI 6M11	Vendas 6M11
Plaza Niterói	18.431	193.704	35.641	357.392
Shopping Tijuca	18.283	162.187	35.951	302.851
NorteShopping	15.790	286.793	31.037	549.677
Shopping Tamboré	9.819	107.015	16.910	188.994
Center Shopping Uberlândia	8.576	113.339	16.729	217.409
Shopping Recife	8.478	290.618	16.421	553.991
Campinas Shopping	7.313	73.384	13.415	139.789
Shopping Metrô Santa Cruz	7.168	83.070	14.315	158.007
Granja Vianna	6.488	52.971	12.152	104.389
Shopping Del Rey	6.078	109.382	12.214	216.979
Shopping Estação	6.006	75.349	11.582	144.527
Shopping Villa-Lobos	5.536	135.094	10.290	254.865
Shopping Campo Grande	5.256	80.822	10.382	153.670
Fashion Mall	4.907	68.975	9.616	122.581
Independência Shopping	4.904	51.981	9.008	97.203
Ilha Plaza Shopping	4.737	68.711	8.922	126.158
Goiânia Shopping	4.132	64.883	7.918	129.147
Outros	34.131	1.698.739	61.972	3.150.664
Total	176.033	3.717.016	334.475	6.968.294

Reconciliação do NOI (R\$ mil)

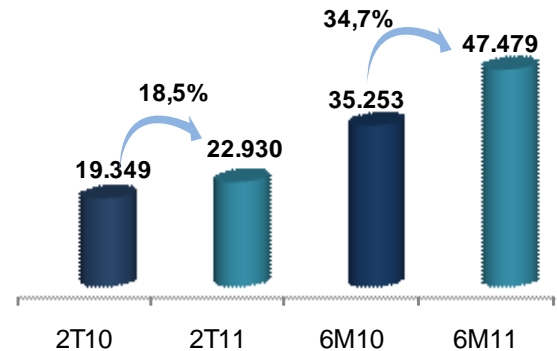
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Receita Bruta	215.243	133.772	60,9%	409.138	249.732	63,8%
(-) Prestação de Serviços	(20.581)	(13.430)	53,2%	(37.133)	(24.656)	50,6%
(-) Custos	(18.597)	(11.273)	65,0%	(37.612)	(23.186)	62,2%
(+) Debêntures do Araguaia	1.241	1.126	10,2%	2.529	2.204	14,7%
(+) Crédito Presumido PIS/COFINS	(1.272)	(873)	45,7%	(2.447)	(1.751)	39,7%
NOI	176.033	109.322	61,0%	334.475	202.343	65,3%
<i>Margem %</i>	<i>90,4%</i>	<i>90,8%</i>	<i>-0,4%</i>	<i>89,9%</i>	<i>89,9%</i>	<i>0,0%</i>

80,6% do NOI do 2T11

* NOI considerando os efeitos da linearização

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas:

No 2T11 as despesas com vendas, gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, totalizaram R\$22,9 milhões, um crescimento de 18,5% em relação ao 2T10, ou seja, um aumento de R\$3,6 milhões. Estas despesas representaram 10,7% da receita bruta no trimestre, uma redução de 3,8 p.p. comparada aos 14,5% registrado no 2T10.

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

As despesas gerais e administrativas tiveram um aumento de 33,0%, ou R\$5,1 milhões, em relação ao 2T10. As despesas de pessoal aumentaram 43,5% em relação ao mesmo período no ano anterior, explicado pelas aquisições e greenfields, conforme previamente mencionado.

Despesas com Vendas

Redução de 41,0% na despesa com vendas. Grande parte dessa redução é devido à otimização da estrutura de comercialização da Companhia. No acumulado do ano as despesas com vendas apresentam uma redução de 25,5% frente ao mesmo período do ano anterior.

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.

Nesse trimestre observamos uma despesa de depreciação de R\$0,7 milhão, contra uma depreciação positiva de R\$0,2 milhão no mesmo período no ano anterior, explicada pela reversão da depreciação de nosso escritório feita no 1T10. Além disso, registramos uma amortização de R\$2,8 milhões, uma redução de 1,3% comparada ao 2T10, que se refere principalmente a ativos diferidos e ativos fiscais diferidos.

Outras Receitas Operacionais:

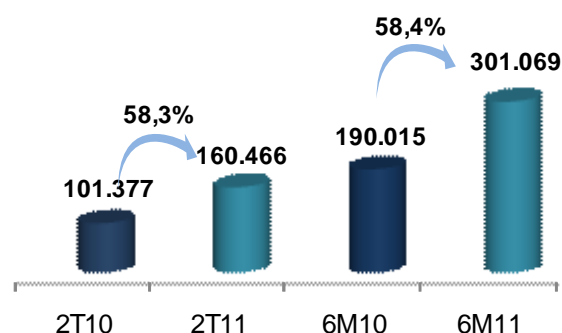
No 2T11 registramos outras receitas operacionais de R\$1,3 milhões, comparado a R\$7,8 milhões no mesmo período do ano anterior.

EBITDA:

No 2T11 registramos um EBITDA ajustado de R\$160,5 milhões, um crescimento de R\$59,1 milhões ou de 58,3% comparado ao mesmo trimestre de 2010. A margem EBITDA ajustado foi de 80,5%. No 6M11 atingimos um EBITDA ajustado de R\$301,1 milhões, um aumento de R\$111,0 milhões ou 58,4%, comparado ao mesmo período em 2010. A margem EBITDA ajustado alcançou 79,9% no 6M11.

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)						
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Receita Líquida	199.418	123.049	62,1%	378.501	229.374	65,0%
(-) Receita condomínio Uberlândia	-	-	-	1.735	-	-
(-) Receita Líquida ex-Uberlândia	-	-	-	376.766	-	-
(-) Custos e Despesas	(45.072)	(33.276)	35,4%	(91.488)	(64.096)	42,7%
(+) Custo condomínio Uberlândia	-	-	-	2.049	-	-
(+) Depreciação e Amortização	3.545	2.654	33,6%	6.398	5.657	13,1%
(+) Outras Receitas Operacionais	1.335	7.824	-82,9%	4.816	16.876	-71,5%
EBITDA	159.225	100.251	58,8%	298.540	187.811	59,0%
(+) Debêntures do Araguaia	1.241	1.126	10,2%	2.529	2.204	14,7%
EBITDA Ajustado	160.466	101.377	58,3%	301.069	190.015	58,4%
Margem %	80,5%	82,4%	-1,9%	79,9%	82,8%	-2,9%

Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ mil)



Resultado Financeiro:

O resultado financeiro líquido no trimestre foi negativo em R\$21,3 milhões, comparado a um resultado negativo de R\$12,7 milhões no 2T10, um aumento de 67,9%. O resultado foi composto por uma receita financeira de R\$93,0 milhões e uma despesa financeira de R\$114,3 milhões. Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro foram:

Swap a Mercado

O reconhecimento dos nossos swaps ao valor de mercado gerou uma receita financeira líquida, não-caixa, de R\$8,6 milhões no trimestre, gerada principalmente pelos swaps em que estamos passivos em IGPM, além do swap a termo do nosso bônus perpétuo. Comparativamente, no 2T10 tivemos uma receita financeira líquida dos swaps a mercado, não-caixa, de R\$2,2 milhões.

Variações Cambiais

A valorização do Real frente ao Dólar dos EUA contribuiu para uma variação não-caixa positiva sobre o montante principal do nosso bônus perpétuo, gerando uma receita financeira líquida de R\$27,2 milhões no trimestre, contra uma despesa financeira líquida de R\$1,9 milhão no mesmo trimestre de 2010.

Resultado Financeiro (R\$ mil)						
Receitas	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Aplicações Financeiras	28.394	24.241	17,1%	46.462	46.626	-0,4%
Variações Cambiais	30.986	14.139	119,2%	51.419	24.978	105,9%
Swap na Curva	17.809	23.225	-23,3%	37.224	52.270	-28,8%
Swap a mercado	13.198	2.181	505,1%	26.040	2.181	1093,9%
Outros	2.634	1.737	51,6%	5.162	5.959	-13,4%
Total	93.021	65.523	42,0%	166.307	132.014	26,0%
Despesas	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Juros	(80.526)	(38.062)	111,6%	(160.526)	(82.790)	93,9%
Variações Cambiais	(3.806)	(16.012)	-76,2%	(9.466)	(36.422)	-74,0%
Swap na Curva	(21.845)	(23.096)	-5,4%	(46.582)	(52.485)	-11,2%
Swap a Mercado	(4.558)	-	0,0%	(42.979)	(10.538)	307,9%
Outros	(3.549)	(1.018)	248,7%	(5.009)	(2.562)	95,5%
Total	(114.284)	(78.188)	46,2%	(264.562)	(184.797)	43,2%
Resultado Financeiro	(21.263)	(12.665)	67,9%	(98.255)	(52.783)	86,1%
Resultado Financeiro - Caixa	(57.083)	(12.973)	340,0%	(123.270)	(32.982)	273,7%

Swap na Curva

Os nossos swaps na curva apresentaram uma despesa financeira líquida de R\$4,0 milhões, ocasionada principalmente pelo swap do nosso bônus perpétuo onde estamos ativo em Dólar dos EUA e passivo em CDI. No mesmo trimestre do ano anterior tivemos uma receita financeira líquida R\$0,1 milhão.

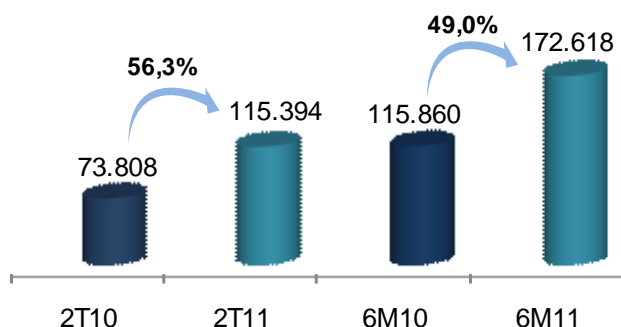
Despesas com Juros

As despesas com juros no trimestre foram de R\$80,5 milhões, um aumento de 111,6%, comparado aos R\$38,1 milhões registrados no 2T10. Os principais efeitos foram o aumento da dívida líquida média do trimestre, passando de R\$493 milhões no 2T10 para R\$1.647 milhões em 2T11.

Lucro Líquido:

Nosso lucro líquido do trimestre alcançou R\$115,4 milhões, um aumento de 56,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, o lucro líquido atingiu R\$172,6 milhões, um crescimento de 49,0%. O lucro líquido por ação no 2T11 alcançou R\$0,26.

Evolução do Lucro Líquido (R\$ mil)

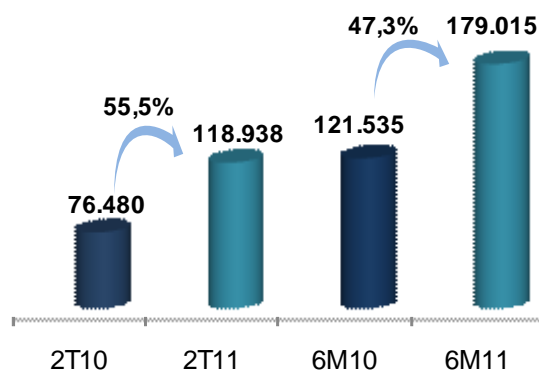


FFO Ajustado:

No trimestre o FFO atingiu R\$118,9 milhões, comparado a R\$76,5 milhões no mesmo período do ano anterior, um aumento de R\$42,5 milhões ou 55,5%. O FFO ajustado foi de R\$85,6 milhões, um aumento de R\$4,6 milhões ou 5,6%, comparado ao R\$81,0 milhões em 2T10. A margem FFO ajustado foi de 42,9% no trimestre.

Reconciliação do FFO (R\$ mil)						
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Lucro Líquido	115.394	73.808	56,3%	172.618	115.860	49,0%
(+) Depreciação e Amortização	3.545	2.672	32,7%	6.398	5.675	12,7%
FFO	118.938	76.480	55,5%	179.015	121.535	47,3%
(-) Variação Cambial	27.180	(1.873)	-1551,1%	41.953	(11.444)	-466,6%
(-) Swap a Mercado	8.641	2.181	296,2%	(16.939)	(8.357)	102,7%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	2.468	4.854	-49,2%	(11.982)	(133)	8909,3%
FFO Ajustado	85.586	81.026	5,6%	142.019	141.203	0,6%
<i>Margem %</i>	<i>42,9%</i>	<i>65,8%</i>	<i>-22,9%</i>	<i>37,5%</i>	<i>61,6%</i>	<i>-24,0%</i>

Evolução do FFO (R\$ mil)



CAPEX:

Nesse trimestre nosso investimento total alcançou R\$353,7 milhões, distribuídos da seguinte forma:

Aquisições

Total de R\$231,8 milhões, referentes à aquisição do Shopping Paralela;

Expansões e Revitalizações

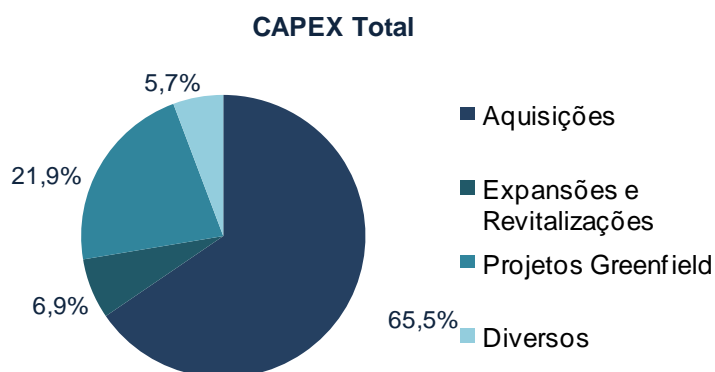
Total de R\$24,3 milhões, sendo a maioria referente à expansão do Shopping Tamboré, inaugurado no dia 28 de abril desse ano, além das revitalizações em andamento;

Projetos Greenfield

Total de R\$77,3 milhões referentes principalmente à obra do Mooca Plaza Shopping, com previsão para inauguração no 4T11, além dos outros projetos greenfield já anunciados;

Diversos

Total de R\$20,3 milhões investido em sistemas e processos internos, dentre outros.



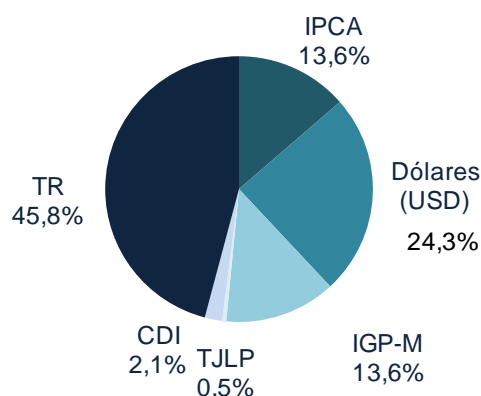
Disponibilidade de Caixa e Dívida:

Nossa posição de dívida bruta fechou em R\$2.641,4 milhões, um aumento de R\$17,6 milhões em relação ao 1T11, sendo em grande parte devido à liberação de recursos do financiamento imobiliário junto ao Bradesco para construção do Mooca Plaza Shopping em R\$17,8 milhões.

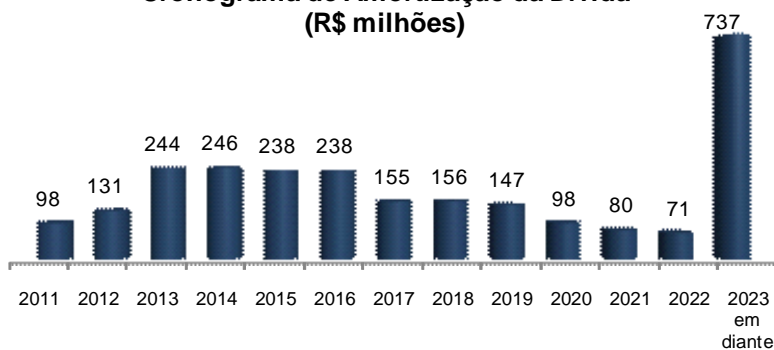
A posição de caixa da companhia encerrou o trimestre em R\$1.255,3 milhões, um aumento de R\$530,3 milhões em relação ao 1T11. Esse aumento é explicado principalmente pela oferta de ações realizada pela Companhia em maio de 2011, totalizando R\$731,0 milhões em recursos captados, além do ingresso de recursos dos financiamentos dos greenfields. Parte do caixa foi utilizado no primeiro pagamento da aquisição do Shopping Paralela de R\$95 milhões, e para a construção do Mooca Plaza Shopping e Estação BH.

Considerando o resultado líquido dos desembolsos acima mencionados, chegamos a uma dívida líquida de R\$1.386,0 milhões, uma redução de R\$512,7 milhões em comparação ao 1T11. Mantivemos um perfil de dívida de longo prazo (93,3% da dívida bruta) com custo médio equivalente à IGP-M + 7,13%, e um calendário de amortização de dívida com duração média de 13 anos, comparado a 11 anos no primeiro trimestre de 2011.

Indexadores da Dívida



Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)



Principais Indicadores (R\$ mil)

	2T11	1T11
Disponibilidades	1.255.338	724.993
Remuneração Média	101,1%	101,1%
Dívida Bruta (R\$ mil)	2.641.378	2.623.751
Prazo Médio (anos)	13,3	11,0
Custo Médio	IGPM + 7,13%	IGP-M + 6,70%
Dívida Líquida	1.386.040	1.898.758
Dívida Líquida / EBITDA anualizado	2,16	3,38
Dívida Líquida (ex-perpétuos) / EBITDA an.	1,16	2,18
EBITDA / Despesa Financeira Líquida	7,55	7,30
Dívida Bruta / EBITDA	4,12	4,67
FFO / Dívida Bruta	0,13	0,09

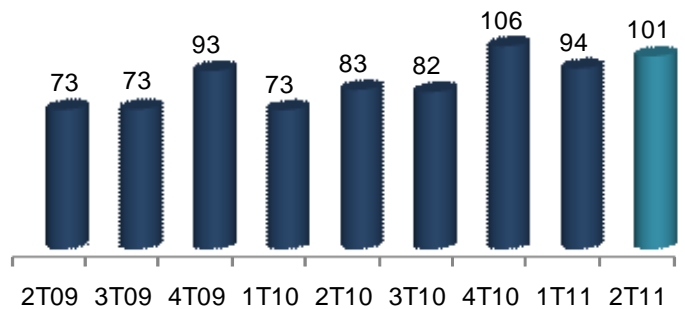
* Checar glossário para definições.

Indicadores Operacionais:

NOI por m²

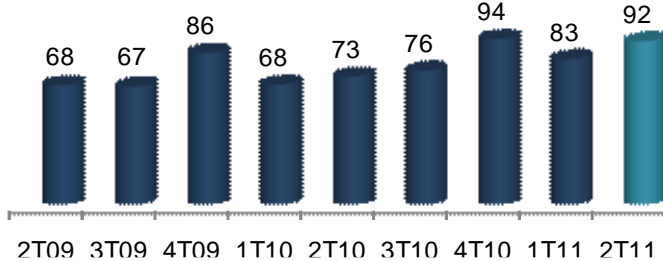
Nesse trimestre alcançamos um crescimento de NOI por m², considerando os efeitos da linearização, de 21,1% sobre o mesmo trimestre em 2010, chegando a uma média mensal de R\$100,7. Se considerarmos os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI em nosso portfólio, observamos um crescimento de seu NOI por m² de 11,2% alcançando R\$104,4.

NOI por m² (R\$)*



*O NOI por m² médio considera os efeitos da linearização

Aluguel por m² (R\$)*



*O Aluguel por m² médio considera os efeitos da linearização

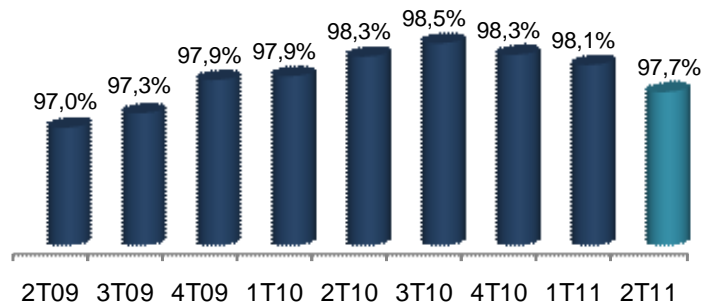
Aluguel por m²

Também no mesmo período o aluguel por m² considerando os efeitos da linearização aumentou em 27,3%, alcançando uma média mensal de R\$92,5.

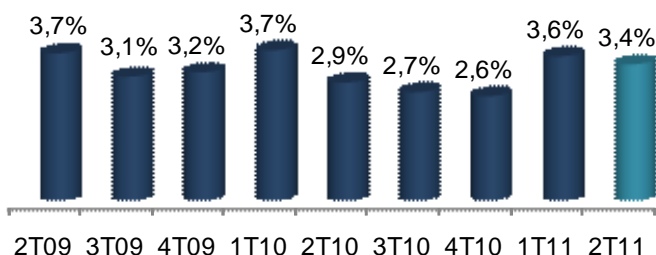
Taxa de Ocupação

Seguimos apresentando um alto nível de taxa de ocupação em nossos shoppings, alcançando uma taxa de ocupação média de 97,7% do ABL total no trimestre. No 2T11, dos 41 shoppings que detínhamos participação, 17 apresentaram mais de 99% de seu ABL ocupado. A taxa de ocupação foi impactada pelos três shoppings inaugurados, que ainda estão em fase de maturação, além das aquisições nos últimos 12 meses. Excluindo os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, a taxa de ocupação foi de 98,3% no trimestre.

Taxa de Ocupação (%)



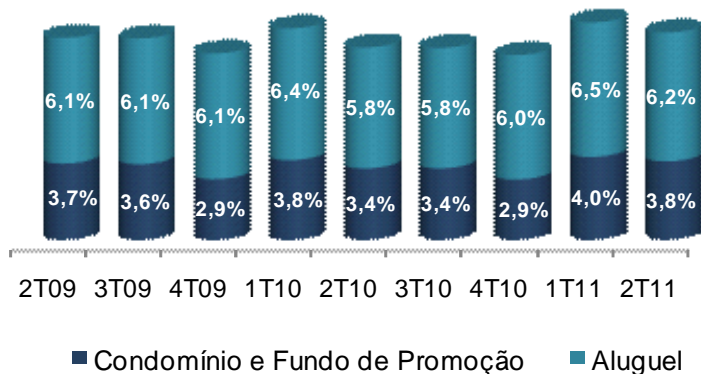
Pagamentos em Atraso (%)



Pagamentos em Atraso

No 2T11 o nível de pagamentos em atraso (30 dias) registrou uma média de 3,4% no trimestre, comparado a 2,9% no mesmo período do ano anterior. Excluindo os shoppings adquiridos e inaugurados nos últimos 12 meses, o nível de pagamentos em atraso (30 dias) foi de 3,0% no trimestre. A inadimplência líquida registrou 1,2% no 2T11.

Distribuição do Custo de Ocupação
(% das Vendas)



Custo de Ocupação

O custo de ocupação como percentual das vendas dos lojistas aumentou 0,8 p.p em relação ao 2T10, registrando 10,0%. O incremento é explicado principalmente pelo aumento do aluguel por m², de 27,3% no 2T11.

Resumo da Evolução dos Indicadores

	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11
SSS/m ²	953	960	1.332	997	1.077	1.114	1.421	1.038	1.171
SSR/m ²	57	57	77	59	60	62	81	62	68
Vendas/m ²	874	880	1.186	897	999	1.040	1.317	955	1.036
Vendas/m ² (lojas < 1.000 m ²)	1.158	1.352	1.616	1.293	1.311	1.387	1.858	1.347	1.427
Aluguel/m ²	68	67	86	68	73	76	94	83	92
NOI/m ²	73	73	93	73	83	82	106	94	101
Custo de Ocupação (% das Vendas)	9,8%	9,8%	9,0%	10,2%	9,3%	9,3%	8,9%	10,5%	10,0%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	3,7%	3,1%	3,2%	3,7%	2,9%	2,7%	2,6%	3,6%	3,4%
Inadimplência Líquida	0,7%	1,1%	0,4%	1,6%	0,6%	0,6%	0,2%	1,3%	1,2%
Ocupação (%)	97,0%	97,3%	97,9%	97,9%	98,3%	98,5%	98,3%	98,1%	97,7%

Valores em dólares/ft²

As vendas mesmas lojas para espaços com menos de 1.000 m² registraram um valor anualizado de US\$1.054,9/pé², um crescimento de 17,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Para fins comparativos incluímos abaixo alguns indicadores operacionais da Companhia adotando os padrões usados pelas companhias norte-americanas (US\$/pé²)

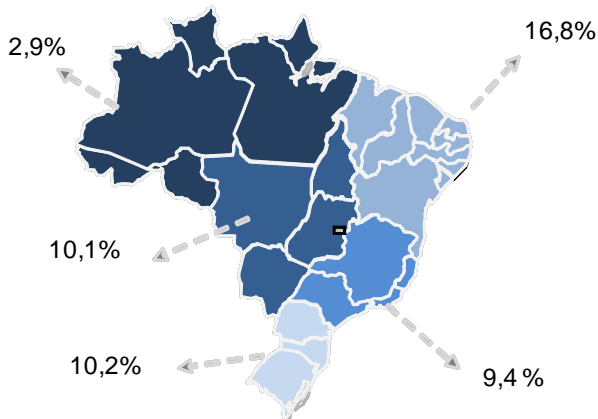
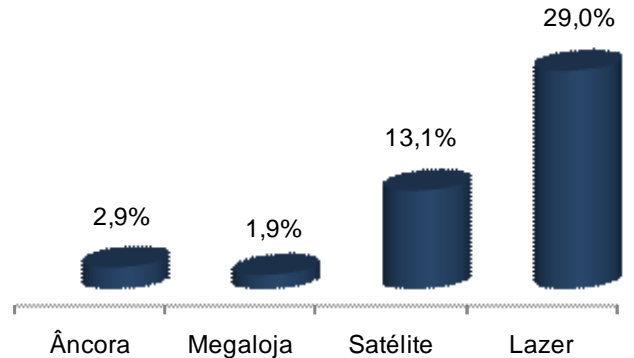
Valores Anualizados em USD/pé²

	4T09	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11
Vendas mesmas lojas /pé ² (lojas < 1.000 m ²)	1.171	828	900	975	1.292	920	1.055
Aluguel/pé ²	58	45	48	51	65	58	68
NOI/pé ²	63	48	55	55	74	67	74

Desempenho das Vendas:

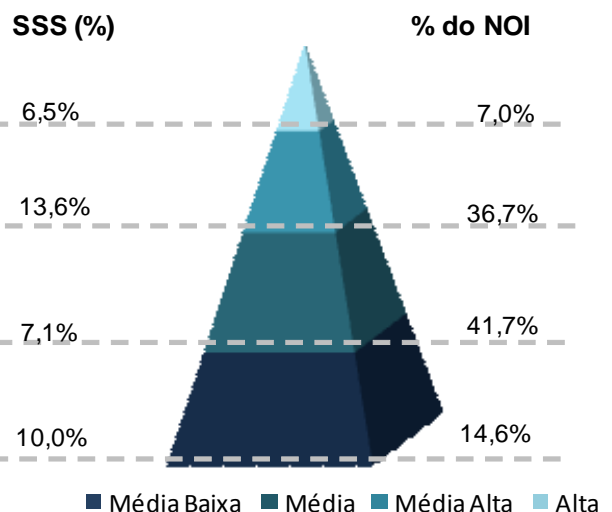
No trimestre, o portfólio da BRMALLS registrou um total de vendas de R\$3,7 bilhões, um aumento de 23,6% em relação ao 2T10. As vendas mesmas lojas cresceram 10,0% quando comparadas ao mesmo trimestre do ano anterior, em que cresceram 13,2%. O segmento de lojas que mais se destacou no período mencionado foi o de lazer, apresentando um crescimento de 29,0%, seguida pelas lojas satélites que registraram crescimento de 13,1%. Em contrapartida, as lojas âncoras e megalojas apresentaram desaceleração das vendas mesmas lojas, explicado pela alta base de comparação do 2T10.

Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento (2T11 versus 2T10)



Regionalmente, o destaque de crescimento de vendas mesmas lojas foi a região Nordeste, cujo SSS foi de 16,8% quando comparado ao 2T10, impulsionado pelo desempenho do Iguatemi Maceió. Nossa maior presença é na região Sudeste, onde concentramos 78,2% do NOI total da Companhia. Esta região obteve um crescimento de 9,4% de SSS.

Por segmentos de renda, os shoppings voltados para a classe média alta e média baixa apresentaram o melhor resultado, com suas vendas mesmas lojas crescendo 13,6% e 10,0%, respectivamente, em relação ao 2T10. O aumento das vendas desses segmentos foi impulsionado pelos shoppings Iguatemi Maceió e Top Shopping, registrando SSS de 38,6% e 26,7%, respectivamente.



Atividade Comercial:

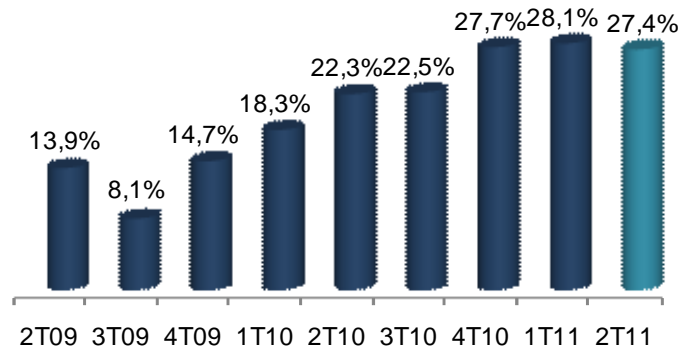
No 2º trimestre de 2011 continuamos apresentando excelentes leasing spreads na renovação de contratos de aluguel já existentes e na negociação de novos contratos em shoppings existentes, alcançando as marcas de 27,4% e 19,3%, respectivamente. Os altos leasing spreads podem ser explicados por SSS de dois dígitos e pelo baixo custo de ocupação apresentado pela companhia.

No trimestre foram renovados 90 contratos, representando cerca de 11,2 mil m² de ABL, e foram fechados 80 novos contratos em shoppings existentes, correspondentes a 14,0 mil m² de ABL. Em shoppings existentes o número total de contratos negociados foi 170 e o ABL total negociado foi 25,2 mil m².

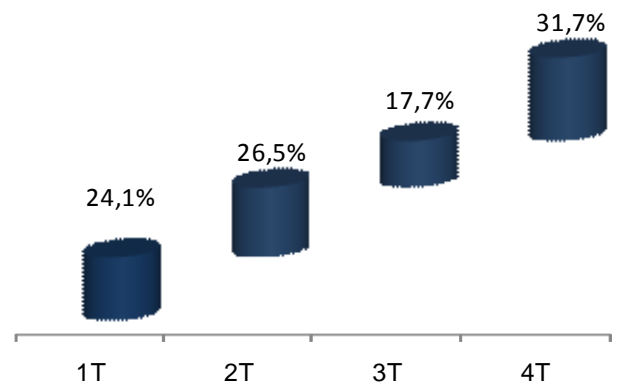
Além disso, negociamos 115 contratos para projetos greenfield e 14 para expansões, representando um aumento de 41,8% no número de contratos para desenvolvimento em relação ao ano passado e um ABL de 22,5 mil m².

No trimestre foram negociados 299 contratos ao todo. Em termos de ABL, foram negociados contratos referentes a 47,6 mil m². Nos próximos 6 meses serão renovados contratos que representam cerca de 8,0% do ABL total.

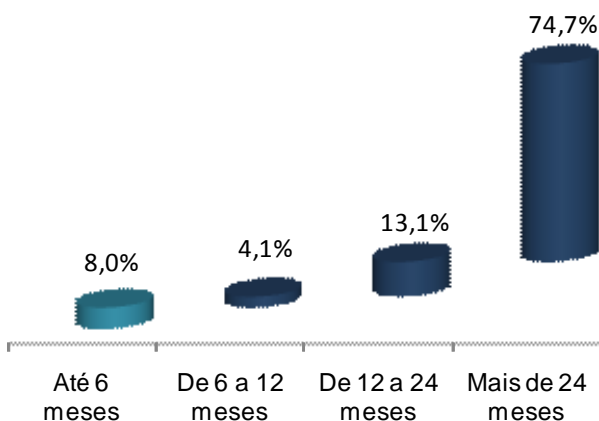
Leasing Spread Renovações (%)



Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% ABL)



Cronograma de Vencimento dos Contratos (% ABL)



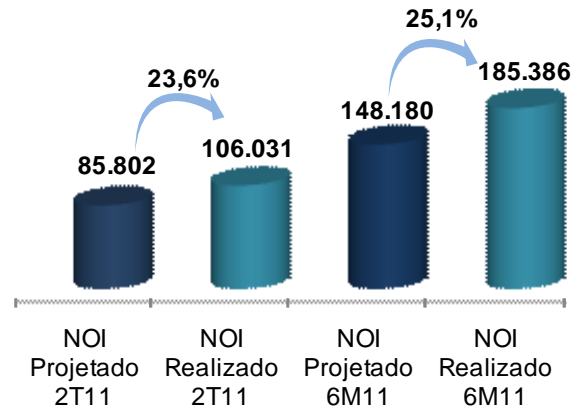
Aquisições:

No dia 29 de abril, a Companhia concluiu a aquisição de participação de 95% no Shopping Paralela, localizado em Salvador (BA). Com essa aquisição a Companhia chegou ao seu 4º shopping no Nordeste, contando com uma plataforma importante para ampliar e consolidar a sua posição na região.

Essa aquisição adicionou 37,8 mil m² de ABL próprio ao portfólio da BRMALLS. O investimento foi de R\$237,5 milhões, dos quais 40% foram pagos a vista e o restante em 4 parcelas anuais e iguais, corrigidas por IPCA. A aquisição também envolve o pagamento de R\$47,5 milhões por 95% da operação do estacionamento a serem pagos no mesmo formato da aquisição do shopping, entretanto o início do pagamento está condicionado à prática de cobrança de tarifas na cidade.

Considerando somente o valor presente do shopping e NOI estimado para os próximos 12 meses de R\$22,2 milhões, a aquisição representa um cap rate de entrada de 10,1%, e TIR, real e desalavancada, de 15,4%. Além disso, o valor presente do preço da aquisição foi equivalente a R\$5.778,8/m², em linha com o custo de reposição e com a média de investimento dos nossos greenfields.

NOI das Aquisições Realizadas (R\$ mil)



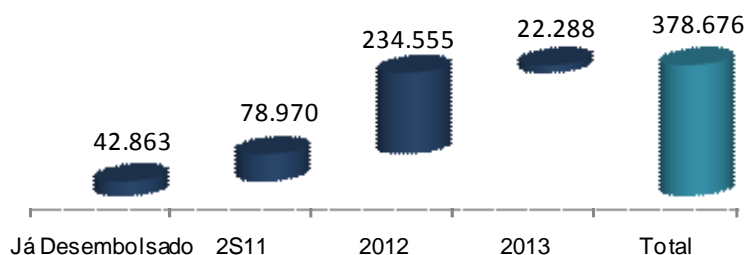
Expansões:

Possuímos ao todo 9 projetos de expansão anunciados, que adicionarão 42,5 mil m² de ABL próprio e 70,3 mil m² de ABL total, um aumento de 6,3% e 5,6% em relação à nossa base atual, respectivamente. Estas expansões deverão trazer um NOI próprio estabilizado de R\$60,5 milhões para a Companhia.

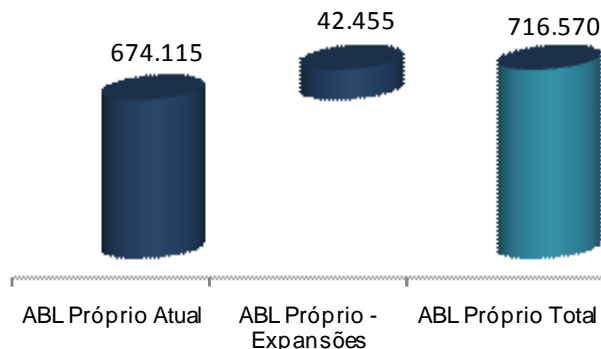
Os projetos de expansão anunciados exigirão um investimento de cerca de R\$378,7 milhões por parte da BRMALLS, dos quais 11,3% já foram gastos até o 2T11. O cronograma de investimento dos projetos continua em linha com o previsto, e continuamos estudando possibilidades de geração de valor em nossos ativos existentes.

Nesse trimestre inauguramos a expansão do Shopping Tamboré, que adicionou 15,1 mil m² de ABL próprio e total para a Companhia com 100% de seu ABL locado, e iniciamos uma nova expansão no Center Shopping Uberlândia, que adicionará 1,9 mil m² de ABL total, e 980 m² de ABL próprio.

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



ABL Próprio Adicionada pelas Expansões



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 Campo Grande	5.503	69,1%	3.804	66,0%	5,1	2,8	18,2%	4T11	87,5%
Shopping Recife	7.538	31,1%	2.344	36,0%	3,8	3,8	19,1%	3T12	17,8%
Plaza Shopping	10.106	100,0%	10.106	25,0%	18,1	13,5	15,4%	2T13	26,4%
Top Shopping	15.336	50,0%	7.668	0,0%	12,5	5,4	13,3%	4T13	-
Osasco Shopping	10.852	39,6%	4.297	0,0%	4,2	1,3	18,6%	4T12	-
NorteShopping	3.134	91,8%	2.878	0,0%	2,7	1,1	17,0%	1T12	-
Natal Shopping	8.688	50,0%	4.344	0,0%	5,5	1,6	14,7%	1T13	-
Independência Shopping	7.231	83,4%	6.034	0,0%	7,0	4,3	15,3%	2T13	-
Center Shopping Uberlândia	1.922	51,0%	980	0,0%	1,7	1,1	18,9%	4T12	-
Total	70.310	60,4%	42.455		60,5	35,0			

Nova Expansão – Center Shopping Uberlândia

Inaugurado em abril de 1992, o Center Shopping Uberlândia fica localizado na cidade de Uberlândia, a maior cidade do interior de Minas Gerais e a segunda maior cidade do interior do país, segundo o IBGE.

Desde que realizamos a aquisição de 51% da participação em setembro de 2010, o shopping vem apresentando métricas operacionais acima da média de nosso portfólio, com taxa de ocupação de 99% e SSR de 16,4% no segundo trimestre de 2011.

Essa será a segunda expansão do shopping, que ficará pronta no 4T12, e adicionará 1.922 mil m² de ABL total e 980 m² de ABL próprio. Estimamos que o projeto gere em torno de R\$1,7 milhões de NOI estabilizado para companhia, com taxa interna de retorno (real e desalavancada) estimada em 18,9% a.a.



Expansão do Shopping Campo Grande

A expansão do Shopping Campo Grande é o próximo projeto a ser inaugurado, previsto para o quarto trimestre de 2011. As obras continuam dentro do cronograma, com 66% do projeto já executado.

O ritmo de comercialização foi bastante acelerado nesse trimestre, e o shopping já se encontra com 87,5% de seu ABL locado, comparado aos 37% de ABL locado no primeiro trimestre de 2011.

Essa expansão irá adicionar 5,5 mil m² de ABL total, um aumento de 16,5% ao ABL total do shopping, e nossa participação será de 69,1%. O Shopping Campo Grande adicionará um NOI estabilizado para a companhia de R\$4,5 milhões, com uma taxa interna de retorno (real e desalavancada) estimada em 18,2% a.a.

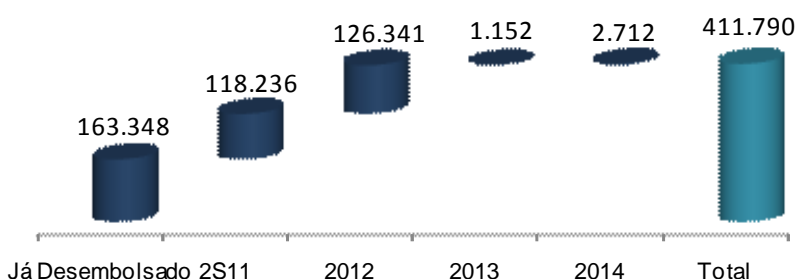


Desenvolvimento:

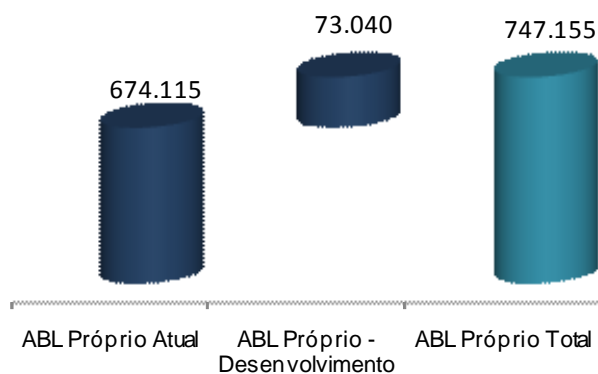
Possuímos três projetos greenfield em andamento, dos quais um projeto está previsto para inaugurar no 4T11, o Mooca Plaza Shopping. Esses projetos em andamento irão adicionar 73,0 mil m² de ABL próprio, um crescimento de 11,5% em relação ao nosso ABL próprio atual.

O investimento próprio a ser desembolsado em 2011 é cerca de R\$224,0 milhões, dos quais 28,8% já foram gastos até o final do 2T11. A participação média nos projetos é de 60,0%. Após algumas revisões o NOI estabilizado estimado para a companhia aumentou de R\$87,7 milhões para R\$94,6 milhões

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



ABL Próprio Adicionada pelos Desenvolvimentos



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
Mooca Plaza Shopping	41.964	60,0%	25.178	67,0%	34,6	18,2	16,9%	4T11	95,7%
Shopping Estação BH	36.504	60,0%	21.902	54,2%	25,5	11,6	20,3%	2T12	72,8%
São Bernardo	43.268	60,0%	25.961	20,3%	34,4	14,3	16,8%	4T12	52,7%
Total	121.735	60,0%	73.040		94,6	44,2			

Mooca Plaza Shopping

Uma vez inaugurado o Mooca Plaza Shopping irá adicionar 42,0 mil m² de ABL total e 25,2 mil m² de ABL próprio. As obras estão andando de acordo com o cronograma inicial, com 67,0% do físico realizado e a obra do cinema já foi iniciada, reafirmando a sua inauguração para o 4T11.

A comercialização do shoppings acelerou no 2T11. Do ABL total do shopping, 95,7% já foi comercializado com 5 meses para inauguração. Estimamos que o shopping adicione R\$34,6 milhões de NOI próprio estabilizado, com uma TIR, real e desalavancada, de 16,9%.



Estação BH

As obras do Estação BH se encontram dentro do cronograma inicial, apresentando 54,2% do seu físico realizado. Faltando ainda 9 meses para a sua inauguração, 72,8% do ABL já foi comercializado.

Após inaugurado, esperamos que o shopping gere R\$25,5 milhões de NOI para a BRMALLS. Devido ao forte ritmo de comercialização a TIR, real e desalavancada, do projeto apresentou um melhora de 1,1 p.p., atingindo 20,3%.



São Bernardo

No trimestre, negociamos e firmamos o acordo com a construtora que fará a obra do projeto. As aprovações seguem em linha com o cronograma inicial e a comercialização acelerou bastante no período, atingindo 52,7%.

Uma vez inaugurado, o São Bernardo adicionará 26,0 mil m² de ABL próprio para a Companhia e deverá gerar um NOI estabilizado de R\$34,4 milhões com uma TIR, real e desalavancada, de 16,8%.



Mercado de Capitais:

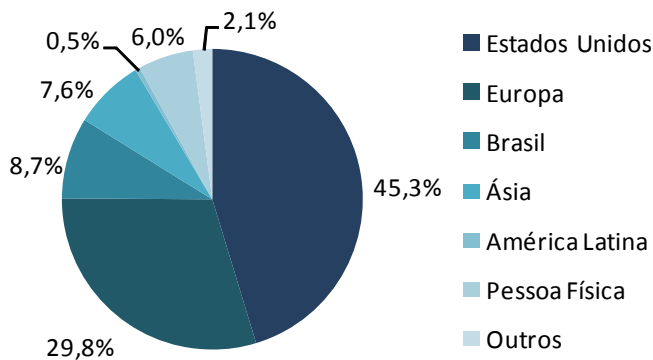
A BRMALLS tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da BM&F Bovespa sob o código BRML3. A empresa também possui um programa de ADR nível 1, permitindo a negociação das ações no mercado secundário ou de balcão nos Estados Unidos, sob o código BRMLL, disponibilizando as ações a um número maior de investidores nos Estados Unidos e no mundo.

Índices com BRML3 na carteira:

	Peso
BM&F Bovespa IBrX	0,76%
BM&F Bovespa IGC	1,32%
BM&F Bovespa ITAG	1,25%
BM&F Bovespa MLC	0,82%
BM&F Bovespa IMOB	16,70%
iShares MSCI Brazil	0,59%

Fonte: Bloomberg (30/06/2011)

Distribuição Regional da Base Acionária (30/06/2011)



Perfil do Investidor

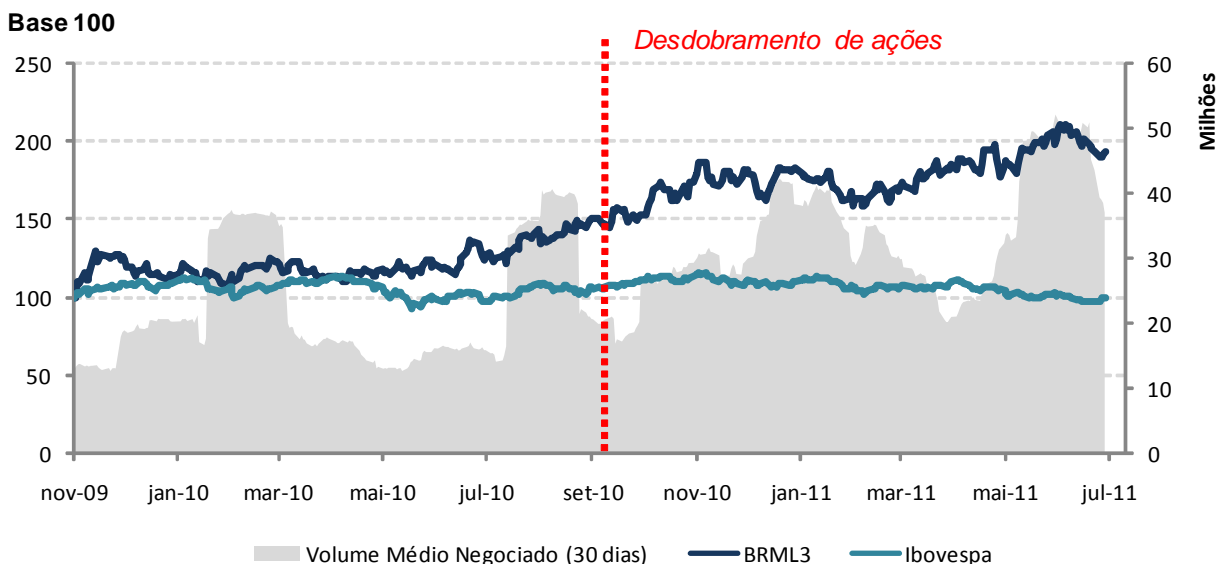
Ao final do 2T11, nossa base de investidores era bem diversificada por regiões de origem. Nosso volume financeiro médio foi de R\$43,0 milhões, um crescimento de 192,0% frente a R\$14,7 milhões do 2T10. Já o nosso número de negócios médio foi de 5.483 no trimestre comparado a 1.366 no 2T10, apresentando um crescimento de 301,5%.

Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o segundo trimestre de 2011 sendo negociada a R\$17,8, uma valorização de 6,1% em relação ao preço de fechamento de R\$16,8 do 1T11, comparado a uma desvalorização do índice Ibovespa de 9%.

Follow On

Em 25 de maio, a BRMALLS concluiu uma oferta primária de ações ("Follow On"), emitindo 42,5 milhões de ações ordinárias na Bovespa (incluindo o lote suplementar e greenshoe) e captando aproximadamente R\$731 milhões, a um preço de R\$17,20/ação. Os recursos serão utilizados principalmente para aquisições de participações em shoppings.



Nossos Shoppings:

Atualmente, a BRMALLS tem participação em 41 shopping centers, totalizando 1.260,0 mil m² de ABL total e 674,1 mil m² em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 53,5%. Já, se considerarmos somente os shoppings onde detemos participação de 50% ou mais, estes representaram 77,4% do NOI da BRMALLS no 2T11 sendo nossa participação média nestes 20 shoppings 82,8%. Detemos participação de 100% em 9 shoppings de nosso portfólio. Atualmente prestamos serviços para 33 de nossos 41 shoppings. No total, dos shoppings em que detemos participação, 33 são comercializados, 30 administrados e 23 para os quais o CSC presta serviços. Nossos shoppings somados apresentam cerca de 6,9 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
Maceió Shopping	AL	34.742	34,2%	11.892	
Amazonas Shopping	AM	34.214	17,9%	6.124	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Paralela	BA	39.802	95,0%	37.812	Admin./ Comerc.
Araguaia Shopping	GO	21.758	50,0%	10.879	Admin./ Comerc.
Goiânia Shopping	GO	22.252	48,4%	10.770	Admin./ Comerc./CSC
São Luís Shopping	MA	34.123	15,0%	5.118	
Center Shopping Ubertândia	MG	50.702	51,0%	25.858	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Del Rey	MG	37.032	65,0%	24.071	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Sete Lagoas	MG	16.411	70,0%	11.488	Admin./ Comerc./CSC
Independência Shopping	MG	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./CSC
Minas Shopping	MG	35.894	2,1%	764	
Big Shopping	MG	17.241	13,0%	2.241	
Shopping Campo Grande	MS	33.842	71,2%	24.096	Admin./ Comerc./CSC
Pantanal Shopping	MT	43.082	10,0%	4.308	
Shopping Pátio Belém	PA	20.594	13,3%	2.739	
Shopping Recife	PE	61.079	31,1%	18.968	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Shopping Crystal Plaza	PR	11.934	70,0%	8.354	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Curitiba	PR	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Estação	PR	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./CSC
West Shopping	RJ	39.558	30,0%	11.867	Admin./ Comerc.
Center Shopping	RJ	13.765	30,0%	4.130	Admin./ Comerc.
Norteshopping	RJ	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./CSC
Plaza Shopping	RJ	33.550	100,0%	33.550	Admin./ Comerc./CSC
Fashion Mall	RJ	14.955	100,0%	14.955	Admin./ Comerc./CSC
Ilha Plaza Shopping	RJ	21.619	100,0%	21.619	Admin./ Comerc./CSC
Rio Plaza Shopping	RJ	7.137	100,0%	7.137	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tijuca	RJ	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./CSC
Top Shopping	RJ	18.168	35,0%	6.359	Comercialização
Via Brasil Shopping	RJ	30.680	49,0%	15.033	Admin./ Comerc./CSC
Natal Shopping	RN	17.448	50,0%	8.724	Comercialização
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 ABC	SP	46.285	1,3%	602	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Piracicaba	SP	27.248	34,4%	9.373	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	26.806	39,7%	10.647	Admin./ Comerc./CSC
Granja Vianna	SP	29.971	77,8%	23.312	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tamboré	SP	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./CSC
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
Osasco Plaza Shopping	SP	13.844	39,6%	5.482	Comercialização
Shopping Metrô Tatuapé	SP	32.853	3,0%	986	
Total		1.259.973	53,5%	674.115	

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 Cruz, Piracicaba, Tamboré, Belém, Esplanada, Mueller, São Luís, Recife, Natal, Iguatemi Maceió e Pantanal;
- Classe Média Baixa: Metrô Tatuapé, BIG, Minas, TopShopping, Osasco, Araguaia, Del Rey, Estação, Center, Ilha Plaza e West.

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

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

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

ROE: Lucro Líquido Ajustado anualizado / Patrimônio Líquido

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

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

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

Demonstração de Resultados:

Demonstração de Resultado (R\$ mil)						
	2T11	2T10	%	6M11	6M10	%
Receita Bruta	215.243	133.772	60,9%	409.138	249.732	63,8%
Aluguéis	142.702	86.291	65,4%	271.263	167.878	61,6%
Linearização de Aluguel	10.932	7.374	48,3%	20.945	8.847	136,7%
Taxa de Cessão	15.218	9.210	65,2%	27.790	14.183	95,9%
Linearização de CDU	(8.285)	(4.401)	88,2%	(13.337)	(6.175)	116,0%
Estacionamento	29.637	18.531	59,9%	56.535	32.694	72,9%
Taxa de Transferência	2.901	870	233,5%	4.680	1.353	245,9%
Prestação de Serviços	20.581	13.430	53,2%	37.133	24.656	50,6%
Outras	1.555	2.467	-37,0%	4.127	6.296	-34,4%
(-)Impostos e Contribuições	(15.825)	(10.723)	47,6%	(30.637)	(20.358)	50,5%
Receita Líquida	199.418	123.049	62,1%	378.501	229.374	65,0%
Custos	(18.597)	(11.291)	64,7%	(37.612)	(23.204)	62,1%
Custos com Pessoal	(4.967)	(2.509)	98,0%	(8.980)	(4.065)	120,9%
Diversos Serviços	(6.248)	(4.781)	30,7%	(16.173)	(5.826)	177,6%
Custos Condominiais	(5.556)	(3.142)	76,8%	(9.498)	(6.147)	54,5%
Custos com Fundo de Promoções	(1.826)	(859)	112,6%	(2.961)	(1.868)	58,5%
Resultado Bruto	180.821	111.758	61,8%	340.889	206.170	65,3%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(22.930)	(19.349)	18,5%	(47.479)	(35.253)	34,7%
Despesas com Vendas	(2.236)	(3.787)	-41,0%	(4.564)	(6.123)	-25,5%
Despesas de Pessoal	(17.316)	(12.064)	43,5%	(35.553)	(20.798)	70,9%
Serviços Contratados	(1.389)	(1.476)	-5,9%	(3.712)	(4.743)	-21,7%
Outras Despesas	(1.989)	(2.022)	-1,6%	(3.650)	(3.589)	1,7%
Depreciação	(731)	198	-469,2%	(768)	(939)	-18,2%
Amortização	(2.814)	(2.852)	-1,3%	(5.630)	(4.718)	19,3%
Resultado Financeiro	(21.263)	(12.665)	67,9%	(98.255)	(52.783)	86,1%
Receitas Financeiras	93.021	65.523	42,0%	166.307	132.014	26,0%
Despesas Financeiras	(114.284)	(78.188)	46,2%	(264.562)	(184.797)	43,2%
Resultado da Equivalência Patrimonial	-	1.431	-100,0%	-	1.431	-100,0%
Outras Receitas Operacionais	1.335	7.824	-82,9%	4.816	16.876	-71,5%
Resultado Operacional	134.417	86.345	55,7%	193.572	130.784	48,0%
Resultado Antes Tributação/Participações	134.417	86.345	55,7%	193.572	130.784	48,0%
Provisão para IR/CSLL	(16.568)	(12.602)	31,5%	(23.384)	(15.555)	50,3%
Impostos Diferidos	1.855	2.356	-21,3%	12.405	4.289	189,2%
Participação dos minoritários	(4.311)	(2.291)	88,2%	(9.976)	(3.658)	172,7%
Lucro do Período	115.394	73.808	56,3%	172.618	115.860	49,0%

Balanço Patrimonial:

Balanço Patrimonial (R\$ mil)

	2T11	1T11	%
Ativos			
Circulante			
Disponibilidades	15.483	9.328	66,0%
Contas a Receber	164.885	150.524	9,5%
Títulos e Valores Mobiliários	1.240.258	715.665	73,3%
Swap Curva	2.219	1.745	27,2%
Impostos a Recuperar	55.540	50.774	9,4%
Adiantamentos	35.445	11.371	211,7%
Outros Valores a Receber	15.049	39.279	-61,7%
Despesas Antecipadas	17.658	17.742	-0,5%
Total	1.546.537	996.428	55,2%

Não Circulante			
Cientes	122.172	86.229	41,7%
Ativo Fiscal Diferido	44.124	46.255	-4,6%
Depósitos e cauções	23.531	22.707	3,6%
Títulos e Valores Mobiliários	-	-	#DIV/0!
Imposto de Renda e Contribuição Social	72.118	62.207	15,9%
Swap Curva	38.823	18.160	113,8%
Outros Investimentos	467	467	0,0%
Outros	15.782	8.615	83,2%
Total	317.017	244.640	29,6%

Permanente			
Propriedade para Investimento	10.152.467	9.823.450	3,3%
Imobilizado	11.290	11.432	-1,2%
Leasing	-	-	
Diferido	-	-	
Intangível	12.039	11.377	5,8%
Financiamento de construção	-	-	
Total	10.175.796	9.846.259	3,3%

Total Ativo	12.039.351	11.087.327	8,6%
--------------------	-------------------	-------------------	-------------

	2T11	1T11	%
Passivos			
Circulante			
Empréstimos e Financiamentos	178.131	148.053	20,3%
Fornecedores	28.015	29.996	-6,6%
Impostos e contribuições a recolher	49.352	46.951	5,1%
Salários e Encargos Sociais	45.611	38.268	19,2%
Dividendos Mínimos Obrigatórios a Pagar	-	27.742	
Impostos e Contribuições - parcelamentos	3.587	4.366	-17,9%
Adiantamentos de Clientes	23.418	17.329	35,1%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	186.769	166.385	12,3%
Diferencial de swap a pagar	7.607	2.713	180,4%
Outros valores a pagar	-	87	-100,0%
Total	522.490	481.890	8,4%

Não Circulante			
Empréstimos e Financiamentos	2.463.247	2.475.699	-0,5%
Fornecedores	5.777	6.399	-9,7%
Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos	109.875	110.238	-0,3%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	76.955	75.009	2,6%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	126.329	20.870	
Diferencial de swap a pagar	83.688	73.038	14,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	1.889.163	1.886.695	0,1%
Receita Diferida	102.406	84.423	21,3%
Outros valores a pagar	11.345	9.709	16,9%
Total	4.868.785	4.742.080	2,7%

Patrimônio Líquido			
Participação dos Minoritários	282.860	298.478	-5,2%
Capital Social Realizado	3.422.984	2.567.617	33,3%
Reservas de Capital	28.839	24.562	17,4%
Reservas de Lucro	2.964.133	2.955.363	0,3%
Ações em tesouraria	(12)	(8)	53,1%
Lucros/Prejuízos Acumulados	-	57.224	
Gastos com Emissão de Ações	(50.728)	(39.879)	27,2%
Total	6.648.076	5.863.357	13,4%

Total Passivo e Patrimônio Líquido	12.039.351	11.087.327	8,6%
---	-------------------	-------------------	-------------

Fluxo de Caixa:

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	
2T11	
Atividades operacionais	
Lucro do Exercício	115.394
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais	(31.428)
Depreciação e amortização	1.414
Juros e variações monetárias sobre empréstimos	32.778
Rendimento de aplicação	(64.531)
Ajuste linearização e AVP	(2.647)
Ajuste leasing - Lei 11.638	(1.553)
Ajuste IRPJ e CSLL	16.568
Ajuste plano de opções outorgadas	4.278
Outros	(3.361)
Ativo fiscal diferido - CVM 349	6.393
Ajuste 11.638 financeiro	(25.078)
Participação de não controladores	4.311
Redução (aumento) dos ativos	(66.285)
Contas a receber	(39.372)
Impostos a recuperar	(16.540)
Adiantamentos a condomínio	(24.074)
Despesas antecipadas	84
Depósitos e cauções	(824)
Outros	(10.955)
Aumento (redução) dos passivos	174.827
Fornecedores	(2.603)
Impostos e contribuições	428
Imposto de renda e contribuição social	12.141
Salários e encargos sociais	7.343
Obrigações a pagar por aquisição de Shopping	125.843
Adiantamento de clientes	6.089
Participação de não controladores	9.976
Outros	61.573
Fluxo líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades	192.508
Atividades de Investimento	-
Aquisição de títulos e valores mobiliários	948.070
Venda de títulos e valores mobiliários	(1.408.133)
Dividendos pagos	(67.226)
Intangível	(1.182)
Propriedade para investimento	(329.017)
Outros (ativo diferido)	-
Aquisição de Imobilizado	-
Integralização de capital	-
Fluxo líquido utilizado nas atividades de investimento	(857.488)
Atividades de Financiamento	-
Adições no ativo diferido	-
Aumento de capital	855.367
Gastos com Emissão de Ações	(16.437)
Reserva de Ágio	-
Captação de financiamentos	15.497
Amortização de financiamentos	(30.510)
Ações em tesouraria/emissão de ações	(4)
Participação de não controladores	18.725
Fluxo líquido gerado pelas (utilizados nas) atividades	671.135
Fluxo de caixa gerado (utilizado) no período	6.155

Anexo - Tabela de Dívidas:

Perfil da Dívida (R\$ mil)					
	Índice	Taxa (%)	Vencimento	31/03/2011	30/06/2011
Dívida de Curto Prazo					
Unibanco - CCB (i)	IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	12.691	12.707
Itaú - CCB (ii)	IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	14.467	14.807
Itaú - CRI (iii)	TR	10,15% a.a.	27/3/2020	65.907	67.062
Banco Bradesco (x)	TR	9,80% a.a.	28/6/2022		303
Debêntures - Série 1(juros) (iv)	DI	0,50% a.a.	15/7/2014	5.423	6.016
Debêntures - Série 2 (juros) (iv)	IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	18.307	25.305
HSBC - Finame	TJLP	3,70% a.a.	15/2/2012	102	
Banco Santander (vi)	TR	11% a.a.	11/10/2019	5.367	7.801
Banco Santander (viii)	TR	10% a.a.	21/12/2019	2.087	2.802
Itaú (vii)	TR	11,16% a.a.	16/2/2023	4.910	17.467
Itaú (vii)	TR	11,00% a.a.	15/10/2021	2.697	7.971
Banco do Brasil - Finame (ix)	TJLP	3,85% a.a.	15/8/2012	2.573	611
Banco Bradesco - Finame (ix)	TJLP	3,35% a.a.	15/6/2012	552	4.728
Banco do Brasil (ix)	DI	2,86% a.a.	15/5/2013	2.835	983
Titulos de crédito perpetuo (juros) (v)	USD	9,75% a.a.	-	4.032	3.803
Titulos de crédito perpetuo (juros) (v)	USD	8,50% a.a.	-	6.103	5.765
Total Dívida de Curto Prazo				148.053	178.131
Dívida de Longo Prazo					
Unibanco - CCB (i)	IGP-M	9,70% a.a.	14/2/2019	55.759	54.524
Itaú - CCB (ii)	IGP-M	9,75% a.a.	15/2/2019	72.444	71.577
Itaú - CRI (iii)	TR	10,15% a.a.	27/3/2020	439.665	436.706
Banco Bradesco (xi)	TR	10,70% a.a.	25/3/2025	504.432	519.011
Banco Bradesco (x)	TR	9,80% a.a.	28/6/2022	36.278	52.640
Debêntures - Série 1(juros) (iv)	DI	0,50% a.a.	15/7/2014	14.903	14.903
Debêntures - Série 2 (juros) (iv)	IPCA	7,90% a.a.	16/7/2016	329.898	335.500
Banco Santander (vi)	TR	11% a.a.	11/10/2019	88.197	85.378
Banco Santander (viii)	TR	10% a.a.	21/12/2019	28.712	29.641
Itaú (vii)	TR	11,16% a.a.	16/2/2023	103.502	117.805
Itaú (vii)	TR	11,00% a.a.	16/2/2023	132.733	103.758
Banco Bradesco - Finame (ix)	TJLP	3,85% a.a.	15/6/2012	357	133
Banco do Brasil - Finame (ix)	TJLP	3,35% a.a.	15/8/2012	6.427	7.446
Banco do Brasil (ix)	DI	2,86% a.a.	15/5/2013	1.521	
Titulos de crédito perpetuo (juros) (v)	USD	9,75% a.a.	-	286.300	275.270
Titulos de crédito perpetuo (juros) (v)	USD	8,50% a.a.	-	374.601	358.955
Total Dívida de Longo Prazo				2.475.699	2.463.247
Dívida Total				2.623.752	2.641.378