



## ATUALIZAÇÃO DAS AQUISIÇÕES:

### UM ANO DO SHOPPING TAMBORÉ NO PORTFOLIO DA BRMALLS

A BRMALLS, através deste comunicado, vem informar aos seus acionistas detalhes sobre a evolução do Shopping Tamboré no portfólio BRMALLS, uma das suas maiores aquisições em 2007.

O Shopping Tamboré foi adquirido em 18 de maio de 2007 e passou a contribuir para a receita consolidada da BRMALLS em julho de 2007. A totalidade do shopping mais o direito sobre o potencial construtivo de 686.225 m<sup>2</sup> na área adjacente ao shopping foram adquiridos pelo valor total de R\$221,5 milhões. Já estão planejados para esta área os seguintes projetos: (i) 27.000 m<sup>2</sup> de ABL de uma expansão com previsão de inauguração para a primeira metade de 2010, sendo que o projeto inicial previa 15.276 m<sup>2</sup>; (ii) 150.000 m<sup>2</sup> de área privativa com o potencial de construção de 5 torres comerciais e 2.890 vagas de garagem com previsão de lançamento ao longo dos próximos 5 anos. Além disso, foram inauguradas em 2005 duas redes de hotéis (Formule 1 e Íbis).

A BRMALLS assumiu a administração e comercialização do shopping junto com a compra da propriedade e desde então, vem trabalhando em diversas frentes para a melhoria operacional do mesmo.

Diversos empreendimentos serão desenvolvidos no entorno do shopping. Além das torres citadas acima, em um terreno vizinho haverá um complexo de escritórios que contará com 6 torres, sendo 3 delas com 14 andares e as outras com 18, 23 e 26 pavimentos, respectivamente. Este complexo abrigará 10.800 vagas de estacionamento e a previsão de entrega será em 2010.

## Descrição do Ativo:



Mais de 1 milhão de residentes em 312 mil domicílios, sendo 71% das classes A/B.



O Shopping Tamboré está localizado no município de Barueri, junto à Rodovia Castello Branco, a 20 minutos do centro de São Paulo. Iniciou suas atividades em 1992, com o conceito arquitetônico de “open mall”, possibilitando um ambiente agradável de lazer e consumo aos seus clientes.

Após a inauguração de sua segunda expansão, em 6 de novembro de 2003, o shopping passou a ter 10 lojas âncoras, 9 salas Cinemark Stadium, 25 lojas de alimentação e 165 lojas das mais variadas atividades.

Com mais de 1 milhão de clientes/mês e 32 mil m<sup>2</sup> de ABL, o shopping atende ao público de Tamboré, Alphaville e seu entorno. O shopping atende também cidades do interior próximas à rodovia, além do público flutuante que trabalha, mas não reside na região.

80% dos atuais consumidores escolhem o Tamboré pela localização e pelo acesso.

Mais de mil empresas nacionais e multinacionais estão instaladas na área primária do Shopping.



## Principais Esforços para a Melhoria do Shopping:

1. **Eliminação de vacância** através da intensificação do trabalho da área comercial, na prospecção de novas lojas. Quando o Shopping Tamboré foi assumido em julho de 2007, o Shopping contava com uma vacância de 05 lojas, que totalizavam 397m<sup>2</sup> de ABL e um custo mensal ao empreendedor da ordem de **R\$ 110 mil**, considerando receita de aluguel, encargos e fundo de promoção.
2. **Implantação de operação compartilhada da gestão do estacionamento** e término da política de isenção de estacionamento para 2.500 clientes Vips da região. Recentemente, também elevamos em 30% a tarifa do primeiro período do estacionamento que resultou em uma melhora significativa na margem operacional, ficando assim, aderente á margem média praticada na rede.
3. **Foco na renovação dos contratos de locação e na manutenção de índices elevados de leasing spread.** Renovamos 17 contratos nesse período, gerando um leasing spread total de 28,5%, correspondendo á um VGL adicionado de R\$ 1.258 mil. Também focamos na redução de atrasos de coleta de aluguel de até 30 dias, reduzindo os níveis de 2,6% para níveis abaixo de 1,0%.
4. **Renegociação dos contratos de limpeza e de *facilities* existentes no Shopping.** Essa medida gerou um ganho importante nos custos empregados na manutenção do shopping, **na ordem de 23%**, disciplinou contratualmente a qualidade dos serviços, através da adoção de SLAs (Service Level Agreements), bem como otimizou o esforço empregado na gestão do empreendimento.
5. **Implementação de auditoria efetiva**, apoiada em três fatores principais: a) preservação do bom nível de relacionamento com o lojista, b) minimização de custos operacionais, incluindo a prática da cobrança de reembolsos de custos empregados junto aos lojistas, e c) esforço no fechamento de acordos cujo faturamento da loja é conhecido, se mostrou bastante eficiente, produzindo um resultado muito acima do esperado.

## Entre os principais resultados das ações acima descritas, temos:

- ✓ Crescimento de 48,3% do NOI e elevação da Margem NOI de 86,7% para 93,5%
- ✓ Crescimento do SSS de 6,2% para 32,0% e do SSR de 3,5% para 14,6%.
- ✓ Elevação do Aluguel/m<sup>2</sup> em 27,0%
- ✓ Crescimento das Vendas/m<sup>2</sup> em 38,8%

## Dados Operacionais do Shopping Tamboré

	Jan 07 - Jun 07	Jan 08 - Jun 08	Var. %
<b>NOI (R\$ 000)</b>	6,404	9,498	48.3%
<b>Margem NOI</b>	86.7%	93.5%	6.7 pbs
<b>SSS</b>	6.2%	32.0%	25.8 pbs
<b>SSR</b>	3.5%	14.6%	11.1 pbs

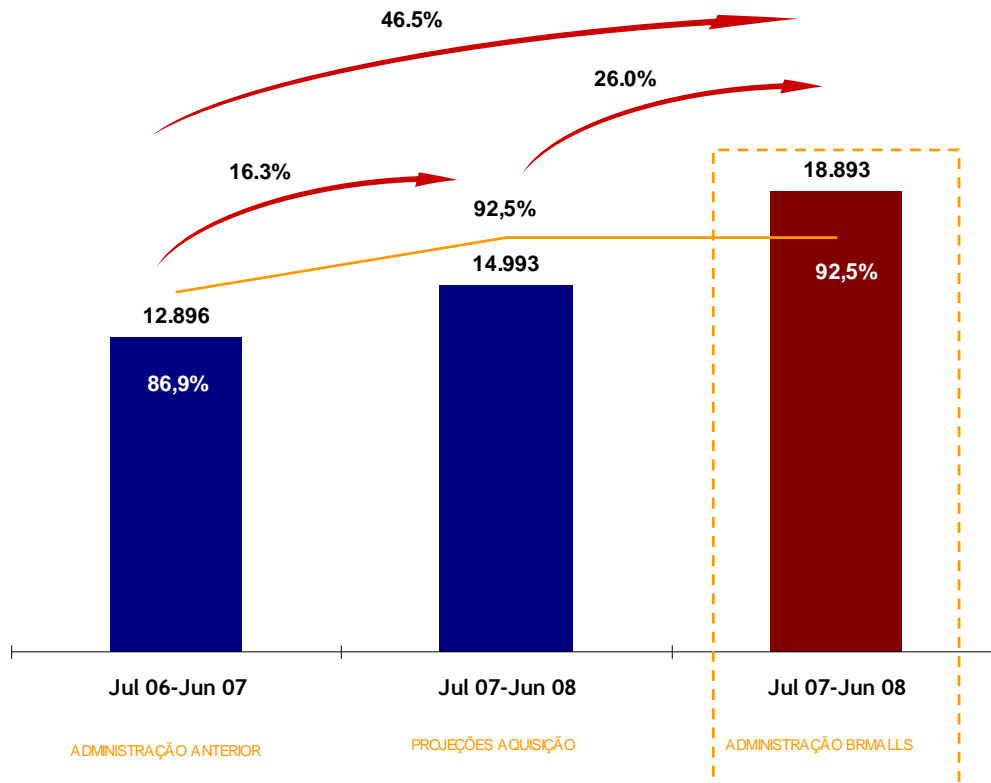


## Avaliação do Ativo:

Em maio de 2007, a BRMALLS pagou R\$221,5 milhões por (i) 100% do ativo existente; (ii) uma expansão já planejada de 15.275 m<sup>2</sup>; e (iii) o potencial construtivo de 5 torres comerciais adjacentes ao shopping. O retorno esperado das três partes era de 12,0% a.a. real, desalavancado.

## O Shopping:

Devido aos esforços acima mencionados, o shopping vem obtendo um resultado de NOI muito melhor em relação ao NOI sob a antiga administração e bem acima das projeções iniciais na época da compra, conforme demonstrado abaixo.



## As torres:

A BRMALLS já negociou com a Cyrela duas das cinco torres comerciais previstas para inaugurarem a partir da segunda metade de 2009. Antecipamos o lançamento dessas torres em 6 meses, além das condições negociadas terem sido mais favoráveis do que aquelas previstas durante a aquisição do ativo: (i) aumento do tamanho de cada torre em 30%, (ii) aumento de 7% no preço/m<sup>2</sup>, e (iii) aumento de 3% no valor da permuta. Estimamos que essas torres comerciais gerem um valor presente de permuta de aproximadamente R\$50 milhões.



## A expansão:

A expansão planejada do shopping aumentou de tamanho em aproximadamente 76% e irá dobrar o tamanho do Shopping.



### Ficha Técnica da Expansão

ABL Total:	27 mil m <sup>2</sup>
Participação BRMALLS:	100%
Investimento Estimado:	~ R\$ 140 mm
NOI Esperado <sup>2</sup> :	~ R\$ 20 mm
Inauguração:	1H2010

<sup>1</sup>TIR real e desalavancada

<sup>2</sup>NOI esperado estabilizado no terceiro ano



### Ficha Técnica do Shopping com a nova Expansão

ABL Total:	60 mil m <sup>2</sup>
Participação BRMALLS:	100%
Lojas Satélites:	198
Lojas Âncoras e Megalojas:	15
Estacionamento:	3,751 vagas

## Valuation:

Incluindo as melhoras significativas do Shopping existente e as novas premissas da expansão planejada além do valor presente da permuta das torres comerciais, o ativo aumenta seu retorno esperado de 12,0% real desalavancado, para 13,3%; ou, se traduzirmos para o preço pago pelo ativo, acreditamos ter gerado aproximadamente 22,1% de valor ao conjunto de ativos.