ALIANSCE SHOPPING CENTERS



DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS DO 2T14

14 de Agosto de 2014

Portfolio diversificado e de alta qualidade

- ✓ 19 shoppings em operação
- ✓ 446,1 mil m² de ABL própria – 43,1% com menos de 5 anos de operação
- ✓ 32 shoppings sob administração e planejamento
- ✓ Presença em todas as regiões

Ativos Maduros (Shoppings com mais de 5 anos de histórico operacional)


Shopping Iguatemi Salvador


Shopping Taboão


Via Parque Shopping


Shopping Grande Rio


Carioca Shopping


Shopping West Plaza


Bangu Shopping


Santana Parque Shopping


Casias Shopping

Nova Geração de Ativos (Shoppings com menos de 5 anos de histórico operacional)


Shopping Santa Úrsula


Boulevard Shopping Brasília


Boulevard Shopping Belém


Boulevard Shopping Belo Horizonte


Boulevard Shopping Campos


Parque Shopping Belém


Boulevard Shopping Vila Velha


Boulevard Shopping Nações Bauru


Parque Shopping Maceió


Shopping Parangaba



Shopping de Terceiros (Administrados pela Aliansce)


Shopping Leblon


Shopping Jequitibá


Shopping Park Lagos


Boulevard Shopping Feira de Santana


Shopping Park Europeu

Boulevard Shopping Vitória da Conquista*

Pátio Alcântara


Continental Shopping


Passeio Shopping


Santa Cruz Shopping


Moinhos Shopping


Floripa Shopping

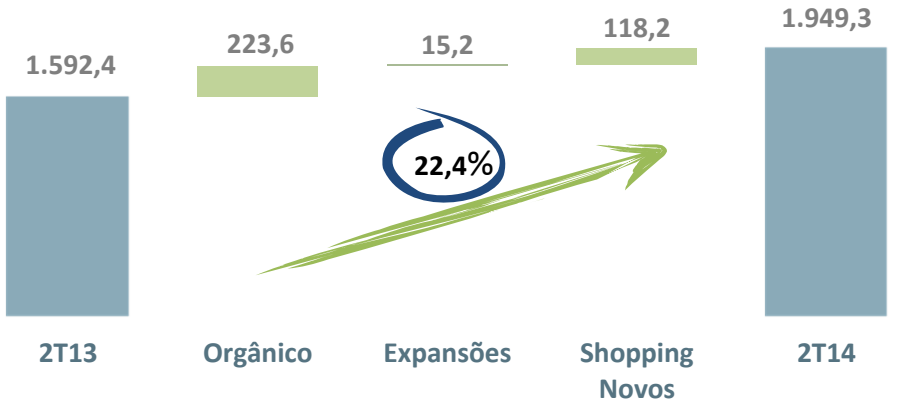
São Gonçalo Shopping

Boulevard Shopping Camaçari*

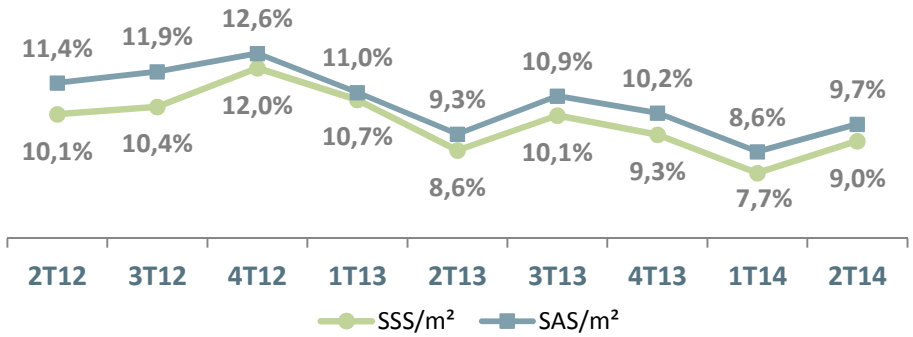
*Em Desenvolvimento

Destaques Operacionais

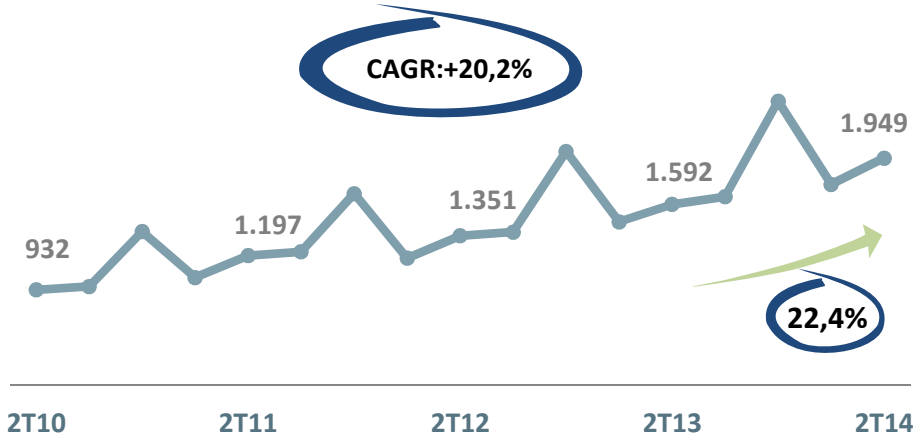
Evolução das Vendas (R$ milhões)



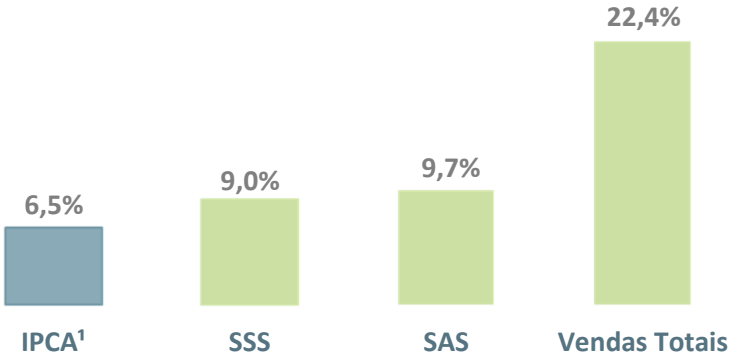
Crescimento SSS e SAS (YoY%)



Vendas (R$ milhões)



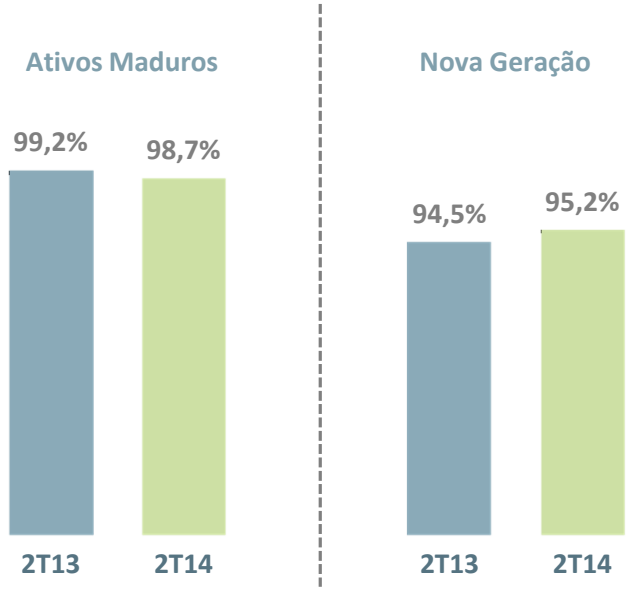
Crescimento de Vendas 2T14/2T13



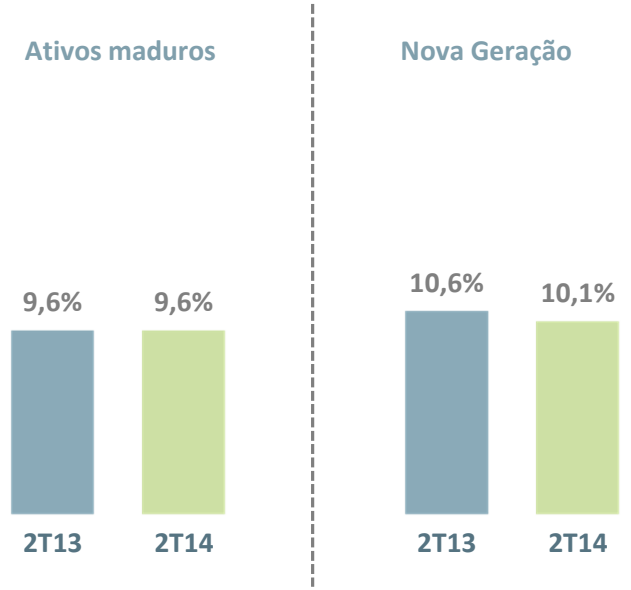
¹Fonte:http://www.portalbrasil.net/ipca.htm

Destaques Operacionais

Taxa de Ocupação (%)



Custo de Ocupação (% das vendas)

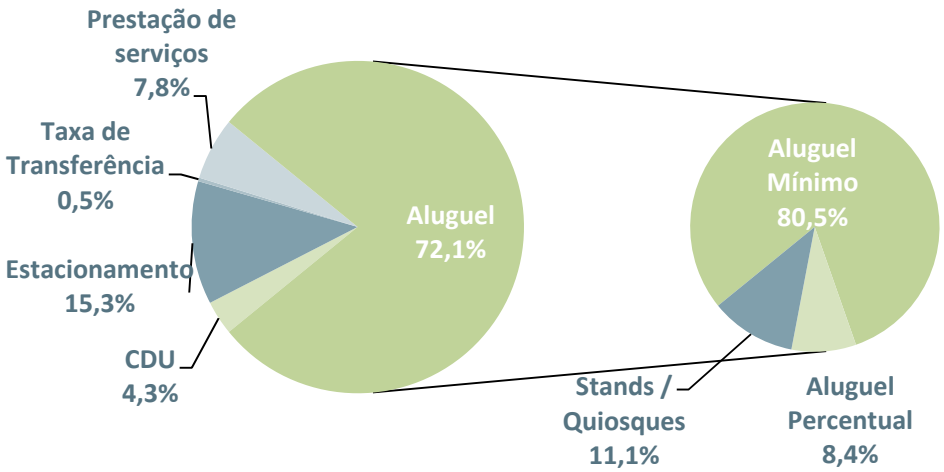


Taxa de Ocupação de 97,1% no 2T14

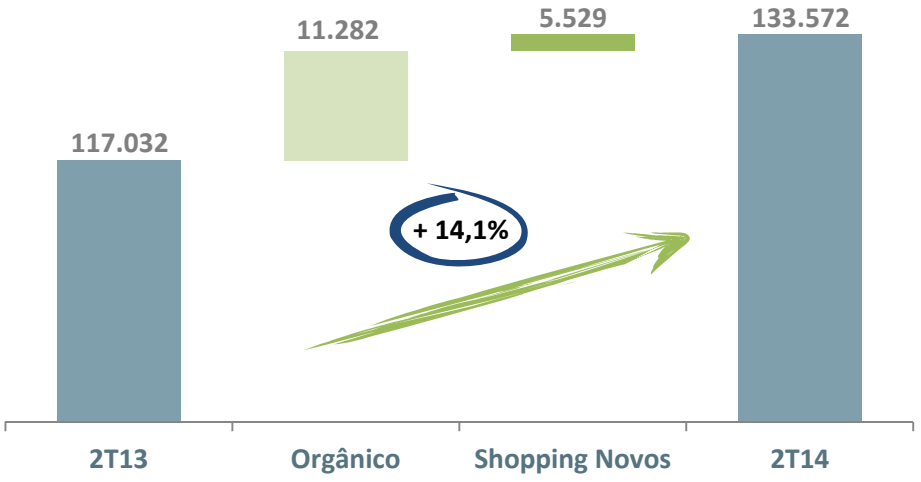
Custo de ocupação de 9,8% no 2T14

Destaques Financeiros

Composição Receita Bruta – 2T14

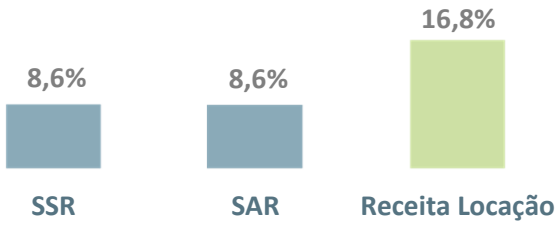


Evolução Receita Bruta (R$ milhares)

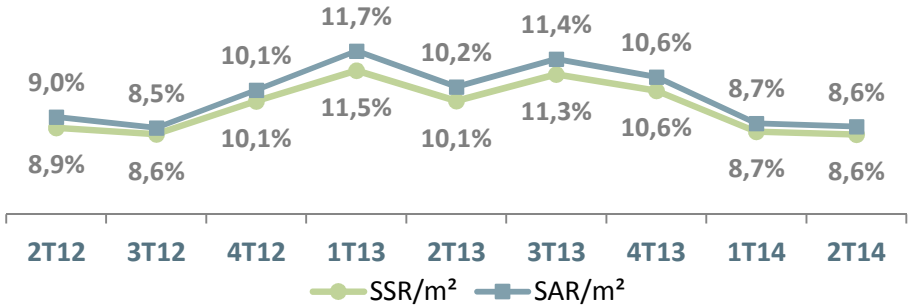


Destaques Financeiros

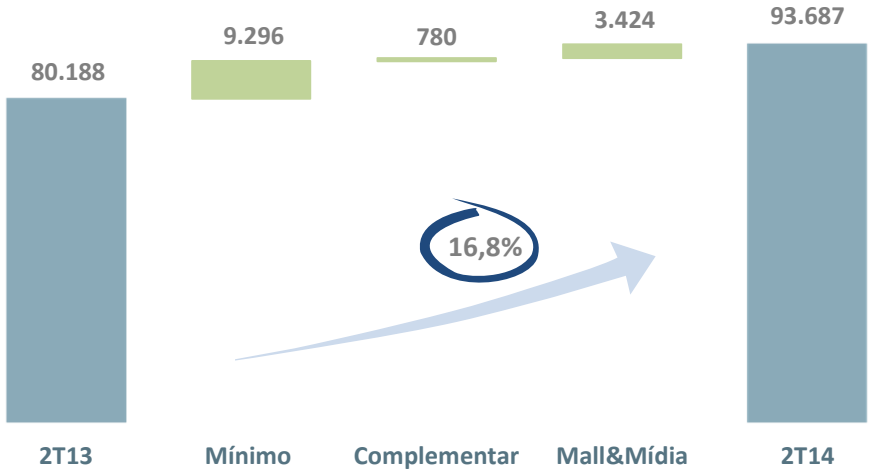
Receita de Locação - 2T14/2T13



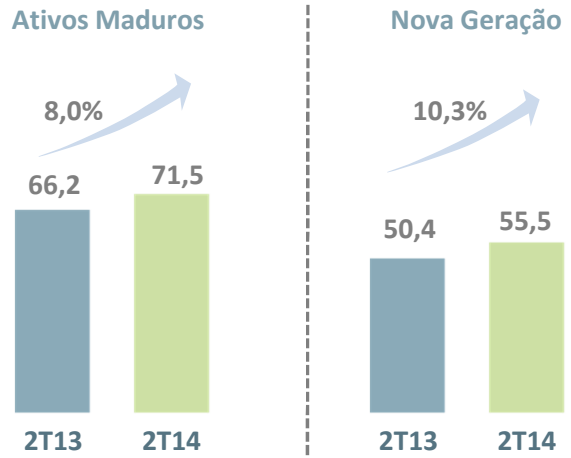
Crescimento SSR e SAR (YoY%)



Evolução Receita de Locação (R$ milhares)



SSR (R$/m²)*

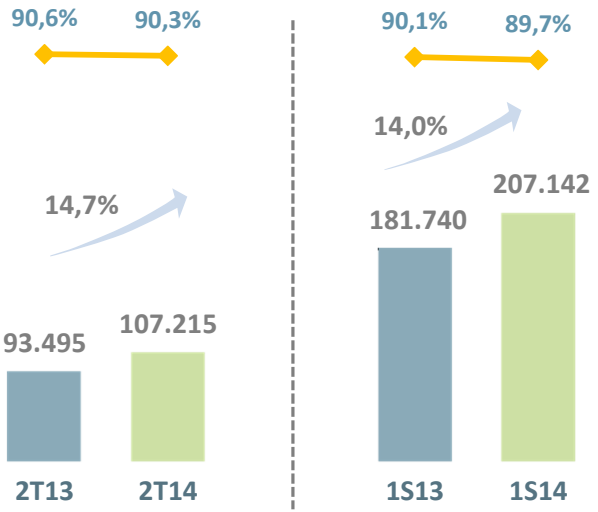


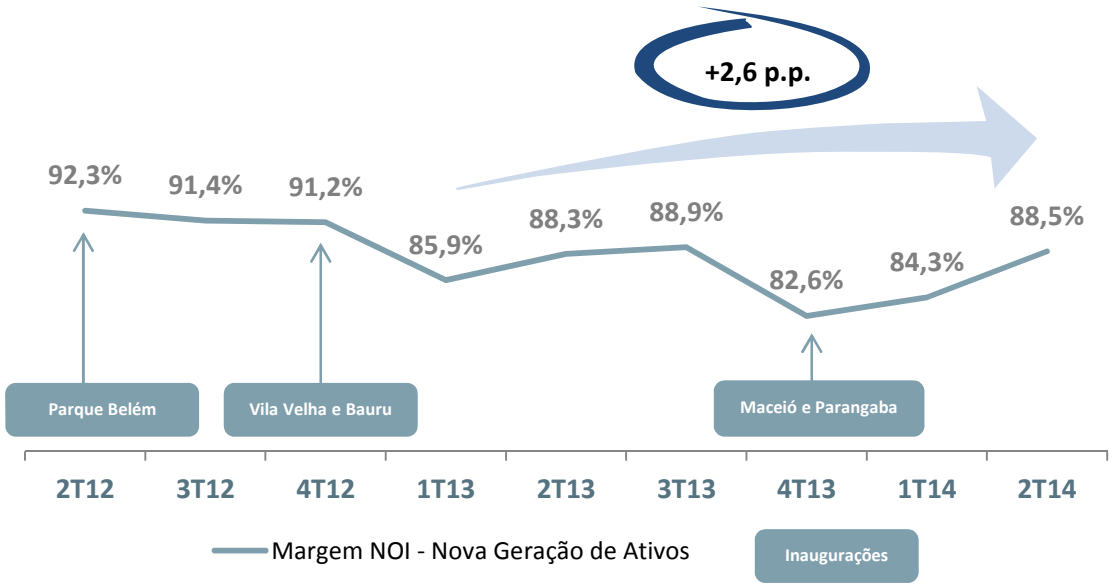
* Média mensal

Destaques Financeiros

NOI (R$ milhares) e Margem NOI (%)

- Crescimento de 14,7% no 2T14 e de 14,0% no 1S14
- NOI mesmos shoppings cresceu 9,4% no 2T14 e 9,1% no 1S14
- Aumento de 2,6 p.p. na margem NOI dos shoppings da Nova Geração desde o 1T13, resultado do processo de maturação dos 5 shoppings inaugurados pela Companhia nos últimos 2 anos

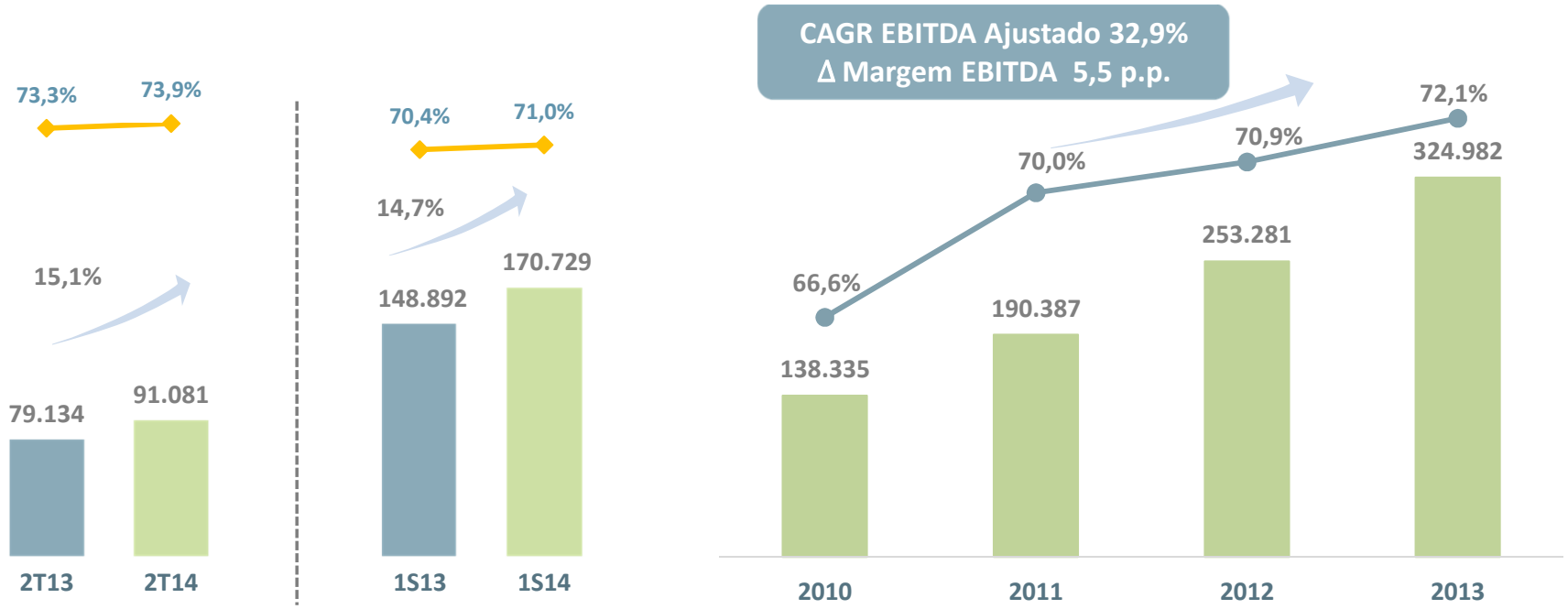




Destaques Financeiros

EBITDA (R$ milhares) e Margem EBITDA (%) Ajustados[1]

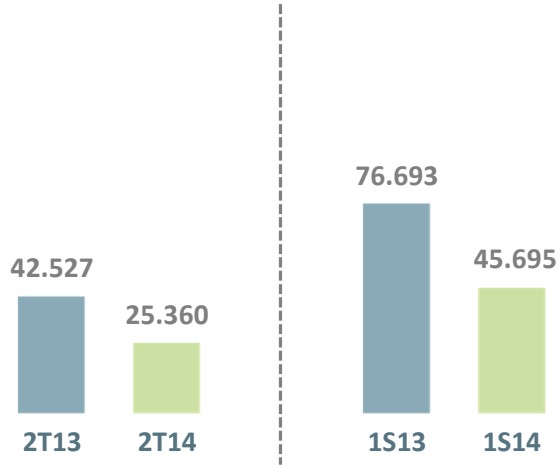
- EBITDA ajustado de R$91,1 milhões no 2T14, crescimento de 15,1% em relação ao 2T13
- CAGR do EBITDA ajustado de 2010 a 2013 de 32,9%, aumento de 5,5 p.p. na margem



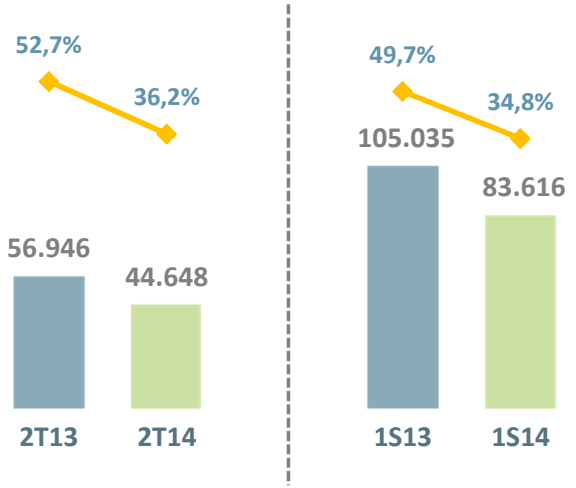
[1] *Ajustado por itens não recorrentes*

Destaques Financeiros

Lucro Líquido Ajustado[1] (R$ milhares)



FFO (R$ milhares) e Margem FFO (%) Ajustados[1]



[1] *Ajustado por itens não recorrentes e não caixa*

Expansões

Projetos em Andamento	Estado	Inauguração	ABL (m²)	% Aliansce	ABL Própria (m²)	% Aliansce (R$ milhões)				TIR[1] (a.a.)
						CAPEX Total	CDU Líquido	NOI 1º Ano	NOI 3º Ano	
Bangu Shopping	RJ	1T14-2T15	3.991	100,0%	3.991	33,6	1,7	5,3	6,2	24,5%
Carioca Shopping[2]	RJ	4T14	9.200	100,0%	9.200	64,8	1,4	7,6	8,8	18,1%
Caxias Shopping I	RJ	1T15	7.672	89,0%	6.828	35,6	0,3	3,9	4,8	17,2%
Shopping Nações Bauru	SP	2T15	7.375	100,0%	7.375	4,5	2,6	3,3	4,4	NA
Total			**28.238**		**27.394**	**138,6**	**5,9**	**20,1**	**24,2**	

Futuras Expansões	Estado	Inauguração	ABL (m²)	% Aliansce	ABL Própria (m²)
Shopping West Plaza	SP	4T15	3.175	25,00%	794
Caxias Shopping II	RJ	2T16	2.143	89,00%	1.907
Iguatemi Salvador	BA	4T16	10.000	70,69%	7.069
Total			**15.318**		**9.770**

37,2 mil m² de ABL própria com previsão de inauguração até o final de 2016

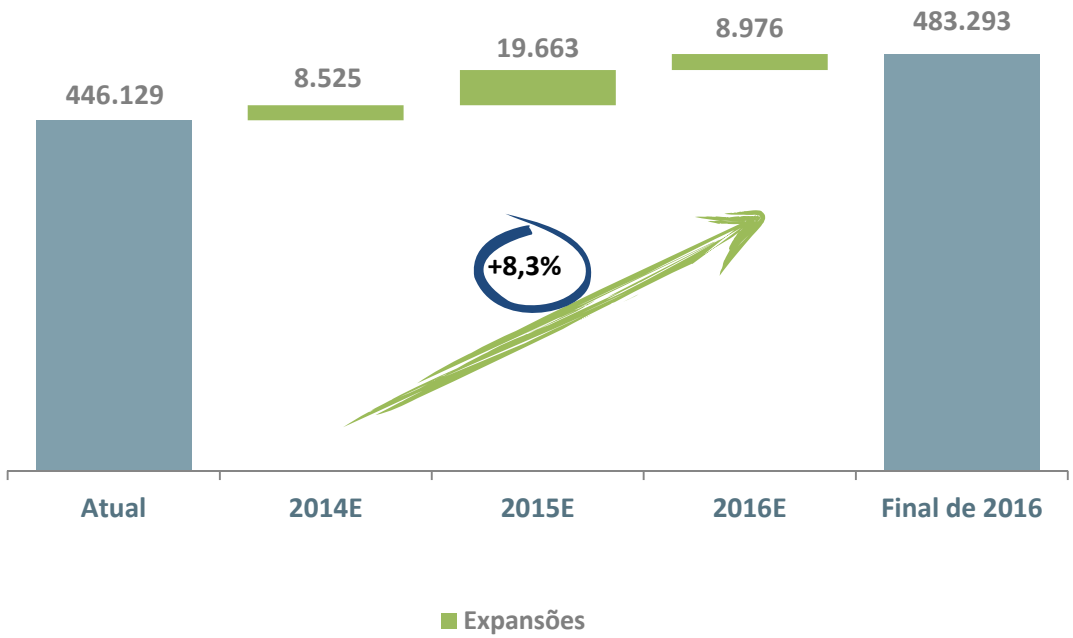
[1] *TIR real e desalavancada*

[2] *CAPEX Total não considera valor da permuta pelo potencial construtivo. Descontando o valor do investimento sob responsabilidade do permutante, o desembolso da Companhia será de R$26,7 milhões e o cap rate estimado no 3º ano é 32,7%.*

Vetores de Crescimento

Crescimento de ABL Própria até o final de 2016

- ✓ 7 expansões em shoppings com taxa de ocupação média de 97,9%
- ✓ Capex Líquido de CDU e Permuta a realizar no valor de R$160,6 milhões

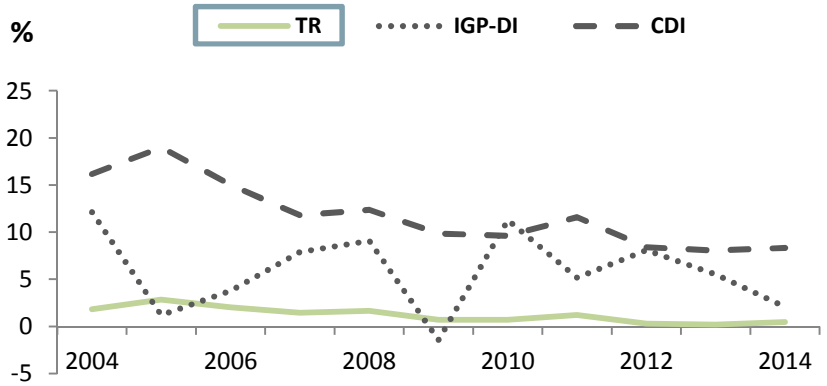


Endividamento e Disponibilidades

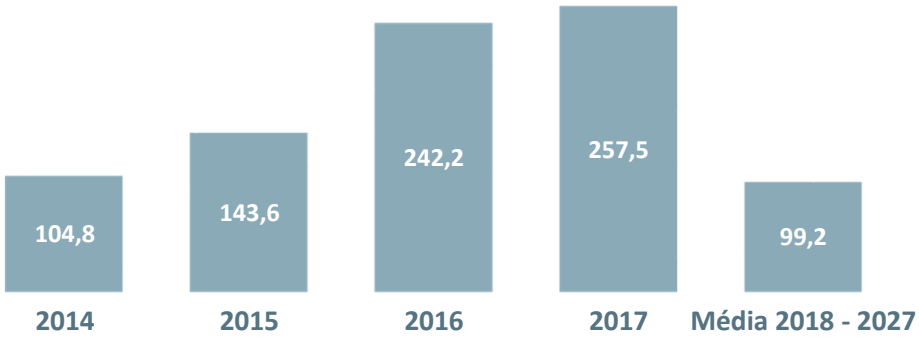
Endividamento 2T14

Composição da Dívida	Curto Prazo	Longo Prazo	Endividamento Total
	(valores em milhares de reais)		
DÍVIDA TOTAL	**195.163**	**1.701.487**	**1.896.651**
DISPONIBILIDADE TOTAL	**(273.658)**	**-**	**(273.658)**
DÍVIDA LÍQUIDA	**(78.494)**	**1.701.487**	**1.622.993**

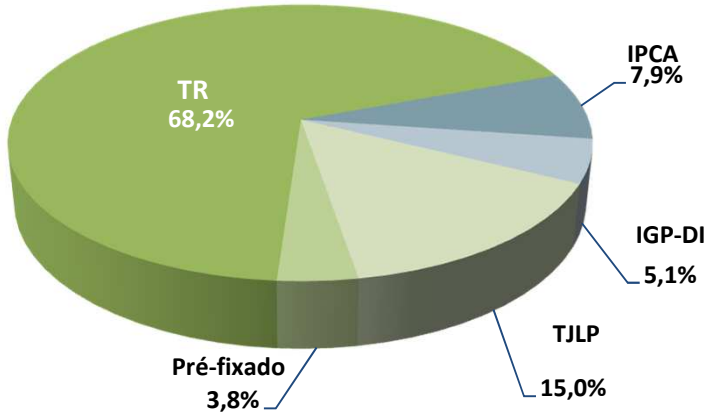
Últimos 10 anos – Baixa volatilidade da TR



Cronograma de Amortização de Principal (R$ milhões)



Perfil da dívida – Indexadores (%)



[1]Inclui valor da venda do Boulevard Corporate Tower cuja liberação está sujeita ao cumprimento de condições contratuais.

Dados Financeiros e Operacionais

Principais Indicadores	2T14	2T13	2T14/2T13 Δ%	1S14	1S13	1S14/1S13 Δ%
Desempenho Financeiro - Informações gerenciais			*(Valores em milhares de reais, exceto os percentuais)*			
Receita Bruta	133.572	117.032	14,1%	261.221	229.342	13,9%
Receita Líquida	123.169	107.962	14,1%	240.434	211.544	13,7%
NOI	107.215	93.495	14,7%	207.142	181.740	14,0%
Margem %	90,3%	90,6%	-0,3 p.p.	89,7%	90,1%	-0,5 p.p.
EBITDA Ajustado[1]	91.081	79.134	15,1%	170.729	148.892	14,7%
Margem %	73,9%	73,3%	0,6 p.p.	71,0%	70,4%	0,6 p.p.
Lucro líquido	25.080	17.562	42,8%	28.332	23.644	19,8%
Margem %	20,4%	16,3%	4,1 p.p.	11,8%	11,2%	0,6 p.p.
FFO Ajustado[1]	44.648	56.946	-21,6%	83.616	105.035	-20,4%
Margem %	36,2%	52,7%	-16,5 p.p.	34,8%	49,7%	-14,9 p.p.
Desempenho Operacional - Informações gerenciais						
Vendas *(em milhares de reais)*	1.949.312	1.592.355	22,4%	3.712.189	3.050.158	21,7%
Vendas/m² [2]	1.139,1	1.060,9	7,4%	1.085,3	1.017,7	6,6%
Vendas mesmos Shoppings/m² [2]	1.171,9	1.060,9	10,5%	1.115,4	1.017,7	9,6%
Aluguel/m² [2]	73,7	70,2	5,0%	71,3	67,4	5,8%
Aluguel mesmos Shoppings/m² [2]	74,8	70,2	6,7%	72,2	67,4	7,2%
SAS/m² (vendas mesma área)[2]	1.173,0	1.069,2	9,7%	1.118,5	1.024,7	9,2%
SAR/m² (aluguel mesma área)[2]	66,8	61,5	8,6%	66,1	60,8	8,6%
SSS/m² (vendas mesmas lojas)[2]	1.164,6	1.068,9	9,0%	1.111,1	1.025,4	8,4%
SSR/m² (aluguel mesmas lojas)[2]	65,8	60,6	8,6%	65,1	59,9	8,7%
NOI mesmos Shoppings (em milhares de reais)	102.255	93.495	9,4%	198.233	181.740	9,1%
Custo de Ocupação (% vendas)	9,8%	9,9%	-0,1 p.p.	10,2%	10,3%	-0,1 p.p.
Inadimplência Líquida	3,4%	2,4%	1,0 p.p.	3,8%	2,5%	1,3 p.p.
Taxa de Ocupação	97,1%	97,2%	0,0 p.p.	97,1%	97,2%	0,0 p.p.
ABL Total Final (m²)	675.717	598.758	12,9%	675.717	598.758	12,9%
ABL Própria Final (m²)	446.129	403.118	10,7%	446.129	403.118	10,7%
ABL Própria que informa vendas (média - m²)	391.680	345.168	13,5%	391.118	345.195	13,3%

[1] Ajustado por eventos não recorrentes e efeitos não caixa.

[2] Média mensal.

ALIANSCE SHOPPING CENTERS



Relações com Investidores

Renato Rique - Presidente
Henrique Cordeiro Guerra – Diretor Executivo
Renato Botelho – Diretor Financeiro
Eduardo Prado – Superintendente de RI
Samantha Senna – Especialista de RI
Yan Oliveira – Analista de RI

ALSC3 NOVO MERCADO BM&FBOVESPA

Tel.: +55 (21) 2176-7272
E-mail: ri@aliansce.com.br
Website: www.aliansce.com.br/ri