



ESTUDO DE CASO

Um ano de BarraShoppingSul, um ano de sucesso

Um ano de BarraShoppingSul, um ano de sucesso

Este estudo de caso visa a descrever o desenvolvimento do BarraShopping Sul desde seu lançamento, em 2007, ao seu primeiro ano de operação no 2009, além de tecer comentários sobre seu futuro.

Focando na liderança

No início de 2007, a Multiplan anunciou o lançamento de seu shopping center de referência em Porto Alegre, capital do estado do extremo sul do País, o Rio Grande do Sul. O shopping center segue a estratégia da Multiplan de ser proprietária e administradora dos melhores shopping centers nas cidades em que estiver presente: o projeto foi concebido com uma área bruta locável de quase 70 mil m², quase o dobro da área do concorrente mais próximo e quase do tamanho do maior shopping center da Multiplan (BarraShopping), que já passou por seis expansões até atingir o tamanho de hoje. O projeto do shopping center foi de 153 mil m² de área construída, 250 lojas e mais de 4.600 vagas de estacionamento, tudo 100% de propriedade da Multiplan.



Desencadeando o crescimento na região

A Empresa desenvolveu o projeto a ser implementado na zona sul de Porto Alegre, no vetor de crescimento da cidade e assim crescer com toda a região tal como tem feito nos 35 anos de existência. O lançamento do projeto acabou provocando uma onda de desenvolvimento nos bairros próximos como resultado dos investimentos feitos pela Multiplan, pelo governo local e outras empresas de construção civil que também lançaram empreendimentos nas áreas próximas ao shopping center. O projeto desencadeou esse processo por causa das sinergias com o BarraShoppingSul identificadas por esses empresários. Outro estímulo adicional forte foram os investimentos da Multiplan na infra-estrutura do bairro, em particular nas vias de acesso no entorno do empreendimento. Este fenômeno permitiu que a Multiplan lançasse seu projeto multi-uso dois meses antes da abertura do shopping, ao invés de dois anos após o lançamento do projeto, como planejado. O primeiro projeto lançado foi a torre de escritórios, construída ao lado do shopping center (Cristal Tower).

Lançado e alugado

Desde o lançamento o projeto foi bem aceito e uma forte demanda levou a um processo rápido de assinatura das lojas, impulsionado pela qualidade do projeto, o desenvolvimento da região, o esforço dos corretores da Empresa e a confiança dos lojistas depositada na marca. O processo de locação bem-sucedido e o desenvolvimento que tomou conta da região fizeram com que a área se valorizasse, e junto valorizou-se o aluguel das lojas.



Um ano após a inauguração, o projeto estava 100% locado graças ao esforço da Empresa em montar um mix de acordo com o perfil dos consumidores. A percepção de que o shopping center iria criar um forte fluxo de consumidores também levou à assinatura de contratos de merchandising dois anos antes do previsto, contribuindo ainda mais para que o projeto superasse o planejado.

Chuvvas não impedem o sucesso

Ao longo dos menos de dois anos de construção, a Empresa fez melhorias no projeto, inclusive com o aumento da área bruta locável. Nem as chuvas recordes que caíram sobre a cidade conseguiram atrasar as obras da Multiplan e impedir seu objetivo de garantir um bom começo aos seus lojistas abrindo o shopping center antes do natal de 2008, dada a importância que essa data tem para o comércio.

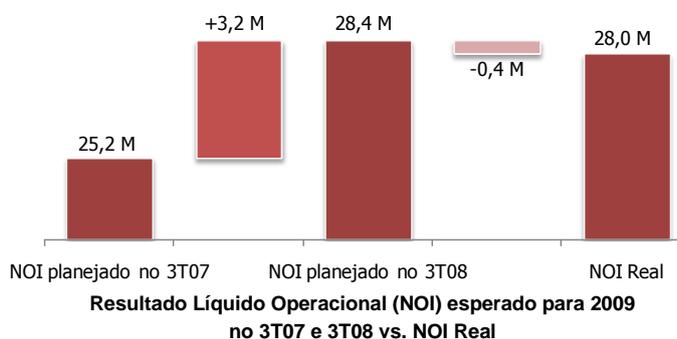
A Empresa planeja cada shopping center novo para que seja melhor que o anterior, utilizando os 35 anos de experiência acumulada. O projeto deve não só ser o mais atualizado possível, mas também ter o menor custo operacional. O BarraShoppingSul foi agraciado com o prêmio de melhor Projeto Econômico de Refrigeração e iluminação, conferido pela Associação Brasileira de Ar Condicionado e Ventilação. O projeto apresentou uma redução de 40% no consumo de energia pelo maior uso de luz natural e menos iluminação artificial sem afetar a refrigeração do edifício. O projeto estava pronto para entregar um grande e moderno novo líder.

Maior fluxo de pessoas e maiores receitas

O shopping center foi inaugurado em novembro de 2008 e a sua importância foi logo percebida nos meses que se seguiram. A Multiplan, consciente de que os primeiros anos de um shopping center são críticos, fez importantes investimentos específicos para aumentar a já expressiva consciência da sua existência na cidade. A Multiplan patrocinou a 16ª Edição do “Porto Alegre em Cena”, um evento cênico internacional organizado pela Prefeitura de Porto Alegre, além de trazer para a cidade e ao shopping center a exposição “O Corpo Humano: Real e Fascinante” pela primeira vez a Porto Alegre. Estas campanhas aumentaram expressivamente o fluxo de pessoas no shopping e começaram a criar os primeiros “clientes fiéis”. A demanda tem sido tão consistente que a Companhia decidiu dar início à cobrança do estacionamento seis meses após iniciadas as operações e dois anos antes do previsto. Outro resultado importante foi o esforço da administração para promover vendas, que representaram 7,0% do total das vendas do portfólio em 2009, seu primeiro ano de operação, atingindo a marca de R\$425,4 milhões, e foram responsáveis por um terço do crescimento das vendas totais da companhia no comparativo 2009 sobre 2008.

2010: uma oportunidade para se superar

Desde o seu lançamento, o projeto passou por várias melhorias sendo seu resultado aprimorado pela assinatura de contratos de locação maiores que os esperados, e pelo recebimento de merchandising e de receitas de estacionamento antes do esperado. Isto levou a uma receita líquida operacional no primeiro ano, em 2009, 11,1% maior do que o primeiro valor divulgado sobre o projeto. Este desempenho é ainda mais impressionante quando se consideram que algumas áreas do shopping center abriram ao longo de 2009, e não na inauguração, deixando uma expectativa de receita futura da ordem dos R\$2 milhões, que poderiam ter levado o NOI do primeiro ano para a casa dos R\$30,0 milhões, 19,0% acima das estimativas iniciais.



Conhecimento para gerar valor

Por fim, vale à pena mencionar o valor que o projeto trouxe para a Empresa, não apenas pela importância estratégica sendo o primeiro shopping center da Multiplan na cidade, mas também pelo retorno financeiro que gerou. No final do ano de 2008, logo após a sua abertura, a Empresa contratou uma consultoria especializada, para fazer uma avaliação do ativo. O BarraShopping Sul foi avaliado em R\$573,0 milhões, praticamente mais do que o dobro do investimento líquido feito no projeto. A Multiplan tem o conhecimento para desenvolver shoppings de referência no Brasil com altos retornos, e o BarraShopping Sul é um dos exemplos da Empresa sobre como ela pretende gerar valor para seus investidores.

<i>Lançamento</i>	<i>Abril 2007</i>
<i>Inauguração</i>	<i>Novembro 2008</i>
<i>Participação Multiplan</i>	<i>100%</i>
<i>ABL (m²)</i>	<i>68.041</i>
<i>CAPEX Total (R\$ mm)</i>	<i>310,4</i>
<i>(-) Cessão de Direitos (R\$ mm)</i>	<i>34,2</i>
<i>Investimento Líquido (R\$ mm)</i>	<i>276,2</i>
<i>Valor do Ativo⁽¹⁾ (R\$ mm)</i>	<i>573,0</i>
<i>Retorno NOI 3º ano</i>	<i>16,9%</i>

¹ De acordo com avaliação da Jones Lang LaSalle em 2008