



ESTUDO DE CASO

Um ano do Shopping Pátio Savassi

Um ano do Shopping Pátio Savassi

Em junho de 2007, a Multiplan adquiriu uma participação de 83,8% no Pátio Savassi, em Belo Horizonte, para controlar a competição com o DiamondMall e consolidar a posição da Multiplan na terceira maior cidade do Brasil. Em um ano, as vendas por metro quadrado aumentaram 35,5% no Pátio Savassi, 32,3% no DiamondMall e 16,2% no BH Shopping devido as sinergias administrativas dos três shopping centers. Vale destacar que o Pátio Savassi registrou um desempenho acima das expectativas, com um retorno inicial de 7,6% versus 6,9% esperado.

Para atingir esses resultados, a Multiplan usou a sua experiência em melhorar seus recursos em várias áreas:

- ⌘ Estratégia de segmentação regional clara – Após a aquisição, a Multiplan tem criado estratégias claras para os três shoppings de Belo Horizonte de modo que cada um atenda um distinto segmento de consumidor da região. O BH Shopping é o maior shopping da região, com um perfil democrático, pois atende as classes sociais A, B e C; o DiamondMall, com a sua arquitetura sofisticada e lojas de luxo, oferece um serviço diferenciado para atender às classes mais altas e; o Pátio Savassi direciona seus serviços para um público mais jovem, que também faz parte dos consumidores regionais da classe A.
- ⌘ Equilíbrio do mix de lojistas – A Multiplan decidiu mudar seu mix de lojistas de acordo com o posicionamento do shopping no mercado. A companhia busca um equilíbrio entre a quantidade e os tipos de lojas no shopping center para atrair consumidores e aumentar as vendas, agradando tanto os lojistas quanto os consumidores.
- ⌘ Otimização do espaço – Cada centímetro é considerado uma oportunidade para criar valor. Portanto trazer a melhor loja ao local perfeito é uma prioridade para maximizar este valor, e fazer com que o acesso seja fácil e conciso para o consumidor. O Pátio Savassi adaptou novas áreas para dar espaço às lojas que agregam sinergias e atraem a atenção dos seus clientes, como uma das mais famosas cadeias de restaurantes americanos, a abrir a sua primeira filial em Belo Horizonte.
- ⌘ Oportunidade para aluguéis mais altos – Quando o Pátio Savassi foi adquirido, o valor do aluguel de alguns dos contratos estava abaixo dos padrões da companhia. Na ocasião essa foi uma imensa vantagem que também contribuiu para tornar a aquisição viável. O Pátio Savassi está prestes a completar 5 anos de existência com a maioria de seus contratos vencendo em breve; isto possibilitou à Multiplan a renegociação dos contratos já vencidos até o momento, com um aumento médio de 20% no aluguel.
- ⌘ Padrão de alta qualidade – Para manter a alta qualidade do portfólio, as companhias que prestam serviços aos shopping centers da Multiplan começaram a operar também no Pátio Savassi. Ao melhorar a qualidade dos serviços de segurança, limpeza e manutenção, a Multiplan reforça a sua marca, que tem a melhor posição na confiança dos consumidores.

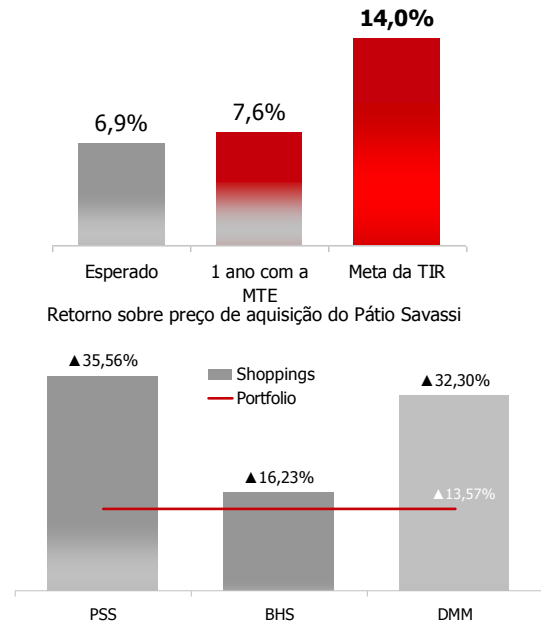
Desde a aquisição, o NOI do Pátio Savassi aumentou 20,6%, representando um ganho de R\$12,5 milhões, considerando um investimento inicial de R\$160,7 milhões na aquisição deste ativo. Apesar deste crescimento, a Multiplan acredita que o Pátio Savassi ainda tem espaço para crescer e que o DiamondMall pode acompanhar essa tendência.



Estratégia de consolidação em Belo Horizonte



DMM, PSS e BHS



Vendas/sq.m. 2T08 x 2T07