

# 1T16



## Relatório de Resultados

### Teleconferência de Resultados

**Data:** 28 de abril de 2016 (quinta-feira)

**Português:** 11h00 (Brasília)

**Inglês:** 12h30 (Brasília)

**Webcast :** [ri.multipplan.com.br](http://ri.multipplan.com.br)

### Números de Acesso:

**Brasil:** +55 11 3193-1001

+55 11 2820-4001

**EUA:** +1 (888) 700-0802

**Outros países:**

+1 (786) 924-6977

**Código:** Multiplan





## Aviso Legal

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis. A Companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações.

As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prognosticar", "projetar", "objetivar" e termos similares são utilizados para identificar tais afirmações.

As projeções referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles expressos ou sugeridos em tais projeções. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou da expectativa da Companhia. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan.

Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão tornar-se diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos. Tais projetos poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos.

Neste relatório, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes até 31 de dezembro de 2012, conforme informado abaixo.

Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores [ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br).

## Relatório Gerencial

Durante o exercício de 2012, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu os seguintes pronunciamentos que afetam as atividades da Companhia e suas controladas, dentre outros: (i) CPC 18 (R2) - Investimento em Coligada, em Controlada e em Empreendimento Controlado em Conjunto; (ii) CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto. Esses pronunciamentos passaram a ter sua aplicação requerida para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. Tais pronunciamentos determinam, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Nesse caso, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Manati Empreendimentos e Participações S.A., empresa detentora de 75% do Shopping Santa Úrsula, e os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome. Este relatório possui caráter gerencial e, por essa razão, não considera a aplicação dos CPCs 18 (R2) e 19 (R2). Dessa forma, as informações e/ou análises de desempenho constantes deste relatório consideram a consolidação proporcional da Manati Empreendimentos e Participações S.A., e da Parque Shopping Maceió S.A. Para informações adicionais, favor consultar a nota 9.4 das Demonstrações Financeiras de 31 de março de 2016.

A Multiplan está apresentando seus resultados em formato gerencial para fornecer ao leitor dados operacionais mais completos. Favor acessar seu website [ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br) para consultar suas Demonstrações Financeiras de acordo com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis – CPC.

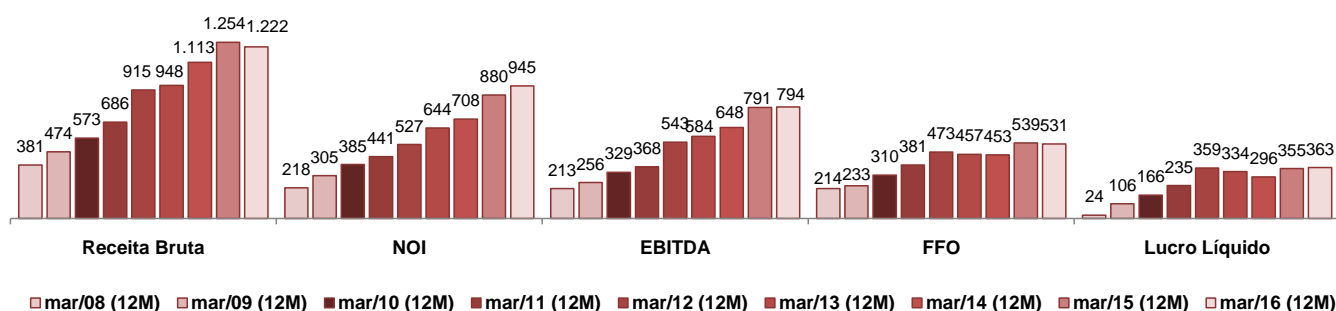
Favor consultar a página 35 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelos Pronunciamentos Contábeis CPC 18 (R2) e CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

1. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial.....	5
2. Valor Justo das Propriedades para investimentos de acordo com o CPC 28.....	6
3. Indicadores Operacionais.....	8
4. Receita Bruta.....	11
5. Resultados da Participação em Propriedades.....	12
6. Resultados da Administração de Shopping Centers.....	16
7. Resultados do Desenvolvimento de Shoppings Centers.....	17
8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários.....	17
9. Resultados Financeiros.....	18
10. Desenvolvimento de Projetos.....	25
11. MULT3 e Mercado de Ações.....	28
12. Portfólio.....	29
13. Estrutura Societária.....	31
14. Dados Operacionais e Financeiros.....	33
15. Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial.....	35
16. Anexos.....	38
17. Glossário.....	42

## Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

R\$ milhões	2007 (IPO) <sup>1</sup>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Variação % (2015/2007)	CAGR % (2015/2007)
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	▲226,8%	▲16,0%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	▲340,8%	▲20,4%
EBITDA	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	▲271,9%	▲17,8%
FFO	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	515,6	426,2	552,9	530,7	▲165,1%	▲13,0%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	▲1.611,9%	▲42,6%

<sup>1</sup> EBITDA de 2007 ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital.



Desempenho histórico dos resultados da Multiplan (R\$ milhões)

## Visão Geral

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil. A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. Ao final do 1T16, a Multiplan detinha – com uma participação média de 73,8% - 18 shopping centers com ABL total de 770.206 m<sup>2</sup>, dos quais 17 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 5.400 lojas e tráfego anual estimado em 180 milhões de visitas. Adicionalmente, a Multiplan detinha – com uma participação média de 92,4% - 2 conjuntos de torres comerciais com ABL total de 87.558 m<sup>2</sup>, que adicionados ao ABL de shopping center somam um ABL total de 857.764 m<sup>2</sup>.



# EBITDA ATINGE R\$199 MILHÕES E TAXA DE OCUPAÇÃO É MANTIDA EM 98% NO 1T16

Bom começo em um ano difícil: Métricas operacionais controladas levam a um aumento de receita apesar da forte base comparável de margens; tudo considerado, lucro líquido se mantém estável.

Comparação 1T16 vs. 1T15, salvo indicação contrária:

**Vendas dos lojistas aumentam 3,1% e Vendas na Mesma Área crescem 4,2% no 1T16.** A diferença recorde entre as Vendas na Mesma Área (SAS) e Mesmas Lojas (SSS), de 2,6%, destaca as contínuas mudanças positivas no mix de lojistas.

**Taxa de ocupação é mantida em 97,9% no trimestre,** uma queda de 10 p.b. versus o 4T15.

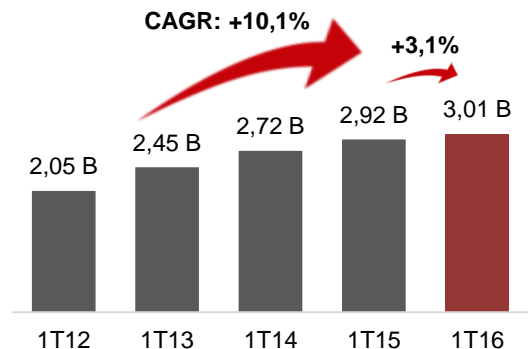
**Receita de locação aumenta 6,7% e o Aluguel nas Mesmas Lojas cresce 5,8% no 1T16.** A receita de estacionamento aumenta 9,4%, e o NOI atinge R\$229,3 milhões, 4,6% acima.

**A razão dívida líquida/EBITDA apresenta leve queda para 2,33x,** como resultado do aumento do caixa e disponibilidades de caixa para R\$464,1 milhões. A Multiplan possui toda sua dívida em moeda local (Reais).

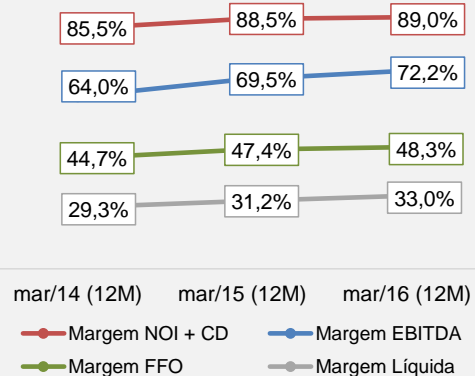
**O lucro líquido atinge R\$70,1 milhões,** em linha com os R\$69,6 milhões registrados no 1T15. Nos últimos 12 meses, o lucro líquido foi de R\$362,7 milhões e o FFO de R\$530,6 milhões, resultando em um crescimento anual médio ponderado (CAGR) de 10,6% e 8,3%, respectivamente, sobre os dois períodos de 12 meses anteriores.

**A ação MULT3 na BM&FBOVESPA valorizou 41,3% no 1T16,** precificada em R\$53,70 ao fim do trimestre. O volume médio diário foi de R\$40,6 milhões no período.

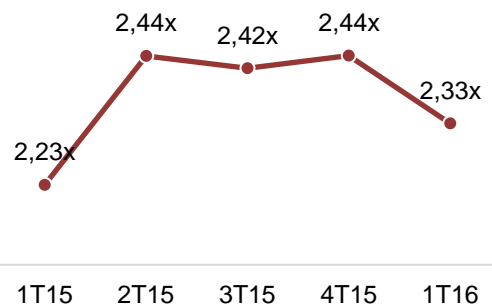
Evolução das Vendas dos Lojistas



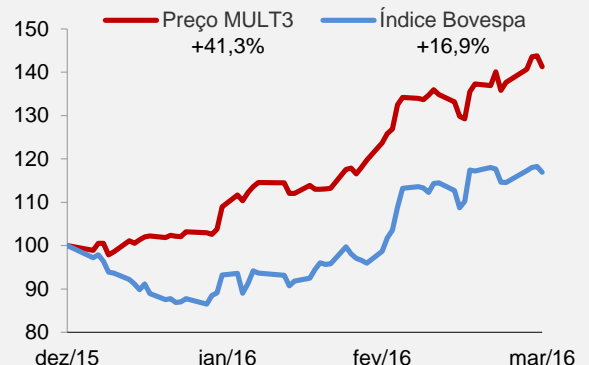
Evolução das Margens



Evolução da Dívida Líquida / EBITDA



Evolução da MULT3 na BM&FBOVESPA



**1. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial**

(R\$'000)	1T16	1T15	Var. %
Receita de locação	207.233	194.216	▲ 6,7%
Receita de serviços	37.103	27.617	▲ 34,3%
Receita de cessão de direitos	3.518	7.895	▼ 55,4%
Receita de estacionamento	46.474	42.492	▲ 9,4%
Venda de imóveis	3.930	11.286	▼ 65,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	9.663	8.690	▲ 11,2%
Outras receitas	1.328	764	▲ 73,7%
<b>Receita Bruta</b>	<b>309.248</b>	<b>292.961</b>	<b>▲ 5,6%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(30.424)	(28.259)	▲ 7,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>278.824</b>	<b>264.702</b>	<b>▲ 5,3%</b>
Despesas de sede	(31.900)	(25.664)	▲ 24,3%
Remuneração baseada em ações	(5.314)	(3.930)	▲ 35,2%
Despesas de shopping centers	(32.108)	(22.958)	▲ 39,9%
Despesas com escritórios para locação	(1.943)	(3.230)	▼ 39,8%
Despesas com novos projetos para locação	(1.493)	(1.754)	▼ 14,9%
Despesas com novos projetos para venda	(871)	(652)	▲ 33,6%
Custo de imóveis vendidos	(2.148)	(8.334)	▼ 74,2%
Resultado de equivalência patrimonial	7	1	▲ 859,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.257)	(4.482)	▼ 5,0%
<b>EBITDA</b>	<b>198.799</b>	<b>193.700</b>	<b>▲ 2,6%</b>
Receitas financeiras	21.160	11.211	▲ 88,7%
Despesas financeiras	(70.327)	(56.161)	▲ 25,2%
Depreciações e amortizações	(39.550)	(39.196)	▲ 0,9%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>110.082</b>	<b>109.554</b>	<b>▲ 0,5%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(34.975)	(34.037)	▲ 2,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.976)	(5.906)	▼ 15,7%
Participação dos acionistas minoritários	(51)	(18)	▲ 179,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.079</b>	<b>69.593</b>	<b>▲ 0,7%</b>

(R\$'000)	1T16	1T15	Var. %
<b>NOI</b>	<b>229.319</b>	<b>219.211</b>	<b>▲ 4,6%</b>
<i>Margem NOI</i>	87,1%	89,3%	▼ 226 p.b.
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>232.837</b>	<b>227.106</b>	<b>▲ 2,5%</b>
<i>Margem NOI + cessão de direitos</i>	87,2%	89,7%	▼ 242 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>200.232</b>	<b>195.382</b>	<b>▲ 2,5%</b>
<i>Margem EBITDA de propriedades</i>	72,7%	76,8%	▼ 403 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>198.799</b>	<b>193.700</b>	<b>▲ 2,6%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	71,3%	73,2%	▼ 188 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.079</b>	<b>69.593</b>	<b>▲ 0,7%</b>
<i>Margem líquida</i>	25,1%	26,3%	▼ 116 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>75.055</b>	<b>75.499</b>	<b>▼ 0,6%</b>
<i>Margem líquida ajustada</i>	26,9%	28,5%	▼ 160 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional FFO</b>	<b>114.605</b>	<b>114.695</b>	<b>▼ 0,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	41,1%	43,3%	▼ 223 p.b.

## 2. Valor Justo das Propriedades para investimentos de acordo com o CPC 28

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa futuros utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM, *Capital Asset Pricing Model*. Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em (i) estudos realizados e publicados por “Aswath Damodaran” (professor da *New York University*), (ii) desempenho das ações da Companhia (Beta), além de (iii) projeções macroeconômicas publicadas pelo Banco Central, e (iv) dados sobre o prêmio de risco do mercado nacional (Risco País, medido pelo *Emerging Markets Bond Index Plus Brazil*). Baseado nessas premissas, a Companhia estimou uma taxa de desconto média ponderada, nominal e desalavancada, de 14,73% em 31 de dezembro de 2015, como resultado de uma taxa de desconto base de 14,19%, calculada de acordo com o modelo CAPM, e um prêmio de risco médio ponderado de 52 pontos base. O prêmio de risco foi calculado de acordo com avaliações internas e adicionado à taxa de desconto base em um intervalo entre zero e 200 pontos base na avaliação de cada shopping center, torre comercial ou projeto futuro.

<b>Custo de Capital Próprio</b>	<b>1T16</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Taxa livre de risco ( <i>Risk free rate</i> )	3,45%	3,45%	3,49%	3,53%	3,57%
Prêmio de risco de mercado	6,05%	6,05%	6,11%	6,02%	5,74%
Beta ajustado	0,76	0,78	0,72	0,77	0,74
Risco país	247 p.b.	232 p.b.	230 p.b.	205 p.b.	184 p.b.
Prêmio de risco adicional	52 p.b.	51 p.b.	44 p.b.	43 p.b.	59 p.b.
<b>Custo de capital próprio – US\$ nominal</b>	<b>11,05%</b>	<b>11,00%</b>	<b>10,65%</b>	<b>10,66%</b>	<b>10,25%</b>
<b>Premissas de inflação</b>					
Inflação (Brasil) (1)	5,79%	6,53%	6,53%	5,98%	5,47%
Inflação (EUA)	2,40%	2,40%	2,40%	2,30%	2,30%
<b>Custo de capital próprio – R\$ nominal</b>	<b>14,73%</b>	<b>15,47%</b>	<b>15,11%</b>	<b>14,64%</b>	<b>13,66%</b>

(1) A inflação estimada (BR) para o 1T16 considera a média de 4 anos, entre Abril de 2016 e Março de 2020. A premissa de inflação utilizada nos modelos de 2012, 2013, 2014 e 2015, considerou a inflação estimada para os 12 meses seguintes.

O cálculo de Valor Justo das propriedades para investimento reflete o conceito de participantes de mercado. Assim, a Companhia desconsiderou para cálculo dos fluxos de caixa descontados os impostos sobre as receitas, impostos e contribuições sobre o lucro, e receitas e despesas decorrentes da prestação de serviços de administração e comercialização.

O fluxo de caixa futuro do modelo foi estimado com base nos fluxos de caixa individuais das propriedades, incluindo o resultado líquido operacional (NOI), cessão de direito recorrente (baseada somente na troca de mix, salvo em projetos em desenvolvimento e projetos futuros), receitas com taxas de transferência, investimentos em revitalização e investimentos em obras em andamento. Para o cálculo da perpetuidade foi considerada uma taxa de crescimento real de 2,0% para shopping centers e zero para torres comerciais.

A Companhia classificou suas propriedades para investimento de acordo com o status de cada uma. A tabela abaixo apresenta a descrição do valor identificado para cada categoria de propriedade e o valor dos ativos na participação da Companhia:

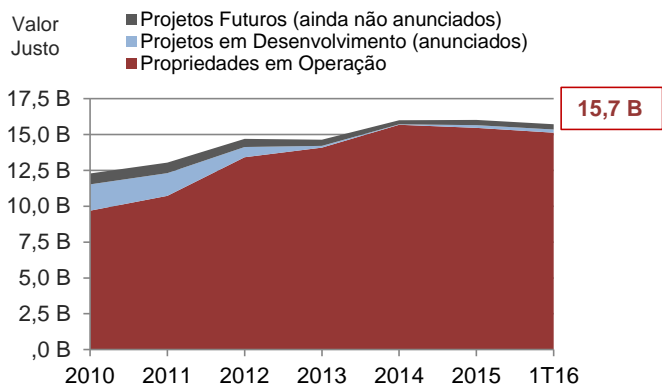
<b>Valor Justo de Propriedades para Investimento</b>	<b>1T16</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Shopping centers e torres comerciais em operação <sup>1-2,3</sup>	R\$ 15.131 M	R\$ 15.465 M	R\$ 15.683 M	R\$ 14.089 M	R\$ 13.418 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados) <sup>1-2,3</sup>	R\$ 223 M	R\$ 181 M	R\$ 32 M	R\$ 123 M	R\$ 715 M
Projetos futuros (ainda não anunciados)	R\$ 366 M	R\$ 379 M	R\$ 284 M	R\$ 430 M	R\$ 569 M
<b>Total</b>	<b>R\$ 15.720 M</b>	<b>R\$ 16.024 M</b>	<b>R\$ 15.999 M</b>	<b>R\$ 14.642 M</b>	<b>R\$ 14.702 M</b>

<sup>1</sup> Em 2012, os projetos JundiáShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall, ParkShopping Corporate e a Expansão VII do RibeirãoShopping foram concluídos e seus ativos transferidos de projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

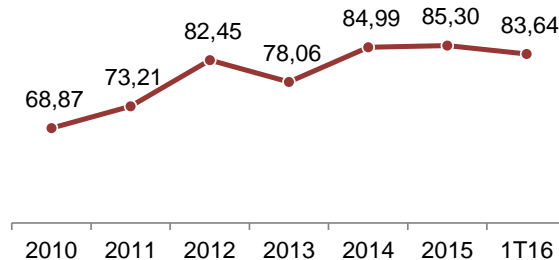
<sup>2</sup> Em 2013, os projetos Expansão VII e Expansão VIII do RibeirãoShopping e o Morumbi Corporate foram concluídos e seus ativos transferidos de projetos em desenvolvimento para shopping centers e torres comerciais em operação.

<sup>3</sup> Em 2014, o projeto Expansão VII do BarraShopping foi concluído e seus ativos transferidos de projetos em desenvolvimento para shopping centers e torres comerciais em operação.

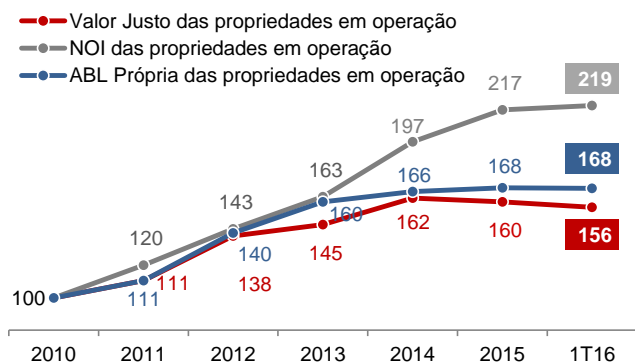
Seguindo o pronunciamento CPC 19 (R2) – Investimento em Coligada, emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), as participações de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e de 50,0% no projeto Parque Shopping Maceió através de Controladas em Conjunto não foram consideradas na avaliação do valor justo.



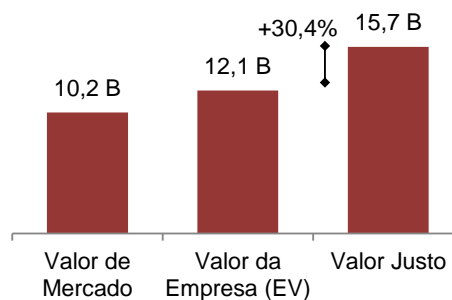
Evolução do Valor Justo¹ (R\$)



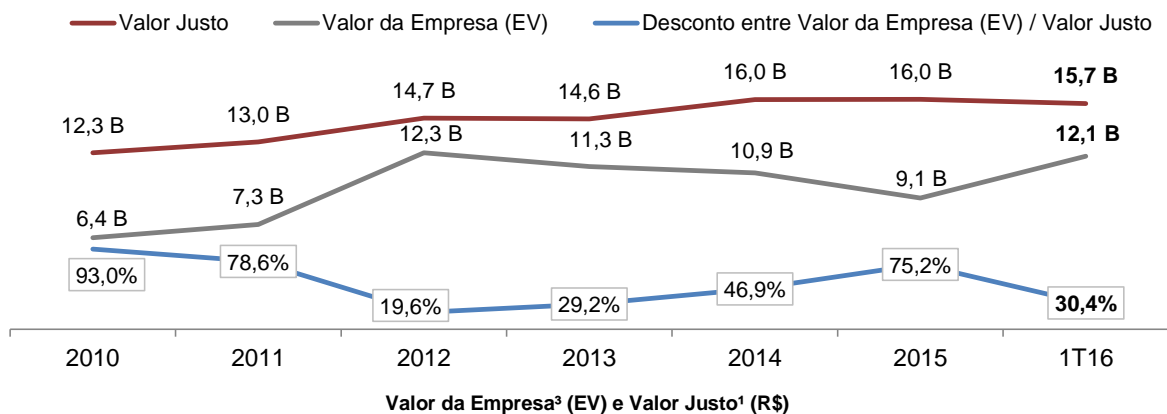
Valor Justo¹ por ação (R\$)



Crescimento do Valor Justo¹, NOI e ABL própria (Base 100: 2010)



Valor de Mercado² vs. Valor da Empresa³ (EV) vs. Valor Justo¹ – 31 de Março de 2016



Valor da Empresa³ (EV) e Valor Justo¹ (R\$)

¹ Calculado de acordo com o CPC 28

² Baseado no valor da ação em 31 de Março de 2016, de R\$53,70

³ A soma do Valor de Mercado e da Dívida Líquida

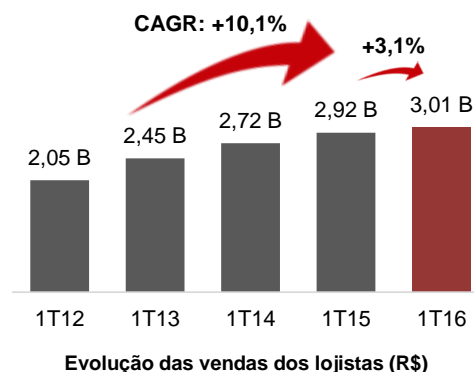
### 3. Indicadores Operacionais

#### 3.1 Vendas dos Lojistas

*Início positivo em um cenário desafiador*

Os lojistas dos shopping centers da Multiplan registraram vendas de R\$3,0 bilhões no 1T16, um aumento de R\$91,3 milhões sobre o 1T15 – equivalente a um crescimento de 3,1%. Este é mais um aumento consecutivo de vendas, apesar do cenário macro desafiador que afeta o desempenho do varejo no país.

Nos 12 meses findos em 31 de março de 2016, as lojas satélites registraram vendas de R\$26.015/m<sup>2</sup>, equivalentes a US\$620 por pé quadrado (com base em uma taxa de câmbio média USD / BRL de 3,90 no 1T16).



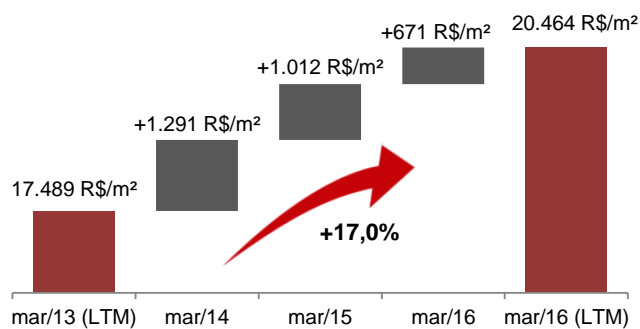
Vendas Shopping Center (100%)	Abertura	1T16	1T15	Var.%
BH Shopping	1979	246,2 M	253,4 M	▼2,8%
RibeirãoShopping	1981	166,6 M	173,9 M	▼4,2%
BarraShopping	1981	433,8 M	417,8 M	▲3,8%
MorumbiShopping	1982	374,3 M	345,7 M	▲8,3%
ParkShopping	1983	245,1 M	249,1 M	▼1,6%
DiamondMall	1996	136,0 M	132,9 M	▲2,4%
New York City Center	1999	60,8 M	54,9 M	▲10,8%
Shopping Anália Franco	1999	226,4 M	217,9 M	▲3,9%
ParkShoppingBarigüi	2003	196,2 M	195,9 M	▲0,2%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	88,5 M	85,0 M	▲4,1%
ShoppingSantaÚrsula	2008 <sup>2</sup>	37,0 M	41,3 M	▼10,4%
BarraShoppingSul	2008	170,1 M	171,0 M	▼0,5%
ShoppingVilaOlímpia	2009	93,4 M	90,9 M	▲2,7%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	124,9 M	116,6 M	▲7,1%
JundiaíShopping	2012	96,0 M	95,1 M	▲0,9%
ParkShoppingCampoGrande	2012	99,8 M	88,2 M	▲13,2%
VillageMall	2012	122,2 M	108,5 M	▲12,7%
Parque Shopping Maceió	2013	90,9 M	78,9 M	▲15,2%
<b>Total</b>		<b>3.008,2 M</b>	<b>2.916,9 M</b>	<b>▲3,1%</b>

<sup>1</sup> Pátio Savassi iniciou suas operações em 2004, e foi adquirido pela Multiplan em jun/2007.

<sup>2</sup> ShoppingSantaÚrsula iniciou suas operações em 1999, e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

*Vendas na Mesma Área sobem 12,1% em dois anos*

As Vendas na Mesma Área (SAS) aumentaram 4,2% no trimestre, em relação ao mesmo período do ano anterior, o maior aumento nos últimos quatro trimestres, enquanto que as Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) subiram 1,6% durante o mesmo período. A diferença entre o SAS e SSS de 260 p.b., a maior já registrada juntamente com o dado do 2T14, ressalta o valor agregado ao portfólio pela estratégia bem-sucedida de melhoria do mix de lojas.



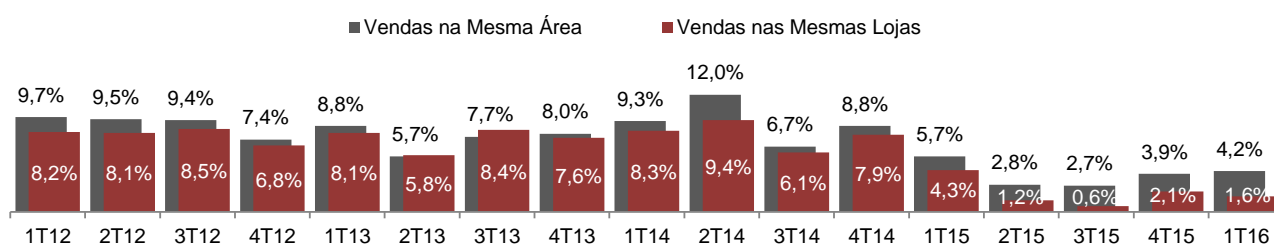
**Evolução das Vendas na Mesma Área (12M) – Base: mar/13**

### Segmento de Serviços cresce 7,3% entre as mesmas lojas

O crescimento do SSS continuou a ser impulsionado pelos segmentos de Serviços, Artigos Diversos e Alimentação & Áreas Gourmet, que obtiveram crescimentos de 7,3%, 4,3% e 3,9%, respectivamente. No segmento de Serviços, farmácias e cinemas registraram os desempenhos mais fortes, enquanto que os Artigos Diversos foram liderados por Informática, perfumaria e cosméticos, e lojas de variedades.

Vendas nas Mesmas Lojas	1T16 x 1T15		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/Áreas Gourmet	-	▲ 3,9%	▲ 3,9%
Vestuário	▼ 2,2%	▼ 0,3%	▼ 0,8%
Artigos do Lar & Escritório	▼ 8,3%	▼ 2,6%	▼ 4,7%
Artigos Diversos	▲ 8,7%	▲ 1,9%	▲ 4,3%
Serviços	▲ 8,0%	▲ 7,2%	▲ 7,3%
<b>Total</b>	<b>▲ 1,5%</b>	<b>▲ 1,6%</b>	<b>▲ 1,6%</b>

**Crescimento das Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) por segmento**

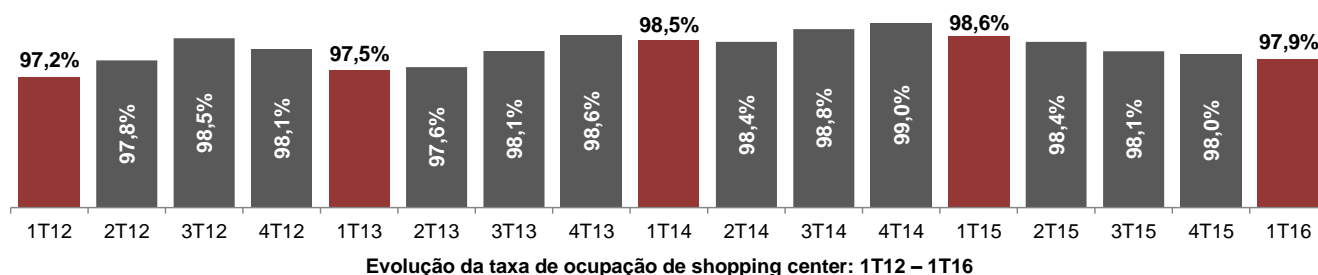


**Vendas na mesma área e nas mesmas lojas – variação ano/ano**

### 3.2 Indicadores operacionais

A taxa de ocupação cai 10 p.b., mantendo-se em 97,9%

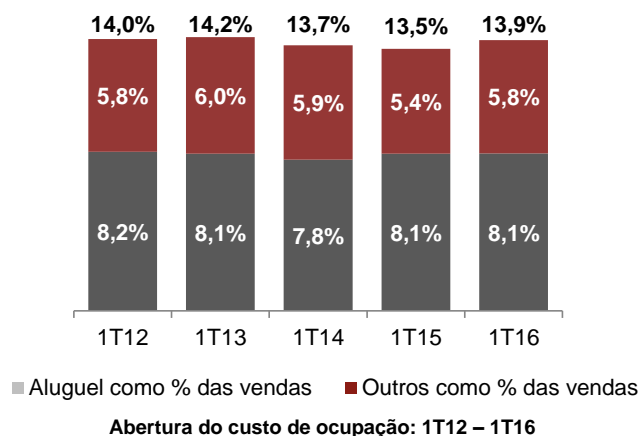
A taxa de ocupação média foi de 97,9% no 1T16, quase em linha quando comparada com a do final de 2015. A ocupação também permaneceu em linha com a média dos últimos cinco primeiros trimestres, em 97,9%, representando portanto um forte início para um ano desafiador. Os primeiros dez shopping centers abertos pela Multiplan apresentaram uma taxa de ocupação média de 98,9%, reforçando a tese de que shopping centers consolidados com alta produtividade são capazes de alcançar e manter taxas de ocupação elevadas na comparação com a média do mercado.



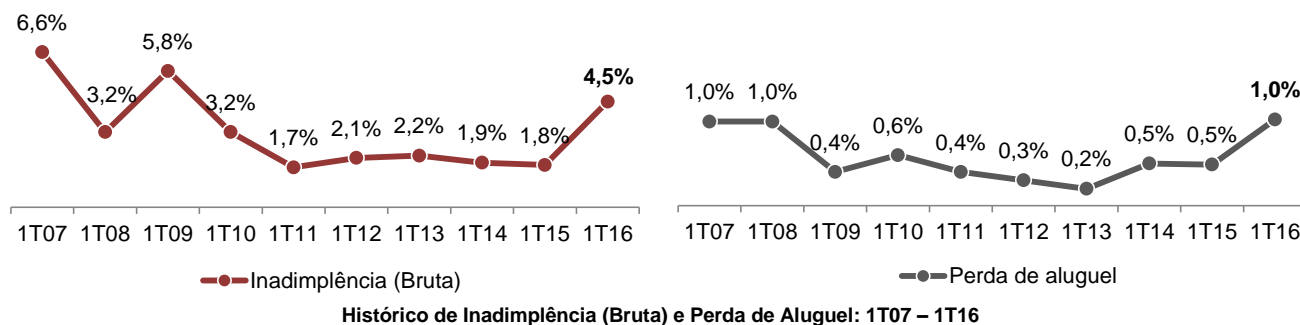
Custo de ocupação maior em 47 p.b. sobre o 1T15

O custo de ocupação no 1T16 foi de 13,9%, 47 p.b. maior na comparação com o mesmo período do ano anterior, devido ao ritmo mais lento das vendas e a incidência da inflação sobre o aluguel e o custo de condomínio no período.

O custo de ocupação permaneceu nos mesmos níveis do 1T12, mostrando que a Companhia conseguiu manter a saúde financeira dos lojistas no atual momento de adversidade.



A taxa de inadimplência (bruta) dos shopping centers (atraso no pagamento de aluguel superior a 25 dias) foi de 4,5% no 1T16. O ambiente econômico desafiador, bem como situações especiais de lojistas específicos impactaram a disponibilidade de capital dos varejistas, o que, juntamente com a cobrança do aluguel dobrado de dezembro, levou ao aumento na taxa de inadimplência. Se consideradas as recuperações referentes a períodos anteriores, a taxa de inadimplência (líquida) seria de 3,6%. No mesmo período de comparação, a perda de aluguel foi de 1,0%.

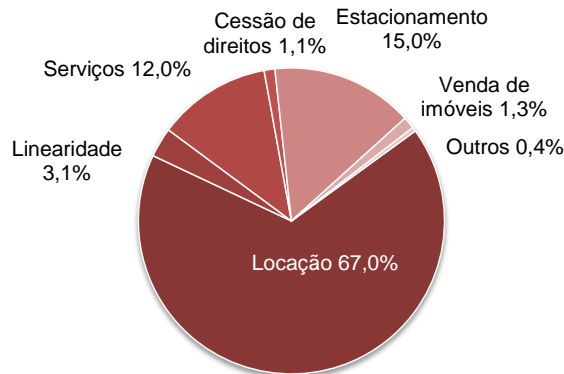


#### 4. Receita Bruta

Receita bruta cresce 5,6% no 1T16 ou 8,4% desconsiderando a receita de imóveis para venda

A receita bruta totalizou R\$309,2 milhões no 1T16, um aumento de 5,6% comparado ao 1T15. As receitas de locação, serviços e estacionamento foram os principais destaques, e juntos adicionaram R\$26,5 milhões. A receita de imóveis para venda, como esperado, caiu 65,2% na comparação com o mesmo período do ano anterior.

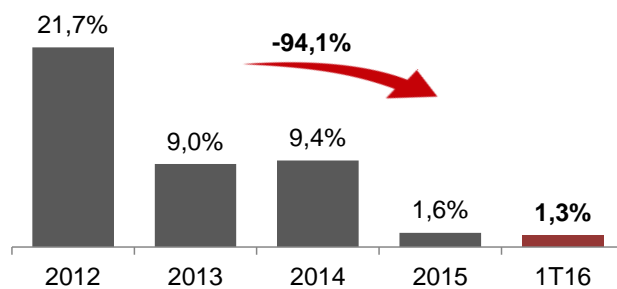
Como mencionado em relatórios anteriores, a Companhia desenvolve projetos multiuso para venda com uma abordagem oportunista, buscando condições de mercado que maximizem margens e retornos. Devido ao clima pessimista do mercado, a Companhia não identificou estas oportunidades de mercado, fator que impossibilitou novos lançamentos e assim reduziu a receita de imóveis para venda em comparação aos anos anteriores.



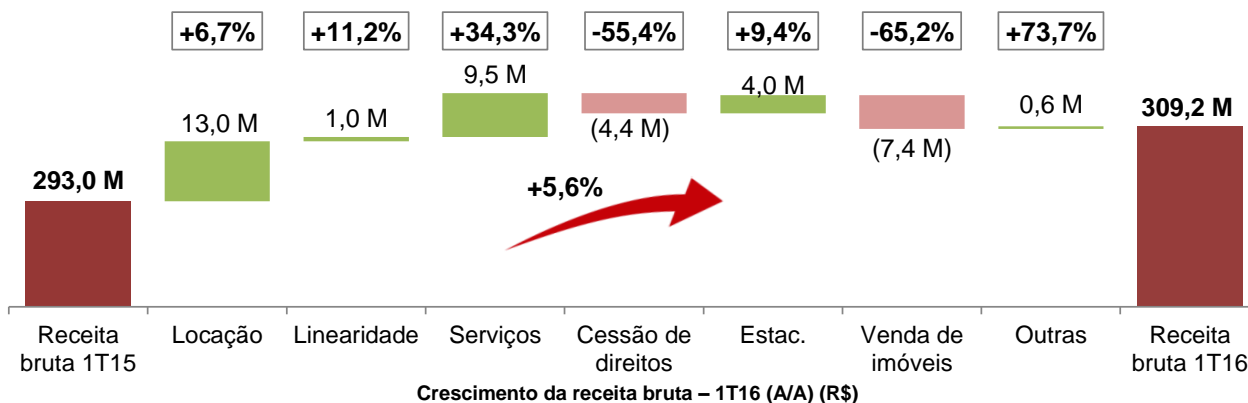
Detalhamento da receita bruta – 1T16



Crescimento da receita bruta (R\$) – 1T16



Receita com Venda de Imóvel como percentual da Receita Bruta



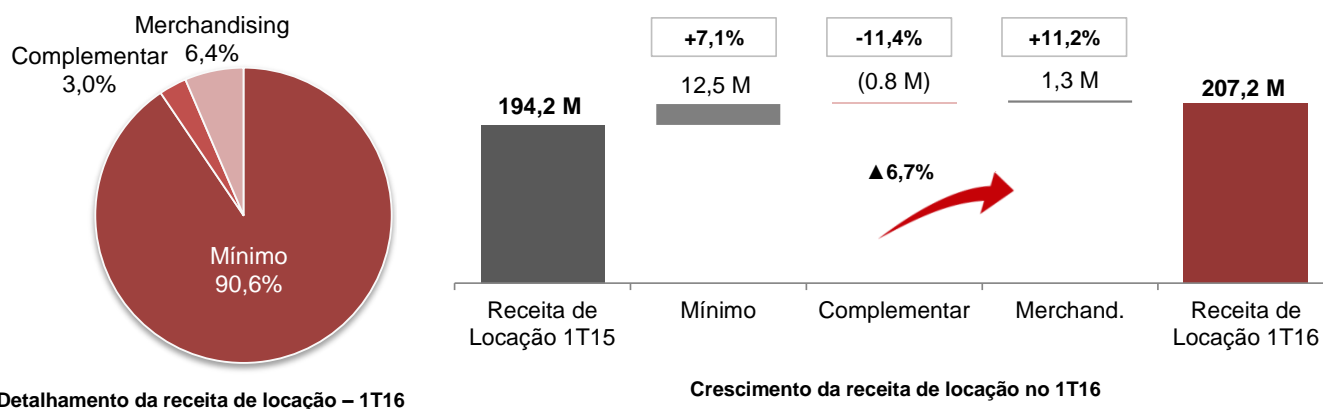
## 5. Resultados da Participação em Propriedades

### 5.1 Receita de Locação

Receita de locação totaliza R\$207,2 milhões no 1T16, maior em 6,7%

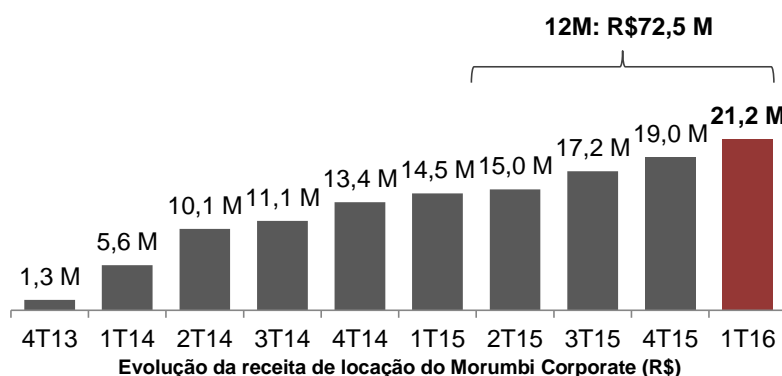
A receita de locação cresceu 6,7% comparada ao 1T15, chegando a R\$207,2 milhões no 1T16, apesar do leve crescimento de 74 p.b. na vacância comparado com o mesmo período do ano anterior. A receita de locação é composta por aluguel mínimo, complementar e merchandising, que, no 1T16, representaram 90,9%, 6,2% e 2,9% desta receita, respectivamente. O New York City Center e o Pátio Savassi foram os maiores destaques positivos, crescendo 13,7% e 10,1% no trimestre, respectivamente, beneficiados pela abertura de novas lojas. A taxa de ocupação do New York City Center chegou a 100% no 1T16, contra 97,5% no mesmo trimestre do ano anterior. A soma da receita de locação do VillageMall, do JundiaíShopping e do ShoppingSantaÚrsula diminuiu 11,4%, devido à maior troca de lojas, maiores descontos a lojistas, e maior vacância temporária nos shopping centers.

Dados complementares podem ser encontrados na planilha de fundamentos, disponível no site do departamento de Relações com Investidores da Multiplan ([ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br)).



Receita de locação do Morumbi Corporate cresce 46,4% em comparação ao 1T15

O Morumbi Corporate, complexo de duas torres comerciais (Diamond Tower e Golden Tower), localizado em frente ao MorumbiShopping, contribuiu com R\$21,2 milhões à receita de locação no 1T16, um aumento de 46,4% comparado ao 1T15. Nos últimos 12 meses, o complexo contribuiu com R\$72,5 milhões de receita, um crescimento de 47,6% sobre o ano anterior. Em março de 2016, 91,5% da ABL estava locada, um leve aumento sobre o trimestre anterior.



Receita de Locação (R\$)	Abertura	1T16	1T15	Var. %
BH Shopping	1979	19,3 M	18,4 M	▲4,9%
RibeirãoShopping	1981	10,8 M	11,3 M	▼4,8%
BarraShopping	1981	25,4 M	23,5 M	▲8,2%
MorumbiShopping	1982	25,1 M	23,7 M	▲6,3%
ParkShopping	1983	13,2 M	12,0 M	▲9,5%
DiamondMall	1996	10,4 M	9,8 M	▲6,0%
New York City Center	1999	2,2 M	2,0 M	▲13,7%
ShoppingAnáliaFranco	1999	6,2 M	6,1 M	▲2,7%
ParkShoppingBarigüi	2003	11,9 M	11,6 M	▲2,9%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	7,0 M	6,4 M	▲10,1%
ShoppingSantaÚrsula	2008 <sup>2</sup>	1,1 M	1,2 M	▼12,6%
BarraShoppingSul	2008	13,4 M	12,8 M	▲4,4%
ShoppingVilaOlímpia	2009	4,4 M	4,3 M	▲2,8%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	9,8 M	9,8 M	▼0,6%
JundiaíShopping	2012	6,5 M	7,4 M	▼12,0%
ParkShoppingCampoGrande	2012	8,1 M	8,0 M	▲2,4%
VillageMall	2012	7,8 M	8,7 M	▼10,7%
Parque Shopping Maceió	2013	3,1 M	2,9 M	▲6,4%
Morumbi Corporate	2013	21,2 M	14,5 M	▲46,4%
ParkShopping Corporate	2014	0,3 M	-	-
<b>Total</b>		<b>207,2 M</b>	<b>194,2 M</b>	<b>▲6,7%</b>

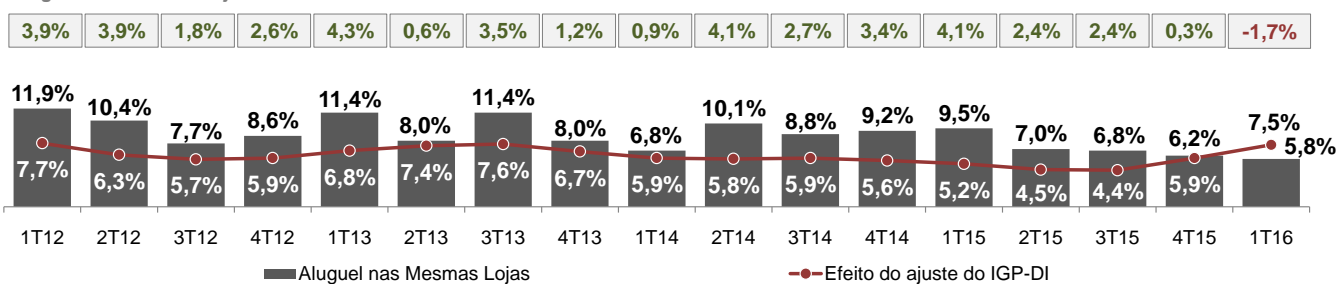
<sup>1</sup> O Pátio Savassi iniciou suas operações em 2004, e foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007.

<sup>2</sup> O ShoppingSantaÚrsula iniciou suas operações em 1999, e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

#### Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) cresce 5,8% no 1T16

A Multiplan registrou um Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de R\$107/m<sup>2</sup> por mês no 1T16, um aumento de 5,8% sobre o indicador no 1T15, quando havia crescido 9,5% sobre o 1T14. O efeito do ajuste do IGP-DI foi de 7,5% no trimestre, indicando um decréscimo real de 1,7% do SSR.

Aluguel nas Mesmas Lojas – crescimento real:

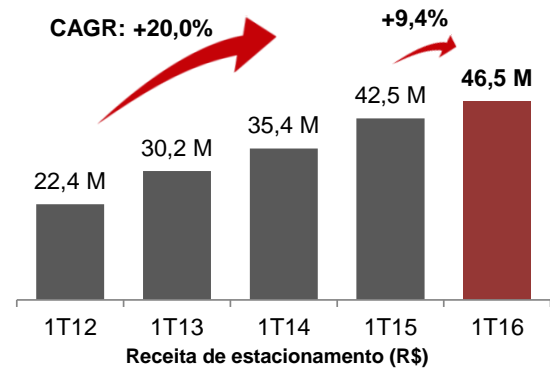


Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) – Crescimento nominal e real

## 5.2 Receita de Estacionamento

Receita de estacionamento cresce 9,4% para R\$46,5 milhões no 1T16

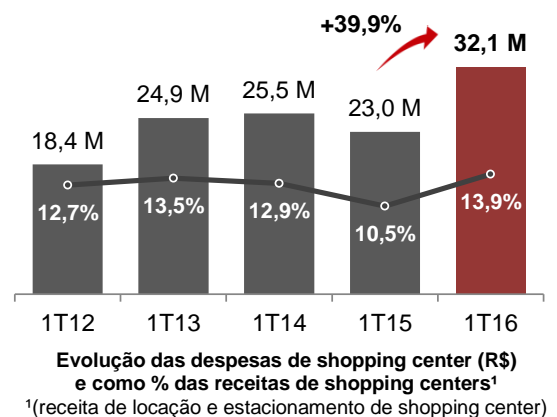
No 1T16, a receita de estacionamento chegou a R\$46,5 milhões, um aumento de 9,4% quando comparado ao 1T15, impulsionada por uma maior tarifa e um maior tempo de permanência dos consumidores. O fluxo de carros nos shopping centers se manteve praticamente inalterado no período.



## 5.3 Despesas de Propriedades

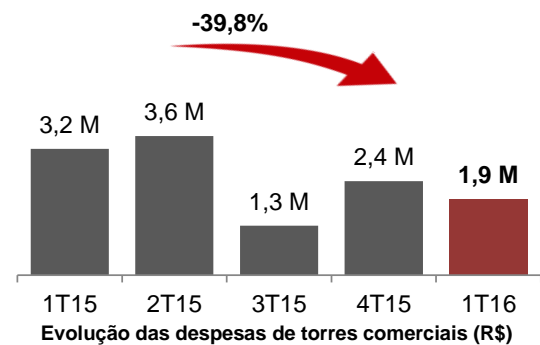
Despesas de shopping center atingem R\$32,1 milhões no 1T16

As despesas de shopping centers totalizaram R\$32,1 milhões no 1T16, 39,9% acima do 1T15. Os maiores aumentos foram com provisões relacionadas ao aumento da inadimplência e maiores custos com vacância temporária devido às trocas de lojas nos últimos meses. Como percentual da receita de shopping centers as despesas de shopping atingiram 13,9% no 1T16.



Margem das torres comerciais para locação atinge 91,0%

O aumento de 48,6% nas receitas aliada à queda de 39,8% nas despesas no 1T16 levaram a atividade de torres comerciais a registrar uma margem operacional de 91,0%. O Morumbi Corporate conta com 91,5% de sua ABL locada.

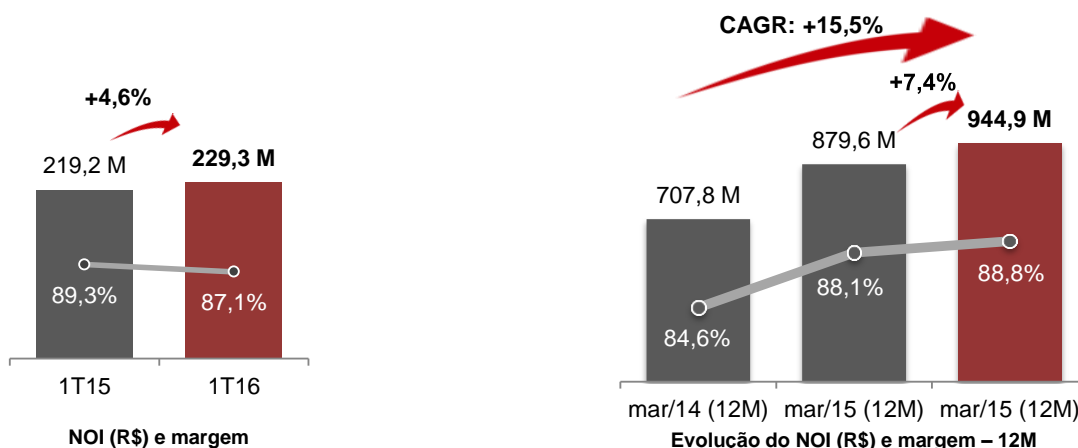


#### 5.4 Resultado Operacional Líquido (NOI)

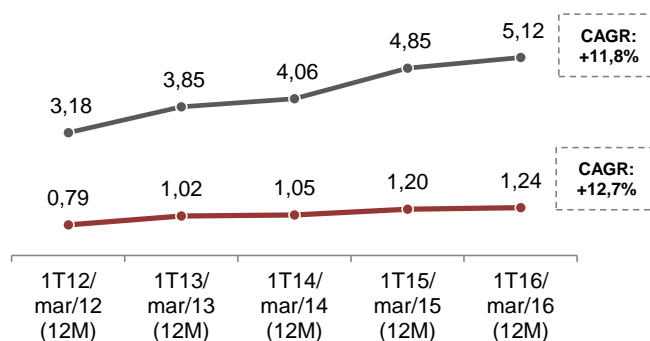
NOI cresce 4,6% no 1T16, para R\$229,3 milhões

A Multiplan registrou um Resultado Operacional Líquido (NOI) de R\$229,3 milhões no 1T16, um crescimento de 4,6% sobre o 1T15 e uma margem de 87,1%. Nos últimos 12 meses, o NOI aumentou 7,4%, totalizando R\$944,9 milhões, implicando em um crescimento anual médio ponderado (CAGR) de 15,5%.

O NOI + Cessão de Direitos (CD) alcançou R\$232,8 milhões, 2,5% acima quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A margem NOI + CD caiu 242 p.b. para 87,2% quando comparada ao 1T15. Maiores receitas de locação e estacionamento, combinadas com menores despesas com torres comerciais para locação, contribuíram para a manutenção das margens em um nível elevado.



Cálculo do NOI (R\$)	1T16	1T15	Var. %	mar/16 (12M)	mar/15 (12M)	Var. %
Receita de locação	207,2 M	194,2 M	▲ 6,7%	874,7 M	827,6 M	▲ 5,7%
Linearidade	9,7 M	8,7 M	▲ 11,2%	8,9 M	6,5 M	▲ 36,6%
Receita de estacionamento	46,5 M	42,5 M	▲ 9,4%	180,7 M	164,6 M	▲ 9,8%
<b>Receita operacional</b>	<b>263,4 M</b>	<b>245,4 M</b>	<b>▲ 7,3%</b>	<b>1.064,3 M</b>	<b>998,8 M</b>	<b>▲ 6,6%</b>
Despesas de shopping centers	(32,1 M)	(23,0 M)	▲ 39,9%	(110,2 M)	(104,0 M)	▲ 6,0%
Despesas com torres para locação	(1,9 M)	(3,2 M)	▼ 39,8%	(9,2 M)	(15,2 M)	▼ 39,9%
<b>NOI</b>	<b>229,3 M</b>	<b>219,2 M</b>	<b>▲ 4,6%</b>	<b>944,9 M</b>	<b>879,6 M</b>	<b>▲ 7,4%</b>
Margem NOI	87,1%	89,3%	▼ 226 p.b.	88,8%	88,1%	▲ 72 p.b.
<b>Cessão de Direitos</b>	<b>3,5 M</b>	<b>7,9 M</b>	<b>▼ 55,4%</b>	<b>20,5 M</b>	<b>34,5 M</b>	<b>▼ 40,4%</b>
Receita operacional + CD	266,9 M	253,3 M	▲ 5,4%	1.084,8 M	1.033,3 M	▲ 5,0%
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>232,8 M</b>	<b>227,1 M</b>	<b>▲ 2,5%</b>	<b>965,5 M</b>	<b>914,1 M</b>	<b>▲ 5,6%</b>
Margem NOI + cessão de direitos	87,2%	89,7%	▼ 242 p.b.	89,0%	88,5%	▲ 53 p.b.



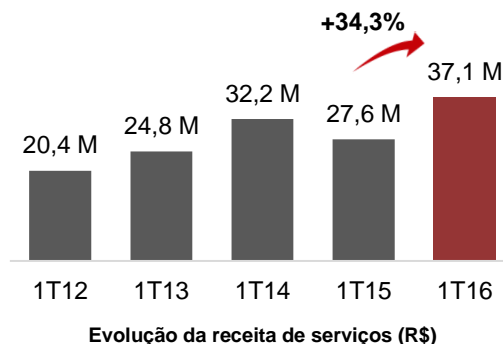
—●— NOI + Cessão de Direitos por ação (1T)  
 —●— NOI + Cessão de Direitos por ação (12M)  
**Evolução do NOI + Cessão de Direitos por ação (R\$)<sup>1</sup>**  
<sup>1</sup>Ações em circulação, ajustadas pelas ações em tesouraria

## 6. Resultados da Administração de Shopping Centers

### 6.1 Receita de Serviços

Receita de serviços atinge R\$37,1 milhões no 1T16

A receita de serviços totalizou R\$37,1 milhões no 1T16, 34,3% maior do que no 1T15, beneficiada pela cobrança de uma taxa de serviço não recorrente. A receita de serviços é composta principalmente por taxas de administração do portfólio, corretagem e transferência de pontos, e representou no 1T16 116,3% das despesas de sede, cobrindo inteiramente as despesas administrativas.

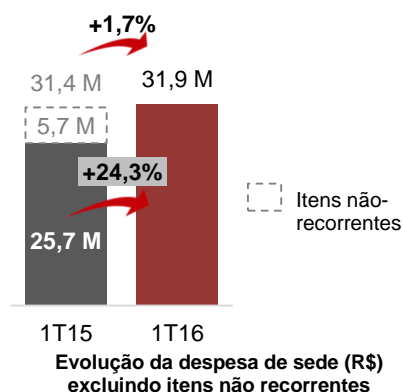
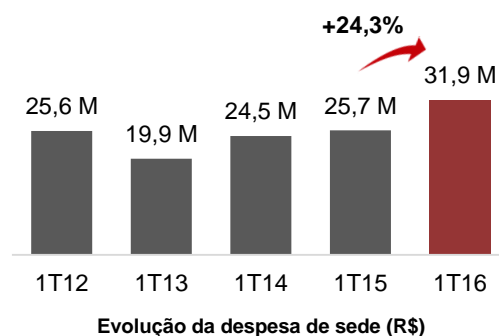


### 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Despesa de sede soma R\$31,9 milhões no trimestre

No 1T16, a despesa de sede totalizou R\$31,9 milhões, 4,6% menor do que no 4T15 e 24,3% acima do valor registrado no 1T15, quando a reversão de provisão de R\$5,7 milhões beneficiou a conta de sede. Como percentual da receita líquida, a despesa de sede representou 11,4% no trimestre.

A despesa com remuneração baseadas em opções aumentou 35,2%, passando de R\$3,9 milhões no 1T15, para R\$5,3 milhões no 1T16, devido ao impacto do aumento do preço das ações da Multiplan (de 41,3% no trimestre) sobre a avaliação do plano de incentivo de longo prazo *Phantom*. É importante notar que essa despesa não representa uma saída de caixa para a Companhia.



## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shoppings Centers

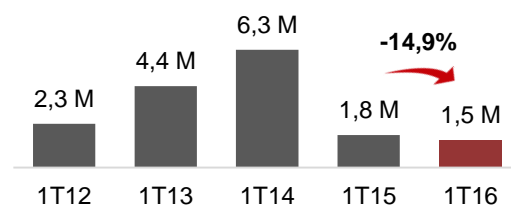
Receita de cessão de direitos adiciona R\$3,5 milhões ao 1T16

O reconhecimento da receita de cessão de direitos atingiu R\$3,5 milhões, 55,4% menor em comparação com o 1T15, e foi composto principalmente por áreas entregues nos últimos cinco anos. A cessão de direitos operacional (recorrente) adicionou R\$0,7 milhões no trimestre.

Receita de Cessão de Direitos (R\$)	1T16	1T15	Var. %
Operacional (recorrente)	0,7 M	1,4 M	▼51,3%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (não-recorrente)	2,8 M	6,4 M	▼56,3%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>3,5 M</b>	<b>7,9 M</b>	<b>▼55,4%</b>

Despesas com novos projetos para locação de R\$1,5 milhão no 1T16

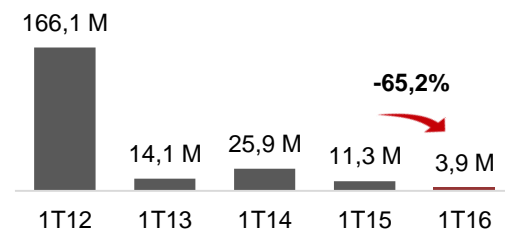
As despesas pré-operacionais relacionadas a estudos de viabilidade e corretagem de novos projetos para locação, assim como impostos sobre propriedade de terrenos para projetos futuros, foram responsáveis pela despesa de R\$1,5 milhão no trimestre.



Despesas com novos projetos para locação (R\$)

## 8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Em 2015 a Multiplan entregou dois empreendimentos no complexo BarraShoppingSul, as torres Résidence du Lac e Diamond Tower. Seguindo a metodologia contábil PoC (porcentagem de conclusão), foram reconhecidos no 1T15 R\$11,3 milhões de receita e R\$ 8,3 milhões em custos, e no 1T16, o valor caiu para R\$3,9 milhões e R\$2,1 milhões, respectivamente.



Receita de imóveis para venda (R\$)

Dadas as condições desafiadoras do mercado imobiliário e a possibilidade de alguns distratos de negociações concretizadas, a Companhia provisionou uma perda de R\$3,7 milhões na conta "outras despesas operacionais". Essa provisão pode aumentar ou ser revertida de acordo com pareceres jurídicos sobre as negociações contratuais atuais e futuras.

O valor geral de vendas (VGV) do projeto foi de R\$11.327/m<sup>2</sup> e sua margem bruta acumulada foi de 34,8%.

As despesas com novos projetos para venda, compostas principalmente por corretagem e impostos sobre propriedades (IPTU) do banco de terrenos, somaram R\$0,9 milhão no 1T16.

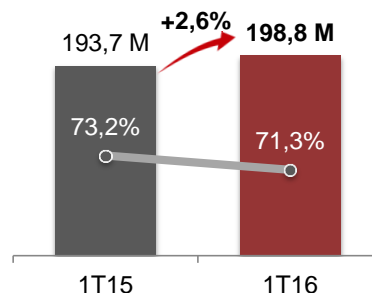
## 9. Resultados Financeiros

### 9.1 EBITDA

*EBITDA Consolidado continua a crescer, levando ao mais alto resultado para um primeiro trimestre*

O EBITDA Consolidado totalizou R\$198,8 milhões no 1T16, um crescimento de 2,6% sobre o 1T15, principalmente devido ao crescimento de 5,3% na receita líquida, decorrente dos crescimentos nas receitas de serviços (+34,3%) e de estacionamento (+9,4%).

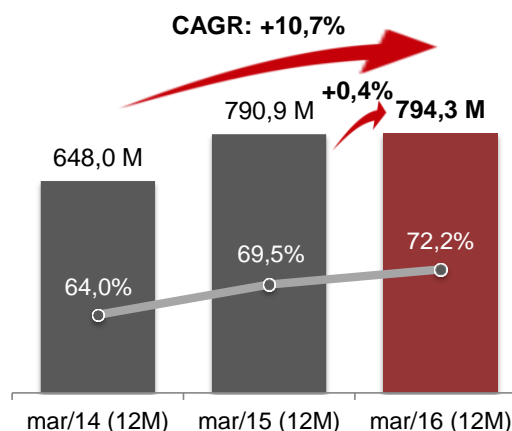
Em contrapartida, a margem EBITDA Consolidado foi 188 p.b. menor do que no mesmo período do ano anterior, chegando a 71,3%, devido a (i) um crescimento de 24,3% nas despesas de sede, visto que no 1T15 reversões de provisões reduziram a linha de G&A e (ii) um crescimento de 39,9% nas despesas de shopping center quando comparadas com o 1T15.



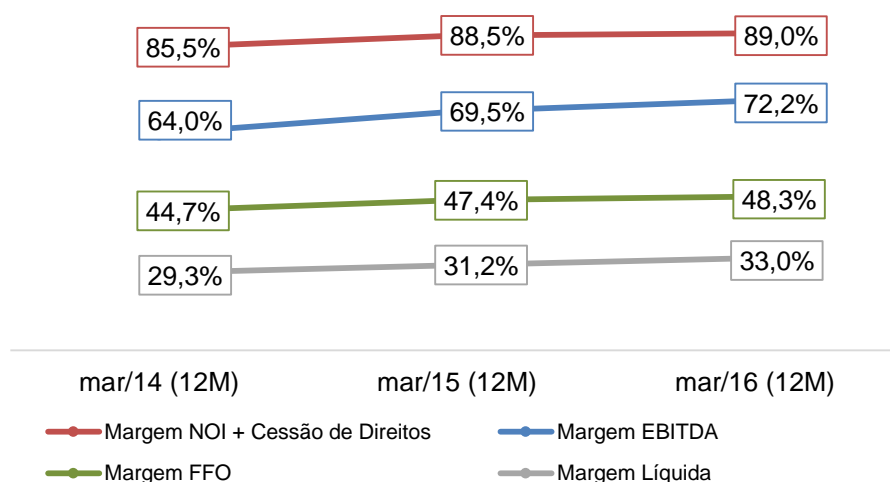
**EBITDA Consolidado (R\$) e margem EBITDA (%)**

EBITDA Consolidado (R\$)	1T16	1T15	Var. %	Mar/16 (12M)	Mar/15 (12M)	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>278,8 M</b>	<b>264,7 M</b>	<b>▲5,3%</b>	<b>1.099,5 M</b>	<b>1.137,8 M</b>	<b>▼3,4%</b>
Despesas de sede	(31,9 M)	(25,7 M)	▲24,3%	(130,8 M)	(118,1 M)	▲10,7%
Remuneração baseada em ações	(5,3 M)	(3,9 M)	▲35,2%	(14,2 M)	(15,5 M)	▼8,7%
Despesas de shopping centers	(32,1 M)	(23,0 M)	▲39,9%	(110,2 M)	(104,0 M)	▲6,0%
Despesas com escritórios para locação	(1,9 M)	(3,2 M)	▼39,8%	(9,2 M)	(15,2 M)	▼39,9%
Despesas com novos projetos para locação	(1,5 M)	(1,8 M)	▼14,9%	(14,5 M)	(8,6 M)	▲69,6%
Despesas com novos projetos para venda	(0,9 M)	(0,7 M)	▲33,6%	(4,4 M)	(5,7 M)	▼23,0%
Custo de imóveis vendidos	(2,1 M)	(8,3 M)	▼74,2%	(12,8 M)	(64,2 M)	▼80,1%
Resultado de equivalência patrimonial	0,0 M	0,0 M	▲859,0%	0,0 M	(0,6 M)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(4,3 M)	(4,5 M)	▼5,0%	(9,2 M)	(15,0 M)	▼38,6%
<b>EBITDA</b>	<b>198,8 M</b>	<b>193,7 M</b>	<b>▲2,6%</b>	<b>794,3 M</b>	<b>790,9 M</b>	<b>▲0,4%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>71,3%</b>	<b>73,2%</b>	<b>▼188 p.b.</b>	<b>72,2%</b>	<b>69,5%</b>	<b>▲273 p.b.</b>

O EBITDA Consolidado dos últimos 12 meses alcançou R\$794,3 milhões, um leve crescimento de 0,4% sobre Março de 2015 (12M). Quando comparado com o mesmo período de 2014, o EBITDA Consolidado foi 22,6% superior, implicando em um crescimento médio anual ponderado (CAGR) de 10,7%. No mesmo período, a margem EBITDA Consolidado cresceu 273 p.b., de 69,5% para 72,2%, com outras margens seguindo a mesma tendência, como indicado no gráfico na página seguinte.



**Evoluções da EBITDA Consolidado (R\$) e da Margem EBITDA (%) – 12M**

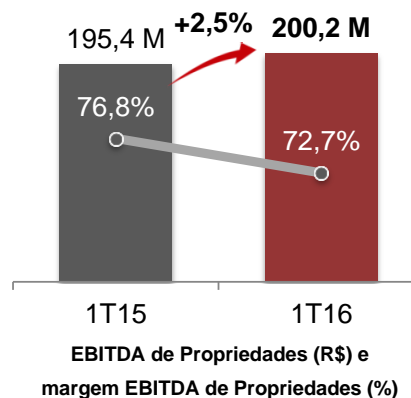

**Evolução das Margens (%)**

EBITDA de Propriedades de R\$200,2 milhões no 1T16, com margem de 72,7%

O EBITDA de Propriedades, que exclui receitas e despesas da atividade imobiliária para venda e de projetos futuros, cresceu 2,5% comparado ao 1T15, conduzido por um crescimento de 8,4% na receita bruta de propriedades.

A margem EBITDA de Propriedades, por sua vez, diminuiu 403 p.b., de 76,8% no 1T15 para 72,7%, devido às mesmas razões elencadas no tópico do EBITDA Consolidado.

No período de 12 meses, a margem EBITDA de Propriedades diminuiu 40 p.p. para 75,0%, ante 75,4% no mesmo período do ano anterior.



EBITDA de Propriedades (R\$)	1T16	1T15	Var. %	mar/16 (12M)	mar/15 (12M)	Var. %
<b>Receita Bruta de Propriedades <sup>1</sup></b>	<b>305,3 M</b>	<b>281,7 M</b>	<b>▲ 8,4%</b>	<b>1.210,0 M</b>	<b>1.151,2 M</b>	<b>▲ 5,1%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados <sup>2</sup>	(30,0 M)	(27,2 M)	▲ 10,6%	(120,8 M)	(106,6 M)	▲ 13,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>275,3 M</b>	<b>254,5 M</b>	<b>▲ 8,2%</b>	<b>1.089,2 M</b>	<b>1.044,6 M</b>	<b>▲ 4,3%</b>
Despesas de sede <sup>2</sup>	(31,5 M)	(24,7 M)	▲ 27,6%	(129,6 M)	(108,4 M)	▲ 19,5%
Remuneração baseada em ações <sup>2</sup>	(5,2 M)	(3,8 M)	▲ 38,8%	(14,0 M)	(14,3 M)	▼ 1,5%
Despesas de shopping centers	(32,1 M)	(23,0 M)	▲ 39,9%	(110,2 M)	(104,0 M)	▲ 6,0%
Despesas com escritórios para locação	(1,9 M)	(3,2 M)	▼ 39,8%	(9,2 M)	(15,2 M)	▼ 39,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(4,3 M)	(4,5 M)	▼ 5,0%	(9,2 M)	(15,0 M)	▼ 38,6%
<b>EBITDA de Propriedades <sup>3</sup></b>	<b>200,2 M</b>	<b>195,4 M</b>	<b>▲ 2,5%</b>	<b>817,0 M</b>	<b>787,7 M</b>	<b>▲ 3,7%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	<i>72,7%</i>	<i>76,8%</i>	<i>▼ 403 p.b.</i>	<i>75,0%</i>	<i>75,4%</i>	<i>▼ 40 p.b.</i>

(1) Receita Bruta de Propriedades: não inclui a receita com a venda de imóveis.

(2) Despesa de sede, remuneração baseada em ações e impostos proporcionais ao percentual da receita bruta de propriedades sobre a receita bruta da Companhia.

(3) EBITDA de Propriedades: não inclui operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros.

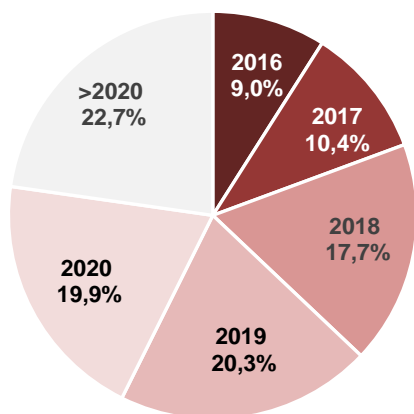
## 9.2 Resultados Financeiros, Endividamento e Disponibilidades

Alavancagem diminui para 2,33x na relação dívida líquida/EBITDA

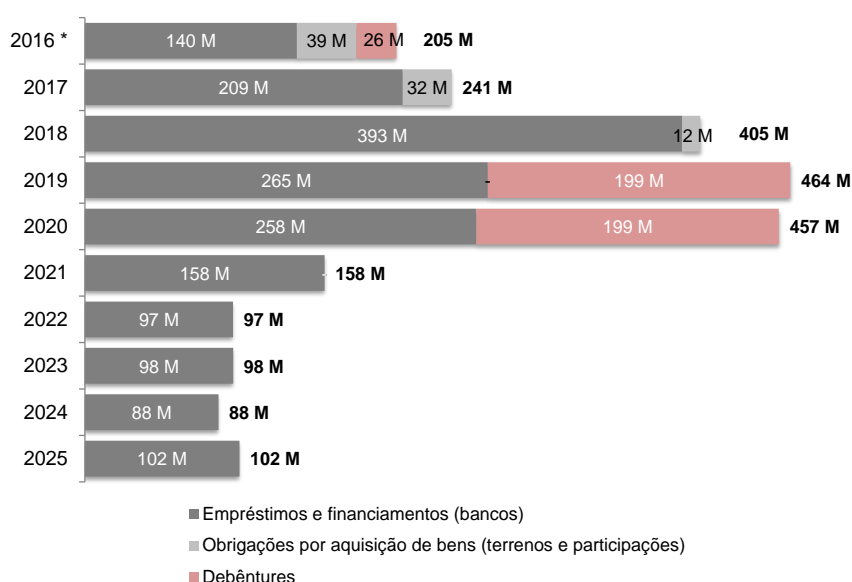
Ao final do 1T16, a Multiplan registrou uma dívida líquida de R\$1.850,7 milhões, uma redução de 3,9% sobre o 4T15. A Companhia reduziu sua relação dívida líquida/EBITDA de 2,44x no final de 2015 para 2,33x em Março de 2016.

Posição Financeira (R\$)	31/03/2016	31/12/2015	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>252,3 M</b>	<b>233,6 M</b>	<b>▲ 8,0%</b>
Empréstimos e financiamentos	173,8 M	168,6 M	▲ 3,1%
Debêntures	26,3 M	12,0 M	▲ 118,8%
Obrigações por aquisição de bens	52,2 M	53,0 M	▼ 1,5%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>2.062,5 M</b>	<b>2.074,3 M</b>	<b>▼ 0,6%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.633,1 M	1.636,1 M	▼ 0,2%
Debêntures	398,2 M	398,2 M	▲ 0,0%
Obrigações por aquisição de bens	31,2 M	40,0 M	▼ 22,1%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.314,8 M</b>	<b>2.307,9 M</b>	<b>▲ 0,3%</b>
<b>Caixa</b>	<b>464,1 M</b>	<b>382,1 M</b>	<b>▲ 21,5%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.850,7 M</b>	<b>1.925,8 M</b>	<b>▼ 3,9%</b>
<b>EBITDA 12M</b>	<b>794,3 M</b>	<b>789,2 M</b>	<b>▲ 0,6%</b>
<b>Valor Justo das Propriedades para Investimento</b>	<b>15.720,4 M</b>	<b>16.024,5 M</b>	<b>▼ 1,9%</b>

No 1T16, a Companhia fortaleceu seu balanço através do crescimento da posição de caixa. Caixa e equivalentes de caixa cresceram 21,5% sobre o 4T15, beneficiado pela geração de caixa das operações existentes e pelas retiradas do financiamento do ParkShoppingCanoas. O caixa e equivalentes de caixa de R\$464,1 milhões em 31 de março de 2016 é superior aos R\$446,4 milhões de amortizações de dívida previstos para os próximos dois anos. O montante de amortizações é também inferior ao FFO (12M) de R\$530,6 milhões.



Perfil de amortização da dívida em  
31 de março de 2016 (%)



\* Previsão da amortização de dívida de abr/16 a dez/16

Perfil de amortização da dívida em 31 de março de 2016 (R\$)

A relação EBITDA/resultado financeiro (12M) diminuiu de 4,22x para 4,15x, devido ao crescimento de 5,8% em despesas financeiras nos últimos 12 meses, como consequência de um crescimento de 150 p.b. na taxa básica de juros (de 12,75% a.a. em 31 de março de 2015 para 14,25% em 31 de março de 2016). A relação dívida líquida/valor de mercado diminuiu de 26,7% no 4T15 para 18,1%, beneficiado pelo crescimento de 41,3% no preço da ação da MULT3, cotada a R\$53,70 no final do 1T16.

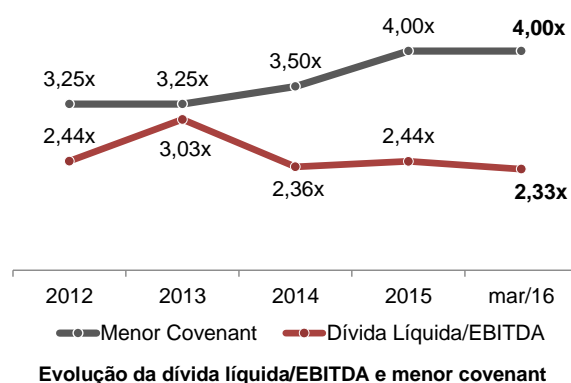
Indicadores Financeiros <sup>1</sup>	31 Mar 2016	31 Dez 2015
Dívida Líquida/EBITDA	2,33x	2,44x
Dívida Bruta/EBITDA	2,91x	2,92x
EBITDA/Resultado Financeiro	4,15x	4,22x
Dívida Líquida/Valor Justo	11,8%	12,0%
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,54x	0,55x
Dívida Líquida/Valor de Mercado	18,1%	26,7%
Prazo Médio de Amortização (meses)	52	53

<sup>1</sup> EBITDA e resultado financeiro acumulados nos últimos 12 meses

A Multiplan deu sequência à sua gestão de passivos, mantendo em níveis confortáveis as distâncias para seus *covenants*. A diferença entre a relação dívida líquida/EBITDA e o menor *covenant* de dívida líquida/EBITDA aumentou para 167 p.b.

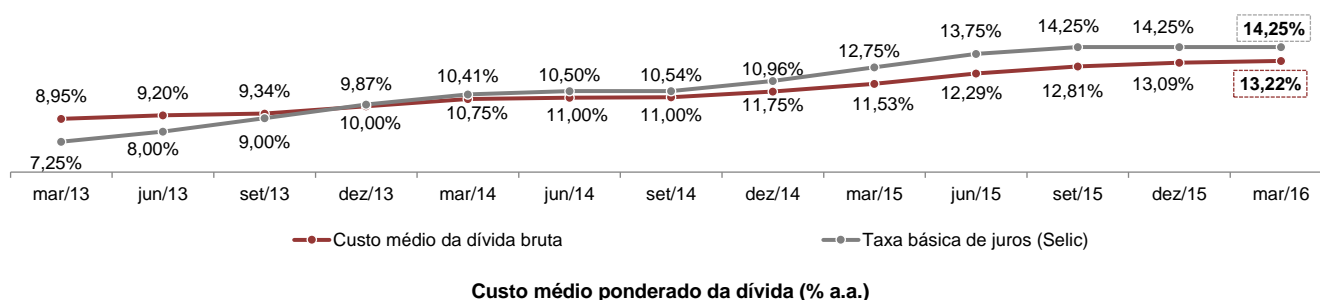
Covenant <sup>1</sup>	Limite	Mar/16	Volume de Dívida	Status
Dívida Líquida/EBITDA	<= 4,00x	2,33x	1.225,4 M	Em conformidade
EBITDA/Resultado Fin.	>= 2,00x	4,15x	773,4 M	Em conformidade
Dívida Total/Ativo Total	<= 0,50x	0,32x	114,7 M	Em conformidade
Margem EBITDA	>=20,0%	71,3%	114,7 M	Em conformidade
Dívida Total/Patrimônio Líq.	<= 1,00x	0,54x	56,7 M	Em conformidade
<b>Dívida total com covenants</b>			<b>1.340,1 M</b>	

<sup>1</sup> EBITDA e Resultados Financeiros acumulados nos últimos 12 meses



### Custo da dívida 103 p.b. abaixo da Selic

Apesar da alta taxa básica de juros, que se manteve estável em 14,25% durante o 1T16, a diferença entre o custo médio ponderado da dívida da Companhia e a taxa Selic foi de 103 p.b.



O endividamento da Multiplan continua a apresentar uma grande variedade de índices, sendo 92,6% da dívida total vinculada aos índices CDI e TR. A dívida em CDI representaram 52,2% do endividamento total no 1T16, sendo que no 1T15 representava 46,2%. A dívida indexada à TR, que era equivalente a 42,6% no 1T15, representou 40,4% no 1T16.

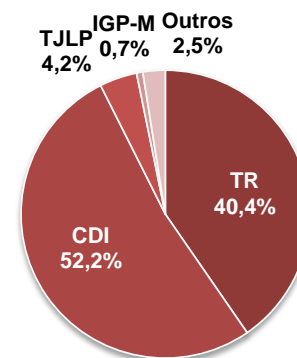
Outros índices, como TJLP, IGP-M e outros, representou 7,4% no 1T16, enquanto que no 1T15 esses índices representaram 11,2%. Todas as dívidas da Multiplan são em moeda local – Reais – deixando-a sem exposição a flutuações cambiais.

#### Indicadores do endividamento em 31 de março de 2016

	Desempenho do Indexador	Taxa de Juros Média <sup>1</sup>	Custo da Dívida	Saldo da Dívida (R\$)
TR <sup>2</sup>	1,99%	9,01%	11,01%	934,9 M
CDI	14,25%	1,02%	15,27%	1.208,3 M
TJLP	7,50%	3,25%	10,75%	98,3 M
IGP-M <sup>2</sup>	11,57%	1,11%	12,68%	15,8 M
IPCA <sup>2</sup>	9,39%	7,62%	17,01%	16,4 M
Outros	0,00%	8,03%	8,03%	41,1 M
<b>Total</b>	<b>8,71%</b>	<b>4,51%</b>	<b>13,22%</b>	<b>2.314,8 M</b>

<sup>1</sup> Média ponderada da taxa de juros anual.

<sup>2</sup> Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.



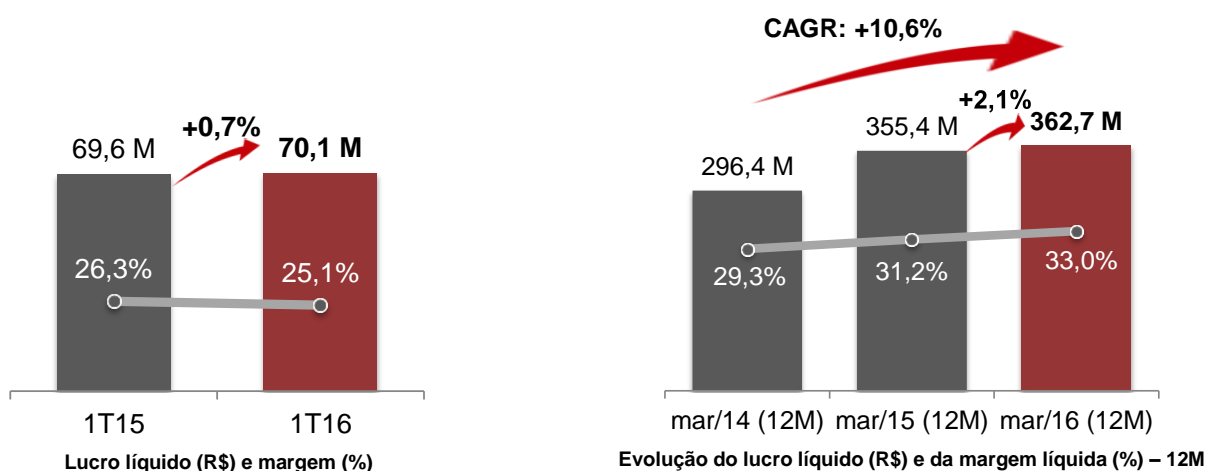
Indexadores do endividamento da Multiplan em 31 de março de 2016

### 9.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Lucro líquido e FFO se mantêm estáveis no 1T16.

Apesar do aumento da taxa básica de juros, o lucro líquido apresentou um crescimento de 0,7% sobre o mesmo período do ano anterior, alcançando R\$70,1 milhões, devido principalmente ao crescimento de 5,3% na receita líquida, conduzido pelos aumentos nas receitas de serviços (+34,3%) e estacionamento (+9,4%), já mencionados no tópico 9.1, e consideravelmente compensado pela queda de 65,2% na receita de venda de imóveis e uma perda de 9,4% no resultado financeiro. A margem líquida diminuiu 116 p.b., de 26,3% no 1T15 para 25,1% no 1T16.

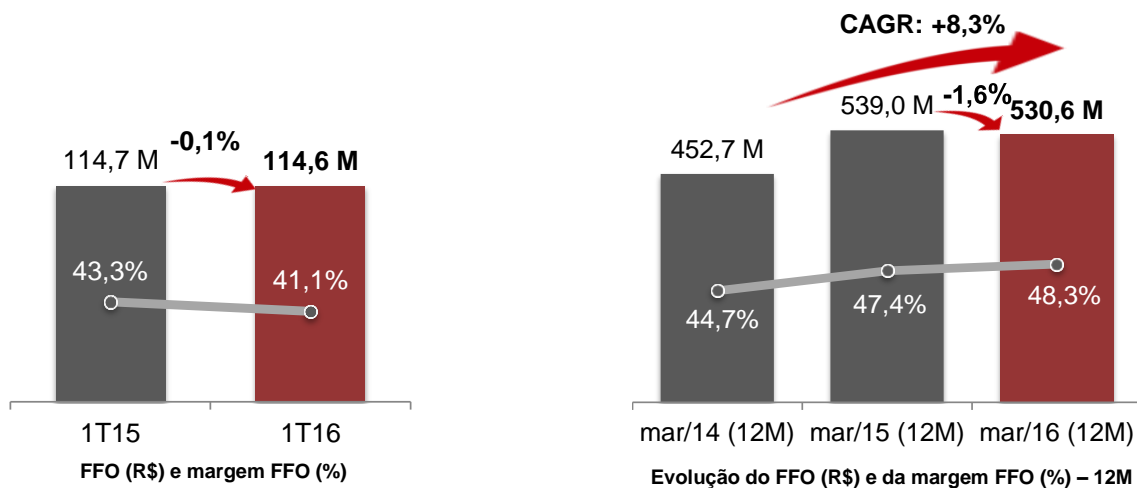
Nos últimos 12 meses, o lucro líquido foi de R\$362,7 milhões, 2,1% mais alto do que no mesmo período do ano anterior, levando a um CAGR de dois anos de 10,6%.



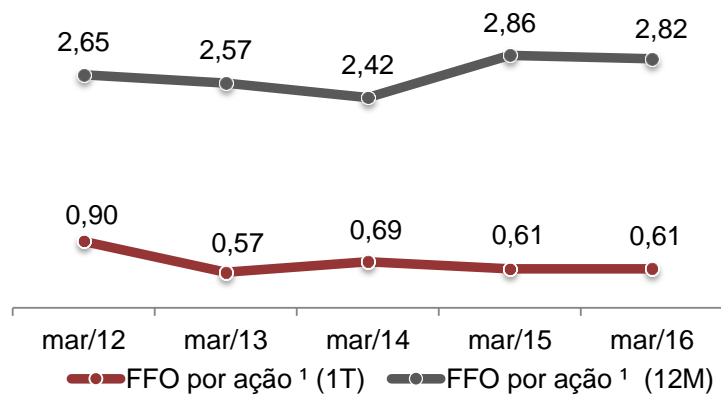
Cálculo do FFO & Lucro Líquido	1T16	1T15	Var. %	Mar/16 (12M)	Mar/15 (12M)	Var. %
Receita Líquida	278,8 M	264,7 M	▲5,3%	1.099,5 M	1.137,8 M	▼3,4%
Despesas operacionais	(80,0 M)	(71,0 M)	▲12,7%	(305,3 M)	(347,0 M)	▼12,0%
Resultado financeiro	(49,2 M)	(44,9 M)	▲9,4%	(191,4 M)	(170,0 M)	▲12,6%
Depreciação e amortização	(39,5 M)	(39,2 M)	▲0,9%	(158,0 M)	(161,5 M)	▼2,1%
Imposto de renda e contribuição social	(35,0 M)	(34,0 M)	▲2,8%	(72,5 M)	(81,9 M)	▼11,5%
Participações minoritárias	(0,1 M)	(0,0 M)	▲179,0%	0,2 M	0,0 M	▲997,6%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>75,1 M</b>	<b>75,5 M</b>	<b>▼0,6%</b>	<b>372,6 M</b>	<b>377,6 M</b>	<b>▼1,3%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferido	(5,0 M)	(5,9 M)	▼15,7%	(9,9 M)	(22,2 M)	▼55,3%
<b>Lucro líquido</b>	<b>70,1 M</b>	<b>69,6 M</b>	<b>▲0,7%</b>	<b>362,7 M</b>	<b>355,4 M</b>	<b>▲2,1%</b>
Depreciação e amortização	39,5 M	39,2 M	▲0,9%	158,0 M	161,5 M	▼2,1%
Imposto de renda e contribuição social diferido	5,0 M	5,9 M	▼15,7%	9,9 M	22,2 M	▼55,3%
<b>Fluxo de Caixa Operacional FFO</b>	<b>114,6 M</b>	<b>114,7 M</b>	<b>▼0,1%</b>	<b>530,6 M</b>	<b>539,0 M</b>	<b>▼1,6%</b>

**Forte posição de caixa**

O Fluxo de Caixa Operacional (FFO) se manteve em R\$114,6 milhões no 1T16. Nos últimos 12 meses, o FFO diminuiu 1,6%, totalizando R\$530,6 milhões, levando a um CAGR de 2 anos de 8,3%.



No final do 1T16, FFO por ação representou R\$0,61, e nos últimos 12 meses, o FFO por ação alcançou R\$2,82.


**Evolução do FFO (R\$) por ação**

<sup>1</sup> Ações em circulação no fim de cada período, ajustadas por ações em tesouraria.

## 10. Desenvolvimento de Projetos

### 10.1 CAPEX

*Investimentos de R\$57,9 milhões no 1T16, principalmente direcionados a greenfields em desenvolvimento*

A Multiplan investiu R\$57,9 milhões no primeiro trimestre de 2016, dos quais o maior montante, de R\$44,0 milhões ou 76,0% do total, foi investido no desenvolvimento de shopping centers. O investimento em novos shopping centers foi destinado principalmente ao desenvolvimento do ParkShoppingCanoas (foto e detalhes na seção 10.3), e para futuros *greenfields*. Os investimentos em expansões de shopping center totalizaram R\$7,3 milhões no 1T16, e incluíram a fase final da expansão do Centro Médico do BarraShopping e pequenas expansões.

Investimento (R\$) <sup>1</sup>	1T16	% do total
Novos Shopping Centers	44,0 M	76,0%
Expansões	7,3 M	13,0%
Torres para Locação	3,8 M	7,0%
Revitalizações, TI e Outros	2,3 M	4,0%
Compra de Terrenos	0,5 M	1,0%
<b>Investimento</b>	<b>57,9 M</b>	<b>100,0%</b>

Os investimentos em revitalizações e TI totalizaram R\$3,8 milhões no 1T16. O CAPEX de torres para locação totalizou R\$2,3 milhões, incluindo o início do desenvolvimento de uma passarela que integrará o MorumbiShopping ao Morumbi Corporate, em São Paulo.

### 10.2 Expansões de shopping centers

*Expansão do Centro Médico do BarraShopping foi inaugurada*

**Evento Recente** – A expansão do Centro Médico do BarraShopping foi inaugurada em abril de 2016, adicionando 3.515 m<sup>2</sup> à ABL do shopping center. A nova área está localizada acima da sétima expansão do BarraShopping, entregue em meados de 2014, e é ocupada por laboratórios, clínicas e centros de diagnóstico, que irão complementar os serviços oferecidos no Centro Médico existente.

Em 1994, a Companhia inaugurou o primeiro Centro Médico no BarraShopping, com 7.204 m<sup>2</sup> de ABL, um investimento pioneiro feito pela Multiplan, que aumentou ainda mais o diversificado complexo multiuso existente. O Centro Médico do BarraShopping oferece aproximadamente 40 clínicas, incluindo laboratórios e um *day hospital*, e concentrando cerca de 150 médicos. Considerando consultas e exames, em média 10 mil pessoas circulam por dia pelo Centro Médico.



Centro Médico do BarraShopping (Abr-16)

### 10.3 Novos Shopping Centers

#### *ParkShoppingCanoas: obras em andamento*

O ParkShoppingCanoas está progredindo de acordo com o prazo e orçamento estipulados, e segue planejado para inaugurar em 2017. O shopping center tem 72,3% da ABL locada. As obras atingiram 39% do percentual de conclusão ao fim de março de 2016. Com a conclusão da fundação do projeto, a fase de estruturação do shopping center foi iniciada, com as seguintes aplicações: estruturas de concreto pré moldado, contenções, drenagem, estruturas pré-moldadas da fachada, impermeabilização, estruturas metálicas, piso de concreto para o estacionamento coberto e obras de ligação definitiva de energia para o shopping. As obras de contrapartida da expansão do Parque Getúlio Vargas seguem em andamento.

**Sobre o ParkShoppingCanoas:** localizado no estado do Rio Grande do Sul, na cidade de Canoas, o projeto foi oficialmente anunciado em junho de 2015. O ParkShoppingCanoas é o 19º shopping center da Multiplan, terá uma Área Bruta Locável (ABL) de 48.000 m<sup>2</sup>. A Companhia terá participação de 80,0% na renda do ParkShoppingCanoas, e de 94,7% no custo de construção do empreendimento, o qual na participação da empresa deverá representar R\$359,3 milhões. A estimativa de NOI (Resultado Operacional Líquido) no 3º ano é de R\$36,0 milhões. O retorno do NOI do 3º ano, considerando o investimento líquido é de 10,8%. Seguindo o conceito multiuso desenvolvido pela Multiplan em diversos complexos, que integra shopping centers com outros empreendimentos imobiliários, o ParkShoppingCanoas já nasce com uma expansão planejada de 12.000 m<sup>2</sup> de ABL, além do projeto de desenvolvimento de três torres no entorno do shopping center, com área privativa total de 22.500 m<sup>2</sup>.



ParkShoppingCanoas em construção (Mar-16)

#### 10.4 Bancos de terrenos e futuros projetos multiuso

820.519 m<sup>2</sup> em terrenos para o desenvolvimento de futuros projetos multiuso

Com base em estudos internos dos projetos, a Companhia estima uma potencial área privativa para venda de 1,1 milhão de m<sup>2</sup> sobre o banco de terrenos que totaliza 820.519 m<sup>2</sup>. Todas as áreas listadas abaixo são integradas aos shopping centers da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso, primariamente para venda.

Shopping Center	Área do terreno	Área privativa para venda <sup>1</sup>	Tipo de projeto	% Multiplan
BarraShoppingSul	159.587 m <sup>2</sup>	304.515 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel, Escritório e Residencial	100%
JundiaíShopping	4.500 m <sup>2</sup>	11.616 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
ParkShoppingBarigüi	28.214 m <sup>2</sup>	43.376 m <sup>2</sup>	Apart-Hotel e Escritório	94%
ParkShoppingCampoGrande	317.755 m <sup>2</sup>	92.774 m <sup>2</sup>	Escritório e Residencial	90%
ParkShoppingCanoas	18.721 m <sup>2</sup>	22.457 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel e Escritório	na
ParkShoppingSãoCaetano	36.948 m <sup>2</sup>	138.000 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
Parque Shopping Maceió	86.699 m <sup>2</sup>	182.665 m <sup>2</sup>	Escritório e Residencial	50%
RibeirãoShopping	102.295 m <sup>2</sup>	138.749 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel, Escritório e Residencial	100%
ShoppingAnáliaFranco	29.800 m <sup>2</sup>	89.600 m <sup>2</sup>	Residencial	36%
VillageMall	36.000 m <sup>2</sup>	34.038 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
<b>Total</b>	<b>820.519 m<sup>2</sup></b>	<b>1.057.790 m<sup>2</sup></b>		<b>83%</b>



Ilustração do projeto imobiliário no BarraShoppingSul

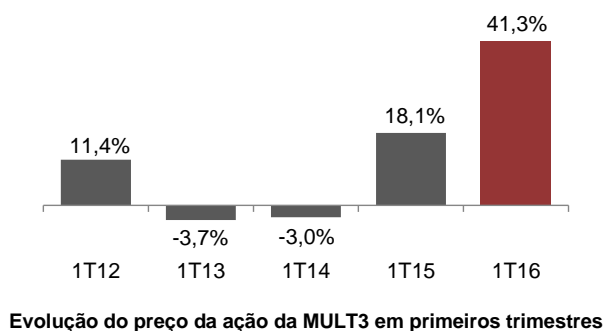
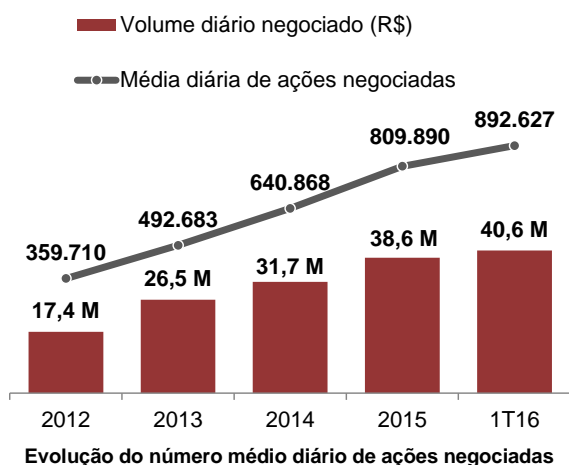
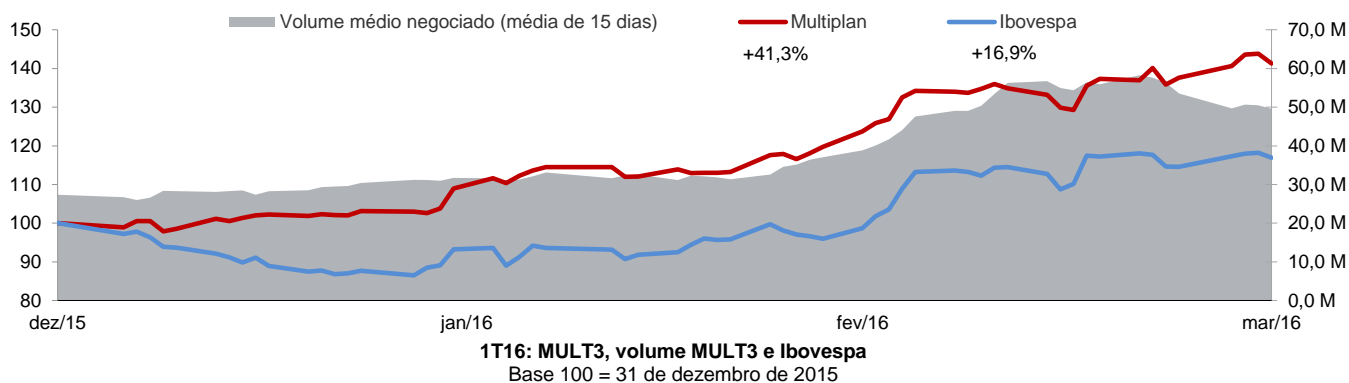
Ilustração artística do projeto preliminar – sujeito a modificação sem aviso prévio

<sup>1</sup> Estes dados têm caráter informativo para o melhor entendimento do potencial de crescimento da Companhia, não constituindo uma obrigação de executar estes projetos, além de poderem ser modificados ou cancelados sem qualquer aviso prévio.

**11. MULT3 e Mercado de Ações**

*Ação da Multiplan sobe 41,3% no 1T16*

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) foi cotada a R\$53,70 ao final do 1T16, 41,3% acima do fim de 2015. Esse é o maior crescimento para um primeiro trimestre registrado desde a abertura de capital. O volume médio diário negociado foi de R\$40,6 milhões no 1T16, 5,3% maior do que em 2015 (R\$38,6 milhões). O número diário de ações negociadas no trimestre aumentou 10,2% sobre 2015, alcançando 892.627 ações. As ações da Multiplan são listadas em 18 índices, incluindo o Ibovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBrX50), Índice Brasil (IBrX), e Índice Carbono Eficiente (ICO2).

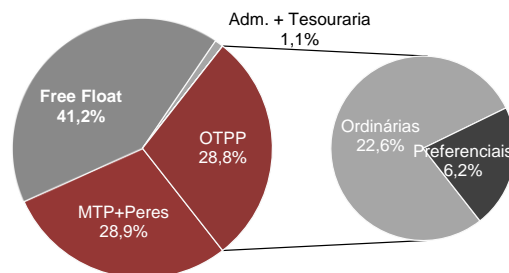


*Multiplan é incluída no Índice Carbono Eficiente (ICO2)*

Como antecipado no último relatório, a Multiplan foi incluída no Índice de Carbono Eficiente (ICO2), que é válido para o período de quatro meses de janeiro a abril de 2016. O índice compreende as ações participantes do IBrX50 que concordaram em se juntar à iniciativa de adotar práticas transparentes sobre a emissão de gases efeito estufa (GEE). A inclusão reforça o compromisso da Companhia com assuntos relacionados à sustentabilidade de suas operações e ao meio-ambiente.

Em 31 de março de 2016, 28,9% das ações da Companhia eram detidas direta ou indiretamente pelo Sr. e pela Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTTP) detinha 28,8% e o *free-float* era equivalente a 41,2%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizavam 1,1% das ações emitidas. O total das ações emitidas é de 189.997.214.

MULT3 na BM&FBOVESPA	1T16	1T15	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	44,92	51,32	▼ 12,5%
Preço de fechamento (R\$)	53,70	56,05	▼ 4,2%
Volume médio diário negociado (R\$)	40,6 M	44,3 M	▼ 8,3%
Volume médio diário negociado (nº ações)	892.627	868.081	▲ 2,8%
Valor de mercado (R\$)	10.202,9 M	10.649,3 M	▼ 4,2%



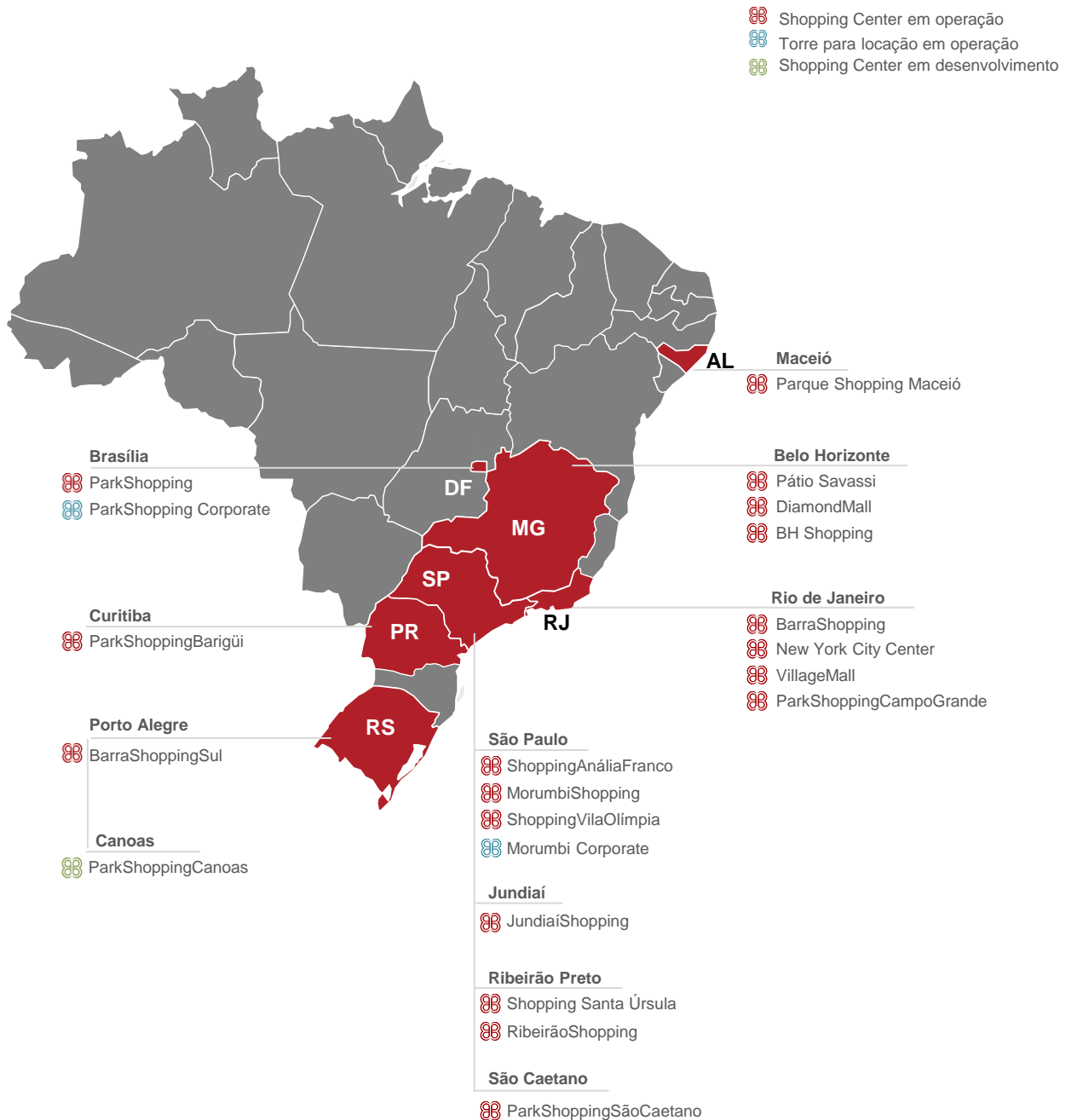
**12. Portfólio**

Portfólio – 1T16	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total Média (1T16)	Vendas (12M) <sup>1</sup>	Aluguel (12M) <sup>2</sup>	Taxa de Ocupação Média (1T16)
<b>Shopping centers em operação</b>							
BH Shopping	1979	MG	80,0%	47.138 m <sup>2</sup>	24.454 R\$/m <sup>2</sup>	2.102 R\$/m <sup>2</sup>	97,9%
RibeirãoShopping	1981	SP	80,0%	68.658 m <sup>2</sup>	12.233 R\$/m <sup>2</sup>	907 R\$/m <sup>2</sup>	97,7%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	74.713 m <sup>2</sup>	28.833 R\$/m <sup>2</sup>	2.550 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	56.102 m <sup>2</sup>	31.191 R\$/m <sup>2</sup>	2.649 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.524 m <sup>2</sup>	21.944 R\$/m <sup>2</sup>	1.632 R\$/m <sup>2</sup>	98,2%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	28.464 R\$/m <sup>2</sup>	2.156 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.257 m <sup>2</sup>	9.735 R\$/m <sup>2</sup>	644 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.719 m <sup>2</sup>	21.052 R\$/m <sup>2</sup>	1.675 R\$/m <sup>2</sup>	98,0%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	51.408 m <sup>2</sup>	18.807 R\$/m <sup>2</sup>	1.163 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	19.191 m <sup>2</sup>	22.218 R\$/m <sup>2</sup>	1.616 R\$/m <sup>2</sup>	98,2%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	62,5%	23.079 m <sup>2</sup>	8.090 R\$/m <sup>2</sup>	344 R\$/m <sup>2</sup>	91,0%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	73.012 m <sup>2</sup>	15.388 R\$/m <sup>2</sup>	762 R\$/m <sup>2</sup>	98,5%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.370 m <sup>2</sup>	16.073 R\$/m <sup>2</sup>	1.158 R\$/m <sup>2</sup>	93,1%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.253 m <sup>2</sup>	14.613 R\$/m <sup>2</sup>	1.039 R\$/m <sup>2</sup>	98,5%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	34.385 m <sup>2</sup>	13.226 R\$/m <sup>2</sup>	871 R\$/m <sup>2</sup>	95,8%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.819 m <sup>2</sup>	11.541 R\$/m <sup>2</sup>	870 R\$/m <sup>2</sup>	95,2%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.710 m <sup>2</sup>	21.847 R\$/m <sup>2</sup>	1.206 R\$/m <sup>2</sup>	95,6%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.540 m <sup>2</sup>	10.204 R\$/m <sup>2</sup>	699 R\$/m <sup>2</sup>	98,0%
<b>Subtotal shopping centers em operação</b>			<b>73,8%</b>	<b>770.264 m<sup>2</sup></b>	<b>18.942 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.410 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>97,9%</b>
<b>Torres Comerciais</b>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>		Em locação (18,8%)	
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>			91,5%
<b>Subtotal torres comerciais</b>			<b>92,4%</b>	<b>87,558 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total propriedades para locação</b>			<b>75,7%</b>	<b>857.822 m<sup>2</sup></b>			
<b>Shopping centers em desenvolvimento</b>							
ParkShoppingCanoas	2017	RS	80,0%	48.000 m <sup>2</sup>		Em locação (72,3%)	
<b>Subtotal shopping centers em desenvolvimento</b>			<b>80,0%</b>	<b>48.000 m<sup>2</sup></b>			
<b>Expansões em desenvolvimento</b>							
BarraShopping Medical Center Exp.	2016	RJ	51,1%	3.515 m <sup>2</sup>		Em locação (97,1%)	
<b>Subtotal shopping centers em desenvolvimento</b>			<b>51,1%</b>	<b>3.515 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,8%</b>	<b>909.337 m<sup>2</sup></b>			

<sup>1</sup> **Vendas por m<sup>2</sup>:** O cálculo de vendas/m<sup>2</sup> considera apenas a ABL de lojas que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, uma vez que estas operações não estão incluídas na ABL total.

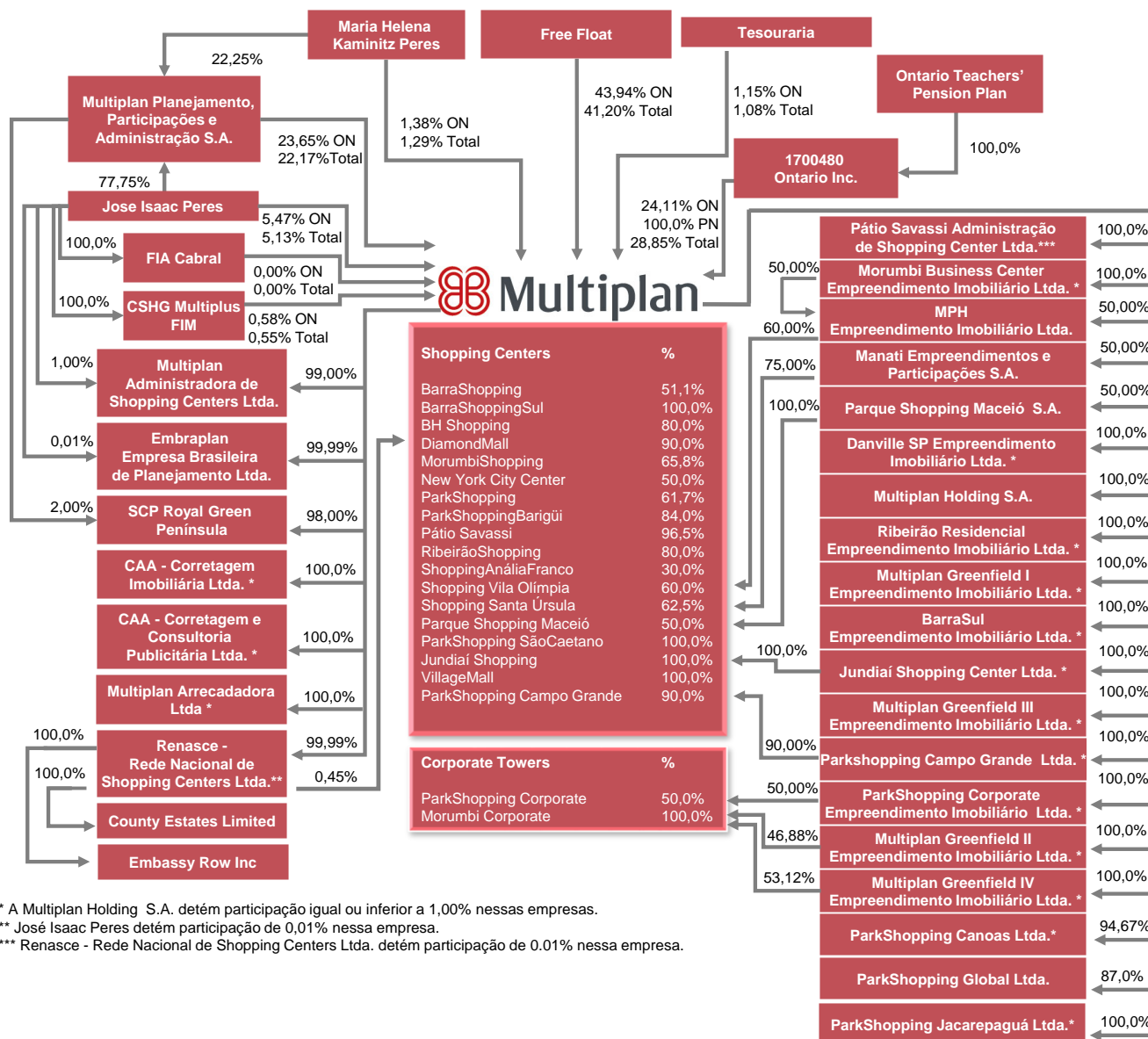
<sup>2</sup> **Aluguel por m<sup>2</sup>:** soma de aluguel mínimo e complementar cobrado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL. É válido notar que esta ABL inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar (ex: lojas que estão sendo preparadas para a inauguração).

## Mapa de Operações



### 13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 31 de março de 2016, está descrita no gráfico abaixo. De um total de 189.997.214 ações emitidas, 178.138.867 são ordinárias e 11.858.347 são preferenciais e detidas exclusivamente pela Ontario Teachers's Pension Plan e não são listadas nem negociadas em nenhuma bolsa de valores.



\* A Multiplan Holding S.A. detém participação igual ou inferior a 1,00% nessas empresas.

\*\* José Isaac Peres detém participação de 0,01% nessa empresa.

\*\*\* Renasce - Rede Nacional de Shopping Centers Ltda. detém participação de 0,01% nessa empresa.

A Multiplan detém participações nas Sociedades de Propósito Específico (SPE), conforme descrito abaixo:

**MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 60,0% de participação no ShoppingVilaOlímpia, localizado na cidade de São Paulo, SP. A Multiplan detém direta e indiretamente 100% da MPH.

**Manati Empreendimentos e Participações S.A.:** detém uma participação de 75% no ShoppingSantaÚrsula, localizado na cidade de Ribeirão Preto, SP. A Multiplan possui 50% de participação na Manati.

**Parque Shopping Maceió S.A.:** possui 100,0% de participação no Parque Shopping Maceió, localizado na cidade de Maceió, AL, no qual a Multiplan tem uma sociedade 50/50.

**Danville SP Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

**Multiplan Holding S.A.:** subsidiária integral da Multiplan, que tem por objeto a participação em outras sociedades do grupo Multiplan.

**Ribeirão Residencial Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

**Multiplan Greenfield I Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

**BarraSul Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

**Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP, possui 30,0% de participação indireta no ShoppingVilaOlímpia via 50,0% de participação na MPH, que por sua vez é detentora de 60,0% do ShoppingVilaOlímpia.

**Multiplan Greenfield II Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP.

**Multiplan Greenfield III Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

**Multiplan Greenfield IV Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP.

**Jundiaí Shopping Center Ltda.:** detém 100,0% de participação no JundiaíShopping, localizado na cidade de Jundiaí, SP. A Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda.

**Parkshopping Campo Grande Ltda.:** detém 90,0% de participação no ParkShoppingCampoGrande, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

**ParkShopping Corporate Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Brasília, DF.

**ParkShopping Canoas Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Canoas, RS.

**Pátio Savassi Administração de Shopping Center Ltda.:** Atua na administração do estacionamento do Shopping Pátio Savassi, localizado na Cidade de Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais.

**ParkShopping Global Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP.

**ParkShopping Jacarepaguá Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

**14. Dados Operacionais e Financeiros**
**Destaques Operacionais e Financeiros**

<b>Performance</b>			
<b>Desempenho Financeiro (MTE %)</b>	<b>1T16</b>	<b>1T15</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	309.248	292.961	▲5,6%
Receita líquida R\$'000	278.824	264.702	▲5,3%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	502,6	478,6	▲5,0%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	13,0	13,9	▼6,5%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	216.896	202.906	▲6,9%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	391,0	366,9	▲6,6%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	10,1	10,7	▼5,2%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	124,5	117,1	▲6,4%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	3,2	3,4	▼5,3%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	229.319	219.211	▲4,6%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	413,4	396,4	▲4,3%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	10,7	11,5	▼7,2%
Margem NOI	87,1%	89,3%	▼226 p.b.
NOI por ação R\$	1,22	1,16	▲4,9%
NOI + CD R\$'000	232.837	227.106	▲2,5%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	419,7	410,6	▲2,2%
NOI + CD US\$/pé <sup>2</sup>	10,9	11,9	▼9,0%
Margem NOI + CD	87,2%	89,7%	▼242 p.b.
NOI + CD por ação R\$	1,24	1,20	▲2,8%
Despesas de sede R\$'000	31.900	25.664	▲24,3%
Despesas de sede/Receita líquida	11,4%	9,7%	▲175 p.b.
EBITDA R\$'000	198.799	193.700	▲2,6%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	358,3	350,2	▲2,3%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	9,3	10,2	▼8,9%
Margem EBITDA	71,3%	73,2%	▼188 p.b.
EBITDA por ação R\$	1,06	1,03	▲2,9%
Lucro líquido ajustado R\$'000	75.055	75.499	▼0,6%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	135,3	136,5	▼0,9%
Lucro líquido ajustado US\$/pé <sup>2</sup>	3,5	4,0	▼11,8%
Margem líquida ajustada	26,9%	28,5%	▼160 p.b.
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,40	0,40	▼0,3%
FFO R\$'000	114.605	114.695	▼0,1%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	206,6	207,4	▼0,4%
FFO US\$'000	31.904	35.875	▼11,1%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	5,3	6,0	▼11,3%
Margem FFO	41,1%	43,3%	▼5,1%
FFO por ação R\$	0,61	0,61	▲0,2%
Dólar (US\$) final do trimestre	3,5922	3,1971	▲12,4%

**Dados Operacionais e Financeiros**

<b>Performance</b>			
<b>Desempenho do Mercado</b>	<b>1T16</b>	<b>1T15</b>	<b>Var.%</b>
Número de ações	189.997.214	189.997.214	-
Ações ordinárias	178.138.867	178.138.867	-
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	-
Preço médio da ação R\$	44,92	51,32	▼ 12,5%
Preço de fechamento da ação R\$	53,70	56,05	▼ 4,2%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	40.614	44.309	▼ 8,3%
Valor de mercado (R\$ '000)	10.202.850	10.649.344	▼ 4,2%
Dívida bruta (R\$ '000)	2.314.794	2.172.675	▲ 6,5%
Caixa (R\$ '000)	464.142	412.875	▲ 12,4%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.850.652	1.759.800	▲ 5,2%
P/FFO (Últimos 12 meses)	19,2 x	19,8 x	▼ 2,7%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	15,2 x	15,7 x	▼ 3,3%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,3 x	2,2 x	▲ 4,7%

<b>Performance</b>			
<b>Operacional (100%)</b>	<b>1T16</b>	<b>1T15</b>	<b>Var.%</b>
ABL Shopping Center total final (m <sup>2</sup> )	770.206	767.554	▲ 0,3%
ABL Shopping Center própria final (m <sup>2</sup> )	568.162	566.455	▲ 0,3%
ABL Shopping Center própria %	73,8%	73,80%	▼ 3 p.b.
ABL Shopping Center total ajustada (med.) <sup>1</sup> (m <sup>2</sup> )	752.048	749.396	▲ 0,4%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) <sup>1</sup> (m <sup>2</sup> )	554.767	553.054	▲ 0,3%
ABL Torre Comercial total final (m <sup>2</sup> )	87.558	87.558	-
ABL Torre Comercial própria final (m <sup>2</sup> )	80.878	80.878	-
ABL total final ajustada (m <sup>2</sup> ) <sup>1</sup>	839.606	836.954	▲ 0,3%
ABL própria final ajustada (m <sup>2</sup> ) <sup>1</sup>	635.645	633.932	▲ 0,3%
Vendas totais R\$'000	3.008.213	2.916.949	▲ 3,1%
Vendas totais R\$/m <sup>2</sup> <sup>2</sup>	4.291	4.128	▲ 3,9%
Vendas totais US\$/pé <sup>2</sup> <sup>2</sup>	111	120	▼ 7,5%
Vendas das lojas satélites R\$/m <sup>2</sup> <sup>2</sup>	5.814	5.727	▲ 1,5%
Vendas das lojas satélites USD/pé <sup>2</sup> <sup>2</sup>	150	166	▼ 9,7%
Aluguel total R\$/m <sup>2</sup>	328	324	▲ 1,2%
Aluguel total USD/pé <sup>2</sup>	8,5	9,4	▼ 9,9%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲ 1,6%	▲ 4,3%	▼ 268 p.b.
Vendas na Mesma Área	▲ 4,2%	▲ 5,7%	▼ 149 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲ 5,8%	▲ 9,5%	▼ 371 p.b.
Aluguel na Mesma Área	▲ 4,5%	▲ 7,7%	▼ 323 p.b.
Efeito IGP-DI	▲ 7,5%	▲ 5,2%	▲ 230 p.b.
Custos de ocupação	13,9%	13,5%	▲ 47 p.b.
Aluguel como % das vendas	8,1%	8,1%	▲ 4 p.b.
Outros como % das vendas	5,8%	5,4%	▲ 43 p.b.
Turnover	1,1%	0,6%	▲ 51 p.b.
Taxa de ocupação	97,9%	98,6%	▼ 74 p.b.
Inadimplência	4,5%	1,8%	▲ 266 p.b.
Perda de aluguel	1,0%	0,5%	▲ 54 p.b.

<sup>1</sup> ABL ajustada corresponde à ABL média do período. excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul.

<sup>2</sup> Considera apenas lojas que reportam venda. E desconsidera vendas reportadas por quiosques.

**15. Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial**
**15.1 - Variações na Demonstração de Resultados - CPC 19 (R2) e Gerencial**

Demonstração de Resultados (R\$'000)	IFRS com		Efeito
	CPC 19 R2	Gerencial	CPC 19 R2
	1T16	1T16	Diferença
Receita de locação	203.512	207.233	3.721
Receita de Serviços	37.133	37.103	(30)
Receita de cessão de direitos	3.189	3.518	329
Receita de estacionamento	45.585	46.474	889
Venda de imóveis	3.930	3.930	-
Apropriação de receita de aluguel linear	9.332	9.663	330
Outras receitas	1.309	1.328	19
<b>Receita Bruta</b>	<b>303.990</b>	<b>309.248</b>	<b>5.258</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(30.047)	(30.424)	(378)
<b>Receita Líquida</b>	<b>273.944</b>	<b>278.824</b>	<b>4.880</b>
Despesas de sede	(31.873)	(31.900)	(27)
Remuneração baseada em ações	(5.314)	(5.314)	-
Despesas de shopping centers	(30.678)	(32.108)	(1.430)
Despesas com escritórios para locação	(1.943)	(1.943)	-
Despesas com novos projetos para locação	(1.493)	(1.493)	-
Despesas com novos projetos para venda	(871)	(871)	-
Custo de imóveis vendidos	(2.148)	(2.148)	-
Resultado de equivalência patrimonial	1.514	7	(1.507)
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.264)	(4.257)	8
<b>EBITDA</b>	<b>196.875</b>	<b>198.799</b>	<b>1.924</b>
Receitas financeiras	20.830	21.160	330
Despesas financeiras	(69.411)	(70.327)	(916)
Depreciações e amortizações	(38.598)	(39.550)	(952)
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>109.696</b>	<b>110.082</b>	<b>386</b>
Imposto de renda e contribuição social	(34.913)	(34.975)	(63)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.653)	(4.976)	(323)
Participação dos acionistas minoritários	(51)	(51)	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.079</b>	<b>70.079</b>	<b>-</b>

As diferenças entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 37,5% no ShoppingSantaÚrsula, através da participação de 50,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A., e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió, através da participação de 50,0% na Parque Shopping Maceió S.A.

As principais variações no 1T16 são: (i) aumento de R\$3,7 M na receita de locação; (ii) aumento de R\$1,4 M nas despesas de shopping centers, (iii) aumento de R\$0,6 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$1,0 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima, houve diminuição de R\$1,5 M no resultado de equivalência patrimonial, visto que o resultado dessas empresas passou a ser apresentado nesta conta.

**15.2 - Variações no Balanço Patrimonial - CPC 19 (R2) e Gerencial: Ativo Total**

ATIVO (R\$'000)	IFRS com		Efeito CPC 19 R2 Diferença
	CPC 19 R2 31/03/2016	Gerencial 31/03/2016	
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	152.755	162.276	9.521
Aplicações financeiras	301.866	301.866	-
Contas a receber	232.590	237.763	5.173
Terrenos e imóveis a comercializar	71.330	71.330	-
Partes relacionadas	4.323	4.323	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	4.392	4.392	-
Adiantamentos diversos	2.631	2.631	-
Custos diferidos	30.803	30.922	119
Outros	31.409	32.166	757
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>832.099</b>	<b>847.669</b>	<b>15.570</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	136.987	136.987	-
Terrenos e imóveis a comercializar	215.976	215.976	-
Partes relacionadas	12.164	12.164	-
Depósitos judiciais	13.688	14.319	631
Imposto de renda e contribuição social diferidos	15.493	17.557	2.064
Custos diferidos	88.868	89.746	879
Outros	19.878	19.929	51
Investimentos	128.199	2.828	(125.371)
Propriedades para investimento	5.250.906	5.405.611	154.705
Imobilizado	29.872	29.872	-
Intangível	350.119	351.090	971
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.262.150</b>	<b>6.296.079</b>	<b>33.929</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>7.094.249</b>	<b>7.143.747</b>	<b>49.499</b>

As principais diferenças referentes à participação de 37,5% no ShoppingSantaÚrsula e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$154,7 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$9,5 M em caixa e equivalentes a caixa; e (iii) aumento de R\$5,2 M nas contas a receber.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$125,4 M na conta de investimento, dado que ativos e passivos dessas empresas passaram a ser apresentados nesta conta de acordo com o CPC 19 (R2)

**15.3 - Variações no Balanço Patrimonial - CPC 19 (R2) e Gerencial: Total do Passivo e Patrimônio Líquido**

PASSIVO (R\$'000)	IFRS com		Efeito
	CPC 19 R2	Gerencial	CPC 19 R2
	31/03/2016	31/03/2016	Diferença
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	169.993	173.803	3.810
Debêntures	26.321	26.321	-
Contas a pagar	94.949	95.851	902
Obrigações por aquisição de bens	52.161	52.161	-
Impostos e contribuições a recolher	28.980	28.766	(214)
Dividendos a pagar	115.783	115.783	-
Receitas diferidas	51.044	51.130	86
Outros	7.011	6.998	(13)
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>546.242</b>	<b>550.813</b>	<b>4.572</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.596.035	1.633.086	37.051
Debêntures	398.223	398.223	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	171.177	174.639	3.462
Obrigações por aquisição de bens	31.200	31.200	-
Outros	3.481	3.481	-
Provisão para contingências	14.023	14.643	620
Receitas diferidas	68.141	71.935	3.794
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.282.280</b>	<b>2.327.207</b>	<b>44.927</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	975.134	975.134	-
Reserva de lucros	1.053.637	1.053.637	-
Gasto com emissão de ações	(39.003)	(39.003)	-
Ações em tesouraria	(97.996)	(97.996)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	69.658	69.658	-
Participação dos acionistas minoritários	6.231	6.231	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.265.727</b>	<b>4.265.727</b>	<b>-</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>7.094.249</b>	<b>7.143.747</b>	<b>49.499</b>

As diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$40,9 M nas contas de empréstimos e financiamentos, dada a inclusão de 50,0% do Parque Shopping Maceió, que contratou um financiamento do Banco do Nordeste; e (ii) aumento de R\$3,9 M em receitas e custos diferidos.

**16. Anexos**
**16.1 Demonstração de Resultados Consolidados – De acordo com o Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2)**

(R\$'000)	1T16	1T15	Var. %
Receita de locação	203.512	190.589	▲ 6,8%
Receita de Serviços	37.133	27.658	▲ 34,3%
Receita de cessão de direitos	3.189	7.480	▼ 57,4%
Receita de estacionamento	45.585	41.866	▲ 8,9%
Venda de imóveis	3.930	11.286	▼ 65,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	9.332	8.439	▲ 10,6%
Outras receitas	1.309	759	▲ 72,6%
<b>Receita Bruta</b>	<b>303.990</b>	<b>288.075</b>	<b>▲ 5,5%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(30.047)	(27.957)	▲ 7,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>273.944</b>	<b>260.118</b>	<b>▲ 5,3%</b>
Despesas de sede	(31.873)	(25.624)	▲ 24,4%
Remuneração baseada em ações	(5.314)	(3.930)	▲ 35,2%
Despesas de shopping centers	(30.678)	(21.754)	▲ 41,0%
Despesas com escritórios para locação	(1.943)	(3.230)	▼ 39,8%
Despesas com novos projetos para locação	(1.493)	(1.754)	▼ 14,9%
Despesas com novos projetos para venda	(871)	(652)	▲ 33,6%
Custo de imóveis vendidos	(2.148)	(8.334)	▼ 74,2%
Resultado de equivalência patrimonial	1.514	1.285	▲ 17,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.264)	(4.484)	▼ 4,9%
<b>EBITDA</b>	<b>196.875</b>	<b>191.643</b>	<b>▲ 2,7%</b>
Receitas financeiras	20.830	10.737	▲ 94,0%
Despesas financeiras	(69.411)	(55.211)	▲ 25,7%
Depreciações e amortizações	(38.598)	(38.256)	▲ 0,9%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>109.696</b>	<b>108.912</b>	<b>▲ 0,7%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(34.913)	(33.928)	▲ 2,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.653)	(5.372)	▼ 13,4%
Participação dos acionistas minoritários	(51)	(18)	▲ 176,5%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.079</b>	<b>69.593</b>	<b>▲ 0,7%</b>

(R\$'000)	1T16	1T15	Var. %
<b>NOI</b>	<b>225.809</b>	<b>215.910</b>	<b>▲ 4,6%</b>
<i>Margem de NOI</i>	87,4%	89,6%	▼ 225 p.b.
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>228.998</b>	<b>223.390</b>	<b>▲ 2,5%</b>
<i>Margem de NOI + Cessão de Direitos</i>	87,5%	89,9%	▼ 241 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>196.811</b>	<b>192.064</b>	<b>▲ 2,5%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	72,8%	76,8%	▼ 406 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>196.875</b>	<b>191.643</b>	<b>▲ 2,7%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	71,9%	73,7%	▼ 181 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.079</b>	<b>69.593</b>	<b>▲ 0,7%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	25,6%	26,8%	▼ 117 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>74.732</b>	<b>74.965</b>	<b>▼ 0,3%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	27,3%	28,8%	▼ 154 p.b.
<b>FFO</b>	<b>113.330</b>	<b>113.221</b>	<b>▲ 0,1%</b>
<i>Margem de FFO</i>	41,4%	43,5%	▼ 216 p.b.

**16.2 Fluxo de Caixa: De acordo com o Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2)**

<b>Fluxo de Caixa (R\$'000)</b>	<b>1T16</b>
Lucro antes dos impostos	109.696
Depreciações e amortizações	38.597
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	65.523
Outros ajustes ao lucro líquido	8.923
(Aumento) e redução de ativo circulante	12.269
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	(2.422)
(Aumento) e redução de passivo circulante	(53.088)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas operações</b>	<b>179.498</b>
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(51.823)
Adições em imobilizado	(452)
Adições em intangível	(1.060)
Aplicações financeiras	(88.554)
Outros	1.958
<b>Fluxo de caixa de investimento</b>	<b>(139.931)</b>
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	(15.150)
Recuperação de ações para manutenção em tesouraria	-
Pagamento de encargos sobre debentures	-
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(36.759)
Dividendos pagos	-
Participação de não controladores	89
Outros	6.008
<b>Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento</b>	<b>(45.812)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	159.000
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	152.755
<b>Varição no caixa</b>	<b>(6.245)</b>

**16.3 Demonstração de Resultados Consolidados – Relatório Gerencial**

(R\$'000)	1T16	1T15	Var. %
Receita de locação	207.233	194.216	▲ 6,7%
Receita de Serviços	37.103	27.617	▲ 34,3%
Receita de cessão de direitos	3.518	7.895	▼ 55,4%
Receita de estacionamento	46.474	42.492	▲ 9,4%
Venda de imóveis	3.930	11.286	▼ 65,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	9.663	8.690	▲ 11,2%
Outras receitas	1.328	764	▲ 73,7%
<b>Receita Bruta</b>	<b>309.248</b>	<b>292.961</b>	<b>▲ 5,6%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(30.424)	(28.259)	▲ 7,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>278.824</b>	<b>264.702</b>	<b>▲ 5,3%</b>
Despesas de sede	(31.900)	(25.664)	▲ 24,3%
Remuneração baseada em ações	(5.314)	(3.930)	▲ 35,2%
Despesas de shopping centers	(32.108)	(22.958)	▲ 39,9%
Despesas com escritórios para locação	(1.943)	(3.230)	▼ 39,8%
Despesas com novos projetos para locação	(1.493)	(1.754)	▼ 14,9%
Despesas com novos projetos para venda	(871)	(652)	▲ 33,6%
Custo de imóveis vendidos	(2.148)	(8.334)	▼ 74,2%
Resultado de equivalência patrimonial	7	1	▲ 859,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.257)	(4.482)	▼ 5,0%
<b>EBITDA</b>	<b>198.799</b>	<b>193.700</b>	<b>▲ 2,6%</b>
Receitas financeiras	21.160	11.211	▲ 88,7%
Despesas financeiras	(70.327)	(56.161)	▲ 25,2%
Depreciações e amortizações	(39.550)	(39.196)	▲ 0,9%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>110.082</b>	<b>109.554</b>	<b>▲ 0,5%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(34.975)	(34.037)	▲ 2,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.976)	(5.906)	▼ 15,7%
Participação dos acionistas minoritários	(51)	(18)	▲ 179,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.079</b>	<b>69.593</b>	<b>▲ 0,7%</b>

(R\$'000)	1T16	1T15	Var. %
<b>NOI</b>	<b>229.319</b>	<b>219.211</b>	<b>▲ 4,6%</b>
<i>Margem NOI</i>	87,1%	89,3%	▼ 226 p.b.
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>232.837</b>	<b>227.106</b>	<b>▲ 2,5%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,2%	89,7%	▼ 242 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>200.232</b>	<b>195.382</b>	<b>▲ 2,5%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	72,7%	76,8%	▼ 403 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>198.799</b>	<b>193.700</b>	<b>▲ 2,6%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	71,3%	73,2%	▼ 188 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.079</b>	<b>69.593</b>	<b>▲ 0,7%</b>
<i>Margem Líquida</i>	25,1%	26,3%	▼ 116 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>75.055</b>	<b>75.499</b>	<b>▼ 0,6%</b>
<i>Margem Líquida ajustada</i>	26,9%	28,5%	▼ 160 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional FFO</b>	<b>114.605</b>	<b>114.695</b>	<b>▼ 0,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	41,1%	43,3%	▼ 223 p.b.

**16.4 Balanço Patrimonial (R\$'000) – Gerencial**

<b>ATIVO</b>	<b>31/03/2016</b>	<b>31/12/2015</b>	<b>Variação %</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	162.276	168.794	▼3,9%
Aplicações financeiras	301.866	213.312	▲41,5%
Contas a receber	237.763	273.071	▼12,9%
Terrenos e imóveis a comercializar	71.330	72.527	▼1,7%
Partes relacionadas	4.323	3.873	▲11,6%
Impostos e contribuições sociais a compensar	4.392	10.149	▼56,7%
Adiantamentos diversos	2.631	8.068	▼67,4%
Custos diferidos	30.922	30.790	▲0,4%
Outros	32.166	21.967	▲46,4%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>847.669</b>	<b>802.550</b>	<b>▲5,6%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	136.987	135.423	▲1,2%
Terrenos e imóveis a comercializar	215.976	212.160	▲1,8%
Partes relacionadas	12.164	12.657	▼3,9%
Depósitos judiciais	14.319	13.151	▲8,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	17.557	18.443	▼4,8%
Custos diferidos	89.746	77.700	▲15,5%
Outros	19.929	21.415	▼6,9%
Investimentos	2.828	2.797	▲1,1%
Propriedades para investimento	5.405.611	5.385.981	▲0,4%
Imobilizado	29.872	30.841	▼3,1%
Intangível	351.090	351.419	▼0,1%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.296.079</b>	<b>6.261.986</b>	<b>▲0,5%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>7.143.747</b>	<b>7.064.536</b>	<b>▲1,1%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>31/03/2016</b>	<b>31/12/2015</b>	<b>Variação %</b>
<b>Current Liabilities</b>			
Empréstimos e financiamentos	173.803	168.631	▲3,1%
Debêntures	26.321	12.031	▲118,8%
Contas a pagar	95.851	88.585	▲8,2%
Obrigações por aquisição de bens	52.161	52.950	▼1,5%
Impostos e contribuições a recolher	28.766	46.589	▼38,3%
Dividendos a pagar	115.783	115.783	-
Receitas diferidas	51.130	52.283	▼2,2%
Outros	6.998	7.497	▼6,7%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>550.813</b>	<b>544.350</b>	<b>▲1,2%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.633.086	1.636.071	▼0,2%
Debêntures	398.223	398.223	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	174.639	170.548	▲2,4%
Obrigações por aquisição de bens	31.200	40.027	▼22,1%
Outros	3.481	597	▲483,3%
Provisão para contingências	14.643	9.912	▲47,7%
Receitas diferidas	71.935	77.407	▼7,1%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.327.207</b>	<b>2.332.785</b>	<b>▼0,2%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	975.134	972.873	▲0,2%
Reserva de lucros	1.053.637	1.053.637	-
Gasto com emissão de ações	(39.003)	(39.003)	-
Ações em tesouraria	(97.996)	(104.314)	▼6,1%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	69.658	-	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	6.231	6.142	▲1,5%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.265.727</b>	<b>4.187.401</b>	<b>▲1,9%</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>7.143.747</b>	<b>7.064.536</b>	<b>▲1,1%</b>

## 17. Glossário

---

**ABL própria:** ou ABL da Companhia ou ABL Multiplan, refere-se à ABL total ponderada pela participação da Multiplan em cada shopping.

**ABL própria esperada:** ABL correspondente à participação da Companhia nos projetos em desenvolvimento.

**Abrasce:** Associação Brasileira de Shopping Centers.

**Aluguel complementar:** É a diferença (quando positiva) entre o aluguel mínimo e o aluguel com base em porcentagem de vendas paga como aluguel, conforme definida em contrato.

**Aluguel sazonal:** Aluguel adicional cobrado normalmente da maioria dos locatários em dezembro, devido às maiores vendas promovidas pelo natal, além de maiores despesas incorridas nesta época do ano.

**Aluguel na Mesma Área (na sigla em inglês SAR):** É a relação entre o aluguel faturado em uma mesma área no ano anterior com o ano atual incluindo somente áreas ativas.

**Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR):** Variação do aluguel faturado de lojas em operação nos dois períodos comparados.

**Aluguel mínimo (ou Aluguel-base):** É o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista. Caso um lojista não tenha contratado um aluguel-base, o aluguel mínimo será uma porcentagem de suas vendas.

**Aluguel por m<sup>2</sup>:** soma de aluguel mínimo e complementar cobrado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL. É válido notar que esta ABL inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar (ex: lojas que estão sendo preparadas para a inauguração)

**Banco de terrenos:** Terrenos adquiridos pela Multiplan para empreendimentos futuros.

**BMF&Bovespa:** Bolsa de Valores de São Paulo.

**Brownfield:** projetos de expansões em shopping centers existentes.

**CAGR (Compounded Annual Growth Rate):** Taxa Composta de Crescimento Anual. Corresponde à taxa média de crescimento em bases anuais.

**CAPEX: (Capital Expenditure):** É a estimativa do montante de recursos a ser desembolsado para o desenvolvimento, expansão ou melhoria de um ativo. O valor capitalizado representa a variação do ativo permanente, imobilizado, intangível, propriedades para investimento e depreciação.

**CDI:** Certificado de Depósito Interbancário. Certificados emitidos pelos bancos para geração de liquidez. Sua taxa média de 1 (um) dia, anualizada, é utilizada como referência para as taxas de juros da economia brasileira.

**Cessão de direitos (CD):** Cessão de Direitos é o valor pago pelo lojista para ingressar no shopping center. O contrato de cessão de direitos, quando assinado, é reconhecido na conta de receita diferida e na conta de recebíveis, mas sua receita é reconhecida na conta de receita de cessão de direitos em parcelas lineares, somente no momento de uma abertura, pelo período do contrato de locação. Cessão de Direitos não recorrentes refere-se a contratos de lojas novas em novos empreendimentos ou expansões (inaugurados nos últimos 5 anos). Cessão de Direitos "Operacional" refere-se a lojas que estão mudando em um shopping center já em funcionamento.

**Custo de ocupação:** É o custo de locação de uma loja como porcentagem das vendas. Inclui o aluguel e outras despesas (despesas de condomínio e fundo promocional).

**Crescimento orgânico:** Crescimento da receita que não seja oriundo de aquisições, expansões e novos empreendimentos apurados no período em questão.

**Debênture:** instrumento de dívida emitido pelas companhias para captação de recursos. As debêntures da Multiplan são do tipo não conversíveis, significando que não podem ser convertidas em ações. Além disso, o titular da debênture não tem direito a voto.

**Despesas com novos projetos para locação:** Despesas pré-operacionais, atreladas a projetos greenfield e expansões, contabilizada como despesa na demonstração de resultados, conforme estabelecido no pronunciamento CPC 04 em 2009.

**Despesas com novos projetos para venda:** Despesas pré-operacionais, geradas nas operações de desenvolvimento imobiliário para venda, contabilizada como despesa na demonstração de resultados, conforme pronunciamento CPC 04 em 2009.

**EBITDA: Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization.** Lucro (prejuízo) líquido adicionado das despesas com IRPJ e CSLL, resultado financeiro, depreciação e amortização. O EBITDA não possui uma definição única, e sua definição pode não ser comparável ao EBITDA utilizado por outras companhias.

**EBITDA de propriedades:** EBITDA relacionado com o principal negócio da Multiplan, propriedades para locação. A métrica exclui imóveis para venda e despesas com desenvolvimentos futuros.

**Efeito da linearidade:** Método contábil que tem como objetivo retirar a volatilidade e sazonalidade das receitas de aluguel. O reconhecimento contábil da receita de locação, incluindo o aluguel sazonal e reajustes contratuais quando aplicáveis, é baseado na linearização da receita durante o prazo do contrato independente do prazo de recebimento.

**Efeito do reajuste no IGP-DI:** É a média do aumento mensal do IGP-DI com um mês de atraso, multiplicada pela porcentagem da ABL ajustada no respectivo mês.

**EPS: Earnings per Share.** Ganhos por Ação; constitui-se do Lucro Líquido dividido pelo número total de ações da Companhia.

**Equivalência patrimonial:** A contabilização do resultado da participação societária em coligadas é demonstrada na demonstração do resultado da controladora como equivalência patrimonial, representando o lucro líquido atribuível aos acionistas da coligada.

**FFO (Fluxo de Caixa Operacional):** É a soma do Lucro Líquido Ajustado, depreciação e amortização.

**Greenfield:** Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

**IBGE:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

**IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna):** Índice de inflação apurado pela Fundação Getúlio Vargas, com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência e divulgação próxima ao dia 20 do mês posterior. Possui a mesma composição do IGP-M (Índice Geral de Preços do Mercado), diferenciando-se apenas o período de coleta.

**Inadimplência:** Percentual não recebido do aluguel vencido trimestralmente.

**IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo):** Calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, é o indicador nacional de inflação controlado pelo Banco Central do Brasil.

**Lojas âncora:** Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do shopping center. As lojas devem ter mais de 1.000 m<sup>2</sup> para serem consideradas âncoras.

**Lojas satélite:** Pequenas lojas, sem características estruturais e mercadológicas especiais, localizadas no entorno das Lojas Âncora e destinadas ao comércio em geral.

**Lucro líquido ajustado:** Lucro Líquido Ajustado pelas despesas não recorrentes com o IPO, custos de reestruturação e amortizações de ágio provenientes de aquisições e fusões (incluindo impostos diferidos).

**Margem EBITDA:** EBITDA dividido pela Receita Líquida.

**Margem NOI:** NOI dividido pela receita de locação, linearidade e receita líquida de estacionamento.

**Merchandising:** É todo tipo de locação em um shopping não vinculada à área da ABL do shopping. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, locação de espaços em pilares, portas e escadas rolantes, entre outros pontos de exposição em um shopping.

**Mix de lojistas:** Composição estratégica das lojas definida pelo administrador dos shoppings.

**Multiuso:** Estratégia baseada no desenvolvimento de empreendimentos residenciais e torres comerciais em áreas próximas aos shoppings.

**Participação minoritária:** Resultado das empresas controladas que não correspondem à participação da Companhia controladora e, conseqüentemente, é deduzido do resultado da mesma.

**Perda de aluguel:** Baixas decorrentes de inadimplência com mais de seis meses e parecer legal.

**Receitas diferidas:** Cessão de Direitos diferida e despesas com recompra de lojas.

**Receita de estacionamento:** resultado líquido da receita de estacionamento menos os valores repassados aos sócios da Multiplan nos shopping centers e condomínios.

**Resultado Operacional Líquido (NOI):** *Net Operating Income*, ou *NOI*. Refere-se à soma do resultado operacional (receita de locação, linearidade, despesas de shopping centers e despesas com torres imobiliárias) e o resultado das operações de estacionamento (receitas e despesas). Impostos sobre receita não são considerados. O NOI+CD também inclui a receita de cessão de direitos.

**Taxa de ocupação:** ABL locada dividida pela ABL total

**Taxa de administração:** Tarifa cobrada aos locatários e aos demais sócios do shopping para custear a administração do shopping.

**TJLP:** Taxa de Juros de Longo Prazo – custo usual de financiamento apurado pelo BNDES

**TR:** Taxa Referencial – Taxa média de juros utilizada pelo mercado.

**Turnover (giro):** Consiste na ABL locada nos shopping centers em operação no período dividida pela ABL total disponível dos shopping centers em operação.

**Vacância:** Área bruta locável no shopping disponível para ser alugada.

**Vendas:** Vendas declaradas pelas lojas em cada um dos shoppings.

**Vendas na Mesma Área (na sigla em inglês SAS):** Aumento de vendas/m<sup>2</sup> das áreas existentes no portfólio há mais de um ano. Esta base considera as trocas de lojas dos períodos anteriores.

**Vendas nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSS):** Vendas de lojas em operação há mais de um ano.

**Vendas por m<sup>2</sup>:** O cálculo de vendas/m<sup>2</sup> considera apenas a ABL de lojas que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, uma vez que estas operações não estão incluídas na ABL total.

**VGv (Valor Geral de Vendas):** Refere-se ao total de unidades à venda em um empreendimento imobiliário multiplicado pelo valor de tabela de cada uma.

**Segmentos de shopping centers:**

- ☞ Praça de Alimentação & Área Gourmet – Inclui operações de *fast food* e restaurantes
- ☞ Diversos – Cosméticos, livrarias, cabeleireiros, lojas para animais, etc.
- ☞ Artigos para o lar e escritório – Lojas de aparelhos eletrônicos, decoração, arte, materiais para escritório, etc.
- ☞ Serviços – Centros esportivos, centros de lazer, teatros, salas de cinema, centros médicos, bancos, etc.
- ☞ Vestuário – Lojas de roupas, calçados e acessórios femininos e masculinos.