



*40 anos*  
 **Multiplan**

## **3T15** Relatório de Resultados

### **Teleconferência de Resultados**

**Data:** 29 de outubro de 2015 (quinta-feira)

**Português:** 11h00min (Brasília)

09h00min (EST Nova York)

**Inglês:** 12h30min (Brasília)

10h30min (EST Nova York)

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

### **Telefones de conexão:**

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

+55 (11) 2820-4001

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

**Outros países:**

+1 (786) 924-6977

**Código de acesso:** 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 [www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri).

## 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 30 de setembro de 2015.

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

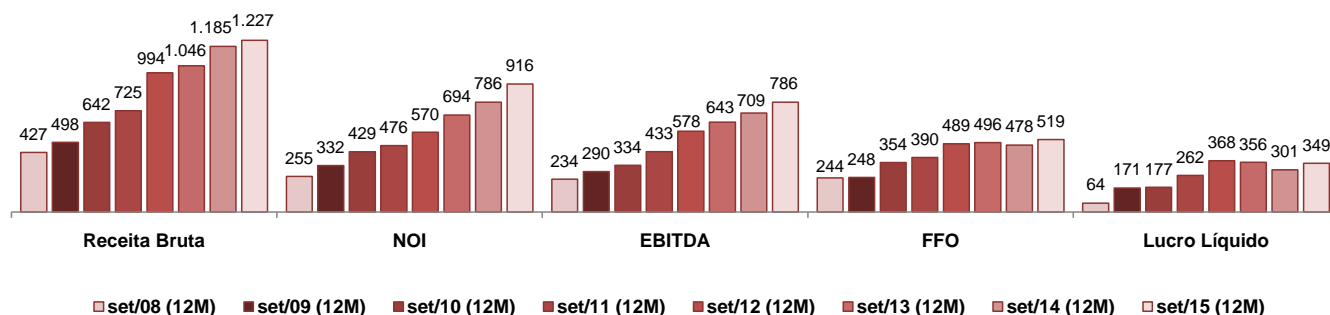
Favor consultar a página 33 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelos Pronunciamentos Contábeis CPC 18 (R2) e CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

01. Demonstração de Resultados Consolidados – Gerencial.....	5
02. Valor Justo das Propriedades para Investimento - CPC 28.....	6
03. Indicadores Operacionais .....	8
04. Receita Bruta .....	11
05. Resultados da Participação em Propriedades .....	12
06. Resultados da Administração de Shopping Centers.....	16
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	17
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários.....	17
09. Resultados Financeiros .....	18
10. Desenvolvimento de Projetos .....	23
11. MULT3 e Mercado de Ações .....	26
12. Portfólio.....	27
13. Estrutura Societária .....	29
14. Dados Operacionais e Financeiros.....	31
15. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial .....	33
16. Anexos.....	36
17. Glossário.....	40

### Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

R\$ milhões	2007 (IPO) <sup>1</sup>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Variação % (2014/2007)	CAGR % (2014/2007)
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	▲237,6%	▲19,0%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	▲299,0%	▲21,9%
EBITDA	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	▲274,0%	▲20,7%
FFO	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	515,6	426,2	552,9	▲176,2%	▲15,6%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	▲1.639,7%	▲50,4%

<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 3T15, a Multiplan detinha – com uma participação média de 73,8% - 18 shopping centers com ABL total de 768.290 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 somados ao ABL de shopping center somam um ABL total de 855.848 m<sup>2</sup>.



# NOI ATINGE R\$219 MILHÕES E FFO ALCANÇA R\$102 MILHÕES NO 3T15

Contra a correnteza: shopping centers da Multiplan preservam métricas operacionais sólidas em um ambiente desafiador; balanço patrimonial robusto mantém espaço para novas oportunidades

**Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) cresce 6,8%**, com aumento real de 2,4% no 3T15. O resultado é ainda mais significativo dado o aumento de 8,8% no SSR do 3T14. ❶

**Taxa de ocupação se mantém alta em 98,1%** no trimestre, refletindo a resiliência do portfólio. *Evento recente: Em outubro duas pequenas expansões, totalizando 2.600 m<sup>2</sup> de ABL, adicionaram marcas internacionais ao Pátio Savassi e ParkShopping Barigüi, aumentando o tráfego de pessoas.* ❷

**Custo de ocupação permanece estável em 13,0%**, em comparação com 13,1% registrado no 3T14. Controle de despesas comuns permitiu este resultado. O índice de perda de aluguel foi de 0,4% no 3T15, em comparação a 0,8% no 3T14. ❷

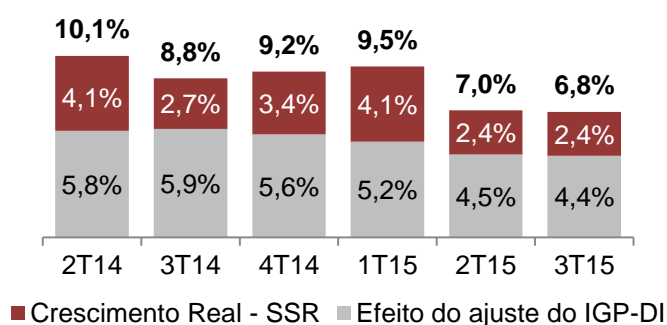
**Vendas na Mesma Área (SAS) aumentam 2,7%** no 3T15 (em comparação a 2,8% no 2T15), beneficiadas por mudanças no mix de lojas, apesar do fraco cenário econômico.

**Aumento de 8,3% na receita de locação impulsiona o crescimento do NOI** de 6,6% no 3T15. O NOI totalizou R\$219,0 milhões no trimestre, com margem de 88,1%. Nos últimos 12 meses NOI + Cessão de Direito somou R\$944,4 milhões, equivalente a R\$5,01 por ação. ❸

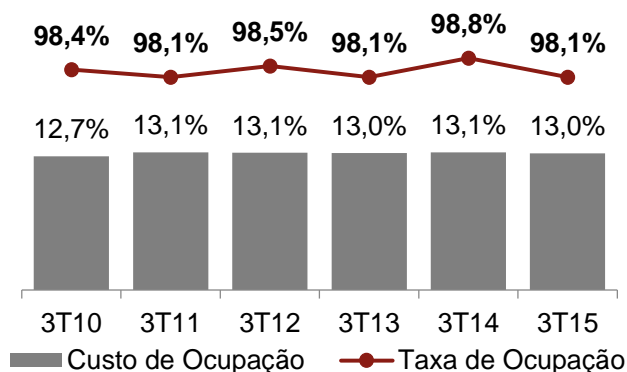
**Custo de financiamento de 12,81%, 144 p.b. abaixo da taxa Selic** no fim de setembro. A dívida líquida era de R\$1.901 milhões, equivalente a 2,4x o EBITDA dos últimos 12 meses. A dívida líquida representa apenas 11,9% do valor justo das propriedades.

**Lucro líquido foi R\$58,6 milhões** e FFO atingiu R\$102,3 milhões no trimestre. Nos últimos 12 meses, o FFO atingiu R\$518,7 milhões, equivalente a R\$2,76 por ação, um aumento de 8,7%, apesar da alta da taxa de juro que levou a maiores despesas financeiras.

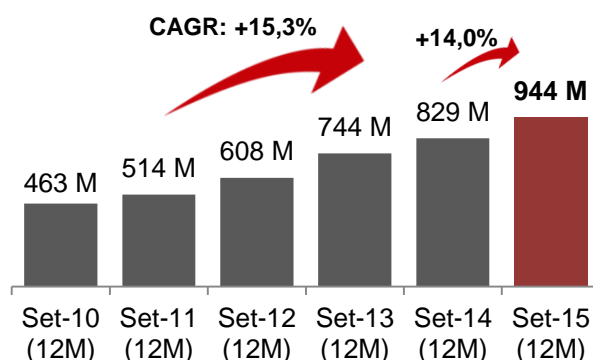
❶ Evolução do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)



❷ Evolução do Custo e Taxa de Ocupação



❸ Evolução do NOI dos Últimos 12 Meses



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

(R\$'000)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
Receita de Locação	199.761	184.446	▲ 8,3%	595.120	538.617	▲ 10,5%
Serviços	29.327	30.025	▼ 2,3%	82.658	89.760	▼ 7,9%
Cessão de direitos	6.873	9.771	▼ 29,7%	20.648	29.523	▼ 30,1%
Receita de estacionamento	41.400	37.872	▲ 9,3%	127.067	111.921	▲ 13,5%
Venda de imóveis	4.452	30.414	▼ 85,4%	17.393	84.810	▼ 79,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	7.533	13.734	▼ 45,1%	24.775	31.744	▼ 22,0%
Outras	2.345	1.011	▲ 131,9%	3.991	3.120	▲ 27,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>291.691</b>	<b>307.274</b>	<b>▼ 5,1%</b>	<b>871.651</b>	<b>889.494</b>	<b>▼ 2,0%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(29.018)	(29.117)	▼ 0,3%	(85.806)	(81.614)	▲ 5,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>262.673</b>	<b>278.158</b>	<b>▼ 5,6%</b>	<b>785.845</b>	<b>807.881</b>	<b>▼ 2,7%</b>
Despesas de sede	(32.640)	(29.534)	▲ 10,5%	(91.142)	(85.616)	▲ 6,5%
Despesas com opções de ações	(2.861)	(4.045)	▼ 29,3%	(9.812)	(10.671)	▼ 8,0%
Despesas de shopping centers	(28.393)	(26.905)	▲ 5,5%	(73.398)	(77.290)	▼ 5,0%
Despesas com escritórios para locação	(1.263)	(3.754)	▼ 66,4%	(8.049)	(9.723)	▼ 17,2%
Despesas com novos projetos para locação	(4.747)	(2.372)	▲ 100,2%	(11.902)	(11.198)	▲ 6,3%
Despesas com novos projetos para venda	(1.230)	(1.983)	▼ 38,0%	(3.177)	(7.985)	▼ 60,2%
Custo de imóveis vendidos	(4.332)	(17.875)	▼ 75,8%	(16.856)	(51.253)	▼ 67,1%
Resultado de equivalência patrimonial	4	(716)	n.d.	25	10.699	▼ 99,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.030)	(4.680)	▲ 7,5%	(9.636)	5.061	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>182.179</b>	<b>186.293</b>	<b>▼ 2,2%</b>	<b>561.898</b>	<b>569.903</b>	<b>▼ 1,4%</b>
Receitas financeiras	11.948	8.174	▲ 46,2%	38.135	27.152	▲ 40,5%
Despesas financeiras	(63.473)	(50.555)	▲ 25,6%	(177.627)	(148.831)	▲ 19,3%
Depreciações e amortizações	(39.650)	(41.996)	▼ 5,6%	(118.140)	(121.347)	▼ 2,6%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>91.006</b>	<b>101.916</b>	<b>▼ 10,7%</b>	<b>304.267</b>	<b>326.878</b>	<b>▼ 6,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.437)	(26.749)	▲ 6,3%	(67.138)	(58.564)	▲ 14,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.139)	(6.995)	▼ 40,8%	(12.848)	(24.439)	▼ 47,4%
Participação dos acionistas minoritários	127	25	▲ 403,3%	202	(18)	n.d.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>58.556</b>	<b>68.198</b>	<b>▼ 14,1%</b>	<b>224.482</b>	<b>243.858</b>	<b>▼ 7,9%</b>

(R\$'000)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
<b>NOI</b>	<b>219.038</b>	<b>205.393</b>	<b>▲ 6,6%</b>	<b>665.514</b>	<b>595.268</b>	<b>▲ 11,8%</b>
<i>Margem NOI</i>	88,1%	87,0%	▲ 106 p.b	89,1%	87,2%	▲ 185 p.b
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>225.911</b>	<b>215.164</b>	<b>▲ 5,0%</b>	<b>686.162</b>	<b>624.791</b>	<b>▲ 9,8%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,4%	87,5%	▲ 87 p.b	89,4%	87,8%	▲ 161 p.b
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>189.018</b>	<b>185.030</b>	<b>▲ 2,2%</b>	<b>580.142</b>	<b>561.793</b>	<b>▲ 3,3%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	73,1%	73,8%	▼ 75 p.b	75,3%	76,9%	▼ 154 p.b
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>182.179</b>	<b>186.293</b>	<b>▼ 2,2%</b>	<b>561.898</b>	<b>569.903</b>	<b>▼ 1,4%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	69,4%	67,0%	▲ 238 p.b	71,5%	70,5%	▲ 96 p.b
<b>Lucro Líquido</b>	<b>58.556</b>	<b>68.198</b>	<b>▼ 14,1%</b>	<b>224.482</b>	<b>243.858</b>	<b>▼ 7,9%</b>
<i>Margem Líquida</i>	22,3%	24,5%	▼ 223 p.b	28,6%	30,2%	▼ 162 p.b
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>62.695</b>	<b>75.193</b>	<b>▼ 16,6%</b>	<b>237.331</b>	<b>268.296</b>	<b>▼ 11,5%</b>
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	23,9%	27,0%	▼ 316 p.b	30,2%	33,2%	▼ 301 p.b
<b>FFO</b>	<b>102.345</b>	<b>117.189</b>	<b>▼ 12,7%</b>	<b>355.470</b>	<b>389.643</b>	<b>▼ 8,8%</b>
<i>Margem FFO</i>	39,0%	42,1%	▼ 317 p.b	45,2%	48,2%	▼ 300 p.b

## 2. Valor Justo das Propriedades para Investimento de acordo com 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) de desempenho das ações da Companhia (Beta), além de (iii) projeções macroeconômicas publicadas no Relatório Focus do Banco Central, e (iv) dados sobre o prêmio de risco do mercado nacional (Risco País, medido pelo Emerging Markets Bond Index Plus Brazil). Baseado nestas premissas, a Companhia estimou uma taxa de desconto média ponderada, nominal e desalavancada, de 15,49% em 30 de setembro de 2015, como resultado de uma taxa de desconto base de 14,97%, calculada de acordo com o modelo CAPM, e um prêmio de risco médio ponderado de 50 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>set-15</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Taxa Livre de Risco (Risk Free Rate)	3,49%	3,49%	3,53%	3,57%
Prêmio de risco de mercado	6,11%	6,11%	6,02%	5,74%
Beta ajustado	0,79	0,72	0,77	0,74
Risco país	219 p.b.	230 p.b.	205 p.b.	184 p.b.
Prêmio de risco adicional	50 p.b.	44 p.b.	43 p.b.	59 p.b.
<b>Custo de capital próprio - US\$ nominal</b>	<b>11,01%</b>	<b>10,65%</b>	<b>10,66%</b>	<b>10,25%</b>
<b>Premissas de inflação</b>				
Inflação (Brasil)	6,53%	6,53%	5,98%	5,47%
Inflação (USA)	2,40%	2,40%	2,30%	2,30%
<b>Custo de capital próprio – R\$ nominal</b>	<b>15,49%</b>	<b>15,11%</b>	<b>14,64%</b>	<b>13,66%</b>

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 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:

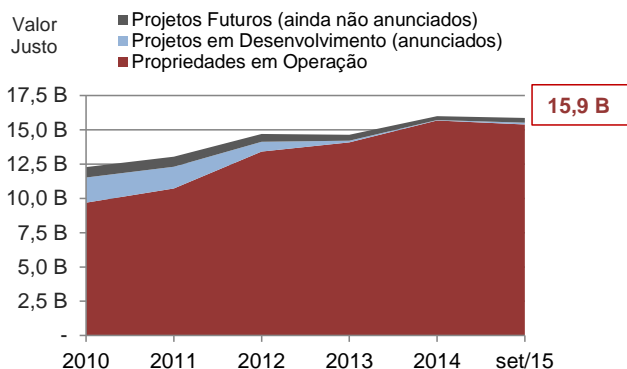
<b>Valor Justo de Propriedades para Investimento</b>	<b>set-15</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Shopping Centers e torres comerciais em operação <sup>1,2,3</sup>	R\$ 15,392 M	R\$ 15,683 M	R\$ 14,089 M	R\$ 13,418 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados) <sup>1,2,3</sup>	R\$ 132 M	R\$ 32 M	R\$ 123 M	R\$ 715 M
Projetos futuros (ainda não anunciados)	R\$ 346 M	R\$ 284 M	R\$ 430 M	R\$ 569 M
<b>Total</b>	<b>R\$ 15,870 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 JundiaíShopping, ParkShopping Campo Grande, Village Mall, ParkShopping Corporate, e a Expansão VII do Ribeirão Shopping foram concluídos e seus ativos transferidos de Projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

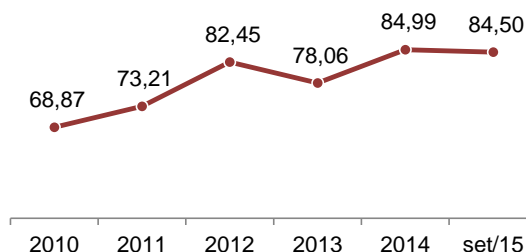
<sup>2</sup> Em 2013, os projetos Expansão VII e Expansão VIII do Ribeirão Shopping, e o Morumbi Corporate foram concluídos e seus ativos transferidos de Projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

<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.

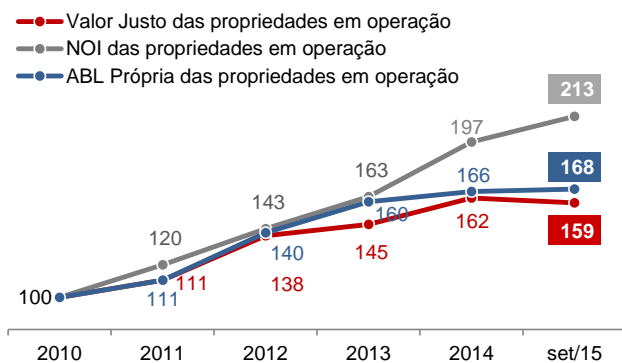
Seguindo o pronunciamento CPC 19 (R2) - Investimento em Coligada, emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), as participações de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e de 50,0% no projeto Parque Shopping Maceió através de Controladas em Conjunto não foram consideradas na avaliação do valor justo.



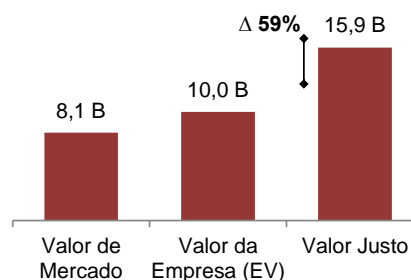
**Evolução do Valor Justo¹ (R\$)**



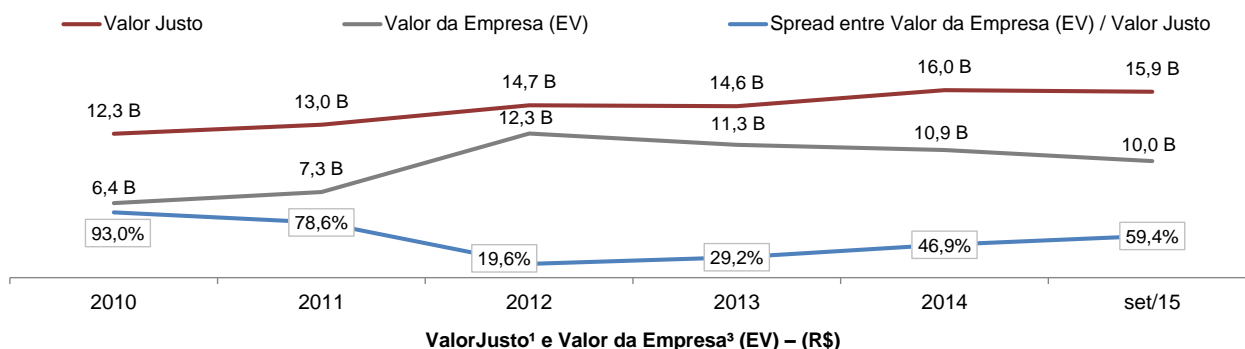
**Valor Justo¹ por ação (R\$)**



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



**Valor de Mercado² vs. Valor da Empresa³ (EV) vs. Valor Justo¹ - 30 de Setembro, 2015**



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

¹ Calculado de acordo com o CPC 28

² Baseado no valor da ação em 30 de Setembro, 2015, de R\$42,40

³ A soma do Valor de Mercado e da Dívida Líquida

### 3. Indicadores Operacionais

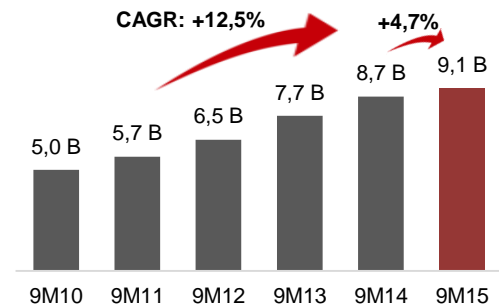
#### 3.1 Vendas

##### Contra a correnteza

O portfólio da Multiplan foi capaz de manter resilientes métricas de produtividade no terceiro trimestre, apesar da desaceleração econômica do país, e apresentou um crescimento de vendas dos lojistas de 2,5%. No 3T15 as vendas atingiram R\$3,0 bilhões e representaram mais um recorde de vendas/m<sup>2</sup> no 3T, de R\$1.445/m<sup>2</sup> por mês.

No 9M15, as vendas cresceram 4,7% em relação ao 9M14, alcançando R\$9,1 bilhões, enquanto que nos últimos cinco anos, as vendas aumentaram um total de 80,6%.

Por fim, nos últimos 12 meses, as lojas satélites nos shopping centers administrados pela Multiplan registraram vendas de R\$26.144/m<sup>2</sup>.



Evolução das vendas dos lojistas (R\$)

##### Shopping Vila Olímpia registra 21,0% de crescimento nas vendas do 3T

No 3T15, o Shopping Vila Olímpia apresentou mais uma vez um forte crescimento de vendas, após as recentes melhorias no mix de lojas. As principais mudanças ocorreram no terceiro e quarto andar do shopping center, oferecendo agora mais opções de entretenimento, moda e restaurante. As vendas do shopping cresceram 21,0% no 3T15 e 20,1% no 9M15.

As vendas do MorumbiShopping aumentaram 4,4% no trimestre, sobre um forte crescimento de 15,0% no 3T14, impulsionado por novas trocas no mix de lojistas, levando o shopping a registrar o maior patamar de vendas/m<sup>2</sup> do portfólio.

O Parque Shopping Maceió continua mostrando uma sólida consolidação nas vendas, atingindo um crescimento de 39,1% nos primeiros nove meses do ano, e 22,6 no 3T15. O ParkShoppingCampoGrande e o JundiaíShopping também registraram fortes crescimentos de vendas no trimestre, de 9,7% e 7,1%, respectivamente. O VillageMall passa por uma melhoria de mix, que inclui a chegada de novas marcas internacionais e locais, que estão sendo preparadas, gerando uma redução temporária nas vendas, de 10,2%, em comparação com o forte crescimento de 66,6% no 3T14, sobre o ano anterior.

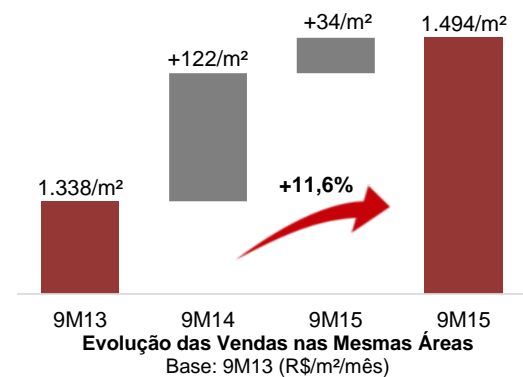
Vendas Shopping Center (100%)	Abertura	3T15	3T14	Var.%	9M15	9M14	Var.%
BH Shopping	1979	257,9 M	256,5 M	▲0,6%	777,0 M	766,0 M	▲1,4%
RibeirãoShopping	1981	173,4 M	179,6 M	▼3,4%	524,1 M	526,3 M	▼0,4%
BarraShopping	1981	448,7 M	443,2 M	▲1,2%	1.315,3 M	1.252,2 M	▲5,0%
MorumbiShopping	1982	380,3 M	364,1 M	▲4,4%	1.138,0 M	1.082,5 M	▲5,1%
ParkShopping	1983	255,8 M	243,1 M	▲5,2%	769,8 M	722,8 M	▲6,5%
DiamondMall	1996	140,0 M	142,2 M	▼1,6%	416,6 M	419,4 M	▼0,7%
New York City Center	1999	45,2 M	48,8 M	▼7,4%	146,6 M	158,0 M	▼7,2%
Shopping Anália Franco	1999	226,7 M	222,5 M	▲1,9%	686,1 M	663,6 M	▲3,4%
ParkShoppingBarigüi	2003	198,5 M	195,0 M	▲1,8%	596,9 M	579,5 M	▲3,0%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	91,9 M	87,8 M	▲4,7%	267,3 M	252,4 M	▲5,9%
Shopping Santa Úrsula	2008 <sup>2</sup>	39,8 M	41,2 M	▼3,6%	123,5 M	125,7 M	▼1,7%
BarraShoppingSul	2008	172,1 M	171,7 M	▲0,2%	524,6 M	504,9 M	▲3,9%
Shopping Vila Olímpia	2009	96,7 M	79,9 M	▲21,0%	287,6 M	239,4 M	▲20,1%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	125,2 M	119,4 M	▲4,8%	370,8 M	356,1 M	▲4,1%
JundiaíShopping	2012	97,9 M	91,4 M	▲7,1%	296,1 M	274,7 M	▲7,8%
ParkShoppingCampoGrande	2012	99,2 M	90,4 M	▲9,7%	285,8 M	262,4 M	▲8,9%
VillageMall	2012	108,3 M	120,7 M	▼10,2%	346,8 M	340,9 M	▲1,7%
Parque Shopping Maceió	2013	80,8 M	65,9 M	▲22,6%	237,4 M	170,7 M	▲39,1%
<b>Total</b>		<b>3.038,4 M</b>	<b>2.963,7 M</b>	<b>▲2,5%</b>	<b>9.110,3 M</b>	<b>8.697,6 M</b>	<b>▲4,7%</b>

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

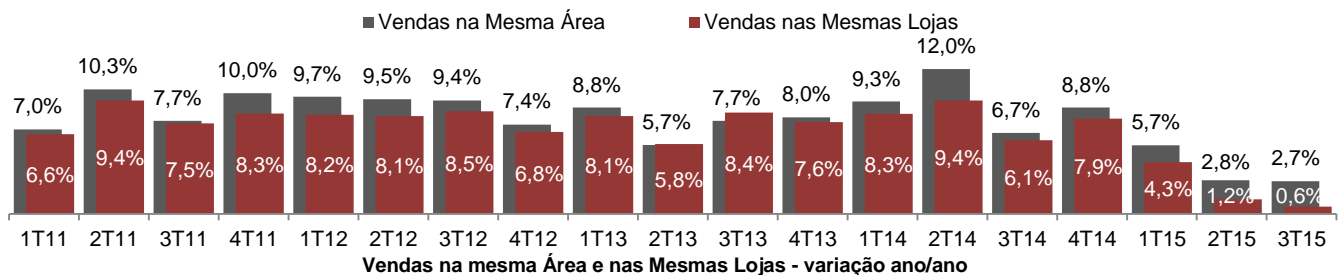
<sup>2</sup> O Shopping Santa Úrsula iniciou suas operações em 1999, e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

### Vendas na Mesma Área (SAS) cresce 2,7% no 3T15

As Vendas na Mesma Área (SAS) e Mesmas Lojas (SSS) no terceiro trimestre aumentaram 2,7% e 0,6% em relação ao 3T14, respectivamente, apesar da piora das condições econômicas do país. O gráfico ao lado mostra o efeito acumulado de crescer em cima de uma base forte. Nos últimos dois anos, o SAS aumentou 11,6% no período de 9M, atingindo uma taxa mensal de R\$1.494/m<sup>2</sup>, e um CAGR de 5,7% nos últimos dois anos.



Por mais um trimestre, o SAS excedeu o crescimento do SSS, em 210 p.b., a segunda maior diferença nos últimos 20 trimestres, mais uma vez demonstrando a capacidade da empresa em melhorar seu mix de lojas e positivamente explorar a dinâmica do mercado atual. A Companhia aproveitou algumas oportunidades de substituir lojas de baixo desempenho por lojas proeminentes que demandavam espaço em shoppings da Multiplan. Durante o 3T15, a ABL do portfólio incluía 12.500.m<sup>2</sup> de lojas locadas, mas ainda em preparação para abertura.



### Segmento de Serviços apresenta crescimento de SSS de 6,3%

Serviços e Praça de Alimentação/Restaurantes continuaram a ser os segmentos mais resilientes nos shoppings da Companhia durante o 3T15, com aumentos de 6,3% e 4,1%, respectivamente. O segmento mais afetado foi Artigos para o Lar e Escritório, que registrou uma queda de 6,5% no trimestre. Para fins de análise, se o segmento de Artigos para o Lar e Escritório fosse excluído do cálculo, o SAS e o SSS teriam crescido 3,6% e 1,5%, respectivamente.

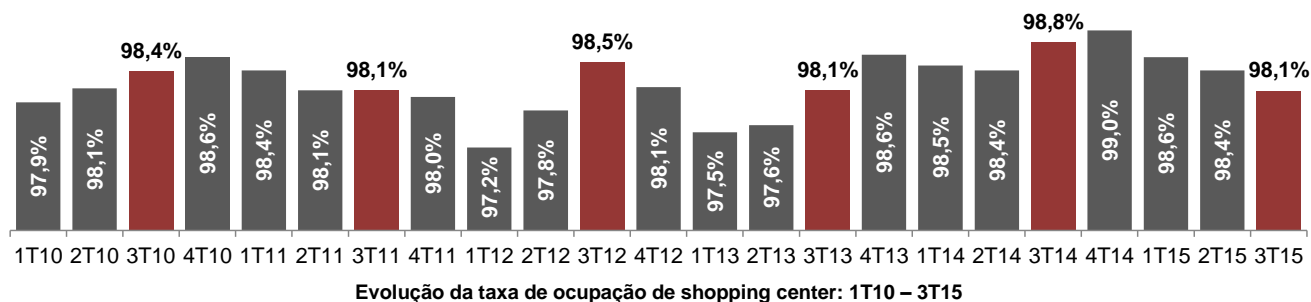
Vendas nas Mesmas Lojas	3T15 x 3T14		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/Áreas Gourmet	-	▲4,1%	▲4,1%
Vestuário	▲3,5%	▼1,9%	▼0,6%
Artigos do Lar & Escritório	▼9,7%	▼4,3%	▼6,5%
Artigos diversos	▼1,1%	▲3,5%	▲2,2%
Serviços	▲10,1%	▲5,3%	▲6,3%
<b>Total</b>	<b>▲0,3%</b>	<b>▲0,6%</b>	<b>▲0,6%</b>

### Crescimento das Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

### 3.2 Indicadores operacionais

*Taxa de ocupação se mantém elevada em 98,1%*

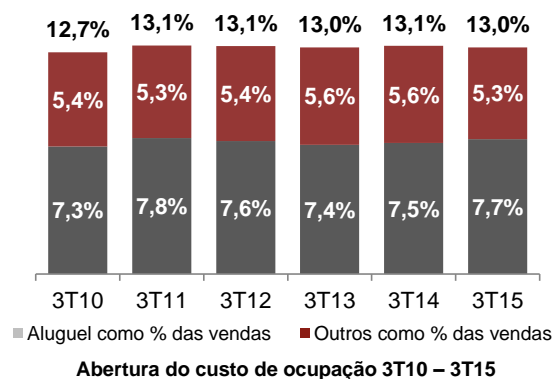
No final do trimestre, a taxa de ocupação média dos shopping centers manteve um alto patamar e registrou uma taxa de 98,1%. No final do terceiro trimestre, 11 dos 18 shoppings apresentaram uma taxa de ocupação acima de 98%, com um shopping totalmente ocupado. A taxa de ocupação elevada é uma indicação da atratividade do portfólio da Multiplan.



*Custo de ocupação levemente abaixo do 3T14*

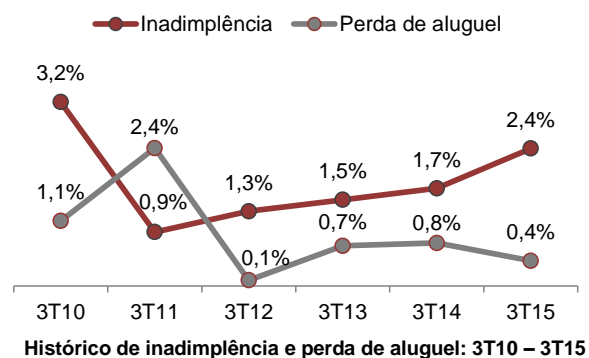
O custo de ocupação foi de 13,0% no final do 3T15, menor em 10 p.b. quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Este declínio resultou de um esforço para reduzir as despesas comuns de condomínio.

O aluguel como % de vendas aumentou, enquanto que outras despesas como % das vendas diminuíram, demonstrando ainda maior eficiência no controle das despesas de condomínio.



*Taxa de inadimplência foi de 2,4% no 3T15*

Por um lado, a taxa de inadimplência dos shopping centers da Multiplan (atraso no pagamento de aluguel superior a 25 dias) foi de 2,4% no 3T15, maior em 70 p.b. quando comparada ao 3T14. Por outro lado, mesmo considerando o ambiente econômico desafiador, os indicadores estão abaixo da média histórica de 2,7%, registrada desde o IPO e a perda de aluguel foi de 0,4% no 3T15, menor do que no mesmo período do ano anterior.

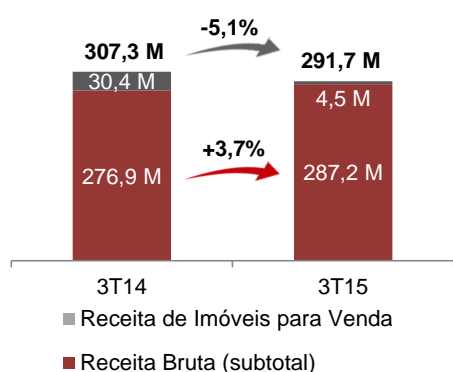


#### 4. Receita Bruta

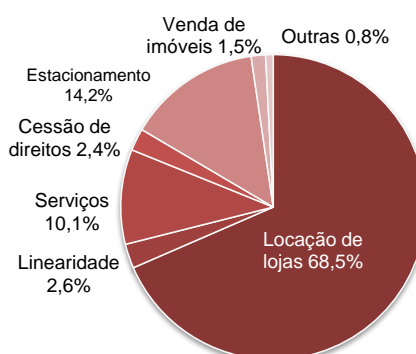
Receita bruta atinge R\$291,7 milhões no 3T15, impulsionada pela receita de locação

A receita bruta totalizou R\$291,7 milhões no 3T15, um decréscimo de 5,1% em comparação ao 3T14, tendo a receita de aluguel como o maior componente, representando R\$199,8 milhões, crescendo 8,3%. No 9M15, a receita bruta foi R\$17,8 milhões menor quando comparada ao 9M14, com as receitas de aluguel aumentando sua participação para 68,3% desse total (R\$595,1 milhões).

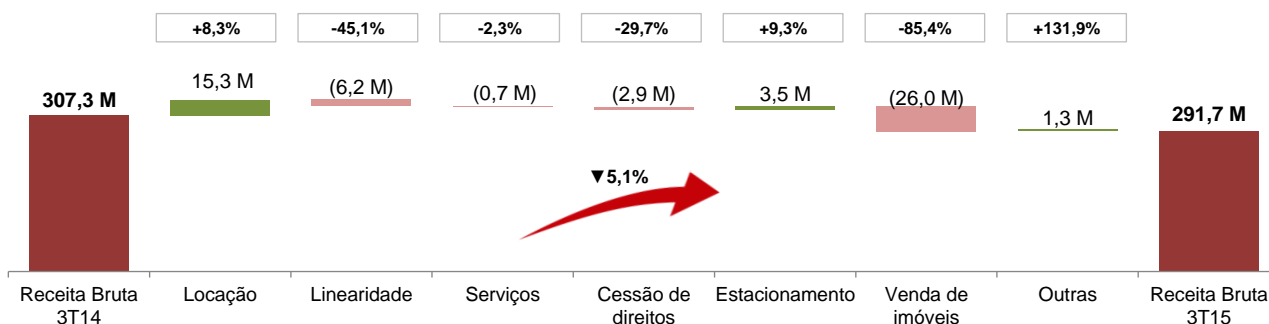
Desconsiderando a receita de imóveis para venda, o resultado seria 3,7% maior, considerando R\$ 276,9 milhões no 3T14 e R\$287,2 milhões no 3T15. A receita de imobiliário para venda diminuiu 85,4%, enquanto que a receita de locação aumentou 8,3%. Sem novos lançamentos de projetos para venda e com a entrega das duas torres gerando uma receita de R\$30,4 milhões no 3T14, o crescimento da receita bruta foi negativo na comparação ano contra ano.



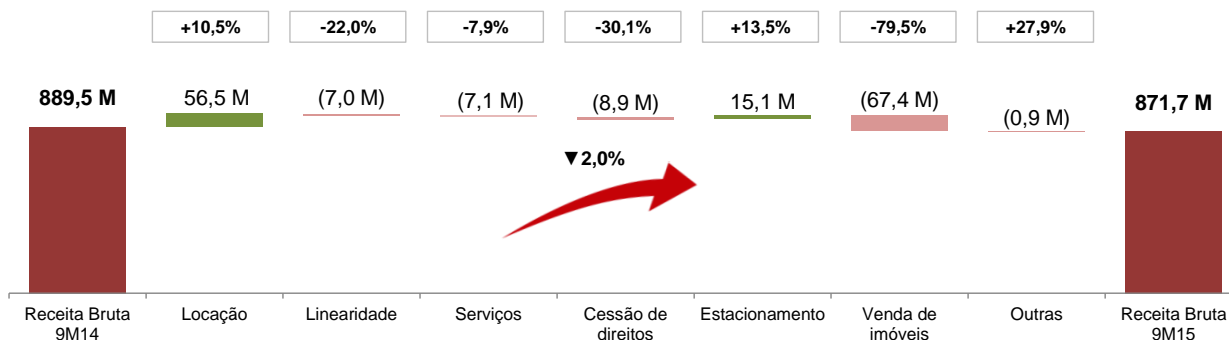
Crescimento da receita bruta – 3T15



Detalhamento da receita bruta – 3T15



Crescimento da Receita Bruta – 3T15 (A/A) (R\$)



Crescimento da Receita Bruta – 9M15 (A/A) (R\$)

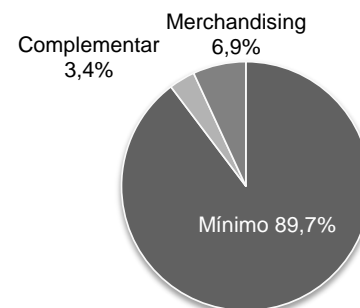
## 5. Resultados da Participação em Propriedades

### 5.1 Receita de Locação

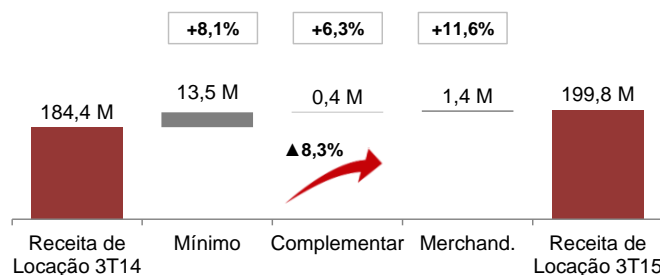
Receitas de locação totalizaram R\$199,8 milhões no 3T15, maior em 8,3%

A receita de locação aumentou 8,3% no 3T15, quando comparada ao 3T14, atingindo R\$199,8 milhões. A receita de locação é composta pelo aluguel mínimo, merchandising e aluguel complementar, que no 3T15 representaram 89,7%, 6,9% e 3,4% da receita total, respectivamente. A receita de merchandising aumentou 11,6%, beneficiada pela receita de mídia (propagandas e exposição de marca), com novos contratos assinados durante o trimestre. O aluguel mensal médio do portfólio foi de R\$108/m<sup>2</sup> no trimestre, refletindo a alta produtividade dos shopping centers da Multiplan, que continuam a crescer, apesar da forte base de aluguel.

Dados adicionais sobre os resultados dos shopping centers podem ser acessados na Planilha de Fundamentos, disponível no site de relações com investidores da Multiplan: ([www.multiplan.com.br/ir](http://www.multiplan.com.br/ir)).



Detalhamento da receita locação – 3T15



Abertura da receita de locação no 3T15 (A/A) (R\$)

Receita de Locação (R\$)	Abertura	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
BH Shopping	1979	18,8 M	17,4 M	▲7,9%	56,4 M	52,5 M	▲7,5%
RibeirãoShopping	1981	11,3 M	11,3 M	▲0,1%	34,0 M	33,4 M	▲1,9%
BarraShopping	1981	24,1 M	22,4 M	▲7,7%	71,6 M	64,1 M	▲11,7%
MorumbiShopping	1982	24,3 M	22,8 M	▲6,4%	73,6 M	70,1 M	▲4,9%
ParkShopping	1983	12,7 M	11,5 M	▲9,8%	37,5 M	33,5 M	▲11,8%
DiamondMall	1996	9,8 M	9,6 M	▲1,9%	29,3 M	28,1 M	▲4,3%
New York City Center	1999	1,8 M	1,8 M	▲1,5%	5,5 M	5,1 M	▲6,6%
Shopping Anália Franco	1999	6,2 M	5,9 M	▲5,2%	18,5 M	17,6 M	▲5,3%
ParkShoppingBarigüi	2003	11,7 M	11,2 M	▲4,7%	35,7 M	33,3 M	▲7,0%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	6,6 M	6,4 M	▲4,1%	19,7 M	18,2 M	▲8,3%
Shopping Santa Úrsula	2008 <sup>2</sup>	1,3 M	1,4 M	▼7,7%	3,8 M	4,0 M	▼5,6%
BarraShoppingSul	2008	14,0 M	12,1 M	▲15,5%	39,9 M	35,7 M	▲11,5%
Shopping Vila Olímpia	2009	4,5 M	4,4 M	▲2,6%	13,5 M	13,5 M	▼0,1%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	9,7 M	9,6 M	▲0,6%	29,4 M	29,0 M	▲1,4%
JundiaíShopping	2012	7,2 M	6,8 M	▲6,8%	22,6 M	20,1 M	▲12,6%
ParkShoppingCampoGrande	2012	7,7 M	7,1 M	▲8,8%	23,6 M	21,9 M	▲7,4%
VillageMall	2012	7,6 M	9,1 M	▼16,2%	24,6 M	24,0 M	▲2,2%
Parque Shopping Maceió	2013	3,0 M	2,7 M	▲14,2%	8,8 M	7,4 M	▲20,1%
Morumbi Corporate	2013	17,2 M	11,1 M	▲55,3%	46,8 M	26,8 M	▲74,1%
ParkShopping Corporate	2014	0,2 M	-	n.a.	0,4 M	-	n.a.
<b>Total</b>		<b>199,8 M</b>	<b>184,4 M</b>	<b>▲8,3%</b>	<b>595,1 M</b>	<b>538,6 M</b>	<b>▲10,5%</b>

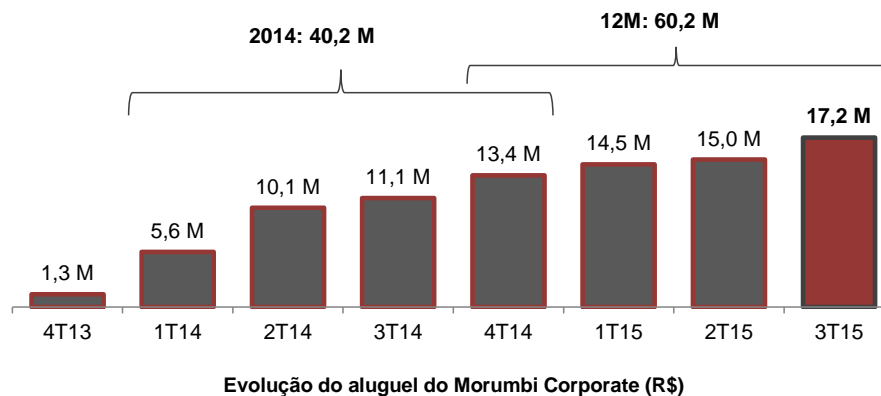
<sup>1</sup> O Pátio Savassi inaugurou em 2004, e foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007.

<sup>2</sup> O Shopping Santa Úrsula inaugurou em 1999, e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

No 3T15, os principais destaques foram o BarraShoppingSul, Parque Shopping Maceió, ParkShopping, ParkShoppingCampoGrande e BarraShopping. Estes shopping centers juntos apresentaram um crescimento da receita de aluguel de 10,3% no trimestre.

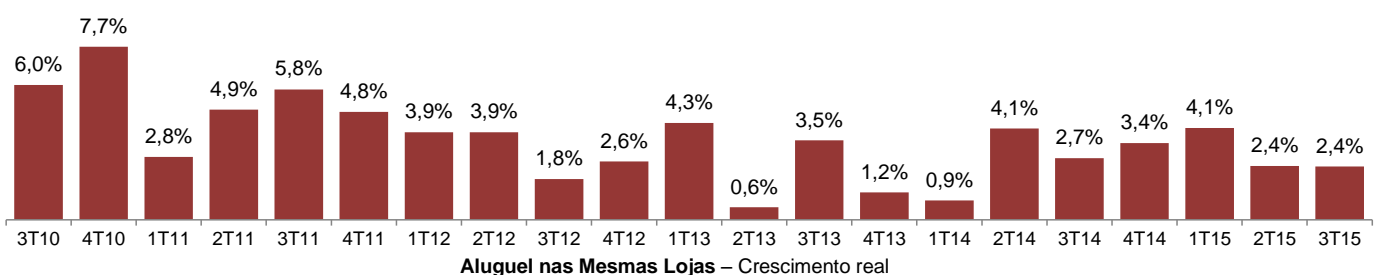
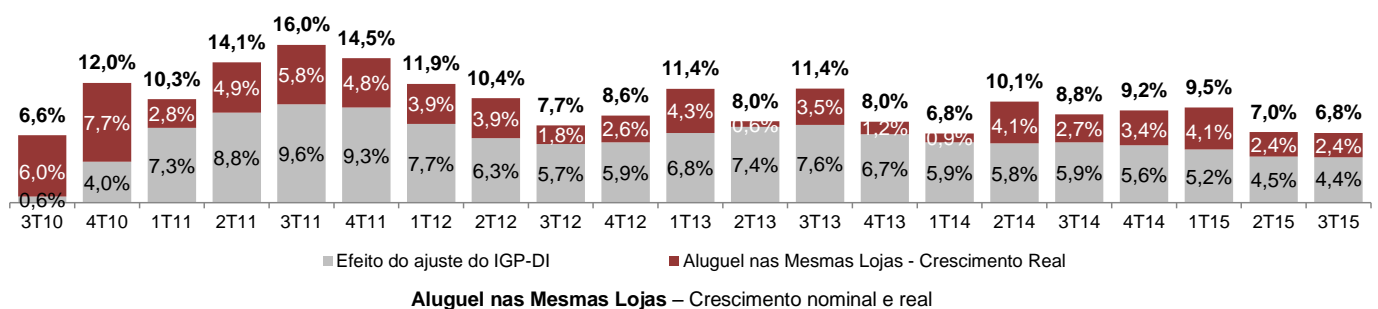
*Morumbi Corporate: no 3T15 a receita de locação cresceu 55,3% sobre o 3T14*

Morumbi Corporate, o complexo de duas torres contíguas ao MorumbiShopping, contribuiu com R\$17,2 milhões de aluguel no 3T15, um crescimento de 55,3% comparado com o 3T14 e um aumento de 14,9% comparado ao 2T15. Em setembro de 2015, 90% da área das torres já havia sido locada.



*SSR cresce 6,8%, com crescimento real de 2,4% no 3T15*

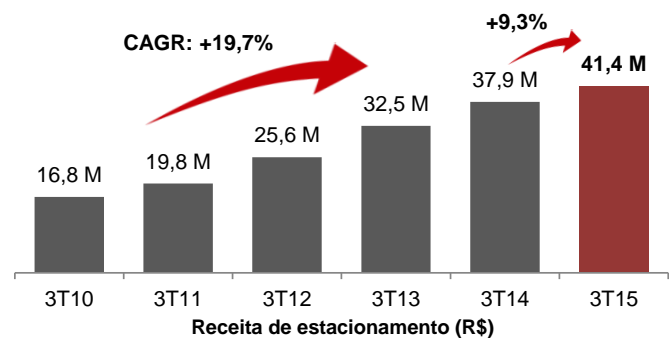
O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) apresentou uma média mensal de R\$104/m<sup>2</sup> no 3T15, um crescimento de 6,8% comparado ao 3T14. O resultado é ainda mais significativo dado o crescimento de 8,8% no 3T14, construindo, assim, uma forte base de comparação. O efeito do IGP-DI foi de 4,4% no trimestre, levando a um crescimento real de 2,4%, ambos indicadores, SSR e SSR real, quase inalterados frente ao 2T15. No 9M15, o Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) aumentou 7,9% comparado ao 9M14, excluindo o efeito do IGP-DI de 4,7%, o crescimento real foi de 3,2%.



## 5.2 Receita de Estacionamento

Receita de estacionamento atinge R\$41,4 milhões, maior em 9,3%

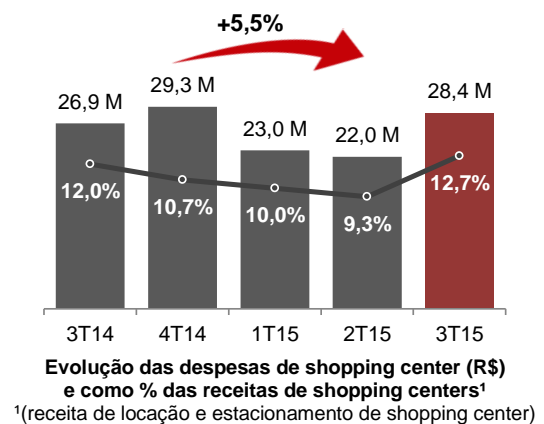
A receita de estacionamento atingiu R\$41,4 milhões, um crescimento de 9,3% no 3T15 quando comparado ao 3T14. As principais razões para esta evolução foram o aumento do tráfego nos novos shopping centers, o maior tempo de permanência dos clientes e os reajustes nos preços de cobrança do estacionamento.



## 5.3 Despesas de Shopping Centers e Torres Comerciais

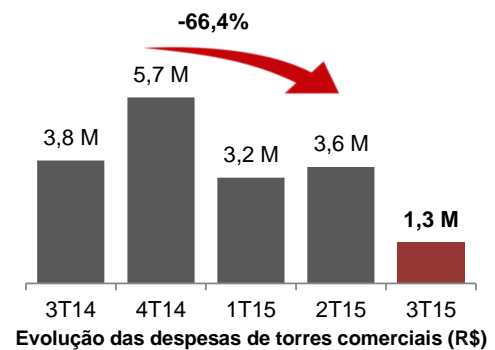
Despesas com propriedades (shoppings + escritórios para locação) reduzem 3,3% no 3T15

As despesas de shopping center totalizaram R\$28,4 milhões no 3T15, 5,5% superior ao 3T14, principalmente devido a uma leve queda na taxa de ocupação e a um aumento de provisão, em linha com a maior taxa de inadimplência. Como percentual da receita, as despesas de shopping center cresceram de 12,0% no 3T14 para 12,7% no 3T15.



Como esperado, as despesas de torres comerciais caíram no 3T15

As despesas com torres comerciais totalizaram R\$1,3 milhões no 3T15, diminuindo R\$2,5 milhões em relação ao 3T14. O Morumbi Corporate atualmente tem 90% de sua ABL locada, e à medida que a taxa de ocupação do projeto aumenta, é esperado um aumento também na margem operacional.



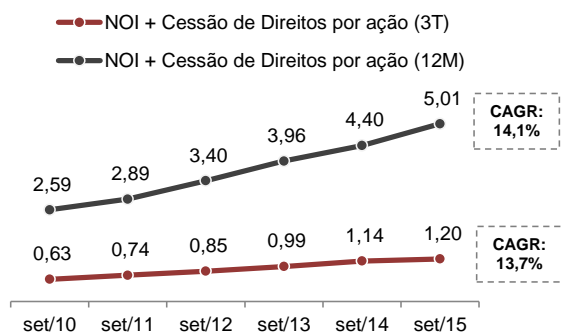
## 5.4 Resultado Operacional Líquido (NOI)

NOI + Cessão de Direitos aumenta 9,8% no 9M15, com uma margem de 89,4%

A companhia registrou um Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos de R\$225,9 milhões no 3T15, um aumento de 5,0% em relação ao 3T14. A margem NOI + Cessão de Direitos melhorou 87 p.b. para 88,4%, quando comparada ao 3T14. No 9M15, o NOI + Cessão de Direitos aumentou 9,8% quando comparado ao 9M14, para R\$686,2 milhões com uma margem de 89,4%, 161 p.b. maior.

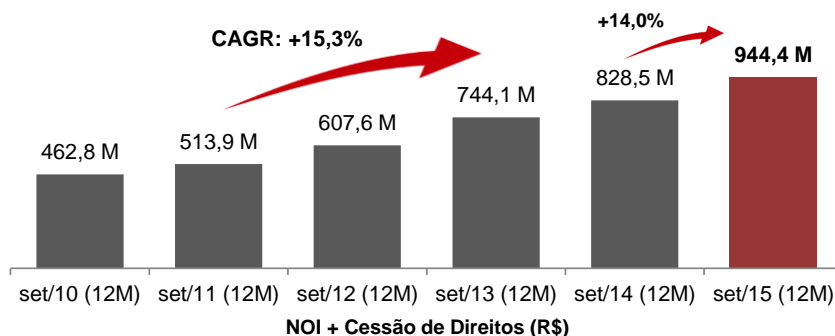
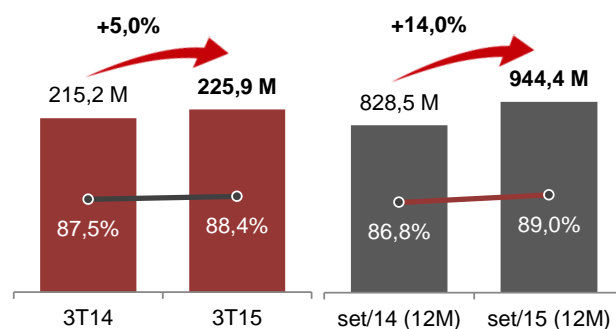
Cálculo do NOI (R\$)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
Receita de locação	199,8 M	184,4 M	▲8,3%	595,1 M	538,6 M	▲10,5%
Linearidade	7,5 M	13,7 M	▼45,1%	24,8 M	31,7 M	▼22,0%
Receita de estacionamento	41,4 M	37,9 M	▲9,3%	127,1 M	111,9 M	▲13,5%
<b>Receita operacional</b>	<b>248,7 M</b>	<b>236,1 M</b>	<b>▲5,4%</b>	<b>747,0 M</b>	<b>682,3 M</b>	<b>▲9,5%</b>
Despesas de shopping centers	(28,4 M)	(26,9 M)	▲5,5%	(73,4 M)	(77,3 M)	▼5,0%
Despesas com torres para locação	(1,3 M)	(3,8 M)	▼66,4%	(8,0 M)	(9,7 M)	▼17,2%
<b>NOI</b>	<b>219,0 M</b>	<b>205,4 M</b>	<b>▲6,6%</b>	<b>665,5 M</b>	<b>595,3 M</b>	<b>▲11,8%</b>
Margem NOI	88,1%	87,0%	▲106 p.b.	89,1%	87,2%	▲185 p.b.
<b>Cessão de direitos</b>	<b>6,9 M</b>	<b>9,8 M</b>	<b>▼29,7%</b>	<b>20,6 M</b>	<b>29,5 M</b>	<b>▼30,1%</b>
Receita operacional + CD	255,6 M	245,8 M	▲4,0%	767,6 M	711,8 M	▲7,8%
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>225,9 M</b>	<b>215,2 M</b>	<b>▲5,0%</b>	<b>686,2 M</b>	<b>624,8 M</b>	<b>▲9,8%</b>
Margem NOI + Cessão de direitos	88,4%	87,5%	▲87 p.b.	89,4%	87,8%	▲161 p.b.

Nos últimos 12 meses (anteriores a setembro de 2015), o NOI + Cessão de Direitos somou R\$ 944,4 milhões, 14,0% maior do que no período anterior. O NOI + Cessão de Direitos por ação atingiu R\$1,20 no 3T15, o que resulta em um CAGR de 13,7% em cinco anos. No período de 12 meses encerrado em setembro de 2015, o NOI + Cessão de Direitos superou a marca de R\$5,00 com um CAGR equivalente a 14,1% em cinco anos.



**Evolução do NOI + Cessão de Direitos por ação\* (R\$)**

\*Ações em circulação, ajustadas pelas ações em tesouraria

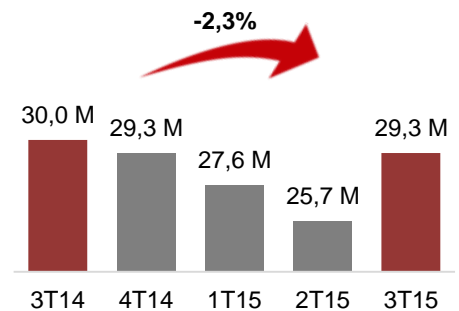


## 6. Resultados da Administração de Shopping Centers

### 6.1 Receita de Serviços

Receitas de serviços atinge R\$29,3 milhões no 3T15

A receita de serviços, composta principalmente por taxas de administração do portfólio, corretagem e transferência, totalizaram R\$29,3 milhões no 3T15. As taxas de administração aumentaram devido ao crescimento da receita de aluguel, compensadas por menores receitas com taxas de corretagem e transferência. No 3T15, a receita de serviços representou 89,8% das despesas gerais e administrativas da empresa.

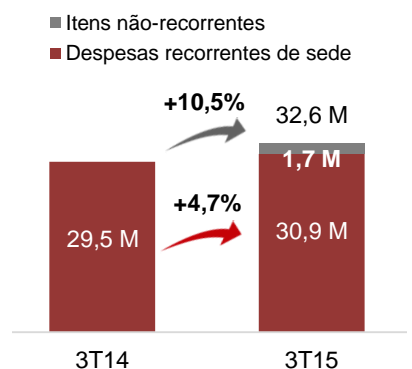


Evolução trimestral da receita de serviços (R\$)

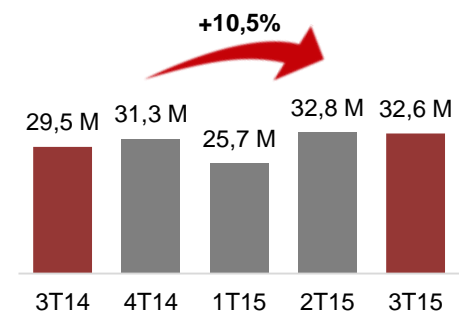
### 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Despesas de sede recorrentes crescem abaixo da inflação

No 3T15, as despesas de sede totalizaram R\$32,6 milhões, 10,5% acima do mesmo período no ano anterior, devido principalmente ao dissídio salarial e contingências trabalhistas. Se os itens não-recorrentes relacionados a contingências trabalhistas fossem excluídos, a despesa de sede recorrente teria apresentando crescimento de 4,7% no trimestre. As despesas de sede representaram 12,4% da receita líquida no terceiro trimestre.



Itens não-recorrentes do G&A no 3T15 (R\$)



Evolução trimestral das despesas de sede (R\$)

## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

### 7.1 Receita de Cessão de Direitos

Receita de cessão de direitos atinge R\$20,6 milhões no 9M15

A receita de cessão de direitos no 3T15 diminuiu 29,7% para R\$6,9 milhões, impactada pelo menor reconhecimento de receitas de luvas do Shopping Vila Olímpia, que completou seus primeiros cinco anos em operação (o período de reconhecimento para quase todos os contratos de cessão de direitos), e parcialmente compensada pela cessão de direitos da Expansão VII do BarraShopping, inaugurada no final do 2T14.

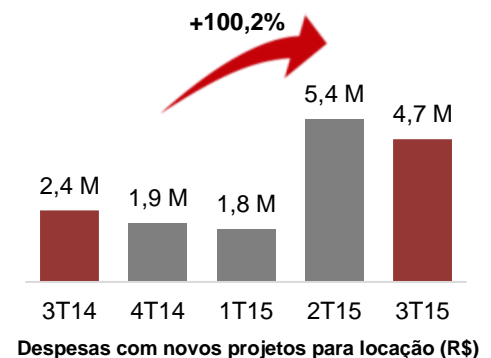
Receita de Cessão de Direitos (R\$)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
Operacional (Recorrente)	2,3 M	1,0 M	▲130,0%	4,4 M	2,2 M	▲100,2%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não recorrente)	4,6 M	8,8 M	▼47,7%	16,2 M	27,3 M	▼33,7%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>6,9 M</b>	<b>9,8 M</b>	<b>▼29,7%</b>	<b>20,6 M</b>	<b>29,5 M</b>	<b>▼30,1%</b>

### 7.2 Despesas com Novos Projetos para Locação

Despesa com novos projetos para locação impactada por lançamento de shopping center

As despesas pré-operacionais relacionadas com (i) o lançamento do ParkShoppingCanoas em junho de 2015, e (ii) impostos sobre propriedade de terrenos (IPTU) para futuros projetos, foram os principais responsáveis pela despesa com novos projetos para locação de R\$4,7 milhões.

Estas despesas são reconhecidas principalmente nas fases de planejamento, lançamento e abertura dos projetos, e são uma ferramenta importante para a implementação da estratégia da Companhia, que consiste em criar os melhores projetos e atrair os melhores lojistas para otimizar o *mix* para cada projeto.



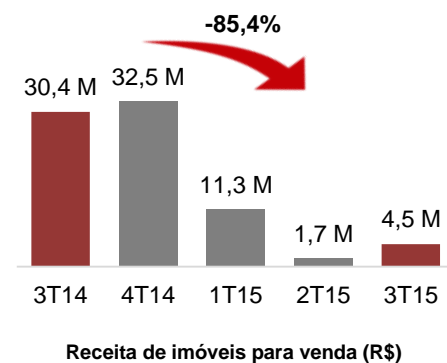
## 8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

As novas torres do complexo BarraShoppingSul, a Résidence du Lac e a Diamond Tower, foram concluídas com êxito e, no 3T15, foram responsáveis pela receita com venda de imóveis de R\$4,5 milhões, reduzindo sua contribuição em 85,4% quando comparada com o 3T14.

A Multiplan reconheceu custo de imóveis vendidos de R\$4,3 milhões no 3T15, impulsionado por um ligeiro aumento de custos, praticamente todo contabilizado dado a apropriação físico-financeiro (PoC) ter chegado ao fim.

Após a entrega do projeto, a margem bruta acumulada alcançou 34,4% e a Companhia espera alcançar um VGV médio de R\$11.275/m².

Despesas com novos projetos para venda, compostas principalmente por corretagem e impostos sobre propriedade do banco de terrenos, caíram 38,0%, totalizando R\$1,2 milhões no 3T15.



## 9. Resultados Financeiros

### 9.1 EBITDA

Margem EBITDA Consolidado aumenta 238 p.b. no 3T15, a maior margem de um terceiro trimestre desde 2010

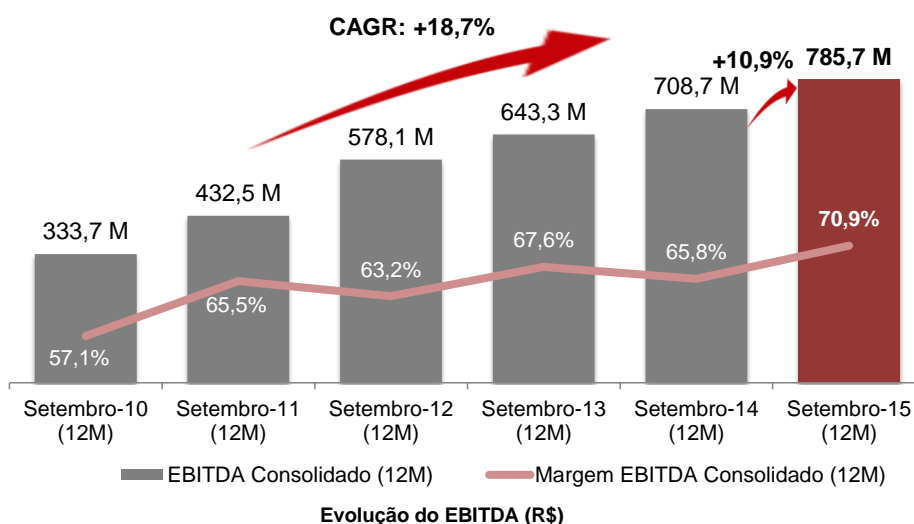
O EBITDA Consolidado do trimestre apresentou uma leve queda (-2,2%) comparado com o 3T14, principalmente devido à (i) diminuição da receita líquida (-5,6%) e (ii) aumento das despesas administrativas de sede (+10,5%). Como detalhado no tópico 4, a queda na receita líquida foi resultante da diminuição de 85,4% nas receitas de venda de imóveis, impactada pelo fim da contribuição vinda das torres entregues no BarraShoppingSul, assim como pela estratégia de não lançar novos projetos para venda em 2015.

Como consequência dessa estratégia, o custo de imóveis vendidos também apresentou redução (-75,8%), levando a uma margem EBITDA de 69,4%, a maior margem de um terceiro trimestre desde 2010.

No 9M15, o EBITDA Consolidado caiu 1,4%, devido às receitas não recorrentes do 1T14 (R\$21,4 milhões de acordo imobiliário e venda de potencial construtivo). A margem EBITDA Consolidado aumentou 96 p.b., de 70,5% para 71,5%.

EBITDA Consolidado (R\$)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>262,7 M</b>	<b>278,2 M</b>	<b>▼ 5,6%</b>	<b>785,8 M</b>	<b>807,9 M</b>	<b>▼ 2,7%</b>
Despesas de sede	(32,6 M)	(29,5 M)	▲ 10,5%	(91,1 M)	(85,6 M)	▲ 6,5%
Despesas com opções de ações	(2,9 M)	(4,0 M)	▼ 29,3%	(9,8 M)	(10,7 M)	▼ 8,0%
Despesas de shopping centers	(28,4 M)	(26,9 M)	▲ 5,5%	(73,4 M)	(77,3 M)	▼ 5,0%
Despesas com escritórios para locação	(1,3 M)	(3,8 M)	▼ 66,4%	(8,0 M)	(9,7 M)	▼ 17,2%
Despesas com novos projetos para locação	(4,7 M)	(2,4 M)	▲ 100,2%	(11,9 M)	(11,2 M)	▲ 6,3%
Despesas com novos projetos para venda	(1,2 M)	(2,0 M)	▼ 38,0%	(3,2 M)	(8,0 M)	▼ 60,2%
Custo de imóveis vendidos	(4,3 M)	(17,9 M)	▼ 75,8%	(16,9 M)	(51,3 M)	▼ 67,1%
Resultado de equivalência patrimonial	0,0 M	(0,7 M)	n.d.	0,0 M	10,7 M	▼ 99,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5,0 M)	(4,7 M)	▲ 7,5%	(9,6 M)	5,1 M	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>182,2 M</b>	<b>186,3 M</b>	<b>▼ 2,2%</b>	<b>561,9 M</b>	<b>569,9 M</b>	<b>▼ 1,4%</b>
Margem EBITDA	69,4%	67,0%	▲ 238 p.b.	71,5%	70,5%	▲ 96 p.b.

Nos últimos 12 meses, o EBITDA Consolidado alcançou R\$785,7 milhões, um crescimento de 10,9% quando comparado com setembro de 2014 (12M). Se comparado com o mesmo período de 2010, o EBITDA Consolidado cresceu 135,5%, levando a um crescimento anual ponderado (CAGR) de 18,7%.

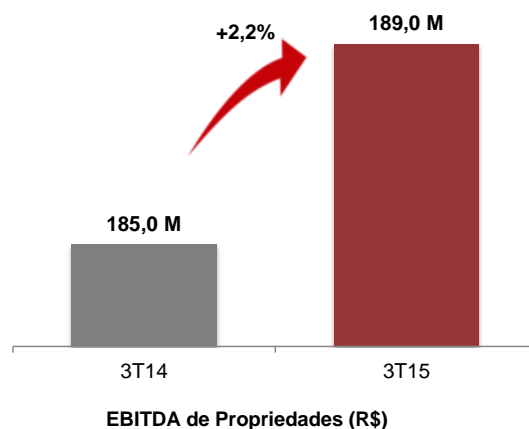


*EBITDA de Propriedades de R\$189 milhões no 3T15 com margem de 73,1%*

Com o objetivo de melhor apresentar os resultados da principal atividade da Companhia (propriedades para locação), desde 2T15 a Multiplan introduziu o EBITDA de Propriedades. Essa métrica exclui a atividade imobiliária para venda e as despesas relacionadas com desenvolvimentos futuros.

Comparado ao 3T14, o EBITDA de Propriedades cresceu 2,2%, devido ao crescimento em receita bruta de propriedades (+3,7%), beneficiado principalmente pelas receitas de locação (+8,3%) e estacionamento (+9,3%).

No 9M15, o EBITDA de Propriedades registrou R\$580,1 milhões, um crescimento de 3,3% quando comparado ao 9M14, enquanto que a margem do EBITDA de Propriedades alcançou 75,3%.



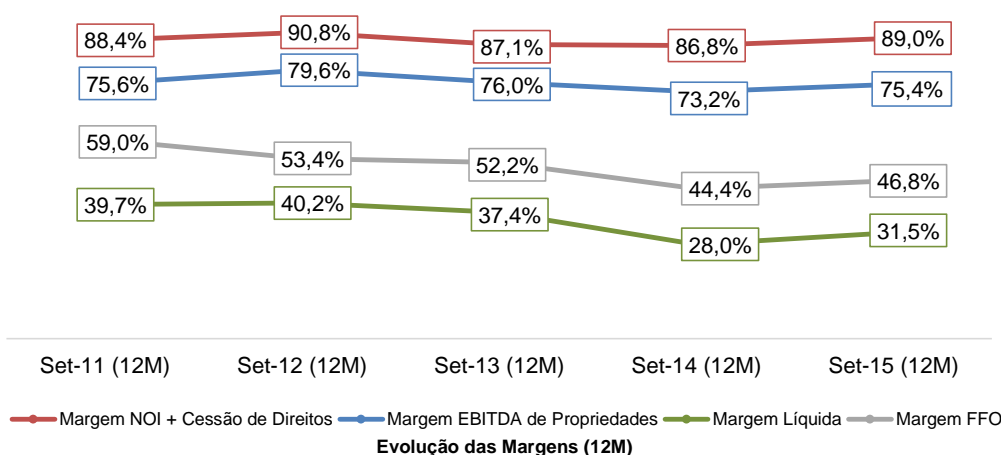
EBITDA de Propriedades (R\$'000)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
<b>Receita Bruta de Propriedades <sup>1</sup></b>	<b>287,2 M</b>	<b>276,9 M</b>	<b>▲ 3,7%</b>	<b>854,3 M</b>	<b>804,7 M</b>	<b>▲ 6,2%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados <sup>2</sup>	(28,6 M)	(26,2 M)	▲ 8,9%	(84,1 M)	(73,8 M)	▲ 13,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>258,7 M</b>	<b>250,6 M</b>	<b>▲ 3,2%</b>	<b>770,2 M</b>	<b>730,9 M</b>	<b>▲ 5,4%</b>
Despesas de sede <sup>2</sup>	(32,1 M)	(26,6 M)	▲ 20,8%	(89,3 M)	(77,5 M)	▲ 15,3%
Despesas com opções de ações <sup>2</sup>	(2,8 M)	(3,6 M)	▼ 22,7%	(9,6 M)	(9,7 M)	▼ 0,4%
Despesas de shopping centers	(28,4 M)	(26,9 M)	▲ 5,5%	(73,4 M)	(77,3 M)	▼ 5,0%
Despesas com escritórios para locação	(1,3 M)	(3,8 M)	▼ 66,4%	(8,0 M)	(9,7 M)	▼ 17,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5,0 M)	(4,7 M)	▲ 7,5%	(9,6 M)	5,1 M	n.d.
<b>EBITDA de Propriedades <sup>3</sup></b>	<b>189,0 M</b>	<b>185,0 M</b>	<b>▲ 2,2%</b>	<b>580,1 M</b>	<b>561,8 M</b>	<b>▲ 3,3%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	73,1%	73,8%	▼ 75 p.b.	75,3%	76,9%	▼ 154 p.b.

(1) Receita Bruta de Propriedades: não considera a receita com a venda de imóveis e torres comerciais para locação.

(2) Despesa de sede, opções em ações e impostos: proporcionais ao percentual da receita bruta de propriedades com a receita bruta da Companhia.

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

Nos 12 meses contados até setembro de 2015, a margem do EBITDA de Propriedades cresceu 220 p.b., indo de 73,2% no mesmo período do ano anterior para os atuais 75,4%, sendo essa tendência seguida por outras margens operacionais, como indicado no gráfico abaixo. A margem líquida, detalhada na seção 9.3, registrou um crescimento de 350 p.b. em relação ao ano anterior, para 31,5%.



## 9.2 Resultados Financeiros, Endividamento e Disponibilidades

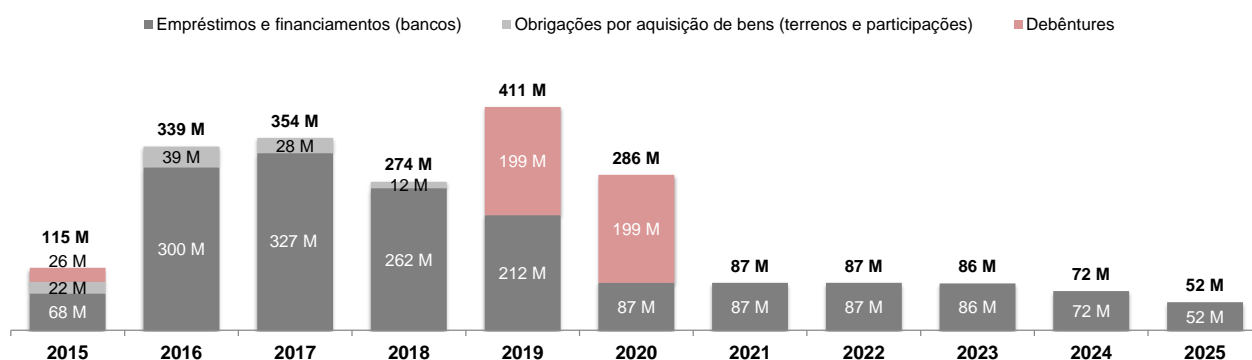
*Alavancagem registra uma ligeira diminuição para 2,42x na relação dívida líquida/EBITDA*

A Multiplan encerrou o 3T15 com uma dívida líquida de R\$1.901,1 milhões, comparada a R\$1.928,9 milhões no 2T15, impactada principalmente pela diminuição de R\$41,1 milhões (-2,5%) em empréstimos e financiamentos (passivos circulante e não circulante). O cenário atual apresenta uma relação de dívida líquida/EBITDA (12M) de 2,42x, e a dívida líquida equivale a 12,0% do valor justo das propriedades.

Posição Financeira (R\$)	30/09/2015	30/06/2015	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>390,9 M</b>	<b>281,5 M</b>	<b>▲38,9%</b>
Empréstimos e financiamentos	313,6 M	213,9 M	▲46,6%
Debêntures	25,9 M	10,9 M	▲138,2%
Obrigações por aquisição de bens	51,4 M	56,7 M	▼9,4%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>1.773,6 M</b>	<b>1.923,2 M</b>	<b>▼7,8%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.326,8 M	1.467,8 M	▼9,6%
Debêntures	398,2 M	398,2 M	▲0,0%
Obrigações por aquisição de bens	48,6 M	57,2 M	▲15,0%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.164,5 M</b>	<b>2.204,7 M</b>	<b>▼1,8%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>263,4 M</b>	<b>275,8 M</b>	<b>▼4,5%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.901,1 M</b>	<b>1.928,9 M</b>	<b>▼1,4%</b>
<b>EBITDA (12M)</b>	<b>785,7 M</b>	<b>789,8 M</b>	<b>▼0,5%</b>
<b>Valor Justo das Propriedades para Investimento</b>	<b>15.870,3 M</b>	<b>16.349,8 M</b>	<b>▼2,9%</b>

No 3T15, o resultado financeiro gerou uma perda de R\$51,5 milhões, representando um aumento de 21,6% comparado ao 3T14.

A posição de caixa foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes ao (i) CAPEX de R\$53,6 milhões no período, (ii) amortização de R\$53,0 milhões em dívidas de curto prazo e (iii) R\$14,7 milhões em obrigações para aquisição de bens. Em contrapartida, as saídas de caixa foram compensadas pela (iv) geração de caixa das operações existentes, considerando um FFO de R\$102,3 milhões no 3T15.



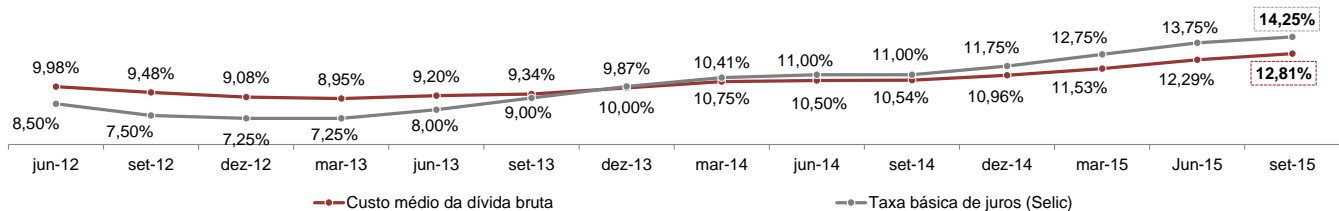
A relação dívida líquida/EBITDA (12M) se manteve estável, apresentando uma leve diminuição de 2,44x para 2,42x, enquanto que a relação EBITDA/despesas financeiras (12M) reduziu de 3,57x para 3,35x, por conta principalmente do crescimento de 5,8% em despesas financeiras, impactadas pelas maiores taxas de juros.

Indicadores Financeiros <sup>1</sup>	30 Set 2015	30 Jun 2015
Dívida Líquida/EBITDA (12M)	2,42x	2,44x
Dívida Bruta/EBITDA (12M)	2,75x	2,79x
EBITDA/Despesas Financeiras (12M)	3,35x	3,57x
Dívida Líquida/Valor Justo	12,0%	11,8%
Dívida Líquida/Patrimônio Líquido	45,5%	46,4%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	23,6%	21,6%
Prazo Médio de Amortização (meses)	47	49

<sup>1</sup> EBITDA e Despesas Financeiras acumulados nos últimos 12 meses.

### Custo da dívida 144 p.b. abaixo da Selic

No terceiro trimestre, a taxa básica de juros aumentou 50 p.b. para 14,25% a.a., enquanto o custo médio ponderado da dívida da Multiplan aumentou 52 p.b., fechando o período a 12,81% a.a., ante 12,29% em junho de 2015. A diferença atual entre o custo da dívida da Companhia e a taxa básica de juros (Selic) é de 144 p.b. no 3T15.



**Custo médio ponderado da dívida (% a.a.)**

O endividamento da Multiplan continua apresentando uma grande variedade de índices, tendo a TR e o CDI como os maiores representantes da dívida total.

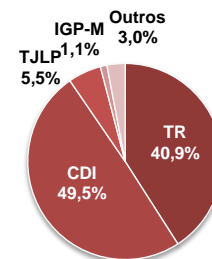
As dívidas da Multiplan estão vinculadas à moeda local (R\$), não sendo afetadas por flutuações cambiais.

### Indexadores do endividamento em 30 de setembro de 2015

	Desempenho do Indexador	Taxa de Juros Média <sup>1</sup>	Custo da Dívida	Saldo da Dívida (R\$)
TR <sup>2</sup>	1,50%	8,88%	10,50%	885,9 M
CDI	14,25%	0,98%	15,23%	1.072,2 M
TJLP	6,50%	3,25%	9,80%	118,2 M
IGP-M <sup>2</sup>	8,35%	1,19%	9,54%	23,7 M
IPCA <sup>2</sup>	9,49%	7,62%	17,11%	21,4 M
Others	0,00%	8,03%	8,03%	43,1 M
<b>Total</b>	<b>8,21%</b>	<b>4,55%</b>	<b>12,81%</b>	<b>2.164,4 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 30 de setembro de 2015**

**Evento recente:** Em outubro de 2015, um contrato de financiamento já existente de R\$100 milhões foi renegociado para uma extensão de prazo de dois anos.

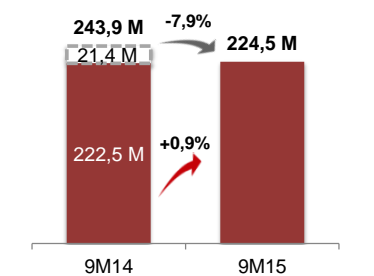
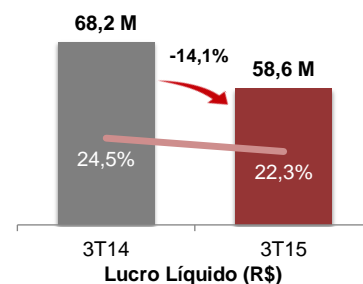
### 9.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Lucro Líquido (12M) alcança R\$348,7 milhões, crescendo 15,8%

Lucro líquido alcançou R\$58,6 milhões no 3T15, 14,1% abaixo do 3T14, principalmente devido à (i) diminuição nas receitas de venda de imóveis (-85,4%), como mencionado no tópico 9.1 e (ii) ao crescimento de 227 p.b. no custo dos financiamentos, de 10,5% no 3T14 para 12,8% no 3T15.

No 9M15, o lucro líquido registrou R\$224,5 milhões, uma diminuição de 7,9% comparado ao 9M14, impactado pelos itens não recorrentes ocorridos no 1T14. Se os itens não recorrentes fossem excluídos, o lucro líquido apresentaria um crescimento de 0,9% e a margem cresceria 103 p.b., de 27,5% no 9M14 para 28,6% no 9M15.

Nos últimos 12 meses o lucro líquido alcançou R\$348,7 milhões, um crescimento de 15,8% quando comparado com o período anterior.

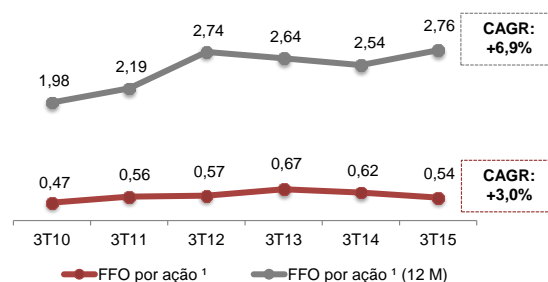
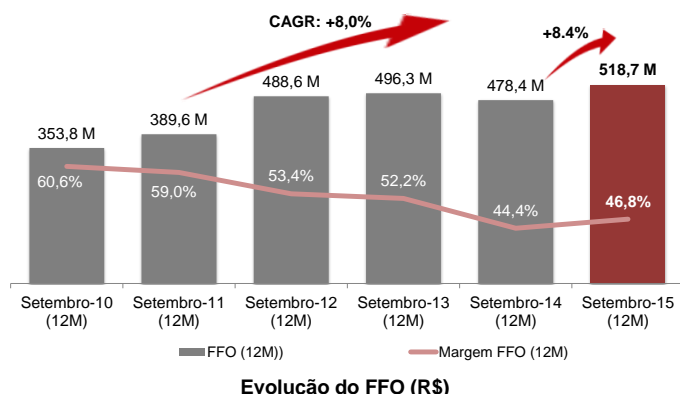


■ LL recorrente □ Itens não recorrentes<sup>1</sup>  
**Lucro Líquido (R\$)**  
<sup>1</sup> Impacto fiscal não considerado

Cálculo do FFO & Lucro Líquido	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
Receita Líquida	262,7 M	278,2 M	▼ 5,6%	785,8 M	807,9 M	▼ 2,7%
Despesas operacionais	(80,5 M)	(91,9 M)	▼ 12,4%	(223,9 M)	(238,0 M)	▼ 5,9%
Resultado financeiro	(51,5 M)	(42,4 M)	▲ 21,6%	(139,5 M)	(121,7 M)	▲ 14,6%
Depreciação e amortização	(39,6 M)	(42,0 M)	▼ 5,6%	(118,1 M)	(121,3 M)	▼ 2,6%
Imposto de renda e contribuição social	(28,4 M)	(26,7 M)	▲ 6,3%	(67,1 M)	(58,6 M)	▲ 14,6%
Participações minoritárias	0,1 M	0,0 M	▲ 403,3%	0,2 M	(0,0 M)	n.d.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>62,7 M</b>	<b>75,2 M</b>	<b>▼ 16,6%</b>	<b>237,3 M</b>	<b>268,3 M</b>	<b>▼ 11,5%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferido	(4,1 M)	(7,0 M)	▼ 40,8%	(12,8 M)	(24,4 M)	▼ 47,4%
<b>Lucro líquido</b>	<b>58,6 M</b>	<b>68,2 M</b>	<b>▼ 14,1%</b>	<b>224,5 M</b>	<b>243,9 M</b>	<b>▼ 7,9%</b>
Depreciação e amortização	39,6 M	42,0 M	▼ 5,6%	118,1 M	121,3 M	▼ 2,6%
Imposto de renda e contribuição social diferido	4,1 M	7,0 M	▼ 40,8%	12,8 M	24,4 M	▼ 47,4%
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO)</b>	<b>102,3 M</b>	<b>117,2 M</b>	<b>▼ 12,7%</b>	<b>355,5 M</b>	<b>389,6 M</b>	<b>▼ 8,8%</b>

FFO (12 meses) cresce 8,4% apesar do resultado financeiro

FFO atingiu R\$102,3 milhões no 3T15, 12,7% abaixo do 3T14, seguindo a tendência do lucro líquido, descrito acima. Nos últimos 12 meses, o FFO cresceu 8,4%, atingindo R\$518,7 milhões, resultando em um CAGR de cinco anos de 8,0%, apesar do crescimento da taxa de juros no Brasil que afetou o desempenho do trimestre. FFO por ação alcançou R\$2,76 com um CAGR de cinco anos de 6,9%.



**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

*Multiplan investe R\$53,6 milhões durante o 3T15*

O CAPEX total da Multiplan foi de R\$53,6 milhões no 3T15. O investimento em shopping centers somou R\$35,1 milhões, que representa 65% dos investimentos do trimestre, e inclui o desenvolvimento de novos shopping centers (R\$20,9 M) e projetos de expansões (R\$14,2 M). Os investimentos em novos shopping centers foram focados no desenvolvimento do ParkShoppingCanoas e em novos projetos ainda em estudo. Os investimentos em expansões de shopping center incluíram a fase final da expansão do centro médico do BarraShopping e também uma pequena expansão no Pátio Savassi. Os investimentos em revitalizações e TI somaram R\$13,9 milhões e foram alocados principalmente na expansão do *deck parking* no ParkShoppingBarigüi e em projetos de TI. O valor total para o acumulado de nove meses foi de R\$227,1 milhões.

Investimento (R\$)	3T15	9M15
Novos Shopping Centers	20,9 M	41,0 M
Expansões	14,2 M	61,7 M
Torres para Locação	0,9 M	21,5 M
Revitalizações, TI e Outros	13,9 M	36,0 M
Compra de terrenos	3,7 M	67,0 M
<b>Investimento</b>	<b>53,6 M</b>	<b>227,1 M</b>

### 10.1 Expansões de shopping centers

*Três expansões serão inauguradas no próximo trimestre*

A demanda por novos espaços levará Multiplan a entregar pequenas expansões que totalizam 8.334 m<sup>2</sup> de ABL durante o trimestre.

*Eventos recentes:* Em outubro de 2015, como resultado destas novas áreas, marcas internacionais foram inauguradas no Shopping Pátio Savassi (expansão I) e no ParkShoppingBarigüi. A Companhia priorizou a demanda de lojistas estratégicos, que deverão incrementar ainda mais o fluxo de pessoas nos shopping centers.

No final do ano, a expansão do centro médico do BarraShopping será entregue, adicionando 3.515 m<sup>2</sup> a área já existente. Em setembro encontrava-se 97,0% locada.

*Futuros projetos de expansão em 10 shopping centers somam 161.750 m<sup>2</sup>*

Atualmente a Companhia avalia projetos de expansão em 10 shopping centers, que somam 161.750 m<sup>2</sup> de ABL. Além destes, a Multiplan segue buscando projetos que ofereçam boa rentabilidade e a oportunidade de atender à demanda dos consumidores.

Novas Expansões <sup>1</sup>	Abertura	ABL
Pátio Savassi (I)	out/15	1.852 m <sup>2</sup>
ParkShoppingBarigüi	out/15	740 m <sup>2</sup>
BarraShopping	dez/15	3.515 m <sup>2</sup>
Pátio Savassi (II)	nov/17	2.227 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>		<b>8.334 m<sup>2</sup></b>
<b>Expansões futuras</b>		<b>161.750 m<sup>2</sup></b>
<b>Total</b>		<b>170.084 m<sup>2</sup></b>



**Abertura da expansão do ParkShoppingBarigüi (out/15)**

<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.

## 10.2 Novos Shopping Centers

### *ParkShoppingCanoas com 68% da ABL locada*

Em junho de 2015, a Multiplan anunciou o lançamento do ParkShoppingCanoas, localizado no estado do Rio Grande do Sul, na cidade de Canoas. O ParkShoppingCanoas, 19º shopping center da Multiplan, terá uma Área Bruta Locável (ABL) de 48.000 m<sup>2</sup> e a data de abertura está prevista para abril de 2017. 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) para o shopping center no 3º ano de operação 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>.



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

## 10.3 Multiuso: Comercial e residencial para a venda

### *Torres no BarraShoppingSul: entregas com sucesso*

O Résidence du Lac e a Diamond Tower, um projeto de 23.760m<sup>2</sup> em Porto Alegre, foram entregues após a emissão da certidão de Habite-se e estão prontos para serem ocupados. Seguindo o conceito multiuso desenvolvido pela Multiplan, estas duas torres estão integradas com o BarraShoppingSul e com a torre comercial Cristal Tower (como demonstrado na foto à direita).

O valor geral de vendas destas duas torres deve chegar a R\$ 267,9 milhões.



Complexo BarraShoppingSul: Cristal Tower, Diamond Tower, Résidence du Lac e BarraShoppingSul

Torres para venda							
Projeto	Localização	Tipo	Inauguração	Área	%Mult.	VG <sup>1</sup>	Preço Médio/m <sup>2</sup>
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritório	ago/15	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%	144,9 M	10.501
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	ago/15	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	123,0 M	12.348
<b>Total</b>				<b>23.760 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>267,9 M</b>	<b>11.275</b>

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

*Banco de terrenos de 821 mil m<sup>2</sup> para futuros projetos multiuso*

A Multiplan possui atualmente 820.519 m<sup>2</sup> em terrenos para projetos futuros. Todas as áreas listadas abaixo são integradas aos shopping centers da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso, primariamente para a venda. Com base em estudos internos dos projetos, a companhia estima uma área privativa potencial de 1,0 milhão de m<sup>2</sup>.

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%
Shopping AnáliaFranco	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 do Village Corporate

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

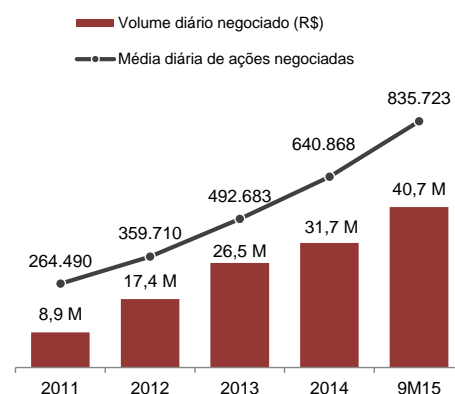
<sup>1</sup> Estes dados têm caráter informativo para o melhor entendimento do potencial de crescimento da Companhia, não constituindo uma obrigação de executar estes projetos, além de poderem ser modificados ou cancelados sem qualquer aviso prévio.

## 11. MULT3 e Mercado de Ações

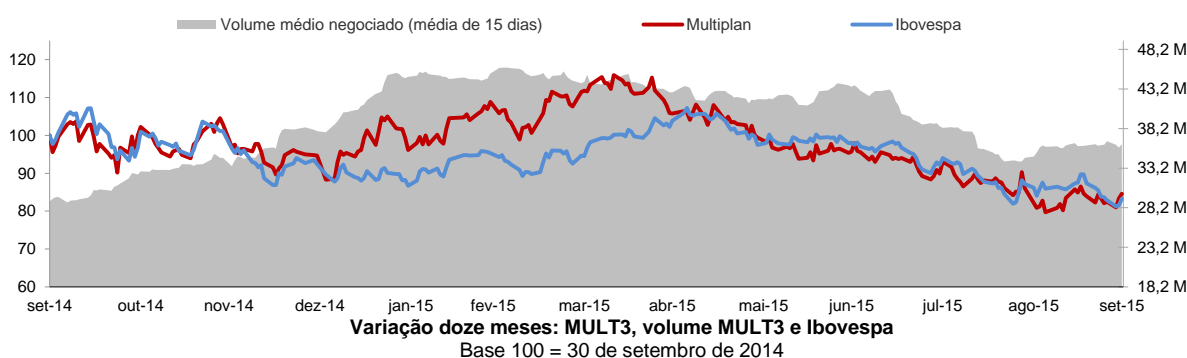
Volume médio diário negociado de R\$40,7 milhões no 9M15

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) foi cotada a R\$42,40/ação no final do 3T15, 15,4% menor em relação ao final do 3T14. O volume médio diário negociado da Multiplan foi de R\$35,4 milhões no 3T15, 21,5% maior do que o mesmo período do ano passado (R\$29,1 milhões). O número de ações negociadas no 9M15 cresceu 30,0% em relação a 2014, com volume médio diário de 40,7 milhões.

As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: Ibovespa (IBOV), Índice Brasil (IBRX), Índice Brasil 50 (IBRX 50), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brasil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World EX US Index Fund, MSCI Emerging Markets Index, MSCI BRIC Index Fund, SPL Total International Stock Index, S&P Global ex-US Property Index, Market Vectors Brazil Index e Market Vectors Brazil Index Price.

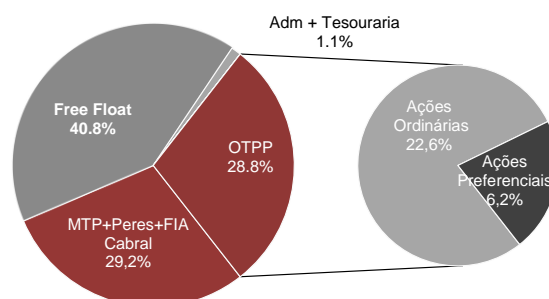


**Evolução do volume médio Diário de ações negociadas**



Em 30 de setembro de 2015, 29,2% das ações da Companhia eram detidas direta e indiretamente pelo Sr. e pela Sra. Peres, a Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 28,8% e o *free-float* era equivalente a 40,8%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizavam 1,1% das ações emitidas. O total de ações emitidas é de 189.997.214.

MULT3 na BM&FBOVESPA	3T15	3T14	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	44,05	54,18	▼18,7%
Preço de fechamento (R\$)	42,40	50,12	▼15,4%
Volume médio diário negociado (R\$)	35,4 M	29,1 M	▲21,5%
Valor de mercado (R\$)	8.055,9 M	9.522,7 M	▼15,4%



**Abertura da estrutura societária em 30 de setembro de 2015.**  
 OTPP – Ontario Teachers' Pension Plan




**12. Portfólio**

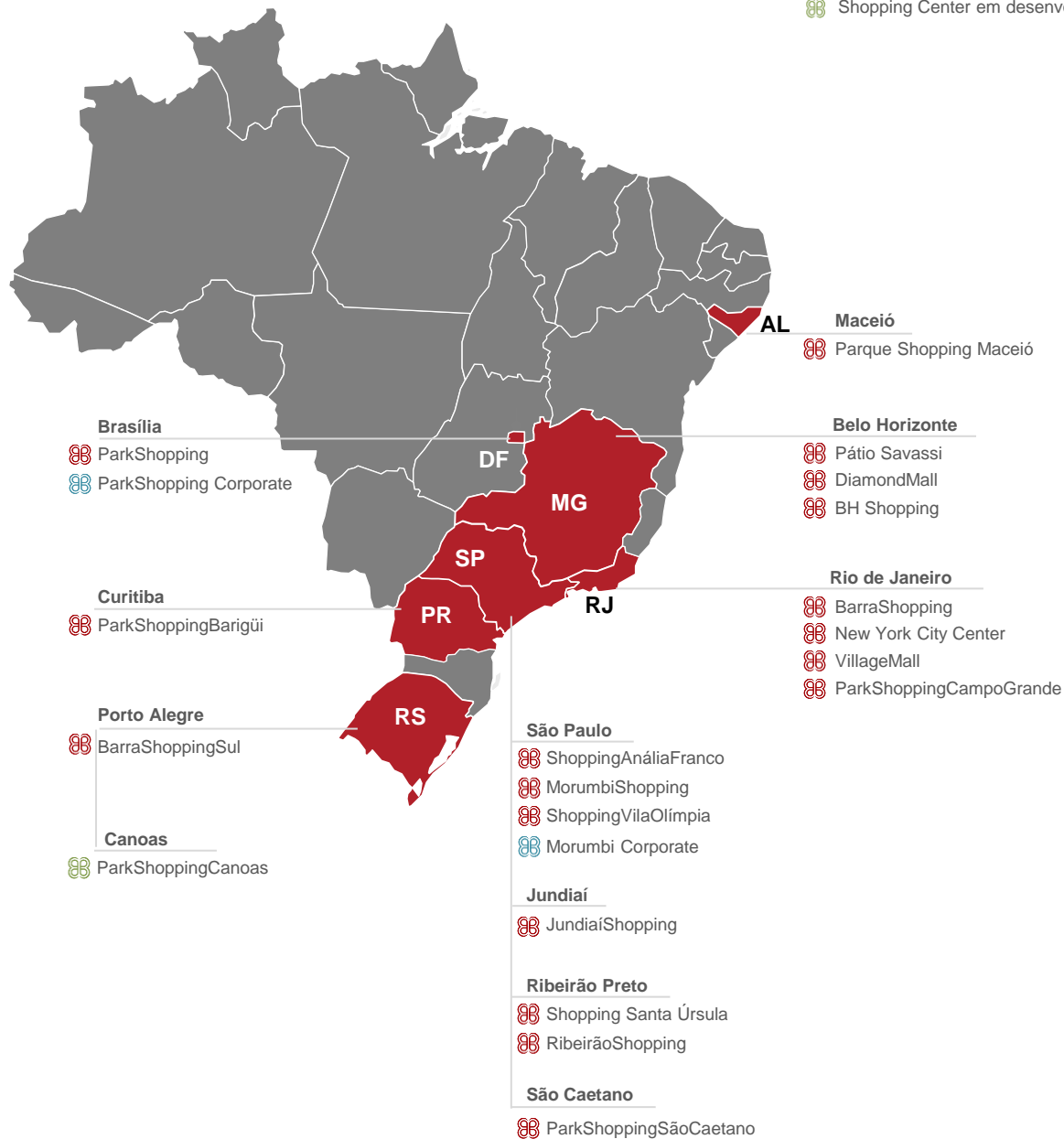
Portfólio – 3T15	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Aluguel (mês) <sup>1</sup>	Vendas (mês) <sup>2</sup>	Taxa de Ocupação Média
<b>Shopping Centers em operação</b>							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.110 m <sup>2</sup>	160 R\$/m <sup>2</sup>	1.869 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
RibeirãoShopping	1981	SP	80,0%	68.658 m <sup>2</sup>	71 R\$/m <sup>2</sup>	917 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	74.714 m <sup>2</sup>	196 R\$/m <sup>2</sup>	2.224 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	56.102 m <sup>2</sup>	196 R\$/m <sup>2</sup>	2.323 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.524 m <sup>2</sup>	124 R\$/m <sup>2</sup>	1.670 R\$/m <sup>2</sup>	99,0%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	163 R\$/m <sup>2</sup>	2.227 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	47 R\$/m <sup>2</sup>	702 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.725 m <sup>2</sup>	130 R\$/m <sup>2</sup>	1.568 R\$/m <sup>2</sup>	96,3%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.578 m <sup>2</sup>	86 R\$/m <sup>2</sup>	1.413 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	18.040 m <sup>2</sup>	125 R\$/m <sup>2</sup>	1.739 R\$/m <sup>2</sup>	97,0%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m <sup>2</sup>	27 R\$/m <sup>2</sup>	628 R\$/m <sup>2</sup>	93,0%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	73.060 m <sup>2</sup>	59 R\$/m <sup>2</sup>	1.188 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.369 m <sup>2</sup>	91 R\$/m <sup>2</sup>	1.272 R\$/m <sup>2</sup>	92,4%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.266 m <sup>2</sup>	79 R\$/m <sup>2</sup>	1.095 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	34.385 m <sup>2</sup>	67 R\$/m <sup>2</sup>	1.001 R\$/m <sup>2</sup>	97,3%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.819 m <sup>2</sup>	67 R\$/m <sup>2</sup>	854 R\$/m <sup>2</sup>	93,6%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.686 m <sup>2</sup>	90 R\$/m <sup>2</sup>	1.544 R\$/m <sup>2</sup>	95,8%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.540 m <sup>2</sup>	52 R\$/m <sup>2</sup>	750 R\$/m <sup>2</sup>	99,4%
<b>Subtotal Shopping Centers em operação</b>			<b>73,8%</b>	<b>768.290 m<sup>2</sup></b>	<b>108 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.436 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,1%</b>
<b>Torres Comerciais</b>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>			Em locação
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>			90,0%
<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>855.848 m<sup>2</sup></b>			
<b>Shopping Centers em desenvolvimento</b>							
ParkShoppingCanoas	2017	RS	80,0%	48.000 m <sup>2</sup>			68,0%
<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.	2015	RJ	51,1%	3.515 m <sup>2</sup>			97,0%
<b>Subtotal expansões em desenvolvimento</b>			<b>51,1%</b>	<b>3.515 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,8%</b>	<b>906.627 m<sup>2</sup></b>			

<sup>1</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).

<sup>2</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.

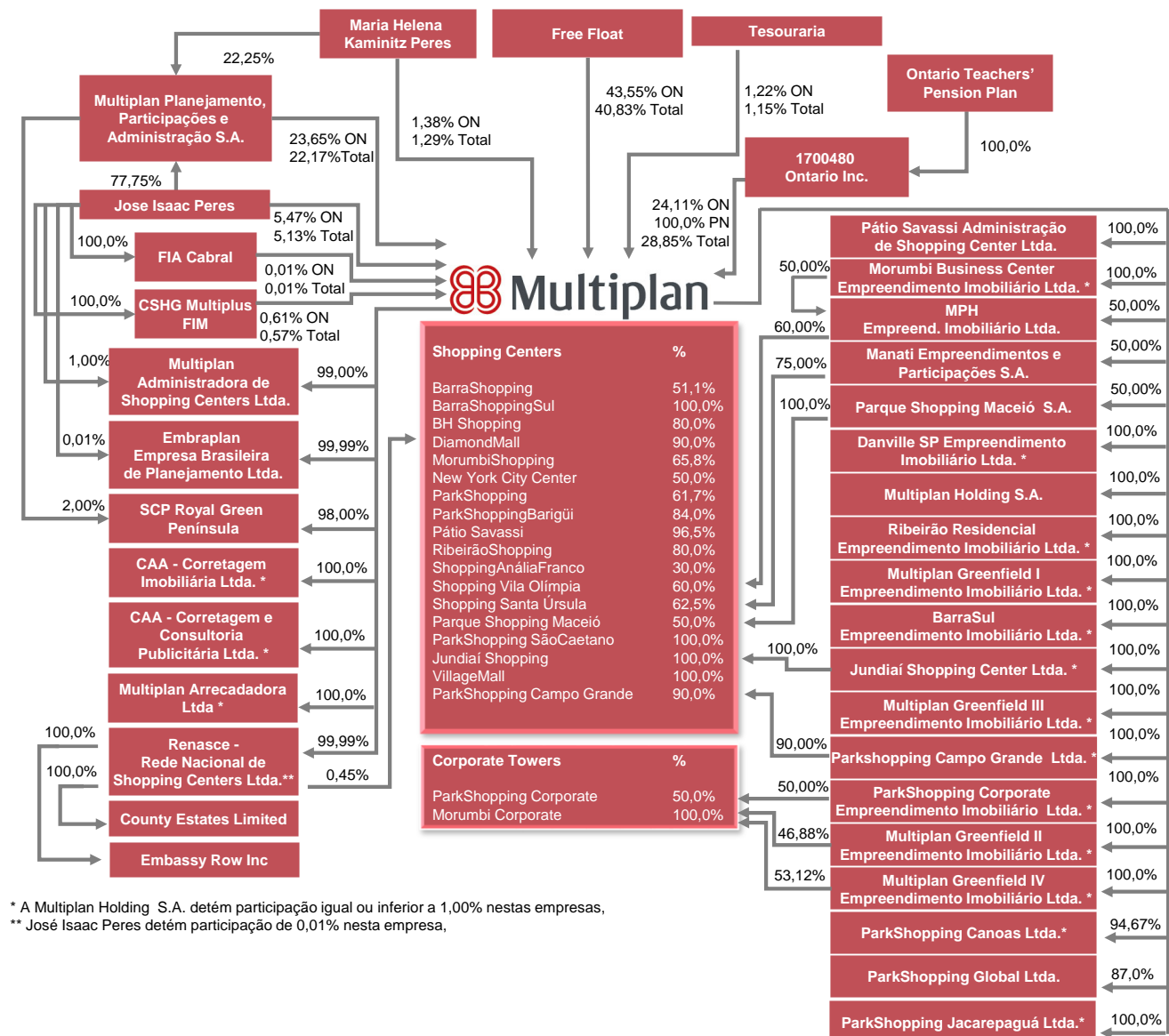
## Mapa de Operações

-  Shopping Center em operação
-  Torre para locação em operação
-  Shopping Center em desenvolvimento



### 13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 30 de setembro de 2015, 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' 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% nestas empresas,

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

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

**MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 60,0% de participação no Shopping Vila Olímpia, 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 Shopping Santa Úrsula, 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 Shopping Vila Olímpia via 50,0% de participação na MPH, que por sua vez é detentora de 60,0% do Shopping Vila Olímpia.

**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>Financeira (MTE %)</b>	<b>3T15</b>	<b>3T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>9M15</b>	<b>9M14</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	291.691	307.274	▼5,1%	871.651	889.494	▼2,0%
Receita líquida R\$'000	262.673	278.158	▼5,6%	785.845	807.881	▼2,7%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	474,5	503,8	▼5,8%	1.419,5	1.469,3	▼3,4%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	11,1	19,1	▼41,9%	33,2	55,7	▼40,4%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	207.294	198.180	▲4,6%	619.894	570.361	▲8,7%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	374,4	358,9	▲4,3%	1.119,8	1.037,3	▲7,9%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	8,8	13,6	▼35,6%	26,2	39,3	▼33,4%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	120,3	111,4	▲8,0%	119,4	108,8	▲9,7%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	2,8	4,2	▼33,4%	2,8	4,1	▼32,3%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	219.038	205.393	▲6,6%	665.514	595.268	▲11,8%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	395,7	372,0	▲6,4%	1202,2	1082,6	▲11,0%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	9,3	14,1	▼34,4%	28,1	41,0	▼31,5%
Margem NOI	88,1%	87,0%	▲106 p.b.	89,1%	87,2%	▲185 p.b.
NOI por ação R\$	1,17	1,09	▲7,0%	3,54	3,16	▲12,2%
NOI + CD R\$'000	225.911	215.164	▲5,0%	686.162	624.791	▲9,8%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	408,1	389,7	▲4,7%	1.239,5	1.136,3	▲9,1%
NOI + CD US\$/pé <sup>2</sup>	9,5	14,8	▼35,4%	29,0	43,1	▼32,7%
Margem NOI + CD	88,4%	87,5%	▲87 p.b.	89,4%	87,8%	▲161 p.b.
NOI + CD por ação R\$	1,20	1,14	▲5,3%	3,65	3,32	▲10,2%
Despesas de sede R\$'000	32.640	29.534	▲10,5%	91.143	85.616	▲6,5%
Despesas de sede/Receita líquida	12,4%	10,6%	▲181 p.b.	11,6%	10,6%	▲100 p.b.
EBITDA R\$'000	182.179	186.293	▼2,2%	561.897	569.903	▼1,4%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	329,1	337,4	▼2,5%	1.015,0	1.036,5	▼2,1%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	7,7	12,8	▼39,8%	23,7	39,3	▼39,6%
Margem EBITDA	69,4%	67,0%	▲238 p.b.	71,5%	70,5%	▲96 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,97	0,99	▼1,9%	2,99	3,02	▼1,1%
Lucro líquido ajustado R\$'000	62.695	75.193	▼16,6%	237.331	268.296	▼11,5%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	113,3	136,2	▼16,8%	428,7	488,0	▼12,1%
Lucro líquido ajustado US\$/pé <sup>2</sup>	2,6	5,2	▼48,7%	10,0	18,5	▼45,8%
Margem líquida ajustada	23,9%	27,0%	▼316 p.b.	30,2%	33,2%	▼301 p.b.
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,33	0,40	▼16,3%	1,26	1,42	▼11,2%
FFO R\$'000	102.345	117.189	▼12,7%	355.470	389.643	▼8,8%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	184,9	212,3	▼12,9%	642,1	708,7	▼9,4%
FFO US\$'000	25.761	47.813	▼46,1%	89.474	158.973	▼43,7%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	4,3	8,0	▼46,3%	15,0	26,9	▼44,1%
Margem FFO	39,0%	42,1%	▼7,5%	45,2%	48,2%	▼6,2%
FFO por ação R\$	0,54	0,62	▼12,4%	1,89	2,07	▼8,5%
Dólar (US\$) final do trimestre	3,9729	2,4510	▲62,1%	3,9729	2,4510	▲62,1%

<sup>1</sup>Valores em R\$/m<sup>2</sup> e US\$/pé consideram a ABL própria ajustada de shopping center.

**Dados Operacionais e Financeiros**

<b>Destaque</b>						
<b>Desempenho do Mercado</b>	<b>3T15</b>	<b>3T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>9M15</b>	<b>9M14</b>	<b>Var.%</b>
Número de ações	189.997.214	189.997.214	▲0,0%	189.997.214	189.997.214	▲0,0%
Ações ordinárias	178.138.867	178.138.867	▲0,0%	178.138.867	178.138.867	▲0,0%
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço médio da ação R\$	44,05	54,18	▼18,7%	51,71	53,98	▼4,2%
Preço de fechamento da ação R\$	42,40	50,12	▼15,4%	42,40	50,12	▼15,4%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	35.351	29.098	▲21,5%	43.577	29.133	▲49,6%
Valor de mercado (R\$ '000)	8.055.882	9.522.660	▼15,4%	8.055.882	9.522.660	▼15,4%
Dívida bruta (R\$ '000)	2.164.464	2.063.525	▲4,9%	2.164.464	2.063.525	▲4,9%
Caixa (R\$ '000)	263.402	213.032	▲23,6%	263.402	213.032	▲23,6%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.901.062	1.850.492	▲2,7%	1.901.062	1.850.492	▲2,7%
P/FFO (Últimos 12 meses)	15,5 x	19,9 x	▼22,0%	15,5 x	19,9 x	▼22,0%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	12,7 x	16,0 x	▼21,0%	12,7 x	16,0 x	▼21,0%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,4 x	2,6 x	▼7,3%	2,4 x	2,6 x	▼7,3%

<b>Destaque</b>						
<b>Operacional (100%)</b>	<b>3T15</b>	<b>3T14</b>	<b>Chg.%</b>	<b>9M15</b>	<b>9M14</b>	<b>Chg.%</b>
ABL Shopping Center total final (m²)	768.290	762.443	▲0,8%	768.290	762.443	▲0,8%
ABL Shopping Center própria final (m²)	566.998	562.435	▲0,8%	566.998	562.435	▲0,8%
ABL Shopping Center própria %	73,8%	73,8%	▲3 p.b.	73,8%	73,8%	▲3 p.b.
ABL Shopping Center total ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	750.132	748.126	▲0,3%	750.132	745.029	▲0,7%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	553.597	552.117	▲0,3%	553.597	549.831	▲0,7%
ABL Torre Comercial total final (m²)	87.558	74.198	▲18,0%	87.558	74.198	▲18,0%
ABL Torre Comercial própria final (m²)	80.878	74.198	▲9,0%	80.878	74.198	▲9,0%
ABL total final (m²)	837.690	822.324	▲1,9%	837.690	822.324	▲1,9%
ABL própria final (m²)	634.475	626.315	▲1,3%	634.475	626.315	▲1,3%
Vendas totais R\$'000	3.038.406	2.963.155	▲2,5%	9.110.268	8.697.584	▲4,7%
Vendas totais R\$/m² <sup>2</sup>	4.308	4.332	▼0,6%	12.658	11.674	▲8,4%
Vendas totais US\$/pé² <sup>2</sup>	101	164	▼38,6%	296	442	▼33,1%
Vendas das lojas satélites R\$/m² <sup>2</sup>	5.906	6.206	▼4,8%	17.580	16.992	▲3,5%
Vendas das lojas satélites USD/pé² <sup>2</sup>	138	235	▼41,3%	411	644	▼36,2%
Aluguel total R\$/m²	323	309	▲4,4%	977	614	▲59,1%
Aluguel total USD/pé²	7,5	11,7	▼35,6%	22,8	23,3	▼1,9%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲0,6%	▲6,1%	▼553 p.b.	▲1,8%	▲8,4%	▼660 p.b.
Vendas na Mesma Área	▲2,7%	▲6,7%	▼396 p.b.	▲3,4%	▲9,1%	▼570 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲6,8%	▲8,8%	▼197 p.b.	▲8,0%	▲8,5%	▼53 p.b.
Aluguel na Mesma Área	▲7,0%	▲7,8%	▼82 p.b.	▲7,0%	▲7,1%	▼8 p.b.
Efeito IGP-DI	▲4,4%	▲5,9%	▼147 p.b.	▲4,7%	▲5,9%	▼115 p.b.
Custos de ocupação	13,0%	13,1%	▼9 p.b.	13,0%	13,2%	▼15 p.b.
Aluguel como % das vendas	7,7%	7,5%	▲22 p.b.	7,7%	7,5%	▲21 p.b.
Outros como % das vendas	5,3%	5,6%	▼31 p.b.	5,3%	5,7%	▼35 p.b.
Turnover	1,1%	0,8%	▲31 p.b.	2,3%	3,4%	▼114 p.b.
Taxa de ocupação	98,1%	98,8%	▼71 p.b.	98,4%	98,6%	▼16 p.b.
Inadimplência (25 dias de atraso)	2,4%	1,7%	▲69 p.b.	1,9%	1,9%	-
Perda de aluguel	0,4%	0,8%	▼31 p.b.	0,4%	0,8%	▼36 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	IFRS com		Efeito
	CPC 19 R2	Gerencial	CPC 19 R2	CPC 19 R2	Gerencial	CPC 19 R2
	3T15	3T15	Diferença	9M15	9M15	Diferença
Receita de Locação	195.977	199.761	3.784	584.025	595.120	11.095
Serviços	29.317	29.327	10	82.707	82.658	(49)
Cessão de direitos	6.433	6.873	440	19.402	20.648	1.245
Receita de estacionamento	40.690	41.400	711	125.044	127.067	2.024
Venda de imóveis	4.452	4.452	-	17.393	17.393	-
Apropriação de receita de aluguel linear	7.316	7.533	217	23.996	24.775	778
Outras	2.134	2.345	211	3.836	3.991	155
<b>Receita Bruta</b>	<b>286.319</b>	<b>291.691</b>	<b>5.372</b>	<b>856.403</b>	<b>871.651</b>	<b>15.248</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.612)	(29.018)	(406)	(84.840)	(85.806)	(966)
<b>Receita Líquida</b>	<b>257.707</b>	<b>262.673</b>	<b>4.966</b>	<b>771.562</b>	<b>785.845</b>	<b>14.283</b>
Despesas de sede	(32.623)	(32.640)	(17)	(91.078)	(91.142)	(65)
Despesas com opções de ações	(2.861)	(2.861)	-	(9.812)	(9.812)	-
Despesas de shopping centers	(27.008)	(28.393)	(1.385)	(69.850)	(73.398)	(3.548)
Despesas com escritórios para locação	(1.263)	(1.263)	-	(8.049)	(8.049)	-
Despesas com novos projetos para locação	(4.747)	(4.747)	-	(11.902)	(11.902)	-
Despesas com novos projetos para venda	(1.230)	(1.230)	-	(3.177)	(3.177)	-
Custo de imóveis vendidos	(4.332)	(4.332)	-	(16.856)	(16.856)	-
Resultado de equivalência patrimonial	1.325	4	(1.321)	4.207	25	(4.181)
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.032)	(5.030)	2	(9.642)	(9.636)	6
<b>EBITDA</b>	<b>179.935</b>	<b>182.179</b>	<b>2.244</b>	<b>555.402</b>	<b>561.898</b>	<b>6.496</b>
Receitas financeiras	11.473	11.948	476	36.721	38.135	1.415
Despesas financeiras	(62.508)	(63.473)	(965)	(174.768)	(177.627)	(2.859)
Depreciações e amortizações	(38.692)	(39.650)	(957)	(115.295)	(118.140)	(2.845)
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>90.208</b>	<b>91.006</b>	<b>798</b>	<b>302.060</b>	<b>304.267</b>	<b>2.207</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.122)	(28.437)	(315)	(66.444)	(67.138)	(694)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3.656)	(4.139)	(483)	(11.335)	(12.848)	(1.513)
Participação dos acionistas minoritários	126	127	1	202	202	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>58.556</b>	<b>58.556</b>	<b>-</b>	<b>224.482</b>	<b>224.482</b>	<b>-</b>

As diferenças entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 37,5% no Shopping Santa Úrsula, 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 3T15 são: (i) aumento de R\$3,8 M e R\$11,1 M na receita de locação; (ii) aumento de R\$1,4 M e R\$3,5 M nas despesas de shopping centers, (iii) aumento de R\$0,5 M e R\$1,4 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$1,0 M e R\$2,8 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima, houve aumento de R\$1,3 M e R\$4,2 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		CPC 19 R2
	CPC 19 R2 30/09/2015	Gerencial 30/09/2015	Efeito Diferença
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	125.562	137.229	11.667
Aplicações financeiras	126.173	126.173	-
Contas a receber	231.795	236.123	4.328
Terrenos e imóveis a comercializar	75.879	75.879	-
Partes relacionadas	2.563	2.563	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	2.609	2.609	-
Adiantamentos diversos	2.243	-	(2.243)
Outros	24.685	27.305	2.620
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>591.509</b>	<b>607.881</b>	<b>16.372</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	138.580	138.581	1
Terrenos e imóveis a comercializar	228.241	228.241	-
Partes relacionadas	11.423	11.423	-
Depósitos judiciais	14.066	14.696	630
Imposto de renda e contribuição social diferidos	17.598	19.851	2.253
Outros	16.706	16.773	67
Investimentos	127.163	2.825	(124.338)
Propriedades para investimento	5.176.118	5.331.638	155.520
Imobilizado	31.975	31.975	-
Intangível	348.865	349.855	990
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.110.735</b>	<b>6.145.858</b>	<b>35.123</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.702.244</b>	<b>6.753.740</b>	<b>51.496</b>

As principais diferenças referentes à participação de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$155,5 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$11,7 M em caixa e equivalentes a caixa; e (iii) aumento de R\$4,3 M nas contas a receber.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$124,3 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		CPC 19 R2
	CPC 19 R2 30/09/2015	Gerencial 30/09/2015	Efeito Diferença
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	310.022	313.563	3.541
Debêntures	25.919	25.919	-
Contas a pagar	78.317	78.896	579
Obrigações por aquisição de bens	51.415	51.415	-
Impostos e contribuições a recolher	38.726	38.846	120
Dividendos a pagar	77.583	77.583	-
Receitas diferidas	23.909	23.940	31
Outros	5.787	5.825	38
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>611.678</b>	<b>615.986</b>	<b>4.308</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.287.504	1.326.761	39.257
Debêntures	398.223	398.223	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	170.729	173.818	3.089
Obrigações por aquisição de bens	48.583	48.583	-
Outros	224	224	-
Provisão para contingências	9.614	10.234	620
Receitas diferidas	(6.538)	(2.317)	4.221
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.908.339</b>	<b>1.955.526</b>	<b>47.187</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	970.236	970.236	-
Reserva de lucros	912.529	912.529	-
Gasto com emissão de ações	(39.003)	(39.003)	-
Ações em tesouraria	(104.314)	(104.314)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	138.554	138.554	-
Participação dos acionistas minoritários	6.159	6.159	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.182.227</b>	<b>4.182.227</b>	<b>-</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.702.244</b>	<b>6.753.740</b>	<b>51.496</b>

As diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$42,8 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\$4,3 M em receitas e custos diferidos.

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

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
Receita de Locação	195.977	180.975	▲ 8,3%	584.025	347.865	▲ 67,9%
Serviços	29.317	30.088	▼ 2,6%	82.707	59.864	▲ 38,2%
Cessão de direitos	6.433	9.387	▼ 31,5%	19.402	18.932	▲ 2,5%
Receita de estacionamento	40.690	37.434	▲ 8,7%	125.044	73.380	▲ 70,4%
Venda de imóveis	4.452	30.414	▼ 85,4%	17.393	54.396	▼ 68,0%
Apropriação de receita de aluguel linear	7.316	13.587	▼ 46,2%	23.996	17.749	▲ 35,2%
Outras	2.134	561	▲ 280,1%	3.836	2.045	▲ 87,6%
<b>Receita Bruta</b>	<b>286.319</b>	<b>302.447</b>	<b>▼ 5,3%</b>	<b>856.403</b>	<b>574.231</b>	<b>▲ 49,1%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.612)	(28.878)	▼ 0,9%	(84.840)	(52.067)	▲ 62,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>257.707</b>	<b>273.569</b>	<b>▼ 5,8%</b>	<b>771.562</b>	<b>522.164</b>	<b>▲ 47,8%</b>
Despesas de sede	(32.623)	(29.533)	▲ 10,5%	(91.078)	(56.051)	▲ 62,5%
Despesas com opções de ações	(2.861)	(4.045)	▼ 29,3%	(9.812)	(6.626)	▲ 48,1%
Despesas de shopping centers	(27.008)	(26.058)	▲ 3,6%	(69.850)	(48.003)	▲ 45,5%
Despesas com escritórios para locação	(1.263)	(3.754)	▼ 66,4%	(8.049)	(5.969)	▲ 34,8%
Despesas com novos projetos para locação	(4.747)	(2.372)	▲ 100,2%	(11.902)	(8.827)	▲ 34,8%
Despesas com novos projetos para venda	(1.230)	(1.983)	▼ 38,0%	(3.177)	(6.002)	▼ 47,1%
Custo de imóveis vendidos	(4.332)	(17.875)	▼ 75,8%	(16.856)	(33.379)	▼ 49,5%
Resultado de equivalência patrimonial	1.325	382	▲ 246,9%	4.207	14.397	▼ 70,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.032)	(4.686)	▲ 7,4%	(9.642)	9.719	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>179.935</b>	<b>183.645</b>	<b>▼ 2,0%</b>	<b>555.402</b>	<b>381.424</b>	<b>▲ 45,6%</b>
Receitas financeiras	11.473	7.843	▲ 46,3%	36.721	18.107	▲ 102,8%
Despesas financeiras	(62.508)	(49.595)	▲ 26,0%	(174.768)	(96.080)	▲ 81,9%
Depreciações e amortizações	(38.692)	(41.011)	▼ 5,7%	(115.295)	(77.450)	▲ 48,9%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>90.208</b>	<b>100.881</b>	<b>▼ 10,6%</b>	<b>302.060</b>	<b>226.001</b>	<b>▲ 33,7%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.122)	(26.749)	▲ 5,1%	(66.444)	(31.815)	▲ 108,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3.656)	(5.973)	▼ 38,8%	(11.335)	(18.508)	▼ 38,8%
Participação dos acionistas minoritários	126	25	▲ 400,6%	202	(43)	n.d.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>58.556</b>	<b>68.185</b>	<b>▼ 14,1%</b>	<b>224.482</b>	<b>175.635</b>	<b>▲ 27,8%</b>
<b>Índice</b>						
(R\$'000)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
<b>NOI</b>	<b>215.712</b>	<b>202.183</b>	<b>▲ 6,7%</b>	<b>655.165</b>	<b>385.022</b>	<b>▲ 70,2%</b>
<i>Margem NOI</i>	88,4%	87,1%	▲ 126 p.b.	89,4%	87,7%	▲ 167 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>222.145</b>	<b>211.571</b>	<b>▲ 5,0%</b>	<b>674.567</b>	<b>403.954</b>	<b>▲ 67,0%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,7%	87,6%	▲ 106 p.b.	89,6%	88,2%	▲ 143 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>185.465</b>	<b>181.359</b>	<b>▲ 2,3%</b>	<b>569.510</b>	<b>371.707</b>	<b>▲ 53,2%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	73,1%	73,7%	▼ 60 p.b.	75,3%	78,6%	▼ 329 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>179.935</b>	<b>183.645</b>	<b>▼ 2,0%</b>	<b>555.402</b>	<b>381.424</b>	<b>▲ 45,6%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	69,8%	67,1%	▲ 269 p.b.	72,0%	73,0%	▼ 106 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>58.556</b>	<b>68.185</b>	<b>▼ 14,1%</b>	<b>224.482</b>	<b>175.635</b>	<b>▲ 27,8%</b>
<i>Margem Líquida</i>	22,7%	24,9%	▼ 220 p.b.	29,1%	33,6%	▼ 454 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>62.212</b>	<b>74.158</b>	<b>▼ 16,1%</b>	<b>235.818</b>	<b>194.143</b>	<b>▲ 21,5%</b>
<i>Margem de Líquida Ajustada</i>	24,1%	27,1%	▼ 297 p.b.	30,6%	37,2%	▼ 662 p.b.
<b>FFO</b>	<b>100.904</b>	<b>115.169</b>	<b>▼ 12,4%</b>	<b>351.113</b>	<b>271.593</b>	<b>▲ 29,3%</b>
<i>Margem FFO</i>	39,2%	42,1%	▼ 294 p.b.	45,5%	52,0%	▼ 651 p.b.

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

<b>Fluxo de Caixa (R\$'000)</b>	<b>3T15</b>	<b>9M15</b>
Lucro antes dos impostos	90.207	302.059
Depreciações e amortizações	38.695	115.297
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	64.977	183.775
Outros ajustes ao lucro líquido	8.745	(5.712)
(Aumento) e redução de ativo circulante	(12.470)	16.428
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	(6.470)	(38.713)
(Aumento) e redução de passivo circulante	(21.406)	(138.789)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas operações</b>	<b>162.279</b>	<b>434.346</b>
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(50.510)	(121.864)
Adições em imobilizado	(641)	(2.942)
Adições em intangível	(1.898)	(5.194)
Aplicações financeiras	825	28.838
Outros	7.554	14.433
<b>Fluxo de caixa de investimento</b>	<b>(44.670)</b>	<b>(86.729)</b>
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	(52.229)	(136.097)
Recompra de ações para manutenção em tesouraria	(36.610)	(44.002)
Pagamento de encargos sobre debentures	-	(24.491)
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(39.784)	(123.763)
Dividendos pagos	-	(92.955)
Participação de não controladores	1.372	3.382
Outros	(10)	24.945
<b>Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento</b>	<b>(127.261)</b>	<b>(392.981)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	135.214	170.926
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	125.562	125.562
<b>Variação no caixa</b>	<b>(9.652)</b>	<b>(45.364)</b>

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

(R\$'000)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
Receita de Locação	199.761	184.446	▲8,3%	595.120	538.617	▲10,5%
Serviços	29.327	30.025	▼2,3%	82.658	89.760	▼7,9%
Cessão de direitos	6.873	9.771	▼29,7%	20.648	29.523	▼30,1%
Receita de estacionamento	41.400	37.872	▲9,3%	127.067	111.921	▲13,5%
Venda de imóveis	4.452	30.414	▼85,4%	17.393	84.810	▼79,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	7.533	13.734	▼45,1%	24.775	31.744	▼22,0%
Outras	2.345	1.011	▲131,9%	3.991	3.120	▲27,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>291.691</b>	<b>307.274</b>	<b>▼5,1%</b>	<b>871.651</b>	<b>889.494</b>	<b>▼2,0%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(29.018)	(29.117)	▼0,3%	(85.806)	(81.614)	▲5,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>262.673</b>	<b>278.158</b>	<b>▼5,6%</b>	<b>785.845</b>	<b>807.881</b>	<b>▼2,7%</b>
Despesas de sede	(32.640)	(29.534)	▲10,5%	(91.142)	(85.616)	▲6,5%
Despesas com opções de ações	(2.861)	(4.045)	▼29,3%	(9.812)	(10.671)	▼8,0%
Despesas de shopping centers	(28.393)	(26.905)	▲5,5%	(73.398)	(77.290)	▼5,0%
Despesas com escritórios para locação	(1.263)	(3.754)	▼66,4%	(8.049)	(9.723)	▼17,2%
Despesas com novos projetos para locação	(4.747)	(2.372)	▲100,2%	(11.902)	(11.198)	▲6,3%
Despesas com novos projetos para venda	(1.230)	(1.983)	▼38,0%	(3.177)	(7.985)	▼60,2%
Custo de imóveis vendidos	(4.332)	(17.875)	▼75,8%	(16.856)	(51.253)	▼67,1%
Resultado de equivalência patrimonial	4	(716)	n.d.	25	10.699	▼99,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.030)	(4.680)	▲7,5%	(9.636)	5.061	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>182.179</b>	<b>186.293</b>	<b>▼2,2%</b>	<b>561.898</b>	<b>569.903</b>	<b>▼1,4%</b>
Receitas financeiras	11.948	8.174	▲46,2%	38.135	27.152	▲40,5%
Despesas financeiras	(63.473)	(50.555)	▲25,6%	(177.627)	(148.831)	▲19,3%
Depreciações e amortizações	(39.650)	(41.996)	▼5,6%	(118.140)	(121.347)	▼2,6%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>91.006</b>	<b>101.916</b>	<b>▼10,7%</b>	<b>304.267</b>	<b>326.878</b>	<b>▼6,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.437)	(26.749)	▲6,3%	(67.138)	(58.564)	▲14,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.139)	(6.995)	▼40,8%	(12.848)	(24.439)	▼47,4%
Participação dos acionistas minoritários	127	25	▲403,3%	202	(18)	n.d.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>58.556</b>	<b>68.198</b>	<b>▼14,1%</b>	<b>224.482</b>	<b>243.858</b>	<b>▼7,9%</b>

(R\$'000)	3T15	3T14	Var. %	9M15	9M14	Var. %
<b>NOI</b>	<b>219.038</b>	<b>205.393</b>	<b>▲6,6%</b>	<b>665.514</b>	<b>595.268</b>	<b>▲11,8%</b>
<i>Margem NOI</i>	88,1%	87,0%	▲106 p.b.	89,1%	87,2%	▲185 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>225.911</b>	<b>215.164</b>	<b>▲5,0%</b>	<b>686.162</b>	<b>624.791</b>	<b>▲9,8%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,4%	87,5%	▲87 p.b.	89,4%	87,8%	▲161 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>189.018</b>	<b>185.030</b>	<b>▲2,2%</b>	<b>580.142</b>	<b>561.793</b>	<b>▲3,3%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	73,1%	73,8%	▼75 p.b.	75,3%	76,9%	▼154 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>182.179</b>	<b>186.293</b>	<b>▼2,2%</b>	<b>561.898</b>	<b>569.903</b>	<b>▼1,4%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	69,4%	67,0%	▲238 p.b.	71,5%	70,5%	▲96 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>58.556</b>	<b>68.198</b>	<b>▼14,1%</b>	<b>224.482</b>	<b>243.858</b>	<b>▼7,9%</b>
<i>Margem Líquida</i>	22,3%	24,5%	▼223 p.b.	28,6%	30,2%	▼162 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>62.695</b>	<b>75.193</b>	<b>▼16,6%</b>	<b>237.331</b>	<b>268.296</b>	<b>▼11,5%</b>
<i>Margem de Líquida Ajustada</i>	23,9%	27,0%	▼316 p.b.	30,2%	33,2%	▼301 p.b.
<b>.FFO</b>	<b>102.345</b>	<b>117.189</b>	<b>▼12,7%</b>	<b>355.470</b>	<b>389.643</b>	<b>▼8,8%</b>
<i>Margem FFO</i>	39,0%	42,1%	▼317 p.b.	45,2%	48,2%	▼300 p.b.

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

<b>ATIVO</b>	<b>30/09/2015</b>	<b>30/06/2015</b>	<b>% Variação</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	137.229	148.807	▼7,8%
Aplicações financeiras	126.173	126.998	▼0,6%
Contas a receber	236.123	319.007	▼26,0%
Terrenos e imóveis a comercializar	75.879	73.982	▲2,6%
Partes relacionadas	2.563	2.288	▲12,0%
Impostos e contribuições sociais a compensar	2.609	7.769	▼66,4%
Adiantamentos diversos	-	1.586	n.d.
Outros	27.305	27.454	▼0,5%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>607.881</b>	<b>707.892</b>	<b>▼14,1%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	138.581	51.562	▲168,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	228.241	223.245	▲2,2%
Partes relacionadas	11.423	11.561	▼1,2%
Depósitos judiciais	14.696	14.498	▲1,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	19.851	19.709	▲0,7%
Outros	16.773	16.488	▲1,7%
Investimentos	2.825	6.692	▼57,8%
Propriedades para investimento	5.331.638	5.315.879	▲0,3%
Imobilizado	31.975	32.749	▼2,4%
Intangível	349.855	349.487	▲0,1%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.145.858</b>	<b>6.041.870</b>	<b>▲1,7%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.753.740</b>	<b>6.749.761</b>	<b>▲0,1%</b>
<b>PASSIVO</b>			
	<b>30/09/2015</b>	<b>30/06/2015</b>	<b>% Variação</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	313.563	213.864	▲46,6%
Debêntures	25.919	10.880	▲138,2%
Contas a pagar	78.896	70.815	▲11,4%
Obrigações por aquisição de bens	51.415	56.749	▼9,4%
Impostos e contribuições a recolher	31.846	34.209	▲13,6%
Dividendos a pagar	77.583	77.583	▲0,0%
Receitas diferidas	23.940	22.811	▲4,9%
Outros	5.825	6.691	▼13,0%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>615.986</b>	<b>493.602</b>	<b>▲24,8%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.326.761	1.467.850	▼9,6%
Debêntures	398.223	398.223	▲0,0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	173.818	169.664	▲2,4%
Obrigações por aquisição de bens	48.583	57.158	▼15,0%
Outros	224	-	n.d.
Provisão para contingências	10.234	9.683	▲5,7%
Receitas diferidas	(2.317)	(769)	▲201,1%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.955.526</b>	<b>2.101.809</b>	<b>▼7,0%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	▲0,0%
Reserva de capital	970.236	967.597	▲0,3%
Reserva de lucros	912.529	912.529	▲0,0%
Gasto com emissão de ações	(39.003)	(38.993)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(104.314)	(67.704)	▲54,1%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros Acumulados	138.554	78.068	▲77,5%
Participação dos acionistas minoritários	6.159	4.787	▲28,7%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.182.227</b>	<b>4.154.350</b>	<b>▲0,7%</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.753.740</b>	<b>6.749.761</b>	<b>▲0,1%</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:** A diferença percentual entre o aluguel cobrado no período e o aluguel recebido nos 30 dias seguintes ao fim do período, calculada no último dia útil de cada mês.

**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.

**GVV (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.