



# Multiplan

## Terceiro Trimestre 2014

### Release de Resultados

#### **Teleconferência de Resultados**

**Data:** 31 de outubro de 2014 (sexta-feira)

**Português:** 11h00min (Brasília)

09h00min (EDT Nova York)

**Inglês:** 12h30min (Brasília)

10h30min (EDT 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**

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

Favor consultar a página 34 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.

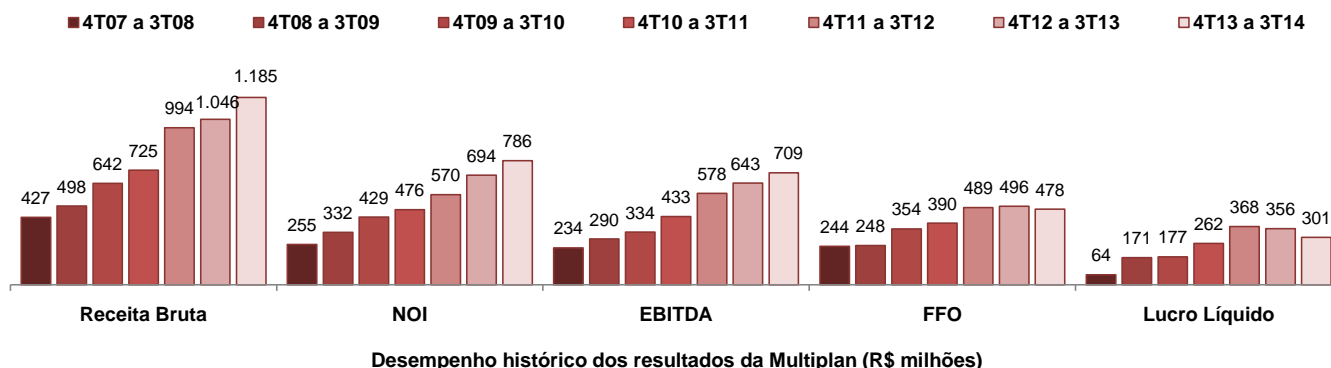
## Índice

01. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial.....	6
02. Desenvolvimento de Projetos .....	7
03. Indicadores Operacionais .....	10
04. Receita Bruta .....	13
05. Resultados da Participação em Propriedades .....	14
06. Resultados da Administração de Shopping Centers .....	18
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	19
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários .....	20
09. Resultados Financeiros .....	21
10. MULT3 e Mercado de Ações .....	27
11. Portfólio.....	28
12. Estrutura Societária .....	30
13. Dados Operacionais e Financeiros .....	32
14. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial .....	34
15. Anexos.....	37
16. Glossário.....	40

## Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

Milhões de R\$	2007 (IPO) <sup>1</sup>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Variação % (2013/2007)	CAGR % (2013/2007)
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	▲191,4%	▲19,5%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	▲225,9%	▲21,8%
EBITDA	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	▲187,8%	▲19,3%
FFO	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	515,6	426,2	▲112,9%	▲13,4%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	▲1.245,1%	▲54,2%

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



## 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. No final do 3T14, a Multiplan detinha – com uma participação média de 73,8% - 18 shopping centers com ABL total de 762.443 m<sup>2</sup>, dos quais 17 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 5.300 lojas e tráfego anual estimado em 170 milhões de visitas. Adicionalmente, a Multiplan detinha – com uma participação média de 92,4% - dois conjuntos de torres comerciais com ABL total de 87.558 m<sup>2</sup>, somando uma ABL total do portfólio de 850.001m<sup>2</sup>.

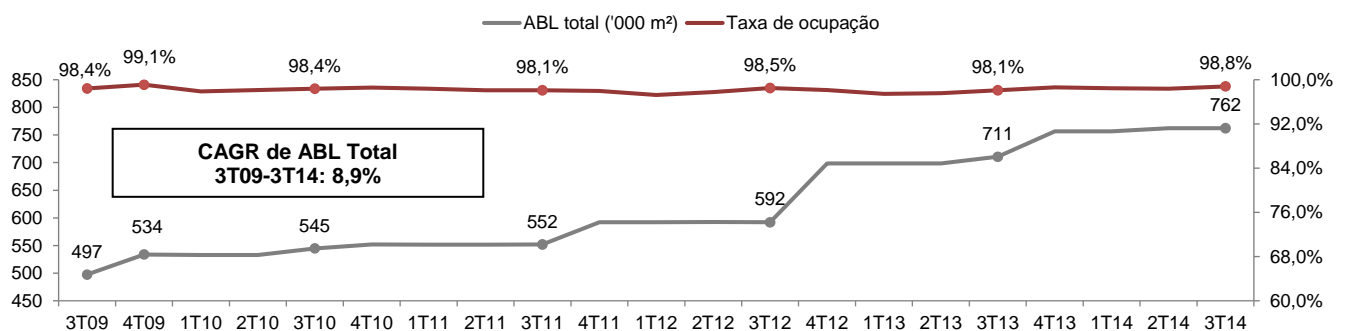


## NOI do 3T14 cresce 19% para R\$205 milhões e EBITDA aumenta 14% para R\$186 milhões

Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2014 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do terceiro trimestre de 2014. 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 Informações Trimestrais do 3T14.

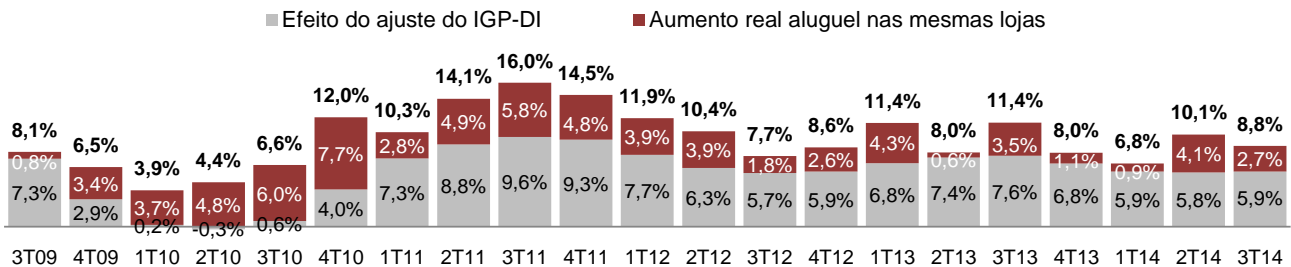
### Destaques 3T14 (R\$)

#### Maior taxa de ocupação nos últimos cinco anos, apesar do aumento de 43% da ABL



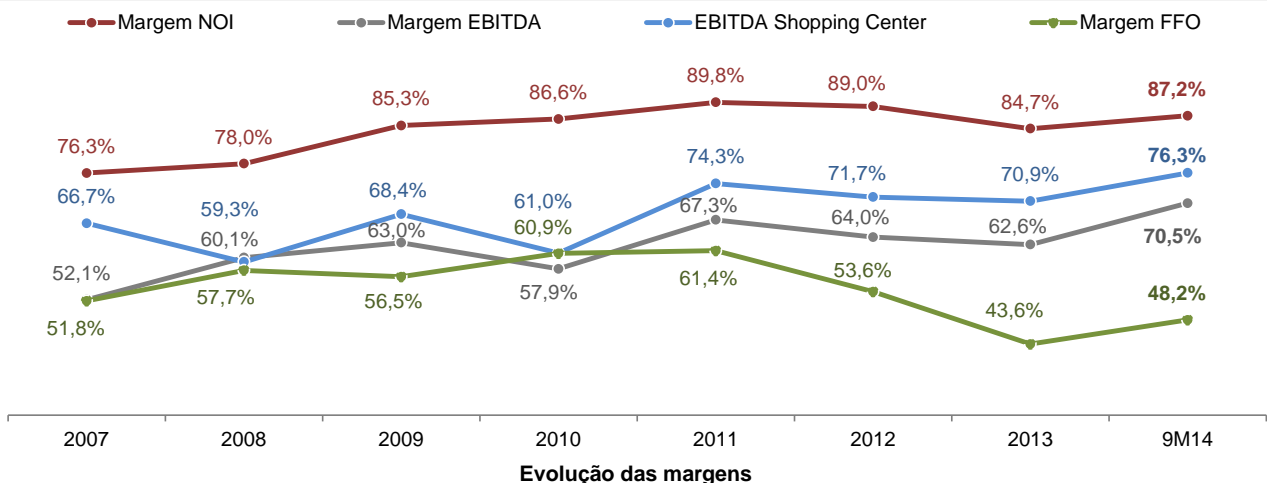
Evolução da ABL total e taxa de ocupação: 3T09 – 3T14

### Contínuo crescimento real



Evolução do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) – ano/ano

### Sólida evolução de margens



Evolução das margens

**Destaques**

	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	Receita Líquida	NOI	NOI + Cessão de Direitos	EBITDA
3T14 (R\$)	2.963,2 M	184,4 M	278,2 M	205,4 M	215,2 M	186,3 M
<b>3T14 vs. 3T13</b>	<b>+10,8%</b>	<b>+19,1%</b>	<b>+11,9%</b>	<b>+19,1%</b>	<b>+16,0%</b>	<b>+13,9%</b>
9M14 (R\$)	8.697,6 M	538,6 M	807,9 M	595,3 M	624,8 M	569,9 M
<b>9M14 vs. 9M13</b>	<b>+12,5%</b>	<b>+16,5%</b>	<b>+13,8%</b>	<b>+18,9%</b>	<b>+15,6%</b>	<b>+20,8%</b>

**DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS**

- ☞ A **taxa de ocupação** foi de **98,8%** no 3T14, a **maior taxa** desde o recorde de 99,1% no 4T09, mesmo com a entrega de 228,7 mil m<sup>2</sup> de ABL desde 2009. Os **shopping centers** em operação há **mais de cinco anos** registraram **taxa de ocupação de 99,5%**.
- ☞ O **Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)** aumentou **8,8%** no 3T14, com **crescimento real de 2,7%**. A receita de locação foi 19,1% maior, atingindo R\$184,4 milhões no 3T14, impulsionada pela consolidação do portfólio e aumento de áreas.
- ☞ Os shopping centers da Multiplan registraram **vendas de R\$3,0 bilhões** no 3T14, **10,8% acima** do 3T13. No 9M14, as vendas totais foram de R\$8,7 bilhões, um crescimento de 12,5% sobre o 9M13.
- ☞ **Vendas na Mesma Área (SAS)** aumentaram **6,7%** no 3T14, e **9,1%** no 9M14. As **Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)** cresceram **6,1%** no trimestre e **8,4%** nos primeiros nove meses. O SSS de **lojas satélites** foi **7,3% maior** no 3T14 e cresceu **9,0%** no 9M14.
- ☞ As **taxas de inadimplência** e **perda de aluguel** foram de **1,7%** e **0,8%**, respectivamente.
- ☞ A **receita bruta** aumentou **13,5%** no 3T14, atingindo R\$307,3 milhões.
- ☞ **Margens sólidas:** o resultado operacional líquido (**NOI**) + cessão de direitos (**CD**) registrou **margem de 87,8%** no 9M14 (+152 p.b.). O **EBITDA de Shopping Centers** e o **FFO** tiveram **margens** no 9M14 de **76,3%** (+300 p.b.) e **48,2%** (+68 p.b.) respectivamente.
- ☞ O **NOI + CD** aumentou **16,0%** no 3T14, para R\$215,2 milhões. Nos últimos **12 meses**, o **NOI + CD** cresceu **11,3%** para R\$828,5 milhões. O NOI + CD por ação<sup>1</sup> foi de R\$1,14 no 3T14, equivalente a um **CAGR de 14,2%** em cinco anos.
- ☞ O **EBITDA consolidado** cresceu **13,9%** no 3T14 para R\$186,3 milhões. O EBITDA dos **últimos 12 meses** foi **10,2% maior** do que o mesmo período no ano anterior, atingindo R\$708,8 milhões.
- ☞ O **custo médio da dívida** da Multiplan permaneceu em **10,5% a.a.** ao fim do 3T14, mais um **trimestre abaixo da taxa Selic**, 46 p.b. dentro da curva.
- ☞ O **lucro líquido** e o **FFO** atingiram **R\$68,2 milhões** e **R\$117,2 milhões** no 3T14, respectivamente. O FFO por ação<sup>1</sup> foi de R\$0,62 no trimestre, e R\$2,54 nos últimos 12 meses.

**EVENTOS RECENTES**

- ☞ Em outubro de 2014, a Multiplan concluiu uma **emissão de debêntures**, equivalente a **R\$400 milhões**, com prazo de **cinco e seis anos**, e custo de **CDI + 0,87% a.a.**
- ☞ Paralelamente, a companhia **pré-pagou** as **debêntures existentes (R\$300 milhões)** emitidas em 2011, com custo de CDI + 1,01% a.a. e prazo até 2015/2016. Como resultado desta gestão de dívidas, a Multiplan **estendeu** seu **calendário de amortização** de dívidas e **reduziu o custo médio da dívida**.
- ☞ Ainda em outubro de 2014, a companhia assinou um **contrato de financiamento de R\$100 milhões**, com custo de **TR + 8,90% a.a.**

<sup>1</sup> O total de ações em 30 de setembro de 2014, líquido de ações em tesouraria era de 188.447.056 ações.

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

(R\$'000)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
Receita de Locação	184,446	154,802	▲19,1%	538,617	462,424	▲16,5%
Serviços	30,025	26,001	▲15,5%	89,760	78,062	▲15,0%
Cessão de direitos	9,771	12,960	▼24,6%	29,523	39,925	▼26,1%
Receita de estacionamento	37,872	32,530	▲16,4%	111,921	93,628	▲19,5%
Venda de imóveis	30,414	30,946	▼1,7%	84,810	71,669	▲18,3%
Apropriação de receita de aluguel linear	13,734	12,042	▲14,1%	31,744	30,551	▲3,9%
Outras	1,011	1,472	▼31,3%	3,120	3,255	▼4,2%
<b>Receita Bruta</b>	<b>307,274</b>	<b>270,753</b>	<b>▲13,5%</b>	<b>889,494</b>	<b>779,514</b>	<b>▲14,1%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(29,117)	(22,103)	▲31,7%	(81,614)	(69,897)	▲16,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>278,158</b>	<b>248,650</b>	<b>▲11,9%</b>	<b>807,881</b>	<b>709,617</b>	<b>▲13,8%</b>
Despesas de sede	(29,534)	(27,842)	▲6,1%	(85,616)	(79,826)	▲7,3%
Despesas com opções de ações	(4,045)	(3,062)	▲32,1%	(10,671)	(7,825)	▲36,4%
Despesas de shopping centers	(26,905)	(26,849)	▲0,2%	(77,290)	(86,132)	▼10,3%
Despesas com escritórios para locação	(3,754)	-	na	(9,723)	-	na
Despesas com novos projetos para locação	(2,372)	(3,900)	▼39,2%	(11,198)	(9,762)	▲14,7%
Despesas com novos projetos para venda	(1,983)	(3,255)	▼39,1%	(7,985)	(8,555)	▼6,7%
Custo de imóveis vendidos	(17,875)	(19,672)	▼9,1%	(51,253)	(48,698)	▲5,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(716)	483	na	10,699	(202)	na
Outras receitas (despesas) operacionais	(4,680)	(935)	▲400,6%	5,061	3,237	▲56,4%
<b>EBITDA</b>	<b>186,293</b>	<b>163,618</b>	<b>▲13,9%</b>	<b>569,903</b>	<b>471,854</b>	<b>▲20,8%</b>
Receitas financeiras	8,174	13,789	▼40,7%	27,152	37,231	▼27,1%
Despesas financeiras	(50,555)	(32,667)	▲54,8%	(148,831)	(114,169)	▲30,4%
Depreciações e amortizações	(41,996)	(31,365)	▲33,9%	(121,347)	(88,764)	▲36,7%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>101,916</b>	<b>113,375</b>	<b>▼10,1%</b>	<b>326,878</b>	<b>306,152</b>	<b>▲6,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26,749)	(18,687)	▲43,1%	(58,564)	(57,457)	▲1,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(6,995)	(8,010)	▼12,7%	(24,439)	(21,237)	▲15,1%
Participação dos acionistas minoritários	25	(9)	na	(18)	(35)	▼49,1%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68,198</b>	<b>86,669</b>	<b>▼21,3%</b>	<b>243,858</b>	<b>227,423</b>	<b>▲7,2%</b>

(R\$'000)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
<b>NOI</b>	<b>205,393</b>	<b>172,525</b>	<b>▲19,1%</b>	<b>595,268</b>	<b>500,471</b>	<b>▲18,9%</b>
<i>Margem NOI</i>	87,0%	86,5%	▲48 p.b	87,2%	85,3%	▲193 p.b
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>215,164</b>	<b>185,485</b>	<b>▲16,0%</b>	<b>624,791</b>	<b>540,396</b>	<b>▲15,6%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,5%	87,4%	▲17 p.b	87,8%	86,3%	▲152 p.b
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>177,581</b>	<b>161,174</b>	<b>▲10,2%</b>	<b>538,849</b>	<b>472,125</b>	<b>▲14,1%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	73,8%	73,2%	▲63 p.b	76,3%	73,3%	▲300 p.b
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>186,293</b>	<b>163,618</b>	<b>▲13,9%</b>	<b>569,903</b>	<b>471,854</b>	<b>▲20,8%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	67,0%	65,8%	▲117 p.b	70,5%	66,5%	▲405 p.b
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68,198</b>	<b>86,669</b>	<b>▼21,3%</b>	<b>243,858</b>	<b>227,423</b>	<b>▲7,2%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	24,5%	34,9%	▼1,034 p.b	30,2%	32,0%	▼186 p.b
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>75,193</b>	<b>94,679</b>	<b>▼20,6%</b>	<b>268,296</b>	<b>248,660</b>	<b>▲7,9%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	27,0%	38,1%	▼1,104 p.b	33,2%	35,0%	▼183 p.b
<b>FFO</b>	<b>117,189</b>	<b>126,044</b>	<b>▼7,0%</b>	<b>389,643</b>	<b>337,424</b>	<b>▲15,5%</b>
<i>Margem FFO</i>	42,1%	50,7%	▼856 p.b	48,2%	47,6%	▲68 p.b

## 2. Desenvolvimento de Projetos

*Multiplan investe R\$53,3 milhões durante o 3T14*

A Multiplan desembolsou um CAPEX de R\$53,3 milhões durante o 3T14, e no acumulado nove meses um montante de R\$223,1 milhões. Foram investidos R\$22,9 milhões em novas expansões no 3T14 e R\$104,4 milhões no 9M14. O CAPEX investido em novas expansões inclui a fase final do BarraShopping e pequenas expansões no BarraShoppingSul, Pátio Savassi e MorumbiShopping, adicionando um considerável número de operações e conveniência ao consumidor.

Investimentos (R\$)	3T14	9M14
Novos Shopping Centers	6,7 M	15,8 M
Novas Expansões	22,9 M	104,4 M
Novas Torres para Locação	2,7 M	7,5 M
Revitalizações, TI e Outros	16,2 M	53,1 M
Compra de terrenos	4,8 M	42,3 M
<b>Investimento</b>	<b>53,3 M</b>	<b>223,1 M</b>

### 2.1 Novos Shopping Centers

*ParkShoppingCanoas*

A Multiplan iniciou a pré-locação do ParkShoppingCanoas, seu 19º shopping center, localizado em Canoas, estado do Rio Grande do Sul. O ParkShoppingCanoas terá, em sua primeira fase, 48,0 mil m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL), com projeto de arquitetura inovador e ampla área de entretenimento e serviços, distribuídos em 258 lojas. O empreendimento oferecerá hipermercado, pista de patinação no gelo, academia, parque de diversões indoor, cinco salas de cinema categoria *stadium*, seis restaurantes com varanda para o parque municipal Getúlio Vargas, e praça de alimentação, com 28 operações.

Além disso, contará com 2.500 vagas de estacionamento, das quais aproximadamente 1.000 serão cobertas. O empreendimento permite também o desenvolvimento futuro de projetos multiuso. A Multiplan terá uma participação de 80,0% no shopping center, e a inauguração está planejada para o segundo semestre de 2016. A participação da Companhia no custo de construção do empreendimento (CAPEX) será de 94,7%.



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

## 2.2 Multiuso: Comercial e residencial para a venda

*Torres no BarraShoppingSul: entrega se aproximando*

A Diamond Tower e o Résidence du Lac, ambos somando 23,8 mil m<sup>2</sup>, chegam ao estágio final da construção.

A Diamond Tower, uma torre de escritórios, está com 97% das suas unidades vendidas e o Résidence du Lac, um edifício residencial, concluiu 100% das vendas dos seus apartamentos. Os projetos têm entrega prevista para o quarto trimestre de 2014. Os dois edifícios juntos têm Valor Geral de Vendas (VGV) estimado em R\$261,7 milhões.



**Diamond Tower e Résidence du Lac – Ilustração**



**Complexo BarraShoppingSul, com Diamond Tower e Résidence du Lac – em outubro de 2014**

Torres para venda							
Projeto	Localização	Tipo	Inauguração	Área	% Mult.	VGV <sup>1</sup>	Preço médio/m <sup>2</sup>
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	4T14	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%	142,8 M	10.349
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	4T14	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	118,9 M	11.942
<b>Total</b>				<b>23.760 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>261,7 M</b>	<b>11.014</b>

<sup>1</sup> Valor Geral de Vendas

### 2.3 Banco de terrenos e futuros projetos multiuso

*Foco nos projetos multiuso e um banco de terrenos de 874 mil m<sup>2</sup>*

A Multiplan possui 874 mil 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 para venda<sup>1</sup> de 1,0 milhão de m<sup>2</sup>. A companhia também tem um potencial de crescimento de ABL de aproximadamente 150 mil m<sup>2</sup> em novas expansões, que não está incluído na tabela abaixo.

Localização	Área do terreno (100%)	Área privativa (100%)	Tipo de projeto	% Multiplan
BarraShoppingSul	159.587 m <sup>2</sup>	304.515 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel, Escritório, Residencial	100%
JundiáShopping	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, Escritório	94%
ParkShoppingCampoGrande	317.755 m <sup>2</sup>	92.774 m <sup>2</sup>	Escritório, Residencial	90%
ParkShoppingCanoas	18.721 m <sup>2</sup>	22.457 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel, Escritório	n.d.
ParkShoppingSãoCaetano	36.948 m <sup>2</sup>	138.000 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
Parque Shopping Maceió	140.000 m <sup>2</sup>	164.136 m <sup>2</sup>	Escritório, Residencial	50%
RibeirãoShopping	102.295 m <sup>2</sup>	138.749 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel, Escritório, 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>	36.077 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
<b>Total</b>	<b>873.819 m<sup>2</sup></b>	<b>1.041.299 m<sup>2</sup></b>		<b>86%</b>



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

<sup>1</sup> Estas informações têm caráter informativo para o melhor entendimento do potencial de crescimento da companhia, não constituindo uma obrigação de executá-la, além de poderem ser modificados ou cancelados sem qualquer aviso prévio.

### 3. Indicadores Operacionais

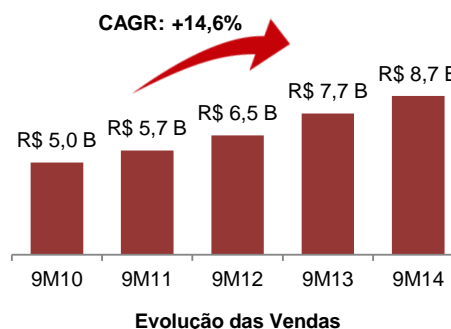
#### 3.1 Vendas dos Shopping Centers

Vendas dos shopping centers atingem R\$3,0 bilhões no 3T14, um aumento de 10,8% em comparação ao 3T13

As vendas de lojistas nos shopping centers da Multiplan totalizaram R\$3,0 bilhões no 3T14, um crescimento de 10,8% em comparação ao mesmo período de 2013. No 9M14, as vendas atingiram R\$8,7 bilhões, um aumento de 12,5% sobre o 9M13.

Como mencionado no estudo de caso divulgado no relatório do 2T14, a Multiplan observou um efeito positivo em vendas antes e durante a Copa do Mundo FIFA, encerrada em meados de julho. O evento, juntamente com o regresso antecipado das férias escolares, reorganizou o fluxo de consumidores no período, resultando em um fluxo menor de visitantes na segunda metade de julho. Ainda assim, o trimestre apresentou um sólido crescimento de vendas de 10,8%.

Nos primeiros nove meses dos últimos cinco anos, a taxa de crescimento anual ponderado (CAGR) é de 14,6%, enquanto que em terceiros trimestres a CAGR é de 14,2%.



Vendas (100%)	Abertura	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
BH Shopping	(1979)	256,5 M	254,3 M	▲0,9%	766,1 M	735,2 M	▲4,2%
RibeirãoShopping	(1981)	179,6 M	160,8 M	▲11,7%	526,3 M	455,1 M	▲15,6%
BarraShopping	(1981)	442,6 M	409,1 M	▲8,2%	1.252,0 M	1.167,5 M	▲7,2%
MorumbiShopping	(1982)	364,1 M	316,6 M	▲15,0%	1.082,5 M	944,7 M	▲14,6%
ParkShopping	(1983)	243,2 M	230,3 M	▲5,6%	722,8 M	667,3 M	▲8,3%
DiamondMall	(1996)	142,2 M	131,3 M	▲8,3%	419,4 M	380,8 M	▲10,1%
New York City Center	(1999)	48,8 M	53,5 M	▼8,7%	158,0 M	160,3 M	▼1,4%
Shopping Anália Franco	(1999)	222,5 M	213,7 M	▲4,1%	663,6 M	616,5 M	▲7,6%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	195,0 M	190,1 M	▲2,6%	579,5 M	565,7 M	▲2,4%
Pátio Savassi	(2004) <sup>1</sup>	87,7 M	82,8 M	▲6,0%	252,4 M	242,2 M	▲4,2%
Shopping Santa Úrsula	(1999) <sup>2</sup>	41,2 M	46,1 M	▼10,5%	125,7 M	132,0 M	▼4,8%
BarraShoppingSul	(2008)	171,7 M	161,5 M	▲6,4%	504,9 M	472,9 M	▲6,8%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	80,0 M	76,6 M	▲4,4%	239,4 M	225,0 M	▲6,4%
ParkShoppingSãoCaetano	(2011)	119,5 M	114,6 M	▲4,2%	356,1 M	327,0 M	▲8,9%
JundiaíShopping	(2012)	91,4 M	78,7 M	▲16,1%	274,7 M	222,2 M	▲23,6%
ParkShoppingcampoGrande	(2012)	90,4 M	81,5 M	▲10,9%	262,4 M	224,6 M	▲16,8%
VillageMall	(2012)	120,7 M	72,4 M	▲66,6%	340,9 M	194,4 M	▲75,4%
Parque Shopping Maceió	(2013) <sup>3</sup>	65,9 M		n.d.	170,7 M		n.d.
<b>Total</b>		<b>2.963,2 M</b>	<b>2.673,9 M</b>	<b>▲10,8%</b>	<b>8.697,6 M</b>	<b>7.733,7 M</b>	<b>▲12,5%</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.

<sup>3</sup> O Parque Shopping Maceió iniciou suas operações em Novembro de 2013.

#### Shopping centers consolidados mantêm forte crescimento

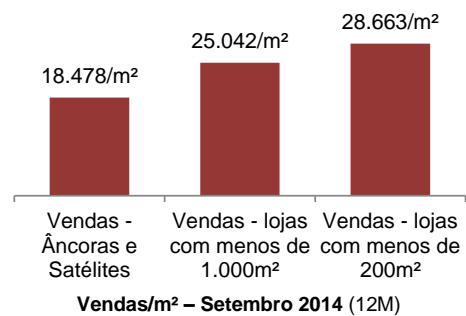
Os cinco shopping centers da Multiplan há mais de 30 anos em operação registraram um crescimento combinado de vendas de 8,4% no 3T14, ou 9,5% no 9M14, comparado ao mesmo período no ano anterior. O MorumbiShopping, fortalecido por uma bem sucedida reformulação de seu mix de lojistas, e o RibeirãoShopping, beneficiado pelas expansões VII e VIII, foram os principais destaques com crescimento nas vendas de 15,0% e 11,7% no 3T14, respectivamente. O crescimento combinado poderia ter sido ainda mais forte, não fosse por um grande lojista que temporariamente passa por uma revitalização em preparação para a temporada de Natal.

Crescimento de 30,0% no 3T14 nas vendas dos três shopping centers inaugurados em 2012

O VillageMall, JundiaíShopping, e ParkShoppingCampoGrande, inaugurados durante o 4T12, avançaram no trimestre com um forte aumento de vendas de 66,6%, 16,1% e 10,9%, respectivamente. O crescimento combinado de 30,0% foi liderado pelo VillageMall, que continua a se beneficiar da abertura de novas lojas, aumento de produtividade e incremento no fluxo de consumidores.

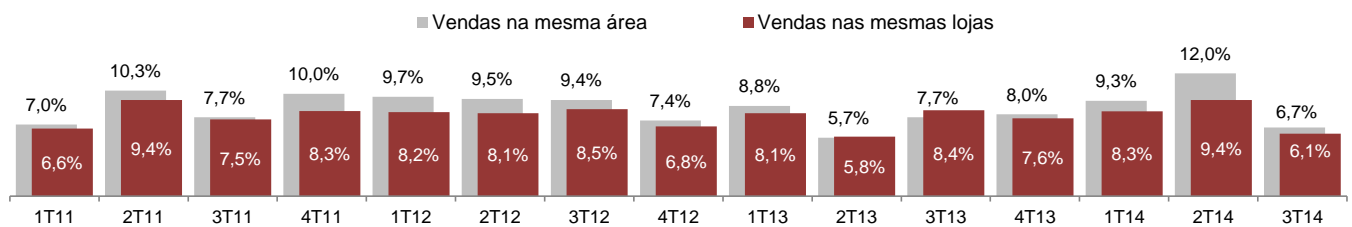
#### Comparativo de Vendas/m<sup>2</sup>

Nos últimos 12 meses, as vendas do portfólio foram de R\$18.478/m<sup>2</sup>. Lojas com menos de 1.000 m<sup>2</sup> registraram vendas de R\$25.042/m<sup>2</sup>, enquanto que o maior número de lojistas, com espaços menores do que 200 m<sup>2</sup>, apresentaram vendas de R\$28.663/m<sup>2</sup>.



#### Vendas na Mesma Área (SAS) aumentam 6,7% no 3T14

O desempenho dos índices de Vendas na Mesma Área (SAS) e Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) refletiu um cenário mais desafiador no terceiro trimestre, impactado pelas rodadas finais da Copa do Mundo FIFA, assim como pelo retorno antecipado das férias escolares. O SAS aumentou 6,7% e o SSS cresceu 6,1% no 3T14. O período de nove meses mostra o forte desempenho de vendas no acumulado do ano. O SAS expandiu 9,1% no 9M14, enquanto o SSS cresceu 8,4%. A diferença entre os indicadores, que aponta uma superioridade do SAS, denota os impactos positivos das mudanças de mix nos últimos 12 meses, assim como a rápida consolidação dos shopping centers mais novos.



Evolução das Vendas na Mesma Área (SAS) e Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) - ano/ano

#### SSS cresce 10,2% no segmento de Alimentação & Áreas Gourmet

As Vendas nas Mesmas Lojas de operações satélites aumentaram 7,3% no 3T14, impulsionadas por Alimentação & Áreas Gourmet, que registraram um forte desempenho ao longo do ano. O resultado foi seguido pelo aumento de 9,6% no segmento de Artigos Diversos e 7,5% para as operações de Vestuário.

SSS	3T14 x 3T13			9M14 x 9M13		
	Âncora	Satélite	Total	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	▲10,2%	▲10,2%	-	▲12,0%	▲12,0%
Vestuário	▲2,9%	▲7,5%	▲6,4%	▲8,8%	▲7,5%	▲7,8%
Artigos do Lar & Escritório	▼11,5%	▼3,5%	▼5,9%	▲3,2%	▲3,8%	▲3,6%
Artigos diversos	▲1,4%	▲9,6%	▲7,2%	▲3,4%	▲12,4%	▲9,6%
Serviços	▼10,7%	▼0,1%	▼3,8%	▼0,2%	▲0,9%	▲1,1%
<b>Total</b>	<b>▲1,7%</b>	<b>▲7,3%</b>	<b>▲6,1%</b>	<b>▲5,5%</b>	<b>▲9,0%</b>	<b>▲8,4%</b>

#### Abertura do crescimento de SSS

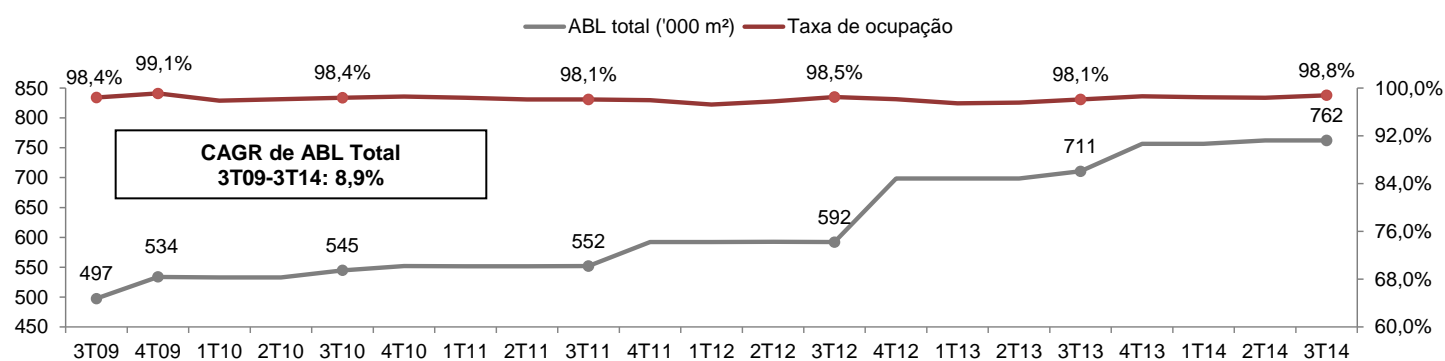
O SSS das lojas âncoras para o segmento de Artigos do Lar & Escritório aumentou 3,2% nos 9M14, considerando uma queda de 11,5% no 3T14, em função da antecipação de vendas no 2T14 para eletrônicos, principalmente televisores, relacionados à Copa do Mundo FIFA. No 9M14, as lojas âncoras apresentaram crescimento de 5,5%.

### 3.2 Indicadores Operacionais

#### Maior taxa de ocupação nos últimos cinco anos

A taxa de ocupação média nos shopping centers foi de 98,8% no 3T14, 70 p.b. maior que os 98,1% do 3T13, apesar da adição de três expansões – Expansões VII e VIII do RibeirãoShopping e Expansão VII do BarraShopping, e um novo shopping center, o Parque Shopping Maceió. Esta é a maior taxa de ocupação desde a taxa recorde de 99,1% no 4T09, uma marca importante quando considerada a adição de 228,7 mil m<sup>2</sup> de ABL. Atualmente, dos dezoito shopping centers do portfólio, dois deles estão completamente ocupados e nove possuem uma taxa de ocupação superior a 99%. Considerando apenas shoppings com mais de cinco anos, a taxa de ocupação seria de 99,5%.

A alta taxa de ocupação é uma indicação da atratividade do portfólio da Multiplan e de oportunidades de crescimento futuro. Destaque para o ParkShopping e JundiaíShopping, que mostraram um significativo crescimento de 80p.b. e 170p.b., respectivamente, comparados com o 2T14, atingindo 99,7% e 98,3% no 3T14.

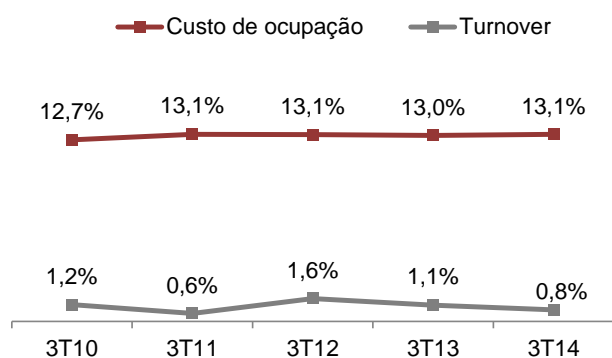


ABL total de shopping centers e evolução da taxa de ocupação: 3T09 – 3T14

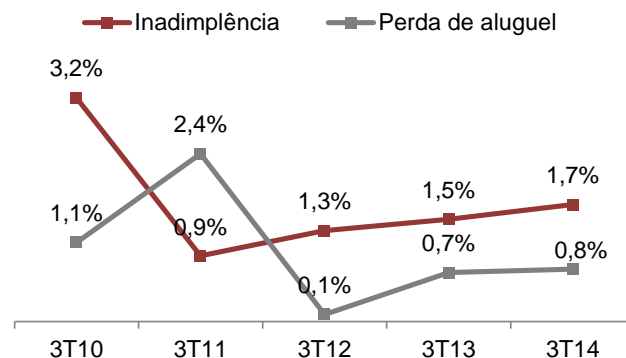
#### Custo de ocupação: em linha

O custo de ocupação no 3T14 foi de 13,1%, em linha com os três terceiros trimestres anteriores. O *turnover*, medido pelo percentual da ABL, caiu de 1,1% no 3T13 para 0,8% no 3T14.

Os shopping centers da Multiplan registraram uma taxa de inadimplência (atraso no pagamento de aluguel superior a 25 dias), de 1,7% no 3T14 comparado a 1,5% no 3T13. A perda de aluguel atingiu 0,8%, permanecendo em um dos mais baixos patamares no histórico da companhia.



Turnover histórico e custo de ocupação: 3T10-3T14

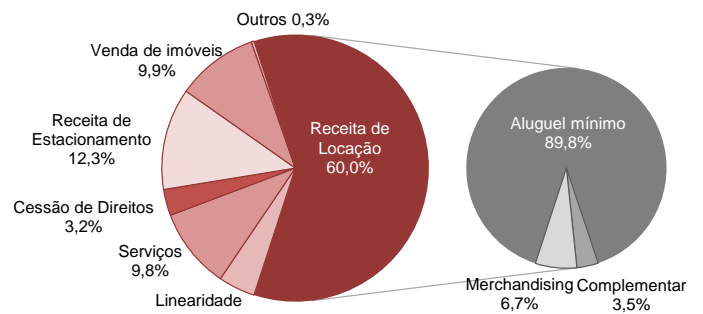


Histórico de inadimplência e perda de aluguel: 3T10-3T14

#### 4. Receita Bruta

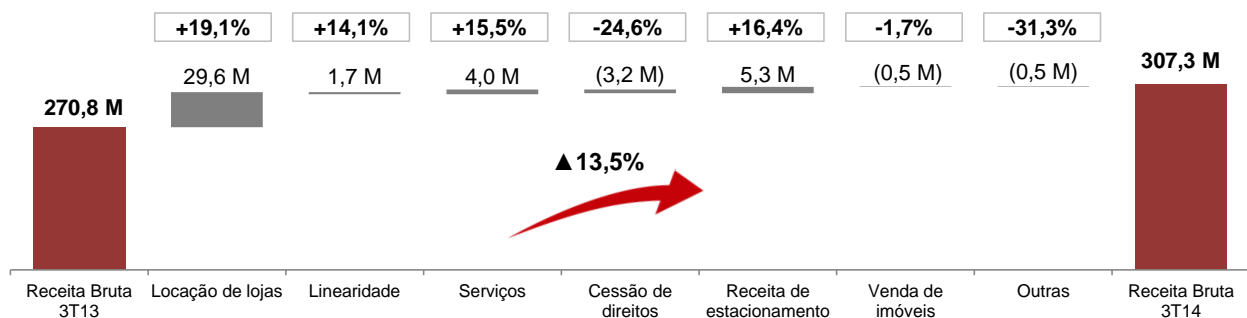
*Receita bruta cresce 13,5% no 3T14*

A receita bruta atingiu R\$307,3 milhões no 3T14, um aumento de 13,5% sobre o 3T13. As maiores contribuições vieram das receitas de locação e estacionamento, que cresceram 19,1% e 16,4%, respectivamente. Estas linhas somadas representam 72,4% da receita bruta do 3T14, um aumento de participação quando comparado aos 69,2% registrados no 3T13. A receita de locação é composta pelo aluguel mínimo, merchandising e complementar, que representa 89,8%, 6,7% e 3,5%, respectivamente.



**Detalhamento da Receita Bruta – 3T14**

No 9M14, a receita bruta aumentou 14,1% para R\$889,5 milhões, impulsionada pela receita de locação (+16,5%), receita de serviços (+15,0%), receita de estacionamento (+19,5%) e receita de venda de imóveis (+18,3%).



**Abertura da receita bruta do 3T14 (A/A) (R\$)**

## 5. Resultados da Participação em Propriedades

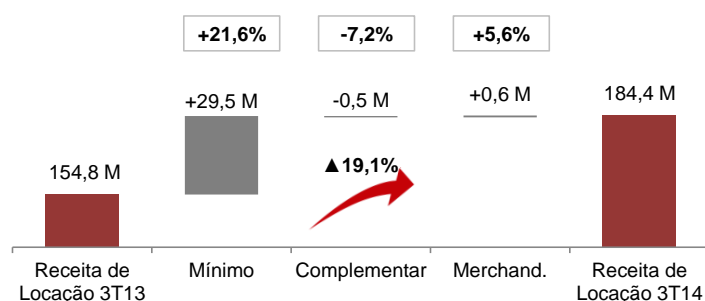
### 5.1 Receita de Locação

Receita de locação aumenta 19,1% para R\$184,4 milhões no 3T14

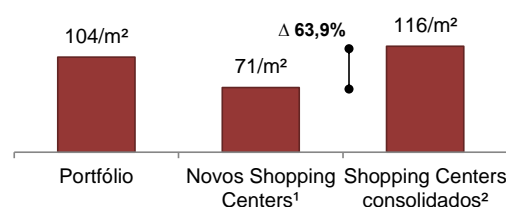
A receita de locação atingiu R\$184,4 milhões no 3T14, um crescimento de 19,1% quando comparado ao 3T13. No 9M14, a receita de locação aumentou 16,5% para R\$538,6 milhões.

Os alugueis mínimo e complementar cresceram em conjunto 20,3% no 3T14, para R\$172,1 milhões, com a conversão de parte do aluguel complementar para aluguel mínimo.

A receita de merchandising foi de R\$12,3 milhões no 3T14, 5,6% maior do que o mesmo período do ano anterior. Se considerado o efeito da linearidade, que somou R\$13,7 milhões no trimestre, o aumento da receita de locação seria de 18,8% (3T14/3T13). É válido mencionar que o efeito da linearidade não representa uma entrada de caixa.



Abertura da receita de locação no 3T14 (A/A) (R\$)



Receita de locação por m²/mês no 3T14 (R\$)

<sup>1</sup>Shopping centers em operação há mais de 5 anos.

<sup>2</sup>Shopping centers em operação há menos de 5 anos

#### Novos shopping centers: no caminho certo

A receita de locação do portfólio da Multiplan atingiu R\$104/m² por mês no 3T14, ou R\$106/m² por mês no 9M14. Para o portfólio consolidado (shoppings operando há mais de cinco anos), a receita mensal foi de R\$116/m² no trimestre, ou R\$114/m² no período de nove meses, representando um potencial de crescimento significativo dos novos shopping centers (menos de cinco anos em operação), que registraram uma receita de locação mensal de R\$71/m² no 3T14 e no 9M14.

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

### Receita de locação do VillageMall aumenta 52,7% no 3T14

O desempenho do VillageMall foi positivamente impactado pelo crescimento de vendas e pela abertura de novas lojas ao longo de 2014. A receita de locação acelerou 52,7% para R\$9,1 milhões no 3T14, o mesmo valor registrado no 4T13, quando os lojistas pagam aluguel dobrado no mês de dezembro. No 9M14, a receita de locação do shopping center alcançou R\$24,0 milhões, 33,2% acima do 9M13.

Shopping centers há mais de 30 anos em operação, que representaram 46,3% da receita de locação total, registraram um crescimento combinado de 10,8% no 3T14. O RibeirãoShopping e o BarraShopping, impulsionados por recentes expansões, apresentaram um aumento de receita de locação de 23,1% e 14,6% no 3T14, ou 26,0% e 12,1% no 9M14, respectivamente. O MorumbiShopping segue colhendo os frutos de uma recente melhoria do mix de lojistas, e registrou um crescimento de receita de locação de 10,2% no trimestre, e 11,8% no 9M14.

O ParkShoppingSãoCaetano, PátioSavassi e o BarraShoppingSul também foram destaques, com crescimentos de dois-dígitos no 3T14, de 13,4%, 13,1% e 10,1%, respectivamente.

Receita de Locação (R\$)	Abertura	3T14	3T13	Var.%	9M14	9M13	Var.%
BH Shopping	(1979)	17,4 M	17,2 M	▲1,2%	52,5 M	52,9 M	▼0,7%
RibeirãoShopping	(1981)	11,3 M	9,2 M	▲23,1%	33,4 M	26,5 M	▲26,0%
BarraShopping	(1981)	22,4 M	19,5 M	▲14,6%	64,1 M	57,2 M	▲12,1%
MorumbiShopping	(1982)	22,8 M	20,7 M	▲10,2%	70,1 M	62,7 M	▲11,8%
ParkShopping	(1983)	11,5 M	10,5 M	▲10,2%	33,5 M	31,1 M	▲7,8%
DiamondMall	(1996)	9,6 M	8,7 M	▲9,8%	28,1 M	26,2 M	▲7,1%
New York City Center	(1999)	1,8 M	1,9 M	▼7,7%	5,1 M	5,4 M	▼5,3%
Shopping Anália Franco	(1999)	5,9 M	5,5 M	▲7,0%	17,6 M	16,5 M	▲6,8%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	11,2 M	10,8 M	▲4,1%	33,3 M	32,1 M	▲4,0%
Pátio Savassi	(2004) <sup>1</sup>	6,4 M	5,6 M	▲13,1%	18,2 M	16,8 M	▲8,3%
Shopping Santa Úrsula	(1999) <sup>2</sup>	1,4 M	1,5 M	▼9,6%	4,0 M	4,3 M	▼5,8%
BarraShoppingSul	(2008)	12,1 M	11,0 M	▲10,1%	35,7 M	33,0 M	▲8,4%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	4,4 M	4,2 M	▲5,4%	13,5 M	13,0 M	▲3,9%
ParkShoppingSãoCaetano	(2011)	9,6 M	8,5 M	▲13,4%	29,0 M	25,3 M	▲14,9%
JundiaíShopping	(2012)	6,8 M	6,8 M	▲0,2%	20,1 M	19,5 M	▲3,0%
ParkShoppingCampoGrande	(2012)	7,1 M	7,3 M	▼2,9%	21,9 M	22,0 M	▼0,1%
VillageMall	(2012)	9,1 M	5,9 M	▲52,7%	24,0 M	18,0 M	▲33,2%
Parque Shopping Maceió	(2013) <sup>3</sup>	2,7 M	-	n.d.	7,4 M	-	n.d.
Morumbi Corporate	(2013) <sup>4</sup>	11,1 M	-	n.d.	26,8 M	-	n.d.
<b>Subtotal</b>		<b>184,4 M</b>	<b>154,8 M</b>	<b>▲19,1%</b>	<b>538,6 M</b>	<b>462,4 M</b>	<b>▲16,5%</b>
Efeito da linearidade		13,7 M	12,0 M	▲14,1%	31,7 M	30,6 M	▲3,9%
<b>Total</b>		<b>198,2 M</b>	<b>166,844 M</b>	<b>▲18,8%</b>	<b>570,4 M</b>	<b>492,9 M</b>	<b>▲15,7%</b>

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

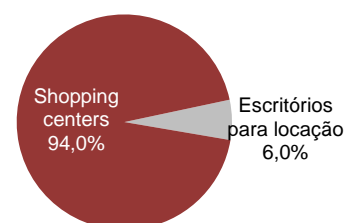
<sup>2</sup> O Shopping Santa Úrsula iniciou suas operações em 1999, e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

<sup>3</sup> O Parque Shopping Maceió iniciou suas operações em novembro de 2013.

<sup>4</sup> O Morumbi Corporate foi concluído em setembro de 2013.

### Receita de locação de escritórios de R\$11,1 milhões, um crescimento de 10% sobre o 2T14

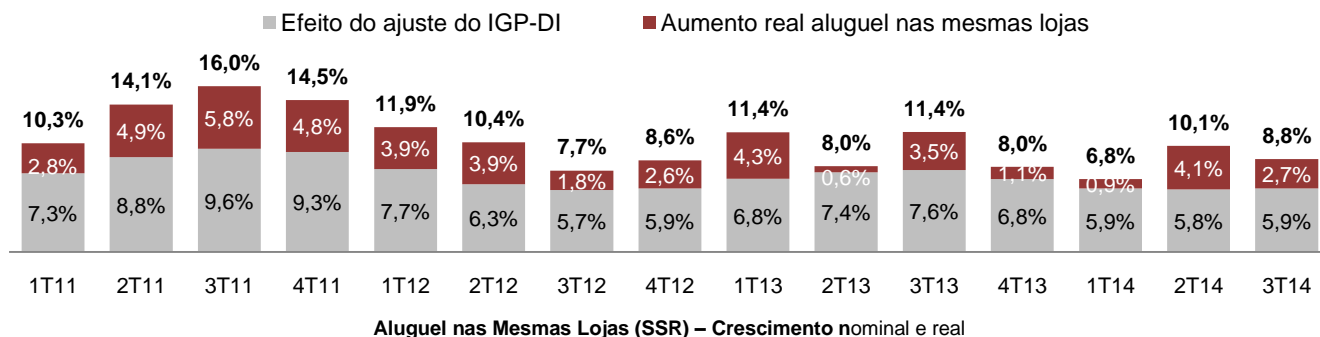
O Morumbi Corporate, complexo com duas torres de escritório localizado em frente ao MorumbiShopping, contribuiu com R\$11,1 milhões em receita de locação no 3T14. No 9M14, o projeto somou R\$26,8 milhões em receita de locação, e o complexo conta com 67,0% de sua área locada. As torres são conectadas através da *Plaza Gourmet*, um espaço interno central que reúne quatro restaurantes conceituados, cafeteria e uma bombonière.



Abertura da receita de locação - 3T14

Aluguel nas Mesmas Lojas aumentam 8,8% no 3T14, com crescimento real de 2,7%

O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) aumentou 8,8% no 3T14, sobre um crescimento já forte de 11,4% alcançado no 3T13. Considerando o efeito de ajuste dos contratos de locação pelo IGP-DI, de 5,9%, o crescimento real no trimestre foi de 2,7%. O Aluguel na Mesma Área (SAR) subiu 7,8% no 3T14. No 9M14, o SSR cresceu 8,5%, e o SAR aumentou 7,1%.



## 5.2 Receita de Estacionamento

Receita de estacionamento atinge R\$37,9 milhões no 3T14, um aumento de 16,4%

Como resultado da combinação do incremento no fluxo de veículos via consolidação de novos shopping centers, do aumento do número de vagas através de novas áreas, e de períodos mais longos de permanência dos consumidores, a receita de estacionamento registrou um crescimento de 16,4% no 3T14, para R\$37,9 milhões. No 9M14, a receita de estacionamento aumentou 19,5% para R\$111,9 milhões, comparado ao mesmo período do ano anterior.

## 5.3 Despesa de Shopping Center e de Escritórios

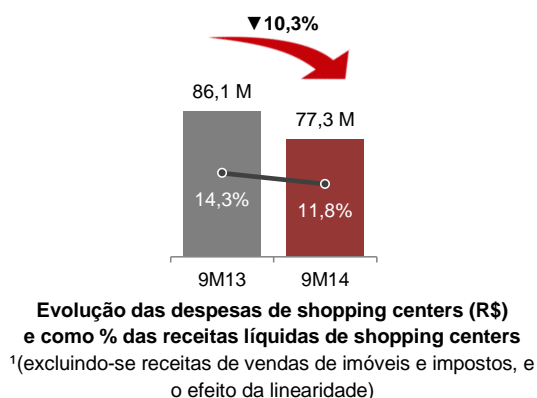
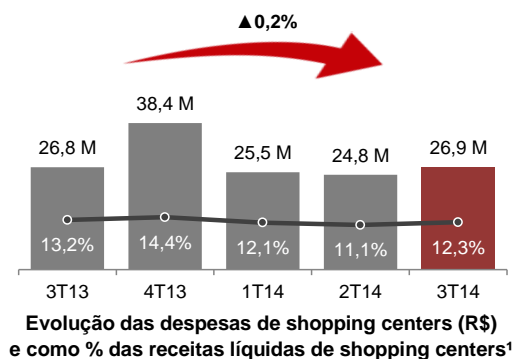
Despesas de shopping center inalteradas no 3T14

As despesas de shopping center somaram R\$26,9 milhões no 3T14, praticamente inalteradas em comparação ao 3T13, de R\$26,8 milhões, apesar da entrega de novos projetos. Como percentual da receita líquida de shopping centers, as despesas atingiram 12,3% no 3T14, 94 p.b. melhores do que no 3T13.

Os valores temporariamente altos de taxa de corretagem e despesa de condomínio, registrados no ano passado, apresentaram queda e a Multiplan acredita que as novas operações, ao se consolidarem, deverão continuar melhorando as margens e convergir para as dos shopping centers consolidados.

No 9M14, as despesas de shopping center foram de R\$77,3 milhões, uma queda de 10,3% comparado ao 9M13. Como percentual da receita líquida de shopping centers, as despesas de shopping representaram 11,8% nos nove meses, 252 p.b. melhores do que o 9M13.

As despesas relacionadas às torres para locação somaram R\$3,8 milhões no 3T14 e R\$9,7 milhões no 9M14. O Morumbi Corporate têm 67,0% de sua ABL locada, e conforme a sua ocupação evolui, as margens operacionais deverão aumentar.



## 5.5 Resultado Operacional Líquido (NOI)

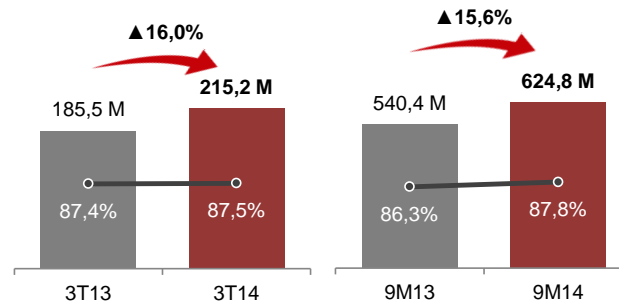
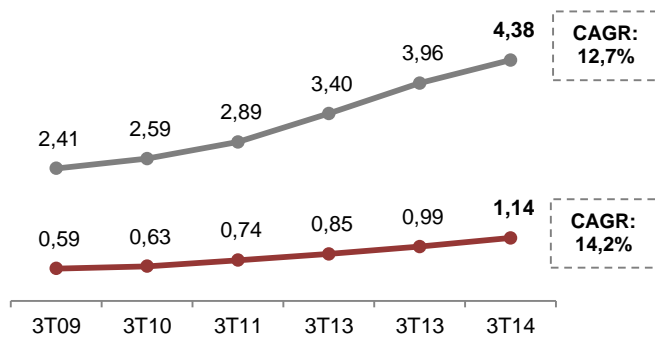
NOI + Cessão de Direitos aumenta 16,0% no 3T14, com margem de 87,5%

A Multiplan registrou um Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$215,2 milhões no 3T14, 16,0% superior ao resultado do 3T13. No mesmo período, a margem NOI + Cessão de Direito atingiu 87,5%, em linha com a margem registrada no 3T13, de 87,4%.

Cálculo do NOI (R\$)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
Receita de locação	184,4 M	154,8 M	▲ 21,6%	538,6 M	462,4 M	▲ 15,2%
Linearidade	13,7 M	12,0 M	▼ 26,9%	31,7 M	30,6 M	▼ 3,0%
Receita de estacionamento	37,9 M	32,5 M	▲ 25,0%	111,9 M	93,6 M	▲ 21,2%
<b>Receita operacional</b>	<b>236,1 M</b>	<b>199,4 M</b>	<b>▲ 18,4%</b>	<b>682,3 M</b>	<b>586,6 M</b>	<b>▲ 16,3%</b>
Despesas de shopping centers	(26,9 M)	(26,8 M)	▼ 27,8%	(77,3 M)	(86,1 M)	▼ 15,0%
Despesas com torres para locação	(3,8 M)	-	n.d.	(9,7 M)	-	n.d.
<b>NOI</b>	<b>205,4 M</b>	<b>172,5 M</b>	<b>▲ 19,1%</b>	<b>595,3 M</b>	<b>500,5 M</b>	<b>▲ 18,9%</b>
Margem NOI	87,0%	86,5%	▲ 48 p.b.	87,2%	85,3%	▲ 193 p.b.
Cessão de direitos	9,8 M	13,0 M	▼ 33,0%	29,5 M	39,9 M	▼ 26,8%
Receita operacional + CD	245,8 M	212,3 M	▲ 15,8%	711,8 M	626,5 M	▲ 13,6%
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>215,2 M</b>	<b>185,5 M</b>	<b>▲ 16,0%</b>	<b>624,8 M</b>	<b>540,4 M</b>	<b>▲ 15,6%</b>
Margem NOI + Cessão de direitos	87,5%	87,4%	▲ 17 p.b.	87,8%	86,3%	▲ 152 p.b.

No 9M14, o NOI + Cessão de Direito aumentou 15,6% comparado ao 9M13, para R\$624,8 milhões, com margem de 87,8%, 152 p.b. acima do 9M13.

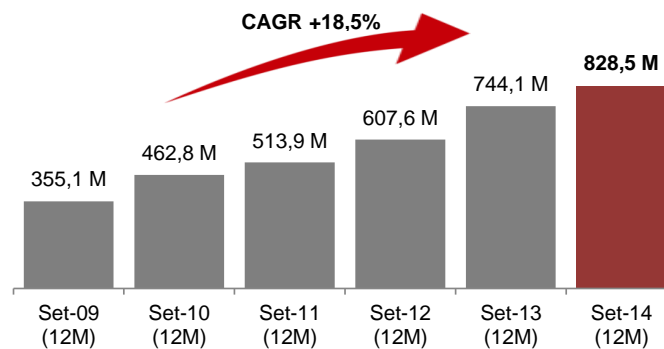
O NOI + Cessão de Direitos por ação alcançou R\$1,14 no 3T14, equivalente a uma forte taxa de crescimento anual médio ponderado (CAGR) nos últimos cinco anos de 14,2%. Nos últimos 12 meses, o NOI + Cessão de Direitos por ação foi de R\$4,38, representando um CAGR de cinco anos de 12,7%.



—●— NOI + Cessão de direitos por ação  
 —●— NOI + Cessão de direitos por ação (12M)

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

\*Ações em circulação, ajustadas pelas ações em tesouraria



**NOI + Cessão de Direitos (R\$)**

## 6. Resultados da Administração de Shopping Centers

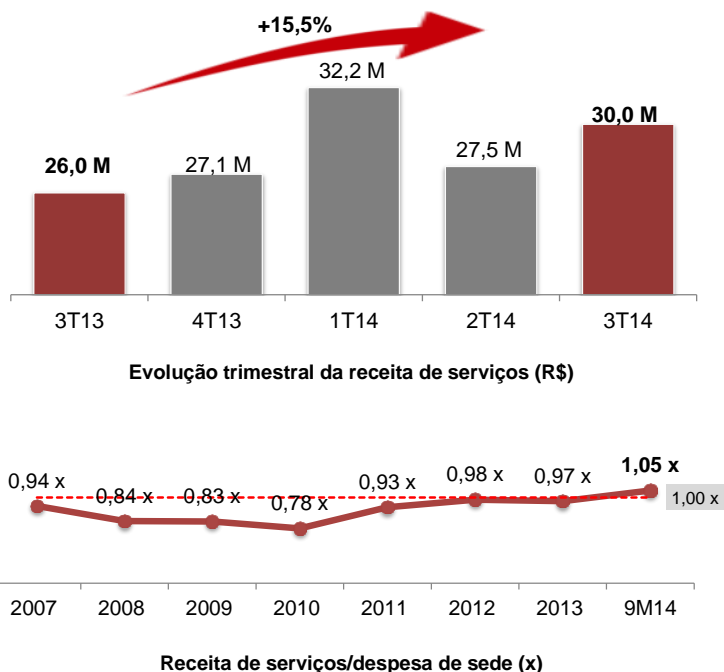
### 6.1 Receita de Serviços

*Receita de Serviços cobre todas as despesas de Sede no 3T14 e 9M14*

A receita de serviços - composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, de corretagem e de transferência – apresentou um aumento de 15,5% no 3T14 e foi equivalente a 101,7% da despesa de sede do 3T14.

As maiores contribuições para o aumento da receita de serviços no 3T14 foram (i) o acréscimo de 25,5% na taxa de administração de shopping e (ii) um crescimento de 36,8% na receita de corretagem.

Na comparação dos primeiros nove meses de 2014, a receita de serviços aumentou 15,0% quando comparado ao 9M13, sendo equivalente a 104,8% das despesas gerais e administrativas (sede) no mesmo período, mostrando que essa linha de receita cobriu todas as despesas.



### 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

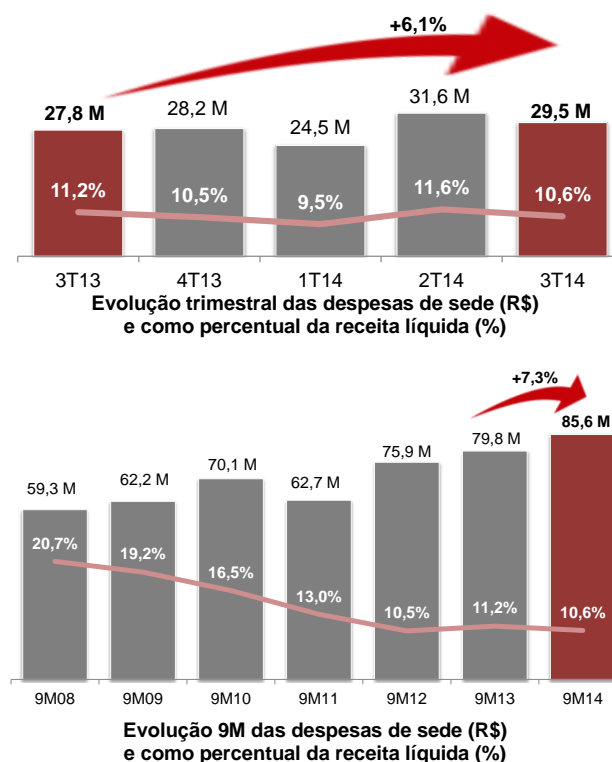
*Despesas de sede continuam a ser diluídas*

No 3T14, as despesas de sede aumentaram 6,1% quando comparadas com o mesmo período do ano anterior, devido principalmente ao aumento das despesas com pessoal, que foram compensadas parcialmente pela redução de despesas com serviços e viagens (-28,3%).

Como percentual da receita líquida, as despesas de sede melhoraram 58 p.b., de 11,2% no 3T13, para 10,6% no 3T14.

A despesa de sede como percentual da receita líquida foi de 11,2% no 9M13, caindo para 10,6% no 9M14, alcançando R\$85,6 milhões, 7,3% maior do que no 9M13.

Nos primeiros nove meses de 2014, a companhia alcançou um dos mais baixos patamares históricos (sede como percentual da receita líquida) desde o IPO, dado o controle das despesas e o ganho de escala gerado pelo crescimento orgânico e pelas novas áreas.



## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

### 7.1 Receita de Cessão de Direitos

Receita de cessão de direitos soma R\$29,5 milhões no 9M14

A apropriação de receita de cessão de direitos caiu 24,6% no 3T14 para R\$9,8 milhões, impactada pelo BarraShoppingSul que completou cinco anos de operação (período de apropriação da maioria dos contratos), parcialmente compensada pela receita de cessão de direitos do Parque Shopping Maceió, entregue no 4T13, e duas expansões (RibeirãoShopping Exp. VIII e BarraShopping Exp. VII) entregues no 4T13 e 2T14, respectivamente.

Receita de Cessão de Direitos (R\$)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
Operacional (Recorrente)	1,0 M	2,0 M	▼51,9%	2,2 M	5,8 M	▼61,2%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não recorrente)	8,8 M	11,0 M	▼19,6%	27,3 M	34,2 M	▼20,1%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>9,8 M</b>	<b>13,0 M</b>	<b>▼24,6%</b>	<b>29,5 M</b>	<b>39,9 M</b>	<b>▼26,1%</b>

### 7.2 Despesas com Novos Projetos para Locação

Queda de 39,2% nas despesas com novos projetos para locação no 3T14

No 3T14 as despesas com novos projetos para locação atingiram R\$2,4 milhões, uma queda de 39,2% quando comparado aos R\$3,9 milhões no 3T13. No 3T14, as despesas com novos projetos para locação foram compostas principalmente pelos desembolsos com projetos futuros de shopping center e a abertura da sétima expansão do BarraShopping. Essas despesas ocorrem principalmente nas fases de planejamento, lançamento e entrega de 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 formar o mix mais apropriado para cada projeto.

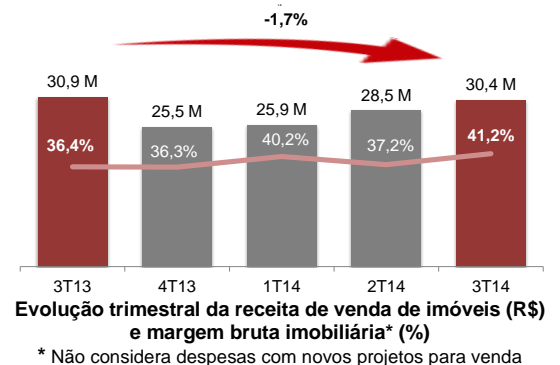


## 8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

### 8.1 Receita de Venda de Imóveis

#### Receitas consistentes e altas margens

A Multiplan reportou uma receita de venda de imóveis de R\$30,4 milhões no 2T14, 1,7% menor do que no 3T13. A apropriação da receita de venda de imóveis, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), foi composta principalmente pela apropriação de receitas dos projetos do complexo BarraShoppingSul, que inclui o prédio comercial Diamond Tower (97,0% vendido) e o residencial Résidence du Lac (100,0% vendido), ambos com previsão de conclusão das obras no 4T14.

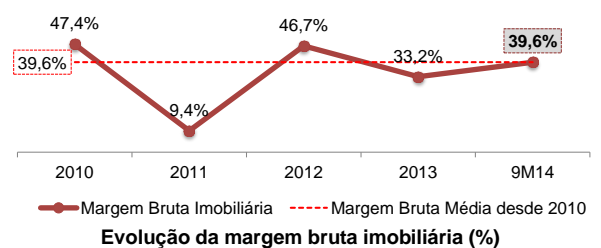


### 8.2 Custo de Imóveis Vendidos

#### Próximo da conclusão

Durante o 3T14, a Companhia registrou um custo de imóveis vendidos de R\$17,9 milhões, em linha com a evolução da construção e composta principalmente por custos com os projetos imobiliários localizados no complexo BarraShoppingSul.

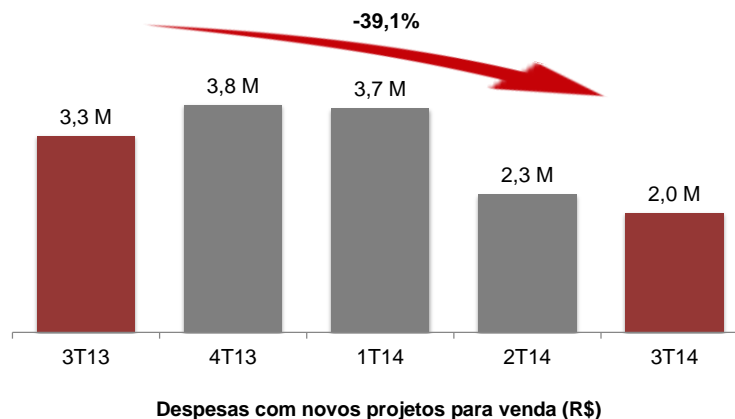
Além disso, a margem bruta imobiliária avançou 480 p.b., aumentando de 36,4% no 3T13, para 41,2% no 3T14. Nos primeiros nove meses de 2014, a margem bruta atingiu 39,6%, em linha com a margem média dos últimos cinco anos.



### 8.3 Despesas com Novos Projetos para Venda

Despesas com novos projetos para a venda alcançam R\$2,0 milhões no 3T14, com queda de 39,1%

As despesas com novos projetos para venda foram reduzidas para R\$2,0 milhões no 3T14, comparadas com R\$3,3 milhões no 3T13. No 3T14, as despesas com novos projetos para venda foram compostas principalmente por (i) despesas com corretagem, (ii) impostos sobre propriedades (“IPTU”) dos terrenos em estoque e (iii) despesas com projetos futuros ainda não anunciados.



## 9. Resultados Financeiros

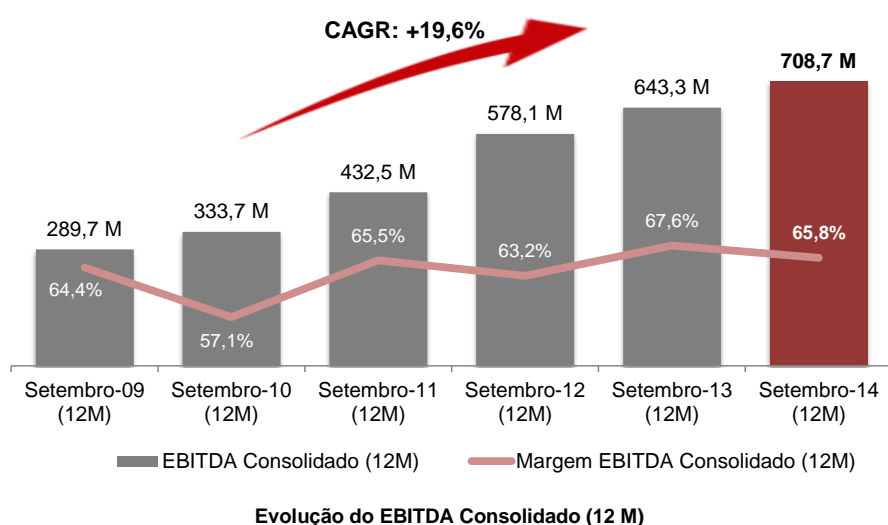
### 9.1 EBITDA

EBITDA Consolidado cresce 13,9% no 3T14 para R\$186,3 milhões, enquanto a margem aumenta 117 p.b.

O EBITDA Consolidado aumentou 13,9% no 3T14, quando comparado com o 3T13, impactado positivamente pelo (i) crescimento de dois dígitos da receita líquida (+11,9%), (ii) queda de 39,1% nas despesas com novos projetos e (iii) estabilidade das despesas de shopping centers, apesar do crescimento de 5,4% da ABL própria, resultando num aumento de 117 p.b. na margem quando comparada com o 3T13, subindo de 65,8%, no 3T13, para 67,0% no 3T14. Nos primeiros nove meses de 2014, o EBITDA Consolidado apresentou um aumento para 70,5%, ante 66,5%, e um crescimento robusto de 20,8%, para R\$569,9 milhões.

EBITDA Consolidado (R\$)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>278,2 M</b>	<b>248,7 M</b>	<b>▲11,9%</b>	<b>807,9 M</b>	<b>709,6 M</b>	<b>▲13,8%</b>
Despesas de sede	(29,5 M)	(27,8 M)	▲6,1%	(85,6 M)	(79,8 M)	▲7,3%
Despesas com opções de ações	(4,0 M)	(3,1 M)	▲32,1%	(10,7 M)	(7,8 M)	▲36,4%
Despesas de shopping centers	(26,9 M)	(26,8 M)	▲0,2%	(77,3 M)	(86,1 M)	▼10,3%
Despesas com escritórios para locação	(3,8 M)	-	na	(9,7 M)	-	na
Despesas com novos projetos para locação	(2,4 M)	(3,9 M)	▼39,2%	(11,2 M)	(9,8 M)	▲14,7%
Despesas com novos projetos para venda	(2,0 M)	(3,3 M)	▼39,1%	(8,0 M)	(8,6 M)	▼6,7%
Custo de imóveis vendidos	(17,9 M)	(19,7 M)	▼9,1%	(51,3 M)	(48,7 M)	▲5,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(0,7 M)	0,5 M	n.d.	10,7 M	(0,2 M)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(4,7 M)	(0,9 M)	▲400,6%	5,1 M	3,2 M	▲56,4%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>186,3 M</b>	<b>163,6 M</b>	<b>▲13,9%</b>	<b>569,9 M</b>	<b>471,9 M</b>	<b>▲20,8%</b>
<i>Margem EBITDA Consolidado</i>	67,0%	65,8%	▲117 p.b	70,5%	66,5%	▲405 p.b

Nos últimos 12 meses o EBITDA Consolidado atingiu R\$708,7 milhões, equivalente a um CAGR de cinco anos de 19,6%. No mesmo período, a margem EBITDA Consolidado aumentou 143 p.b. quando comparada com setembro de 2009 (acumulado de 12 meses), de 64,4% para 65,8% nos últimos 12 meses.



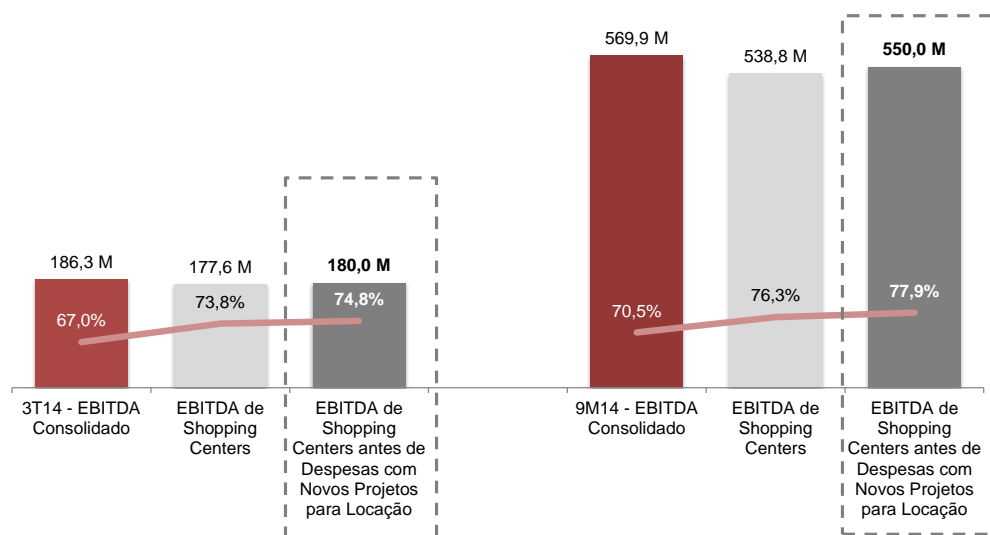
Mesmo com as altas margens de projetos imobiliários para venda, a margem EBITDA Consolidado tende a ser menor do que a margem EBITDA de Shopping Center, como demonstrado na próxima página.

*EBITDA de Shopping Center cresce 10,2% e alcança 73,8% de margem no 3T14*

A Multiplan registrou no 3T14 um sólido crescimento do EBITDA de Shopping Center, impactado positivamente por (i) um aumento (+9,2%) da receita líquida de shopping center, (ii) redução de 39,2% nas despesas de novos projetos para locação e (iii) redução nas despesas de sede e shopping center como um percentual da receita líquida, parcialmente compensados (iv) pelo aumento nas outras despesas operacionais. Como resultado, a margem EBITDA de Shopping Centers subiu de 73,2% no 3T13, para 73,8% no 3T14. No 9M14, a margem EBITDA de Shopping Centers foi ainda maior, aumentando de 73,3%, para 76,3%.

Excluindo as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de Shopping Centers, apenas para fins de análise, a margem aumentaria para 77,9% no 9M14, 307 p.b. maior do que no 9M13.

EBITDA de Shopping Center (R\$)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
<b>Receita Bruta de Shopping Centers <sup>1</sup></b>	<b>265,8 M</b>	<b>239,8 M</b>	<b>▲ 10,8%</b>	<b>777,8 M</b>	<b>707,8 M</b>	<b>▲ 9,9%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(25,2 M)	(19,6 M)	▲ 28,6%	(71,4 M)	(63,5 M)	▲ 12,4%
<b>Receita Líquida</b>	<b>240,6 M</b>	<b>220,2 M</b>	<b>▲ 9,2%</b>	<b>706,5 M</b>	<b>644,4 M</b>	<b>▲ 9,6%</b>
Despesas de sede <sup>2</sup>	(25,5 M)	(24,7 M)	▲ 3,6%	(74,9 M)	(72,5 M)	▲ 3,3%
Despesas com opções de ações <sup>2</sup>	(3,5 M)	(2,7 M)	▲ 29,0%	(9,3 M)	(7,1 M)	▲ 31,3%
Despesas de shopping centers	(26,9 M)	(26,8 M)	▲ 0,2%	(77,3 M)	(86,1 M)	▼ 10,3%
Despesas com novos projetos para locação	(2,4 M)	(3,9 M)	▼ 39,2%	(11,2 M)	(9,8 M)	▲ 14,7%
Outras receitas (despesas) operacionais	(4,7 M)	(0,9 M)	▲ 400,6%	5,1 M	3,2 M	▲ 56,4%
<b>EBITDA de Shopping Centers <sup>3</sup></b>	<b>177,6 M</b>	<b>161,2 M</b>	<b>▲ 10,2%</b>	<b>538,8 M</b>	<b>472,1 M</b>	<b>▲ 14,1%</b>
Margem EBITDA de Shopping Centers	73,8%	73,2%	▲ 63 p.b.	76,3%	73,3%	▲ 300 p.b.
(+) Despesas com novos projetos para locação	2,4 M	3,9 M	▼ 39,2%	11,2 M	9,8 M	▲ 14,7%
<b>EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos <sup>4</sup></b>	<b>180,0 M</b>	<b>165,1 M</b>	<b>▲ 9,0%</b>	<b>550,0 M</b>	<b>481,9 M</b>	<b>▲ 14,1%</b>
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	74,8%	75,0%	▼ 16 p.b.	77,9%	74,8%	▲ 307 p.b.



**EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Center e EBITDA de Shopping Center antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$) e Margens (%)**

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

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

(3) EBITDA de Shopping Center: não considera receitas, impostos, custos e despesas com operações imobiliárias para locação e venda.

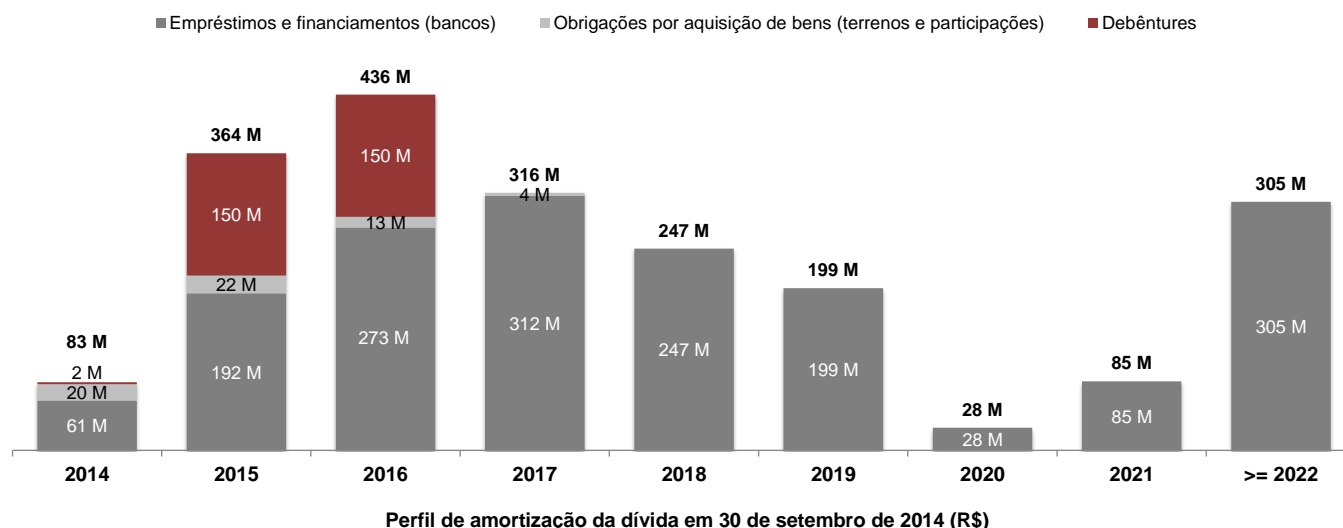
(4) EBITDA de Shopping Center antes de Despesas com Novos Projetos para Locação: mesma metodologia do EBITDA de Shopping Centers, desconsiderando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a projetos que ainda não estão em operação.

## 9.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan encerrou o 3T14 com uma dívida líquida de R\$1.850,5 milhões, comparada com R\$1.929,8 milhões no trimestre anterior. O cenário atual apresenta uma dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,61x, e a dívida líquida é equivalente a 11,7% do valor justo. No 3T14, o saldo entre as receita financeiras e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$42,4 milhões.

Dívida e Caixa (R\$)	30 de setembro de 2014	30 de junho de 2014	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>397,4 M</b>	<b>251,8 M</b>	<b>▲ 57,8%</b>
Empréstimos e financiamentos	207,1 M	200,4 M	▲ 3,3%
Debêntures	152,3 M	10,7 M	▲ 1.320,1%
Obrigações por aquisição de bens	38,0 M	40,7 M	▼ 6,7%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>1.666,1 M</b>	<b>1.873,0 M</b>	<b>▼ 11,0%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.494,7 M	1.543,0 M	▼ 3,1%
Debêntures	150,0 M	300,0 M	▼ 50,0%
Obrigações por aquisição de bens	21,4 M	30,0 M	▼ 28,6%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.063,5 M</b>	<b>2.124,9 M</b>	<b>▼ 2,9%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>213,0 M</b>	<b>195,0 M</b>	<b>▲ 9,2%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.850,5 M</b>	<b>1.929,8 M</b>	<b>▼ 4,1%</b>
<b>Valor Justo das Propriedades para Investimento</b>	<b>15.821,0 M</b>	<b>15.492,0 M</b>	<b>▲ 2,1%</b>

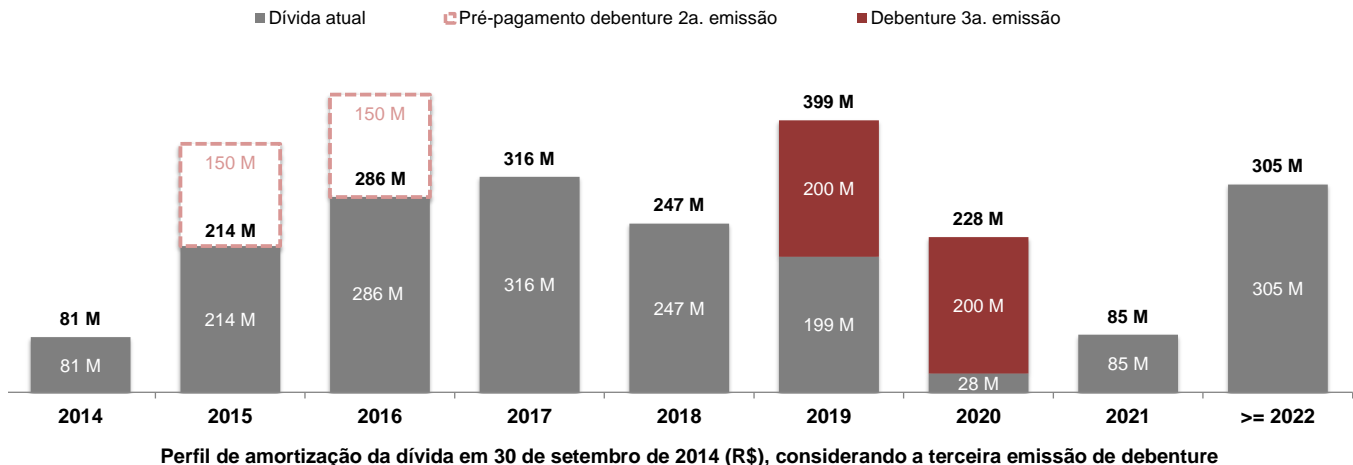
A posição de caixa e equivalentes de caixa no 3T14 foi impactada positivamente em R\$18,0 milhões, devido principalmente às saídas de caixa referentes ao (i) CAPEX de R\$53,3 milhões no período e (ii) amortização de R\$60,5 milhões referente aos empréstimos e financiamentos de curto prazo; que foram completamente compensados pela (iii) geração de caixa operacional.



**Eventos recentes:**

*Emissão de R\$400 milhões em debêntures com prazo de 6 anos e custo de CDI + 0,87% ao ano*

Em outubro de 2014, a Multiplan completou emissão de 40.000 debêntures não conversíveis em ações, equivalentes a R\$400,0 milhões, com prazo de cinco e seis anos. Depois do processo de bookbuilding a companhia reduziu o preço inicial de CDI + 1,00% a.a. para CDI + 0,87% a.a.. Paralelamente, a Multiplan pré-pagou a debenture existente (R\$300,0 milhões), como demonstrado no gráfico, assinada em 2011 e com prazo para 2015/16. Como resultado, a companhia estendeu o prazo de amortização da dívida (como demonstrado abaixo) e reduziu o custo da debenture em 14 p.b., de 1,01% a.a. (segunda emissão debenture) para 0,87% a.a. (terceira emissão de debenture).



*Novo contrato de financiamento de dez anos no valor de R\$100,0 milhões com custo de T.R. + 8,90% ao ano*

Em linha com a política de continuamente avaliar novas alternativas de financiamento, a Multiplan assinou um contrato de financiamento de R\$100,0 milhões, em Outubro de 2014, com custo de T.R. + 8,90% a.a. e 108 amortizações mensais após um ano de carência.

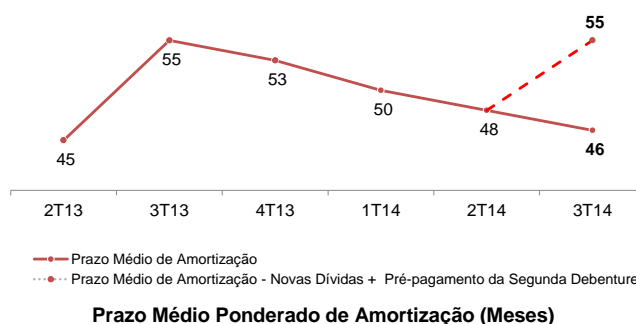
### Desalavancando e alongando o prazo de dívida

Na comparação com 2T14, o aumento do EBITDA dos últimos 12 meses (3,3%) combinado com a queda da dívida líquida (4,1%), contribuiu para reduzir a relação da dívida líquida/EBITDA (12M) de 2,81x em junho de 2014, para 2,61x em setembro de 2014.

O prazo médio ponderado de amortização da Companhia no final do 3T14 era de 46 meses, comparado a 48 meses no final de 2T14. Para fins de análise, considerando o pré-pagamento da segunda debenture, a emissão da terceira debenture e o novo financiamento, o prazo médio ponderado de amortização aumentaria nove meses em setembro de 2014, para 55 meses como mostrado no gráfico abaixo e a direita.

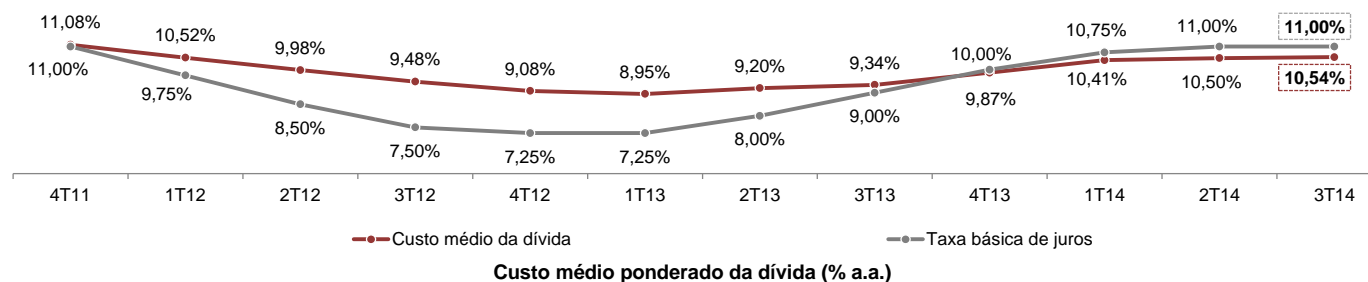
Indicadores Financeiros*	30/09/2014	30/06/2014
Dívida Líquida/EBITDA (12M)	2,61x	2,81x
Dívida Bruta/EBITDA (12M)	2,91x	3,10x
EBITDA/Despesa Financeira (12M)	3,59x	3,82x
Dívida Líquida/Valor Justo	11,7%	12,5%
Dívida Líquida/Patrimônio Líquido	45,9%	48,9%
Prazo Médio de Amortização (Meses)	46	48

\* EBITDA e Despesas Financeiras acumulado nos últimos 12 meses.



### Nos últimos 12 meses o custo de captação da Multiplan permanece abaixo da Selic

O custo médio da dívida da Multiplan permaneceu abaixo da Selic nos últimos quatro trimestres, como consequência da estratégia de financiamento implementada no ano passado, aumentando a participação da dívida bruta indexada à T.R.. Como resultado, nos últimos 12 meses, o custo médio da dívida cresceu 120 p.b. de 9,34% a.a. em setembro de 2013, para 10,54%, em setembro de 2014, enquanto a taxa de juros cresceu 200 p.b., de 9,00% a.a. em setembro 2013, para 11,00% a.a. em setembro de 2014.

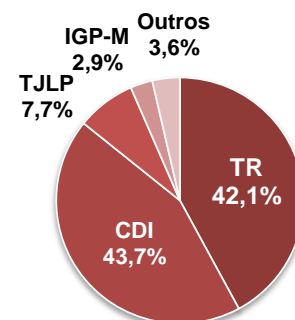


### Indexadores do endividamento em 30 de setembro de 2014

	Desempenho do Indexador	Taxa de Juros Média <sup>1</sup>	Custo Da Dívida	Saldo da Dívida (R\$)
TR <sup>2</sup>	0,76%	9,01%	9,77%	869,4 M
CDI	11,00%	1,03%	12,03%	901, M
TJLP	5,00%	3,23%	8,23%	159, M
IGP-M <sup>2</sup>	3,54%	1,87%	5,41%	59,7 M
IPCA <sup>2</sup>	6,75%	7,62%	14,37%	27,9 M
Outros	0,00%	8,03%	8,03%	46,5 M
<b>Total</b>	<b>5,70%</b>	<b>4,83%</b>	<b>10,54%</b>	<b>2.063,5 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 2014

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

No 9M14, o lucro líquido alcança R\$243,9 milhões, um acréscimo de 7,2%

No 3T14, o lucro líquido foi R\$68,2 milhões, 21,3% menor do que no 3T13, devido principalmente (i) à maior carga tributária, dado a provisão de juros sobre capital próprio no 3T13, que não ocorreu no 3T14, (ii) aumento nas despesas financeiras, devido ao aumento da taxa de juros (mostrado na página anterior) e (iii) aumento da depreciação e amortização, dado a entrega de um shopping, duas expansões e uma torre comercial no 2S13, e uma outra expansão no 2T14. Esse resultado foi parcialmente compensado pelo (iv) aumento da receita líquida (11,9%). Apesar da queda no trimestre, o lucro líquido aumentou 7,2% no 9M14 para R\$243,9 milhões.

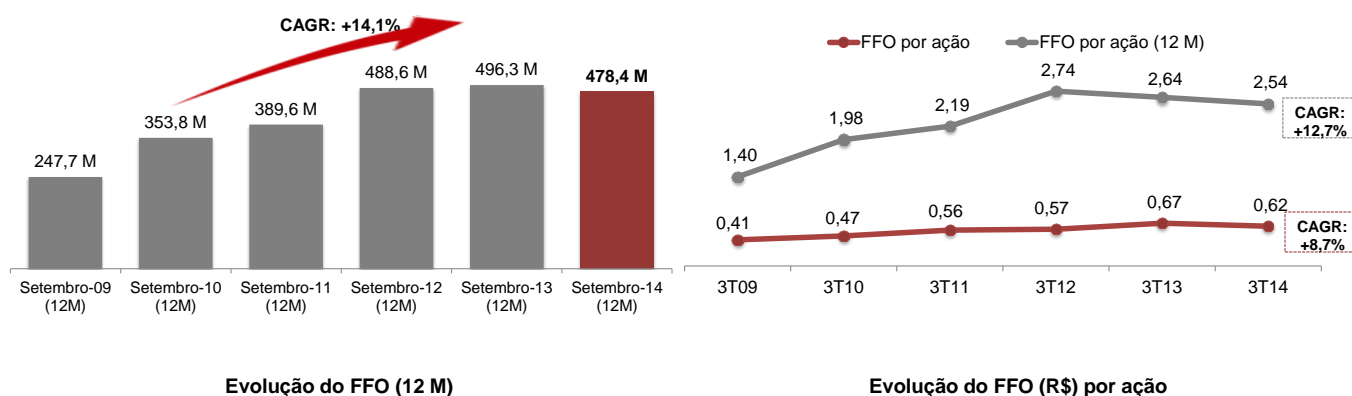
FFO (12 meses) atinge um CAGR de cinco anos de 14,1%

Fluxo de caixa operacional (FFO) que não é afetado por efeitos não caixa (depreciação e imposto diferido) caiu 7,0% no 3T14, dado a maior carga tributária e despesa financeira (mencionado acima), mas aumentou 15,5% nos últimos nove meses, alcançando R\$389,6 milhões.

Cálculo do Lucro Líquido e FFO (R\$)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
Receita líquida	278,2 M	248,7 M	▲ 11,9%	807,9 M	709,6 M	▲ 13,8%
Despesas operacionais	(91,9 M)	(85,0 M)	▲ 8,0%	(238,0 M)	(237,8 M)	▲ 0,1%
Resultado financeiro	(42,4 M)	(18,9 M)	▲ 124,5%	(121,7 M)	(76,9 M)	▲ 58,2%
Depreciação e amortização	(42,0 M)	(31,4 M)	▲ 33,9%	(121,3 M)	(88,8 M)	▲ 36,7%
Imposto de renda e contribuição social	(26,7 M)	(18,7 M)	▲ 43,1%	(58,6 M)	(57,5 M)	▲ 1,9%
Participações minoritárias	0,0 M	(0,0 M)	n.d.	(0,0 M)	(0,0 M)	▼ 49,1%
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>75,2 M</b>	<b>94,7 M</b>	<b>▼ 20,6%</b>	<b>268,3 M</b>	<b>248,7 M</b>	<b>▲ 7,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferido	(7,0 M)	(8,0 M)	▼ 12,7%	(24,4 M)	(21,2 M)	▲ 15,1%
<b>Lucro líquido</b>	<b>68,2 M</b>	<b>86,7 M</b>	<b>▼ 21,3%</b>	<b>243,9 M</b>	<b>227,4 M</b>	<b>▲ 7,2%</b>
Depreciação e amortização	42,0 M	31,4 M	▲ 33,9%	121,3 M	88,8 M	▲ 36,7%
Imposto de renda e contribuição social diferido	7,0 M	8,0 M	▼ 12,7%	24,4 M	21,2 M	▲ 15,1%
<b>Fluxo de caixa operacional</b>	<b>117,2 M</b>	<b>126,0 M</b>	<b>▼ 7,0%</b>	<b>389,6 M</b>	<b>337,4 M</b>	<b>▲ 15,5%</b>
<b>Fluxo de caixa operacional por ação <sup>1</sup></b>	<b>0,62</b>	<b>0,67</b>	<b>▼ 7,3%</b>	<b>2,07</b>	<b>1,80</b>	<b>▲ 15,2%</b>

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

Nos últimos doze meses o FFO alcançou R\$478,4 milhões, representando um CAGR de cinco anos de 14,1%. No mesmo período, o CAGR de cinco anos do FFO por ação (12M) alcançou 12,7%.

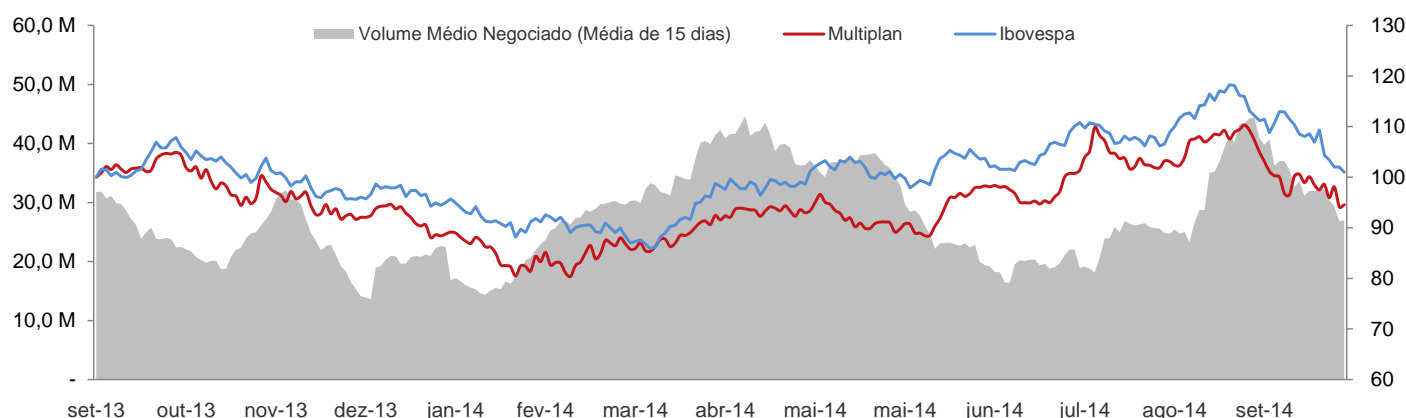
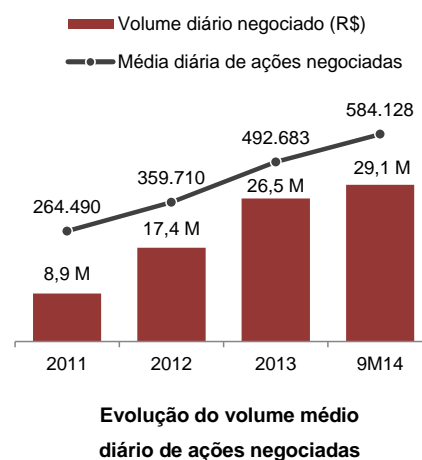


## 10. MULT3 e Mercado de Ações

Média do volume diário negociado de R\$29,1 milhões no 3T14

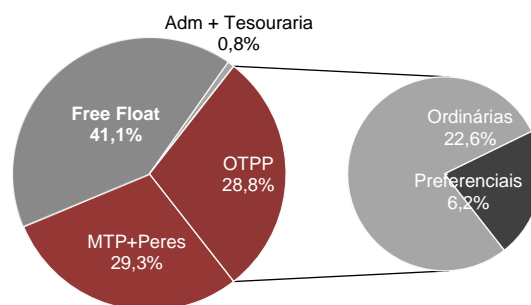
A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o terceiro trimestre de 2014 cotada a R\$50,12/ação, uma redução de 5,4% quando comparada com o fim do 3T13. O volume diário de ações negociadas foi de R\$29,1 milhões no 3T14, mesma média do 9M14, ficando 3,5% acima do 9M13 (R\$27,9 milhões), quando o volume foi impulsionado por uma emissão de *Follow On*. Considerando-se a média diária de ações negociadas no 9M14, houve um aumento de 4,6% sobre o 9M13.

As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: Índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World Emerging 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 Total Return e Market Vectors Brazil Index Price.



Em 30 de setembro de 2014, 29,3% das ações da Companhia eram detidas direta e indiretamente pelo Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 28,8% e o free-float era equivalente a 41,1%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizavam 0,8% das ações em circulação. O total de ações emitidas é de 189.997.214.

MULT3 na BM&FBOVESPA	3T14	3T13	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	54,18	50,65	▲7,0%
Preço de fechamento (R\$)	50,12	53,00	▼5,4%
Volume médio diário negociado (R\$)	29,1M	23,6 M	▲23,3%
Valor de mercado (R\$)	10.294,9 M	9.623,9 M	▲7,0%






**11. Portfólio**

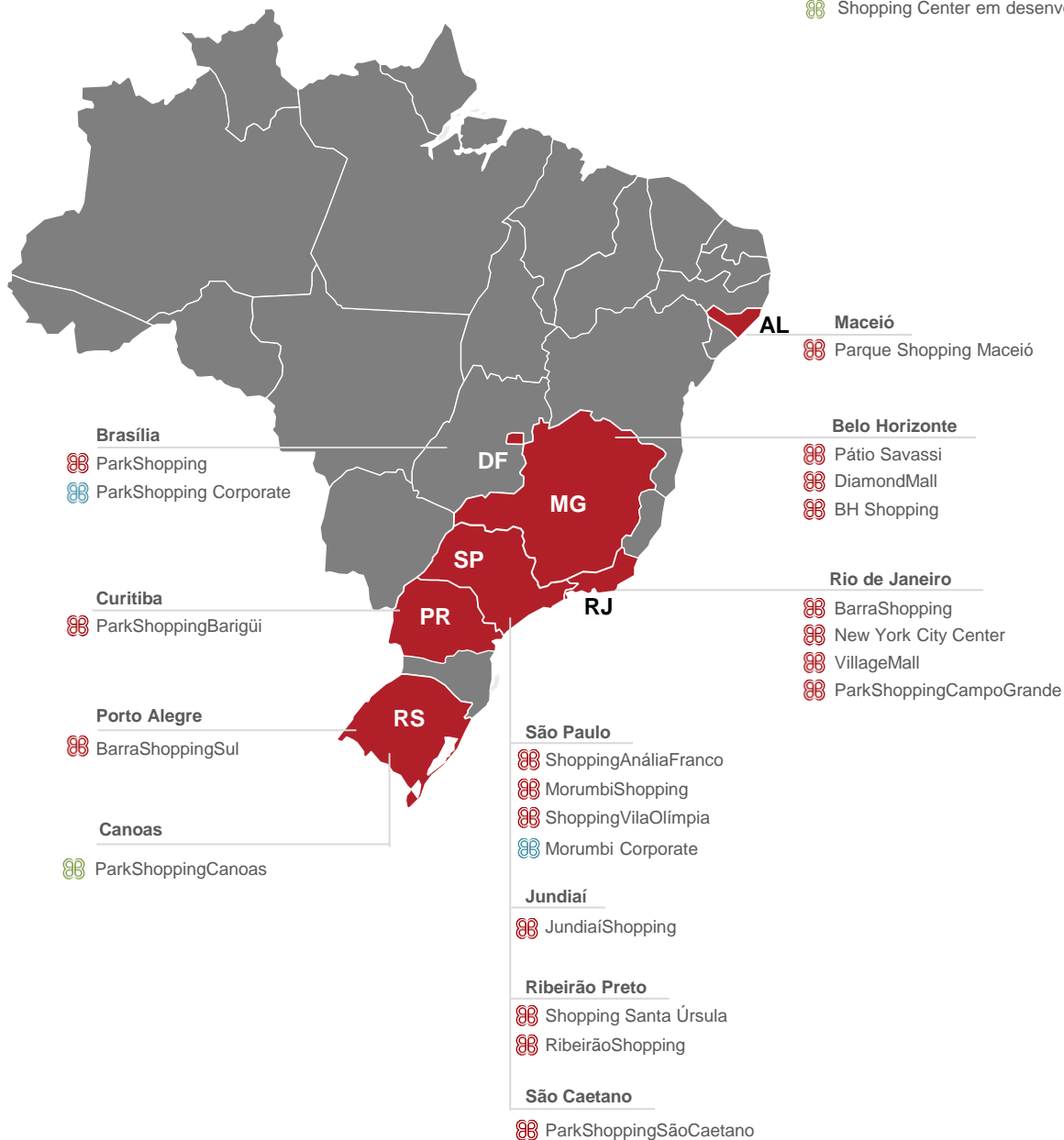
Portfólio – 3T14	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Locação (mês) <sup>1</sup>	Vendas (mês) <sup>2</sup>	Taxa de Ocupação média
<b>Shopping Centers em operação</b>							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.092 m <sup>2</sup>	148 R\$/m <sup>2</sup>	1.840 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
RibeirãoShopping	1981	SP	80,0%	68.656 m <sup>2</sup>	71 R\$/m <sup>2</sup>	970 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	74.741 m <sup>2</sup>	183 R\$/m <sup>2</sup>	2.214 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	55.512 m <sup>2</sup>	194 R\$/m <sup>2</sup>	2.254 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.522 m <sup>2</sup>	116 R\$/m <sup>2</sup>	1.623 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	157 R\$/m <sup>2</sup>	2.233 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	46 R\$/m <sup>2</sup>	748 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.005 m <sup>2</sup>	122 R\$/m <sup>2</sup>	1.532 R\$/m <sup>2</sup>	99,4%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.674 m <sup>2</sup>	82 R\$/m <sup>2</sup>	1.392 R\$/m <sup>2</sup>	99,4%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	17.398 m <sup>2</sup>	119 R\$/m <sup>2</sup>	1.680 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m <sup>2</sup>	27 R\$/m <sup>2</sup>	632 R\$/m <sup>2</sup>	95,7%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	69.058 m <sup>2</sup>	58 R\$/m <sup>2</sup>	1.173 R\$/m <sup>2</sup>	99,4%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.382 m <sup>2</sup>	92 R\$/m <sup>2</sup>	1.077 R\$/m <sup>2</sup>	96,8%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.274 m <sup>2</sup>	80 R\$/m <sup>2</sup>	1.065 R\$/m <sup>2</sup>	98,0%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	34.293 m <sup>2</sup>	63 R\$/m <sup>2</sup>	937 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.819 m <sup>2</sup>	58 R\$/m <sup>2</sup>	755 R\$/m <sup>2</sup>	97,0%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.685 m <sup>2</sup>	94 R\$/m <sup>2</sup>	1.641 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.618 m <sup>2</sup>	51 R\$/m <sup>2</sup>	635 R\$/m <sup>2</sup>	95,9%
<b>Subtotal Shopping Centers em operação</b>			<b>73,8%</b>	<b>762.443 m<sup>2</sup></b>	<b>104 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.417 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,8%</b>
<b>Torre Comercial</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>	-	-	67,0%
<b>Subtotal Torre Comercial</b>			<b>92,4%</b>	<b>87.558 m<sup>2</sup></b>			
<b>Shopping Center em desenvolvimento</b>							
ParkShoppingCanoas	N.D.	RS	80,0%	48.000 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal Shopping Center em desenvolvimento</b>			<b>80,0%</b>	<b>48.000 m<sup>2</sup></b>			
<b>Torre Comercial em desenvolvimento</b>							
BarraShopping Escritório	2015	RJ	51,1%	3.522 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal Torres em desenvolvimento</b>			<b>51,1%</b>	<b>3.522 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,8%</b>	<b>901.523 m<sup>2</sup></b>			

<sup>1</sup>Vendas por m<sup>2</sup>: vendas de lojas que informam vendas divididas pelas respectivas ABL.

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

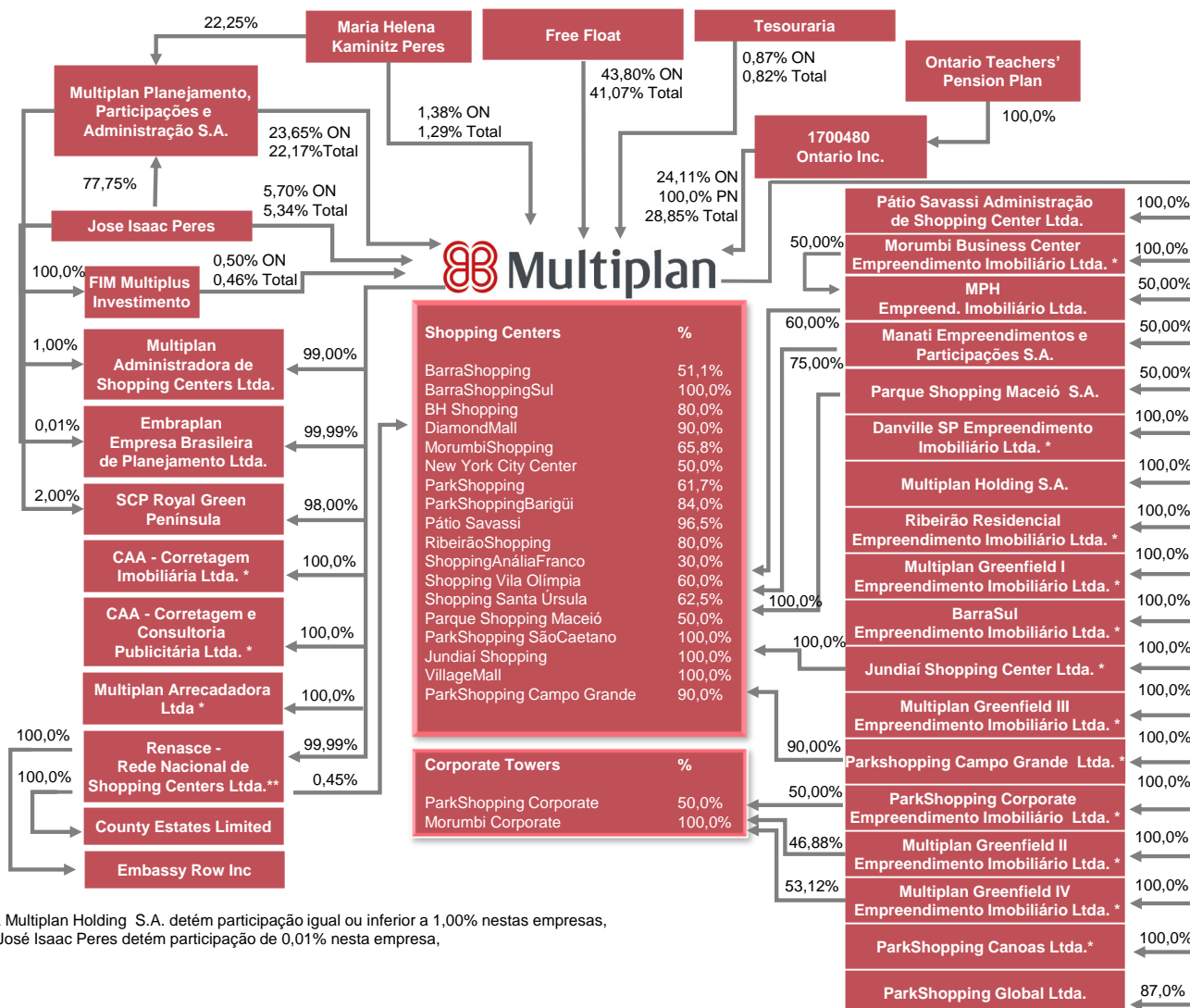
# Mapa de Operações

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



### 12. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 30 de setembro de 2014, 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.

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

**13. Dados Operacionais e Financeiros**
**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Desempenho<sup>1</sup></b>						
<b>Financial (MTE %)</b>	<b>3T14</b>	<b>3T13</b>	<b>Var.%</b>	<b>9M14</b>	<b>9M13</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	307.274	270.753	▲13,5%	889.494	779.514	▲14,1%
Receita líquida R\$'000	278.158	248.650	▲11,9%	807.881	709.617	▲13,8%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	503,8	477,8	▲5,4%	1.469,3	1.377,9	▲6,6%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	19,1	20,0	▼4,4%	55,8	57,8	▼3,3%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	198.180	166.844	▲18,8%	570.361	492.975	▲15,7%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	358,9	320,6	▲12,0%	1.037,3	957,2	▲8,4%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	13,6	13,4	▲1,5%	39,4	40,1	▼1,7%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	111,4	99,1	▲12,3%	108,8	99,8	▲9,1%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	4,2	4,2	▲1,8%	4,1	4,2	▼1,1%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	205.393	172.525	▲19,1%	595.268	500.471	▲18,9%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	372,0	331,5	▲12,2%	1082,6	971,8	▲11,4%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	14,1	13,9	▲1,7%	41,1	40,7	▲1,0%
Margem NOI	87,0%	86,5%	▲48 p.b.	87,2%	85,3%	▲193 p.b.
NOI por ação R\$	1,09	0,92	▲18,7%	3,16	2,66	▲18,6%
NOI + CD R\$'000	215.164	185.485	▲16,0%	624.791	540.396	▲15,6%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	389,7	356,4	▲9,3%	1.136,3	1.049,3	▲8,3%
NOI + CD US\$/pé <sup>2</sup>	14,8	14,9	▼0,9%	43,2	44,0	▼1,8%
Margem NOI + CD	87,5%	87,4%	▲17 p.b.	87,8%	86,3%	▲152 p.b.
NOI + CD por ação R\$	1,14	0,99	▲15,7%	3,32	2,88	▲15,3%
Despesas de sede R\$'000	29.534	27.842	▲6,1%	85.616	79.826	▲7,3%
Despesas de sede/Receita líquida	10,6%	11,2%	▼58 p.b.	10,6%	11,2%	▼65 p.b.
EBITDA R\$'000	186.293	163.618	▲13,9%	569.903	471.854	▲20,8%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	337,4	314,4	▲7,3%	1.036,5	916,2	▲13,1%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	12,8	13,2	▼2,7%	39,4	38,4	▲2,6%
Margem EBITDA	67,0%	65,8%	▲117 p.b.	70,5%	66,5%	▲405 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,99	0,87	▲13,6%	3,02	2,51	▲20,5%
Lucro líquido ajustado R\$'000	75.193	94.679	▼20,6%	268.296	248.660	▲7,9%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	136,2	181,9	▼25,1%	488,0	482,8	▲1,1%
Lucro líquido ajustado US\$/pé <sup>2</sup>	5,2	7,6	▼32,1%	18,5	20,2	▼8,4%
Margem líquida ajustada	27,0%	38,1%	▼1.104 p.b.	33,2%	35,0%	▼183 p.b.
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,40	0,50	▼20,8%	1,42	1,32	▲7,6%
FFO R\$'000	117.189	126.044	▼7,0%	389.643	337.424	▲15,5%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	212,3	242,2	▼12,4%	708,7	655,2	▲8,2%
FFO US\$'000	47.938	56.869	▼15,7%	159.389	152.240	▲4,7%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	8,1	10,2	▼20,5%	26,9	27,5	▼1,9%
Margem FFO	42,1%	50,7%	▼16,9%	48,2%	47,6%	▲1,4%
FFO por ação R\$	0,62	0,67	▼7,3%	2,07	1,80	▲15,2%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,4446	2,2164	▲10,3%	2,4446	2,2164	▲10,3%

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

**Destques Operacionais e Financeiros**

Desempenho						
Desempenho do Mercado	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
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\$	54,18	50,65	▲7,0%	49,87	54,61	▼8,7%
Preço de fechamento da ação R\$	50,12	53,00	▼5,4%	50,12	53,00	▼5,4%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	29.097	23.610	▲23,2%	28.900	27.945	▲3,4%
Valor de mercado (R\$ '000)	9.522.660	10.069.852	▼5,4%	9.522.660	10.069.852	▼5,4%
Dívida bruta (R\$ '000)	2.063.525	2.206.884	▼6,5%	2.063.525	2.206.884	▼6,5%
Caixa (R\$ '000)	213.032	533.099	▼60,0%	213.032	533.099	▼60,0%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.850.492	1.673.785	▲10,6%	1.850.492	1.673.785	▲10,6%
P/FFO (Últimos 12 meses)	19,9 x	20,3 x	▼1,9%	19,9 x	20,3 x	▼1,9%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	16,0 x	18,3 x	▼12,3%	16,0 x	18,3 x	▼12,3%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,6 x	2,6 x	▲0,4%	2,6 x	2,6 x	▲0,4%

Desempenho						
Operacional (100%)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
ABL Shopping Center total final (m²)	762.526	710.610	▲7,3%	762.526	710.610	▲7,3%
ABL Shopping Center própria final (m²)	562.744	533.801	▲5,4%	562.744	533.801	▲5,4%
ABL Shopping Center própria %	73,8%	75,1%	▼132 p.b	73,8%	75,1%	▼132 p.b
ABL Shopping Center total ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	748.126	692.820	▲8,0%	745.029	687.744	▲8,3%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	552.117	520.437	▲6,1%	549.831	514.992	▲6,8%
Vendas totais R\$'000	2.963.155	2.673.896	▲10,8%	8.697.584	7.733.697	▲12,5%
Vendas totais R\$'000 R\$/m²	3.961	3.859	▲2,6%	11.674	11.245	▲3,8%
Vendas totais US\$/pé²	151	162	▼7,0%	444	471	▼5,9%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲6,1%	▲8,4%	▼230 p.b	▲8,4%	▲7,3%	▲110 p.b
Vendas na Mesma Área	▲6,7%	▲7,7%	▼104 p.b	▲9,1%	▲7,3%	▲180 p.b
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲8,8%	▲11,4%	▼261 p.b	▲8,5%	▲10,5%	▼197 p.b
Aluguel na Mesma Área	▲7,8%	▲8,9%	▼107 p.b	▲7,1%	▲8,5%	▼142 p.b
Efeito IGP-DI	▲5,9%	▲7,6%	▼170 p.b	▲5,9%	▲6,9%	▼100 p.b
Custos de ocupação	13,1%	13,0%	▲9 p.b	13,2%	13,5%	▼34 p.b
Aluguel como % das vendas	7,5%	7,4%	▲11 p.b	7,5%	7,7%	▼19 p.b
Outros como % das vendas	5,6%	5,6%	▼2 p.b	5,7%	5,8%	▼15 p.b
Turnover	0,8%	1,1%	▼30 p.b	3,4%	3,5%	▼10 p.b
Taxa de ocupação	98,8%	98,1%	▲70 p.b	98,6%	97,5%	▲107 p.b
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,7%	1,5%	▲20 p.b	1,9%	1,9%	-
Perda de aluguel	0,8%	0,7%	▲5 p.b	0,8%	0,4%	▲38 p.b

<sup>1</sup> ABL ajustado corresponde à ABL médio do período, excluindo a área de 14.400 m² do supermercado BIG no BarraShoppingSul.

**14. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial**
**14.1 - 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
	3T14	3T14	Diferença	9M14	9M14	Diferença
Receita de Locação	180.975	184.446	3.471	528.839	538.617	9.777
Serviços	30.088	30.025	(63)	89.952	89.760	(192)
Cessão de direitos	9.387	9.771	384	28.319	29.523	1.203
Receita de estacionamento	37.434	37.872	438	110.814	111.921	1.106
Venda de imóveis	30.414	30.414	-	84.810	84.810	-
Apropriação de receita de aluguel linear	13.587	13.734	147	31.336	31.744	408
Outras	561	1.011	450	2.607	3.120	513
<b>Receita Bruta</b>	<b>302.447</b>	<b>307.274</b>	<b>4.827</b>	<b>876.678</b>	<b>889.494</b>	<b>12.816</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.878)	(29.117)	(239)	(80.945)	(81.614)	(668)
<b>Receita Líquida</b>	<b>273.569</b>	<b>278.158</b>	<b>4.588</b>	<b>795.733</b>	<b>807.881</b>	<b>12.147</b>
Despesas de sede	(29.533)	(29.534)	(2)	(85.584)	(85.616)	(32)
Despesas com opções de ações	(4.045)	(4.045)	-	(10.671)	(10.671)	-
Despesas de shopping centers	(26.058)	(26.905)	(847)	(74.061)	(77.290)	(3.229)
Despesas com escritórios para locação	(3.754)	(3.754)	-	(9.723)	(9.723)	-
Despesas com novos projetos para locação	(2.372)	(2.372)	-	(11.198)	(11.198)	-
Despesas com novos projetos para venda	(1.983)	(1.983)	-	(7.985)	(7.985)	-
Custo de imóveis vendidos	(17.875)	(17.875)	-	(51.253)	(51.253)	-
Resultado de equivalência patrimonial	382	(716)	(1.098)	14.779	10.699	(4.081)
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.686)	(4.680)	6	5.032	5.061	29
<b>EBITDA</b>	<b>183.645</b>	<b>186.293</b>	<b>2.648</b>	<b>565.069</b>	<b>569.903</b>	<b>4.835</b>
Receitas financeiras	7.843	8.174	331	25.951	27.152	1.202
Despesas financeiras	(49.595)	(50.555)	(960)	(145.675)	(148.831)	(3.156)
Depreciações e amortizações	(41.011)	(41.996)	(984)	(118.461)	(121.347)	(2.885)
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>100.881</b>	<b>101.916</b>	<b>1.035</b>	<b>326.883</b>	<b>326.878</b>	<b>(5)</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26.749)	(26.749)	-	(58.564)	(58.564)	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(5.973)	(6.995)	(1.022)	(24.482)	(24.439)	43
Participação dos acionistas minoritários	25	25	-	(18)	(18)	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68.185</b>	<b>68.198</b>	<b>13</b>	<b>243.820</b>	<b>243.858</b>	<b>38</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 3T14 e 9M14 são: (i) aumento de R\$3,5 M e R\$9,8 M nas receitas de locação; (ii) aumento de R\$0,8 M e R\$3,2 M nas despesas de shopping centers, (iii) aumento de R\$0,6 M e R\$2,0 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$1,0 M e R\$2,9 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima, houve aumentos de R\$1,1 M e R\$4,1 M no resultado de equivalência patrimonial, visto que o resultado dessas empresas passou a ser apresentado nesta conta.

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

ATIVO (R\$ '000)	IFRS com		Efeito
	CPC 19 R2 30/09/2014	Gerencial 30/09/2014	CPC 19 R2 Diferença
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	130.508	142.920	12.412
Aplicações financeiras	70.112	70.112	-
Contas a receber	276.344	277.998	1.654
Terrenos e imóveis a comercializar	157.647	157.647	-
Partes relacionadas	2.538	2.538	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	2.814	3.356	542
Adiantamentos diversos	33.571	33.571	-
Outros	27.179	28.010	832
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>700.712</b>	<b>716.152</b>	<b>15.440</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	51.935	51.982	46
Terrenos e imóveis a comercializar	365.193	365.193	-
Partes relacionadas	12.570	12.570	-
Depósitos judiciais	22.020	22.640	620
Imposto de renda e contribuição social diferidos	14.113	16.768	2.655
Outros	18.191	19.552	1.361
Investimentos	136.225	9.067	(127.158)
Propriedades para investimento	4.755.713	4.914.089	158.376
Imobilizado	32.971	32.971	-
Intangível	347.219	348.216	997
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5.756.151</b>	<b>5.793.048</b>	<b>36.897</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.456.863</b>	<b>6.509.200</b>	<b>52.337</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\$158,4 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$12,4 M em caixa e equivalentes a caixa.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$127,2 M na conta de investimento, visto que ativos e passivos dessas empresas passaram a ser apresentados nesta conta de acordo com o CPC 19 (R2).

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

PASSIVO (R\$ '000)	IFRS com		Efeito CPC 19 R2 Diferença
	CPC 19 R2 30/06/2014	Gerencial 30/06/2014	
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	204.011	207.097	3.085
Debêntures	152.291	152.291	-
Contas a pagar	76.387	77.125	738
Obrigações por aquisição de bens	38.014	38.014	-
Impostos e contribuições a recolher	38.090	38.612	522
Dividendos a pagar	59.971	59.971	-
Receitas diferidas	37.311	37.480	169
Outros	1.934	2.014	80
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>608.010</b>	<b>612.605</b>	<b>4.594</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.451.549	1.494.713	43.164
Debêntures	150.000	150.000	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	157.108	158.406	1.298
Obrigações por aquisição de bens	21.410	21.410	-
Outros	372	372	-
Provisão para contingências	21.301	21.921	620
Receitas diferidas	8.321	13.948	5.626
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.810.062</b>	<b>1.860.770</b>	<b>50.709</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	962.077	962.077	-
Reserva de lucros	719.092	719.224	132
Gasto com emissão de ações	(38.771)	(38.771)	-
Ações em tesouraria	(77.998)	(77.998)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	173.698	170.599	(3.099)
Participação dos acionistas minoritários	2.628	2.628	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.038.792</b>	<b>4.035.825</b>	<b>(2.967)</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.456.863</b>	<b>6.509.200</b>	<b>52.337</b>

As diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$46,2 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\$5,6 M em receitas e custos diferidos.

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

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
Receita de Locação	180.975	153.902	▲17,6%	528.839	459.818	▲15,0%
Serviços	30.088	26.071	▲15,4%	89.952	78.290	▲14,9%
Cessão de direitos	9.387	12.914	▼27,3%	28.319	39.746	▼28,7%
Receita de estacionamento	37.434	32.354	▲15,7%	110.814	93.147	▲19,0%
Venda de imóveis	30.414	30.946	▼1,7%	84.810	71.669	▲18,3%
Apropriação de receita de aluguel linear	13.587	11.979	▲13,4%	31.336	30.504	▲2,7%
Outras	561	1.470	▼61,8%	2.607	3.253	▼19,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>302.447</b>	<b>269.636</b>	<b>▲12,2%</b>	<b>876.678</b>	<b>776.427</b>	<b>▲12,9%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.878)	(21.945)	▲31,6%	(80.945)	(69.545)	▲16,4%
<b>Receita Líquida</b>	<b>273.569</b>	<b>247.691</b>	<b>▲10,4%</b>	<b>795.733</b>	<b>706.882</b>	<b>▲12,6%</b>
Despesas de sede	(29.533)	(27.838)	▲6,1%	(85.584)	(79.792)	▲7,3%
Despesas com opções de ações	(4.045)	(3.062)	▲32,1%	(10.671)	(7.827)	▲36,3%
Despesas de shopping centers	(26.058)	(26.326)	▼1,0%	(74.061)	(84.607)	▼12,5%
Despesas com escritórios para locação	(3.754)	-		(9.723)	-	
Despesas com novos projetos para locação	(2.372)	(3.868)	▼38,7%	(11.198)	(8.174)	▲37,0%
Despesas com novos projetos para venda	(1.983)	(2.956)	▼32,9%	(7.985)	(8.556)	▼6,7%
Custo de imóveis vendidos	(17.875)	(19.671)	▼9,1%	(51.253)	(48.698)	▲5,2%
Resultado de equivalência patrimonial	382	543	▼29,7%	14.779	(991)	na
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.686)	(937)	▲400,2%	5.032	3.237	▲55,5%
<b>EBITDA</b>	<b>183.645</b>	<b>163.576</b>	<b>▲12,3%</b>	<b>565.069</b>	<b>471.474</b>	<b>▲19,9%</b>
Receitas financeiras	7.843	13.308	▼41,1%	25.951	36.371	▼28,7%
Despesas financeiras	(49.595)	(32.462)	▲52,8%	(145.675)	(113.959)	▲27,8%
Depreciações e amortizações	(41.011)	(31.091)	▲31,9%	(118.461)	(87.915)	▲34,7%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>100.881</b>	<b>113.331</b>	<b>▼11,0%</b>	<b>326.883</b>	<b>305.971</b>	<b>▲6,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26.749)	(18.503)	▲44,6%	(58.564)	(57.172)	▲2,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(5.973)	(8.152)	▼26,7%	(24.482)	(21.342)	▲14,7%
Participação dos acionistas minoritários	25	(14)	na	(18)	(40)	▼55,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68.185</b>	<b>86.662</b>	<b>▼21,3%</b>	<b>243.820</b>	<b>227.417</b>	<b>▲7,2%</b>

(R\$'000)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
<b>NOI</b>	<b>205.937</b>	<b>171.909</b>	<b>▲19,8%</b>	<b>596.929</b>	<b>498.862</b>	<b>▲19,7%</b>
<i>Margem NOI</i>	88,8%	86,7%	▲205 p.b.	89,0%	85,5%	▲346 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>215.325</b>	<b>184.823</b>	<b>▲16,5%</b>	<b>625.248</b>	<b>538.608</b>	<b>▲16,1%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	89,2%	87,5%	▲167 p.b.	89,4%	86,4%	▲299 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>173.937</b>	<b>160.779</b>	<b>▲8,2%</b>	<b>530.171</b>	<b>472.557</b>	<b>▲12,2%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	73,7%	73,3%	▲37 p.b.	76,4%	73,6%	▲270 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>183.645</b>	<b>163.576</b>	<b>▲12,3%</b>	<b>565.069</b>	<b>471.474</b>	<b>▲19,9%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	67,1%	66,0%	▲109 p.b.	71,0%	66,7%	▲431 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68.185</b>	<b>86.662</b>	<b>▼21,3%</b>	<b>243.820</b>	<b>227.417</b>	<b>▲7,2%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	24,9%	35,0%	▼1.006 p.b.	30,6%	32,2%	▼153 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>74.158</b>	<b>94.814</b>	<b>▼21,8%</b>	<b>268.301</b>	<b>248.759</b>	<b>▲7,9%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	27,1%	38,3%	▼1.117 p.b.	33,7%	35,2%	▼147 p.b.
<b>FFO</b>	<b>115.169</b>	<b>125.905</b>	<b>▼8,5%</b>	<b>386.762</b>	<b>336.674</b>	<b>▲14,9%</b>
<i>Margem FFO</i>	42,1%	50,8%	▼873 p.b.	48,6%	47,6%	▲98 p.b.

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

(R\$'000)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
Receita de Locação	184,446	154,802	▲19,1%	538,617	462,424	▲16,5%
Serviços	30,025	26,001	▲15,5%	89,760	78,062	▲15,0%
Cessão de direitos	9,771	12,960	▼24,6%	29,523	39,925	▼26,1%
Receita de estacionamento	37,872	32,530	▲16,4%	111,921	93,628	▲19,5%
Venda de imóveis	30,414	30,946	▼1,7%	84,810	71,669	▲18,3%
Apropriação de receita de aluguel linear	13,734	12,042	▲14,1%	31,744	30,551	▲3,9%
Outras	1,011	1,472	▼31,3%	3,120	3,255	▼4,2%
<b>Receita Bruta</b>	<b>307,274</b>	<b>270,753</b>	<b>▲13,5%</b>	<b>889,494</b>	<b>779,514</b>	<b>▲14,1%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(29,117)	(22,103)	▲31,7%	(81,614)	(69,897)	▲16,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>278,158</b>	<b>248,650</b>	<b>▲11,9%</b>	<b>807,881</b>	<b>709,617</b>	<b>▲13,8%</b>
Despesas de sede	(29,534)	(27,842)	▲6,1%	(85,616)	(79,826)	▲7,3%
Despesas com opções de ações	(4,045)	(3,062)	▲32,1%	(10,671)	(7,825)	▲36,4%
Despesas de shopping centers	(26,905)	(26,849)	▲0,2%	(77,290)	(86,132)	▼10,3%
Despesas com escritórios para locação	(3,754)	-	na	(9,723)	-	na
Despesas com novos projetos para locação	(2,372)	(3,900)	▼39,2%	(11,198)	(9,762)	▲14,7%
Despesas com novos projetos para venda	(1,983)	(3,255)	▼39,1%	(7,985)	(8,555)	▼6,7%
Custo de imóveis vendidos	(17,875)	(19,672)	▼9,1%	(51,253)	(48,698)	▲5,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(716)	483	na	10,699	(202)	na
Outras receitas (despesas) operacionais	(4,680)	(935)	▲400,6%	5,061	3,237	▲56,4%
<b>EBITDA</b>	<b>186,293</b>	<b>163,618</b>	<b>▲13,9%</b>	<b>569,903</b>	<b>471,854</b>	<b>▲20,8%</b>
Receitas financeiras	8,174	13,789	▼40,7%	27,152	37,231	▼27,1%
Despesas financeiras	(50,555)	(32,667)	▲54,8%	(148,831)	(114,169)	▲30,4%
Depreciações e amortizações	(41,996)	(31,365)	▲33,9%	(121,347)	(88,764)	▲36,7%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>101,916</b>	<b>113,375</b>	<b>▼10,1%</b>	<b>326,878</b>	<b>306,152</b>	<b>▲6,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26,749)	(18,687)	▲43,1%	(58,564)	(57,457)	▲1,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(6,995)	(8,010)	▼12,7%	(24,439)	(21,237)	▲15,1%
Participação dos acionistas minoritários	25	(9)	na	(18)	(35)	▼49,1%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68,198</b>	<b>86,669</b>	<b>▼21,3%</b>	<b>243,858</b>	<b>227,423</b>	<b>▲7,2%</b>

(R\$'000)	3T14	3T13	Var. %	9M14	9M13	Var. %
<b>NOI</b>	<b>205,393</b>	<b>172,525</b>	<b>▲19,1%</b>	<b>595,268</b>	<b>500,471</b>	<b>▲18,9%</b>
<i>Margem NOI</i>	87,0%	86,5%	▲48 p.b.	87,2%	85,3%	▲193 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>215,164</b>	<b>185,485</b>	<b>▲16,0%</b>	<b>624,791</b>	<b>540,396</b>	<b>▲15,6%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,5%	87,4%	▲17 p.b.	87,8%	86,3%	▲152 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>177,581</b>	<b>161,174</b>	<b>▲10,2%</b>	<b>538,849</b>	<b>472,125</b>	<b>▲14,1%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	73,8%	73,2%	▲63 p.b.	76,3%	73,3%	▲300 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>186,293</b>	<b>163,618</b>	<b>▲13,9%</b>	<b>569,903</b>	<b>471,854</b>	<b>▲20,8%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	67,0%	65,8%	▲117 p.b.	70,5%	66,5%	▲405 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68,198</b>	<b>86,669</b>	<b>▼21,3%</b>	<b>243,858</b>	<b>227,423</b>	<b>▲7,2%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	24,5%	34,9%	▼1,034 p.b.	30,2%	32,0%	▼186 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>75,193</b>	<b>94,679</b>	<b>▼20,6%</b>	<b>268,296</b>	<b>248,660</b>	<b>▲7,9%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	27,0%	38,1%	▼1,104 p.b.	33,2%	35,0%	▼183 p.b.
<b>FFO</b>	<b>117,189</b>	<b>126,044</b>	<b>▼7,0%</b>	<b>389,643</b>	<b>337,424</b>	<b>▲15,5%</b>
<i>Margem FFO</i>	42,1%	50,7%	▼856 p.b.	48,2%	47,6%	▲68 p.b.

**15.3 Balance Sheet – Managerial Report**

<b>ATIVO</b>	<b>30/09/2014</b>	<b>30/06/2014</b>	<b>% Variação</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	142.920	149.406	▼4,3%
Aplicações financeiras	70.112	45.621	▲53,7%
Contas a receber	277.998	263.093	▲5,7%
Terrenos e imóveis a comercializar	157.647	166.529	▼5,3%
Partes relacionadas	2.538	2.722	▼6,8%
Impostos e contribuições sociais a compensar	3.356	2.688	▲24,8%
Adiantamentos diversos	33.571	33.571	▲0,0%
Outros	28.010	42.749	▼34,5%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>716.152</b>	<b>706.379</b>	<b>▲1,4%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	51.982	53.047	▼2,0%
Terrenos e imóveis a comercializar	365.193	361.603	▲1,0%
Partes relacionadas	12.570	12.692	▼1,0%
Depósitos judiciais	22.640	22.604	▲0,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	16.768	15.443	▲8,6%
Outros	19.552	18.917	▲3,4%
Investimentos	9.067	15.564	▼41,7%
Propriedades para investimento	4.914.089	4.890.233	▲0,5%
Imobilizado	32.971	34.005	▼3,0%
Intangível	348.216	346.765	▲0,4%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5.793.048</b>	<b>5.770.873</b>	<b>▲0,4%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.509.200</b>	<b>6.477.252</b>	<b>▲0,5%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>30/09/2014</b>	<b>30/06/2014</b>	<b>% Variação</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	207.097	200.389	▲3,3%
Debêntures	152.291	10.724	▲1.320,1%
Contas a pagar	77.125	70.144	▲10,0%
Obrigações por aquisição de bens	38.014	40.733	▼6,7%
Impostos e contribuições a recolher	38.612	20.620	▲87,3%
Dividendos a pagar	59.971	59.971	▲0,0%
Receitas diferidas	37.480	37.661	▼0,5%
Outros	2.014	9.723	▼79,3%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>612.605</b>	<b>449.965</b>	<b>▲36,1%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.494.713	1.543.005	▼3,1%
Debêntures	150.000	300.000	▼50,0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	158.406	150.647	▲5,2%
Obrigações por aquisição de bens	21.410	30.004	▼28,6%
Outros	372	476	▼21,7%
Provisão para contingências	21.921	21.382	▲2,5%
Receitas diferidas	13.948	37.635	▼62,9%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.860.770</b>	<b>2.083.148</b>	<b>▼10,7%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	▲0,0%
Reserva de capital	962.077	965.144	▼0,3%
Reserva de lucros	719.224	719.222	▲0,0%
Gasto com emissão de ações	(38.771)	(38.628)	▲0,4%
Ações em tesouraria	(77.998)	(106.867)	▼27,0%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros Acumulados	170.599	105.660	▲61,5%
Participação dos acionistas minoritários	2.628	1.542	▲70,5%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.035.825</b>	<b>3.944.139</b>	<b>▲2,3%</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.509.200</b>	<b>6.477.252</b>	<b>▲0,5%</b>

## 16. Glossário

**ABL:** Área Bruta Locável, que corresponde ao somatório de todas as áreas disponíveis para a locação nos shopping centers, exceto merchandising.

**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.

**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 de Crescimento Anual Ponderado. 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.

**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:** Inadimplência com mais de seis meses.

**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> de áreas que informaram vendas a mais de um ano.

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

**VGTV (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.