

# Resultados do 2º trimestre de 2014

# BRMALLS

## Relações com Investidores:

Frederico Villa  
CFO e DRI

Derek Tang  
Gerente

Renato Campos  
Trainee

Fernanda Sallum  
Estagiária

[ri@brmall.com.br](mailto:ri@brmall.com.br)  
Tel: +55 21 3138-9900  
Fax: +55 21 3138-9901

## Teleconferência 2T14:

Português

5 de agosto de 2014  
10:00 horas (horário de Brasília)  
Tel: +55 11 3127-4971

Inglês

5 de agosto de 2014  
11:00 horas (horário de Brasília)  
Tel: +55 11 3127-4971

**A BRMALLS ANUNCIA OS RESULTADOS DO SEGUNDO TRIMESTRE DE 2014.**

Rio de Janeiro, 4 de agosto de 2014 – A BRMALLS Participações S.A. (BM&F Bovespa: BRML3), a maior empresa integrada de shopping centers do Brasil, anuncia hoje seus resultados referente ao segundo trimestre de 2014 (2T14). A BRMALLS detém participação em 49 shoppings, que totalizam 1.657,8 mil m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL) e 968,2 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio. No 2T14 a BRMALLS possuía 3 projetos greenfield e 6 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.856,1 mil m<sup>2</sup> e o ABL próprio para 1.100,1 mil m<sup>2</sup>, um crescimento de 12,0% e 13,6%, respectivo, em relação ao portfólio atual. A BRMALLS é a única empresa nacional de shopping centers, com presença em todas as cinco regiões do Brasil, atendendo aos consumidores de todas as diferentes classes sociais do país. A Companhia oferece serviços de administração ou comercialização para 45 shoppings.

**Destques do Segundo Trimestre de 2014 e Eventos Subsequentes:**

- A receita líquida alcançou R\$332,5 milhões, um aumento de 5,4% em relação ao mesmo período do ano passado. **Se excluirmos as participações vendidas no ano, a receita líquida no trimestre cresce 6,9% em relação ao 2T13.**
- Com um NOI de R\$309,4 milhões obtivemos um crescimento de 6,6% sobre o 2T13. No mesmo período, a margem NOI atingiu 92,0%, um crescimento de 0,6 p.p comparado ao 2T13. **Se excluirmos os shoppings vendidos nos últimos 12 meses da nossa base de comparação do 2T13 obtemos um crescimento de NOI de 8,1% do 2T14 sobre o 2T13.**
- Totalizamos um EBITDA ajustado de R\$267,8 milhões, representando um crescimento de 7,0% quando comparado com o 2T13. **A margem EBITDA ajustado foi de 80,5%, apresentando um aumento de 1,1p.p quando comparado ao 2T13.**
- Atingimos um FFO ajustado de R\$108,6 milhões com uma margem de 32,7%.
- Nosso Lucro Líquido foi de R\$298,7 milhões representando um crescimento de 61,8% em relação ao 2T13.
- Apresentamos um volume consolidado de vendas de R\$5,4 bilhões, um crescimento de 6,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. **Se excluirmos os 3 shoppings vendidos em 2014, obtemos um crescimento de vendas totais de 13,1% em relação ao 2T13.**
- O indicador vendas mesmas lojas foi de 7,5% enquanto o indicador de aluguel mesmas lojas foi de 8,6%.
- Os lojistas tiveram um custo de ocupação de 10,4%, representando uma queda de 0,1 p.p em relação ao 2T13 e 0,7 p.p comparado ao 1T14.
- Encerramos o trimestre com uma taxa de ocupação de nossos shoppings de 97,3%. Entre os 49 shoppings que obtemos participação no 2T14, **29 shoppings atingiram uma taxa de ocupação maior do que 98%.**
- Neste trimestre concluímos a **venda de toda nossa participação no Big Shopping por R\$11,4 milhões**, reduzindo nosso ABL total em 17.241 m<sup>2</sup> e nosso ABL próprio em 2.241 m<sup>2</sup>.
- Inauguramos três expansões no 2T14: Shopping Piracicaba, Shopping Recife e São Luis Shopping. Com essas três inaugurações, **a Companhia adicionou 39,9 mil m<sup>2</sup> ao ABL Total e 10,0 mil m<sup>2</sup> ao ABL Próprio.** Estima-se que esses projetos de expansão gerem R\$10,3 milhões de NOI estabilizado para a BRMALLS.

## Destques Financeiros (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas

	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Receita Líquida	332.458	315.301	5,4%	654.879	605.339	8,2%
Despesas com Vendas	10.177	10.897	-6,6%	21.955	21.748	1,0%
Despesas com Vendas (% Rec Bruta)	2,8%	3,2%	-0,4%	3,1%	3,3%	-0,2%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	40.412	41.293	-2,1%	86.972	84.122	3,4%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec Bruta)	11,3%	12,1%	-0,9%	12,3%	12,8%	-0,5%
NOI	309.386	290.290	6,6%	604.017	555.049	8,8%
<i>margem %</i>	92,0%	91,4%	0,6%	91,3%	90,8%	0,5%
Lucro Bruto	305.926	287.964	6,2%	597.809	549.356	8,8%
<i>margem %</i>	92,0%	91,3%	0,7%	91,3%	90,8%	0,5%
EBITDA	608.917	596.271	2,1%	861.119	816.352	5,5%
EBITDA Ajustado	267.770	250.259	7,0%	522.085	472.567	10,5%
<i>margem %</i>	80,5%	79,4%	1,1%	79,7%	78,1%	1,6%
Lucro Líquido	298.739	184.645	61,8%	352.490	244.030	44,4%
Lucro Líquido Ajustado	105.952	122.613	-13,6%	183.181	211.965	-13,6%
<i>margem %</i>	31,9%	38,9%	-7,0%	28,0%	35,0%	-7,0%
FFO	301.349	187.131	61,0%	357.760	249.105	43,6%
FFO Ajustado	108.562	125.099	-13,2%	188.451	217.040	-13,2%
<i>margem %</i>	32,7%	39,7%	-7,0%	28,8%	35,9%	-7,1%

## Destques Operacionais

	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
ABL Total (m²)	1.657.803	1.631.126	1,6%	1.657.803	1.631.126	1,6%
ABL Próprio (m²)	968.182	945.410	2,4%	968.182	945.410	2,4%
Vendas Mesmas Lojas	7,5%	6,2%	1,3%	7,6%	6,8%	0,8%
Vendas Totais (R\$ milhões)	5.361	5.019	6,8%	10.448	9.656	8,2%
Vendas / m²	1.214	1.145	6,0%	1.168	1.141	2,4%
Aluguel Mesmas Lojas	8,6%	8,3%	0,3%	8,4%	9,7%	-1,3%
Aluguel / m²	90	91	-0,6%	89	88	0,7%
NOI / m²	110	109	1,0%	107	104	2,9%
<b>Custo de Ocupação (% das vendas)</b>	<b>10,4%</b>	<b>10,5%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>10,7%</b>	<b>10,9%</b>	<b>-0,2%</b>
(+) Aluguel (% vendas)	6,4%	6,5%	-0,1%	6,6%	6,6%	0,0%
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	4,0%	4,0%	0,0%	4,1%	4,3%	-0,2%
Ocupação (média trimestral)	97,3%	97,7%	-0,4%	97,3%	97,7%	-0,4%
Inadimplência Líquida	1,7%	1,3%	0,4%	2,1%	1,6%	0,5%
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	3,9%	3,6%	0,3%	3,9%	4,0%	-0,1%
Turnover das lojas	5,5%	5,2%	0,3%	3,9%	5,2%	-1,3%
Leasing Spread (renovações)	22,1%	25,3%	-3,2%	21,4%	23,1%	-1,7%
Leasing Spread (novos contratos)	10,9%	10,0%	0,9%	9,7%	13,3%	-3,6%

## Indicadores de Mercado

	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Número Total de Ações (-) ações em tesouraria	459.540.434	456.504.862	0,7%	459.540.434	456.504.862	0,7%
Preço Médio da Ação (R\$)	18,82	22,49	-16,3%	17,81	23,99	-25,8%
Preço Final da Ação (R\$)	18,80	19,98	-5,9%	18,80	19,98	-5,9%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	8.639	9.132	-5,4%	8.639	9.132	-5,4%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	40,9	117,9	-65,3%	47,04	100,1	-53,0%
Número de Negócios Médio	8.117	13.577	-40,2%	8.589	11.452	-25,0%
Dólar(US\$) Final	2,20	2,23	-1,3%	2,20	2,23	-1,3%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	4.269,9	4.125,7	3,5%	4.269,9	4.125,7	3,5%
NOI por ação	0,67	0,64	5,2%	1,31	1,22	7,7%
Lucro Líquido Ajustado por ação	0,23	0,27	-14,6%	0,40	0,46	-13,3%
FFO Ajustado por ação	0,24	0,27	-13,8%	0,41	0,48	-14,6%
Propriedade para Investimento	17.854.511	16.744.878	6,6%	17.854.511	16.744.878	6,6%

**Comentários da Administração:**

No 2º trimestre de 2014 mantivemos nosso crescimento em patamares saudáveis mesmo em um cenário mais desafiador. No mês de junho, os efeitos negativos da Copa do Mundo afetaram o fluxo e conseqüentemente a operação de nossos shoppings. Além disso, nossos indicadores e crescimento foram impactados pelas três vendas de participação no final do primeiro trimestre e uma no início do segundo trimestre.

Encerramos o trimestre crescendo nossas vendas mesmas lojas (SSS) em 7,5%, um acréscimo de 1,3p.p em relação ao mesmo período do ano anterior. O indicador de aluguéis mesmas lojas (SSR) manteve-se em um patamar saudável com crescimento de 8,6%, desempenho superior ao 2T13 em 0,3p.p. Reduzimos em 0,1p.p nosso custo de ocupação dos lojistas fechando o trimestre em 10,4%, em linha com a média do ano de 2013.

Nosso NOI cresceu 6,6% fechando o trimestre em R\$309,4 milhões. Nossa margem de NOI aumentou 0,6p.p em relação ao 2T13, chegando a 92,0%, a terceira melhor margem da história da companhia e a melhor em um segundo trimestre. O crescimento NOI, ajustado pelas vendas de participação em 2014, foi de 8,1%. O nosso EBITDA ajustado cresceu 7,0% somando R\$267,8 milhões no segundo trimestre de 2014. A margem EBITDA cresceu 1,1p.p chegando a 80,5%. Quando analisamos os shoppings adquiridos desde 2006, realizamos um NOI 27,6% acima do projetado para 2T14.

Neste trimestre inauguramos três expansões importantes para o fortalecimento do nosso portfólio: Shopping Piracicaba, Shopping São Luís e Shopping Recife. Juntas, essas expansões adicionaram a BRMALLS um ABL total de 39,9 mil m<sup>2</sup> e um ABL próprio de 10,0 mil m<sup>2</sup>. Estimamos que os três projetos gerem um NOI próprio de R\$10,3 milhões. Além disso, anunciamos a expansão do Estação BH, apenas dois anos após a inauguração do shopping, tendo em vista o bom desempenho do ativo.

Seguimos com a estratégia de reciclar o nosso portfólio por meio de vendas de participações minoritárias e em shoppings que não administramos. No segundo trimestre realizamos a venda de toda nossa participação no Big Shopping, reduzindo nosso ABL total em 17.241 m<sup>2</sup> e nosso ABL próprio em 2.241 m<sup>2</sup>.

A resiliência do nosso portfólio, mesmo em um cenário desafiador, nos mantém otimistas para fechar o ano de 2014 com bom desempenho. No terceiro trimestre abriremos as portas do Shopping Vila Velha, o maior greenfield já inaugurado pela BRMALLS. Quando inaugurar, o Shopping Vila Velha será o segundo maior shopping do portfólio. Seguimos com o foco em melhoria de eficiência por meio da otimização de processos e sistemas e continuamos a buscar fortalecer os nossos ativos por meio de expansões e revitalizações.

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas de forma consolidada e em milhares de reais (R\$), e as comparações referem-se ao 2º trimestre de 2013. Estas informações financeiras são apresentadas conforme as práticas adotadas no Brasil, através dos CPC's emitidos e aprovados pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM, e normas internacionais de contabilidade – IFRS, exceto quanto aos efeitos da adoção dos pronunciamentos CPC 19 (R2) e CPC 36 (R3) – IFRS 10 e 11.

Portanto, as informações financeiras ajustadas, aqui apresentadas, estão refletindo a consolidação proporcional das empresas controladas em conjunto, conforme apresentadas anteriormente a adoção de tais normas, por ser considerada pela administração da Companhia uma melhor forma de análise de suas operações.

Estas informações financeiras ajustadas não foram auditadas e/ou revisadas pelos auditores independentes e as reconciliações para as informações financeiras revisadas de acordo com as práticas contábeis aplicáveis estão disponíveis no final deste documento.

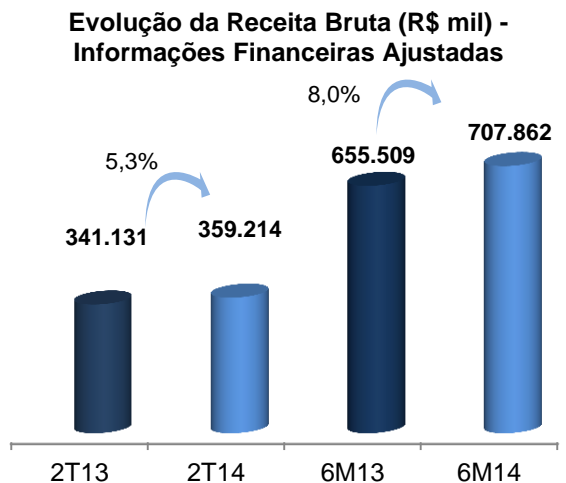
## COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE OS RESULTADOS DO 2T14

### Receita Bruta:

A receita bruta do 2T14 cresceu 5,3% quando comparado com o segundo trimestre de 2013 totalizando R\$359,2 milhões. Podemos explicar esse crescimento da receita bruta principalmente pelos seguintes fatores abaixo:

#### Aluguel Mínimo

O aluguel mínimo do 2T14 foi de R\$198,8 milhões, apresentando um aumento de R\$10,1 milhões ou de 5,3% comparado ao 2T13. Esse aumento pode ser justificado principalmente pelas taxas de leasing spread nos últimos trimestres e pelo reajuste da inflação. O crescimento de aluguel mínimo do 2T14, excluindo as vendas dos últimos 12 meses da base de cálculo do 2T13, é de 7,0%. No 2T14 o crescimento de aluguel mesmas lojas foi de 8,6%.



#### Aluguel Percentual

Alcançamos uma receita de aluguel percentual de R\$19,3 milhões no 2T14, um crescimento de 9,9% quando comparado ao mesmo período do ano de 2013. Esse crescimento demonstra a resiliência do nosso portfólio mesmo diante dos efeitos desafiadores da Copa do Mundo no horário de funcionamento e fluxo dos shoppings.

#### Mall & Mídia

A receita de Mall & Mídia registrou um crescimento de 7,3% em relação ao 2T13, um valor total de R\$37,2 milhões.

### Abertura da Receita Bruta (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas

	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Aluguel Mínimo	198.773	188.687	5,3%	394.765	367.463	7,4%
Aluguel Percentual	19.283	17.546	9,9%	35.759	33.957	5,3%
Mall & Mídia	37.221	34.703	7,3%	72.077	64.742	11,3%
Estacionamento	61.648	52.785	16,8%	121.015	104.305	16,0%
Prestação de Serviços	22.799	23.406	-2,6%	46.120	44.412	3,8%
Taxa de Cessão	15.798	18.276	-13,6%	31.616	32.008	-1,2%
Taxa de Transferência	2.062	4.654	-55,7%	3.667	6.218	-41,0%
Outras	1.630	1.075	51,7%	2.844	2.403	18,4%
<b>Receita Bruta</b>	<b>359.214</b>	<b>341.131</b>	<b>5,3%</b>	<b>707.862</b>	<b>655.509</b>	<b>8,0%</b>

## Estacionamento

Fechamos o trimestre com uma receita de estacionamento de R\$61,6 milhões, representando um aumento de 16,8% em relação ao 2T13 ou de R\$8,9 milhões. Esse crescimento pode ser explicado pelo aumento do fluxo de veículos na maioria dos shoppings principalmente nos meses de abril e maio.

Somamos R\$52,8 milhões de NOI Estacionamento, o que representa um aumento de 26,7% ou R\$11,1 milhões em relação ao 2T13 e uma margem de 85,7%.

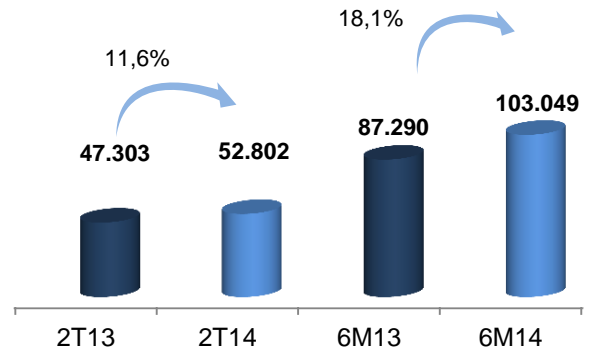
## Prestação de Serviços

Totalizamos R\$22,8 milhões referentes à receita de taxa de serviços (administração, comercialização e serviços compartilhados) no 2T14.

## Taxa de Cessão

Registramos uma taxa de cessão de R\$15,8 milhões no segundo trimestre de 2014, uma redução de 13,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

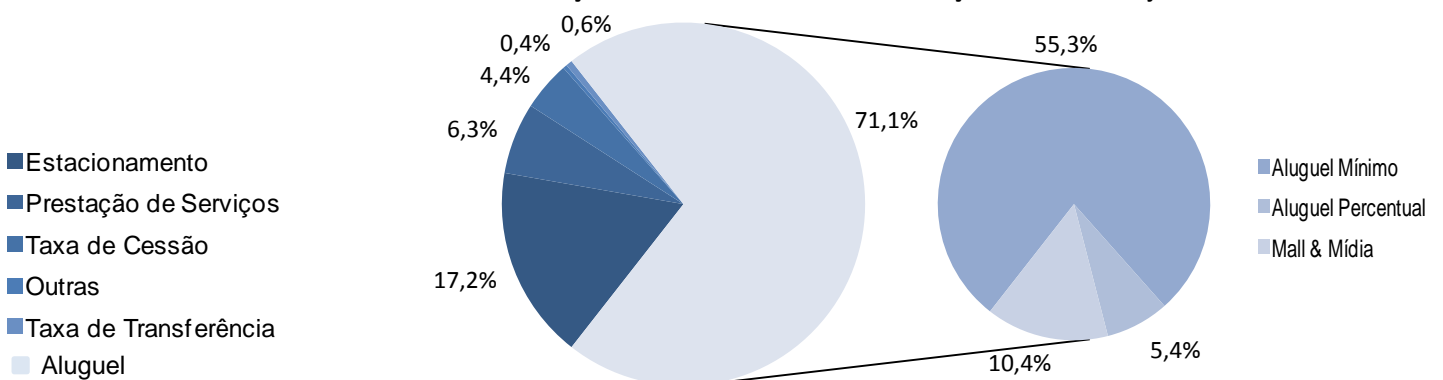
## Evolução NOI Estacionamento (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



## Taxa de Transferência

No segundo trimestre de 2014 tivemos uma receita de taxa de transferência de R\$2,1 milhões.

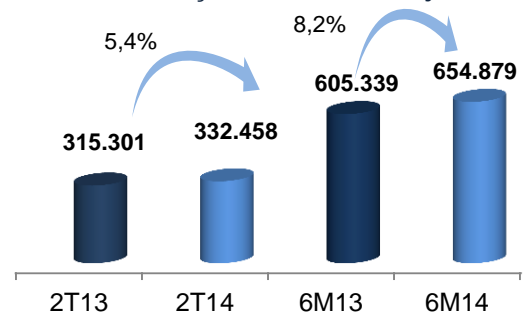
## Distribuição da Receita Bruta 2T14 - Informações Financeiras Ajustada:



## Receita Líquida:

Totalizamos R\$332,5 milhões na linha de receita líquida, apresentando um aumento de R\$17,2 milhões ou 5,4% em relação ao 2T13. **Se excluirmos as participações vendidas no ano, a receita líquida no trimestre cresce 6,9% em relação ao 2T13.**

### Evolução da Receita Líquida (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



## Custos:

A Companhia alcançou R\$26,5 milhões em custos de aluguéis e serviços. Obtivemos nessa linha uma redução de 2,9% em relação ao mesmo período do ano anterior que registrou R\$27,3 milhões.

### Custo com Pessoal

Tivemos uma redução de 4,2% no custo com pessoal, que foi de R\$7,3 milhões, quando comparado com o 2T13.

### Custo Condominial

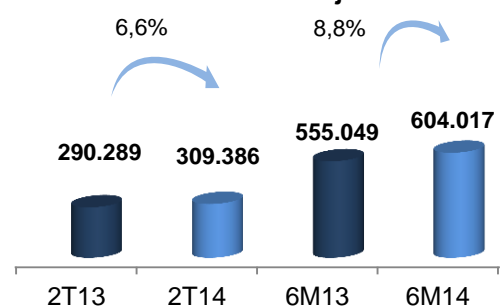
Com a redução de 3,6% dos custos condominiais, chegamos a um total de R\$8,0 milhões, registramos assim uma melhora na eficiência da gestão condominial.

## NOI:

A Companhia obteve um NOI de R\$309,4 milhões, representando um aumento de R\$19,1 milhões ou 6,6% quando comparado ao 2T13. A margem NOI atingiu 92,0% no 2T14, 0,6 p.p acima do mesmo período do ano anterior.

**Se excluirmos as vendas de participação da base de cálculo do 2T13, obtemos um crescimento no 2T14 de 8,1% sobre o 2T13.**

### Evolução do NOI (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



### Reconciliação do NOI (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas

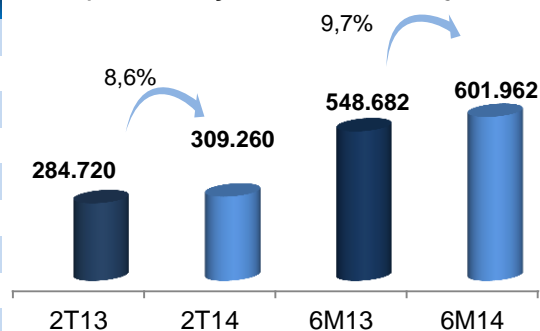
	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Receita Bruta	359.214	341.131	5,3%	707.863	655.509	8,0%
(-) Prestação de Serviços	(22.799)	(23.406)	-2,6%	(46.120)	(44.412)	3,8%
(-) Custos	(26.532)	(27.337)	-2,9%	(57.070)	(55.984)	1,9%
(+) Debêntures do Araguaia	1.740	2.108	-17,4%	3.853	4.336	-11,1%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(2.237)	(2.206)	1,4%	(4.509)	(4.400)	2,5%
<b>NOI</b>	<b>309.386</b>	<b>290.289</b>	<b>6,6%</b>	<b>604.017</b>	<b>555.049</b>	<b>8,8%</b>
Margem %	92,0%	91,4%	0,6%	91,3%	90,8%	0,5%

Na métrica de crescimento de NOI mesmos shoppings, a Companhia obteve um crescimento de 8,6% comparado ao mesmo período do ano anterior. O 43 shoppings administrados pela BRMALLS foram os responsáveis por 93,6% de NOI do período, no qual nossa participação média no ativos é de 62,8%.

## NOI\* e Vendas por Shopping (R\$ milhões) - Informações Financeiras Ajustadas

	NOI 2T14	Vendas 2T14	NOI 6M14	Vendas 6M14
1 Plaza Niterói	29.717	242.595	59.979	473.691
2 Shopping Tijuca	24.223	205.774	47.896	398.106
3 NorteShopping	19.702	333.947	39.941	639.030
4 Shopping Tamboré	16.389	151.851	32.249	286.233
5 Center Shopping Uberlândia	13.979	158.642	27.561	308.468
6 Catuai Shopping Londrina	12.950	142.926	25.520	286.717
7 Shopping Recife	10.809	324.042	19.834	631.092
8 Moca Plaza Shopping	10.692	121.488	20.638	231.846
9 Shopping Estação	9.884	97.874	9.884	187.884
10 Shopping Villa Lobos	9.584	143.942	16.121	280.571
Outros	151.458	3.438.345	304.394	6.724.105
<b>Total</b>	<b>309.386</b>	<b>5.361.426</b>	<b>604.017</b>	<b>10.447.745</b>

## Evolução do NOI Mesmos Shoppings (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



\* NOI considerando os efeitos da linearização

## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas:

As despesas com vendas, gerais e administrativas alcançaram um total de R\$40,4 milhões no 2T14, o que evidencia uma redução de 2,1% quando comparado ao 2T13.

### Despesas com Vendas

Na linha de despesas com vendas, totalizamos R\$10,2 milhões no 2T14, representando uma redução de 6,6% em relação com 2T13.

### Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas alcançaram um total de R\$30,2 milhões no 2T14, uma redução de 0,5% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

## Depreciação e Amortização:

Dada a adoção dos pronunciamentos do Comitê de Pronunciamento Contábeis (CPC) de acordo com a deliberação CVM 603 passamos a não depreciar mais as nossas propriedades para investimento, que são avaliadas ao valor justo. Além disso, também não amortizamos mais o ágio gerado por aquisições. A única despesa de depreciação refere-se a edificações, benfeitorias, equipamentos e instalações da sede administrativa que não gera impactos significativos para análise.

Observamos uma despesa de depreciação de R\$122,0 mil, 11,2% abaixo do que foi registrado no 2T13. Na linha de amortização, registramos um total de R\$2,5 milhões no trimestre, um aumento de 5,9% em relação ao 2T13.

**Outras Receitas Operacionais:**

Encerramos o trimestre totalizando R\$343,4 milhões na linha de outras receitas operacionais, evidenciando uma redução de 1,8% quando relacionado ao mesmo período do ano de 2013. Esta linha foi influenciada, principalmente, pela variação da avaliação dos ativos ao valor justo.

**Propriedades para Investimento:**

As propriedades para investimento são representadas por terrenos e edifícios em Shopping Centers mantidos para auferir rendimento de aluguel e/ou para valorização do capital. As propriedades para investimento são reconhecidas pelo seu valor justo. As avaliações foram feitas por especialistas internos utilizando o modelo proprietário considerando o histórico de rentabilidade e fluxo de caixa descontado a taxas praticadas pelo mercado. No mínimo semestralmente na data do balanço são feitas revisões para avaliar mudanças nos saldos reconhecidos. As variações de valor justo são reconhecidas diretamente no resultado de cada período.

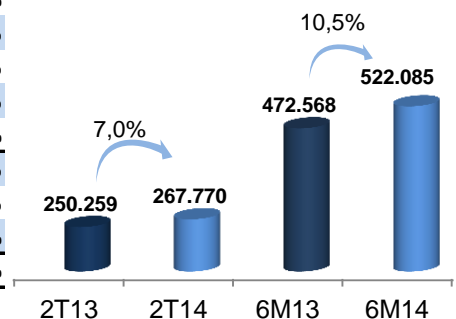
Trimestralmente, a Companhia possui um processo de monitoramento de eventos que indiquem a necessidade das estimativas de valor justo serem revisadas, tais como, inauguração de projetos, aquisição de participação adicional ou alienação de parte de participação em shoppings, variações significativas nas performances dos shoppings em comparação aos orçamentos, modificações no cenário macroeconômico, entre outras. Se identificados tais indicativos, a Companhia ajusta suas estimativas refletindo as eventuais variações no resultado de cada período.

**EBITDA:**

O EBITDA ajustado atingiu R\$267,8 milhões no 2T14, representando um aumento de 7,0% quando comparamos com os R\$250,3 milhões registrados no 2T13. A margem EBITDA ajustado registrou 80,5% no 2T14, com aumento de 1,1 p.p em relação ao mesmo período do ano anterior.

**Reconciliação do EBITDA (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**

	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Receita Líquida	332.458	315.301	5,4%	654.879	605.340	8,2%
(-) Custos e Despesas	(69.553)	(71.116)	-2,2%	(149.313)	(145.181)	2,8%
(+) Depreciação e Amortização	2.610	2.486	5,0%	5.270	5.075	3,9%
(+) Outras Receitas Operacionais	343.402	349.600	-1,8%	350.283	351.119	-0,2%
<b>EBITDA</b>	<b>608.917</b>	<b>596.271</b>	<b>2,1%</b>	<b>861.119</b>	<b>816.353</b>	<b>5,5%</b>
(-) Propriedade para Investimento	(342.887)	(348.120)	-1,5%	(342.887)	(348.120)	-1,5%
(+) Debêntures do Araguaia	1.740	2.108	-17,4%	3.853	4.336	-11,1%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>267.770</b>	<b>250.259</b>	<b>7,0%</b>	<b>522.085</b>	<b>472.568</b>	<b>10,5%</b>
Margem %	80,5%	79,4%	1,1%	79,7%	78,1%	1,6%

**Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**

**Resultado Financeiro:**

Tivemos um resultado financeiro negativo no segundo trimestre de 2014 de R\$97,1 milhões. Um total de R\$162,0 milhões de receita financeira foi alcançado nesse trimestre, enquanto que a despesa financeira foi de R\$259,1 milhões. Os maiores impactos sobre o resultado devem-se aos juros com empréstimo e financiamento, ao swap na curva e a variação cambial dos bônus perpétuos.

Eliminando os efeitos de swap a mercado (MTM) e a variação cambial, que não são efeitos não-caixa, registramos uma despesa financeira líquida caixa de R\$117,6 milhões no 2T14. Os fatores mais relevantes no resultado financeiro estão relatados abaixo:

**Receitas e Despesas Juros e Variações Monetárias**

Quando analisamos nossas aplicações financeiras obtivemos receita de R\$21,2 milhões, um crescimento de 65,0% em relação ao 2T13, que registrou um valor de R\$12,8 milhões.

As despesas com juros registraram R\$139,6 milhões no mesmo período, representando aumento de 20,8% em relação ao 2T13. O crescimento da despesa de juros foi influenciado principalmente pela abertura na curva de juros e inflação.

Resultado Financeiro (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas						
Receitas	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Aplicações Financeiras	21.153	12.824	65,0%	34.439	23.369	47,4%
Variações Cambiais	37.114	7.464	397,3%	150.876	49.054	207,6%
Swap na Curva	81.807	114.177	-28,4%	170.358	338.769	-49,7%
Swap a Mercado (MTM)	20.213	78.162	-74,1%	30.995	100.388	-69,1%
Outros	1.701	6.389	-73,4%	3.570	9.064	-60,6%
<b>Total</b>	<b>161.988</b>	<b>219.015</b>	<b>-26,0%</b>	<b>390.237</b>	<b>520.644</b>	<b>-25,0%</b>
Despesas	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Juros	(139.613)	(115.547)	20,8%	(277.048)	(233.484)	18,7%
Variações Cambiais	(8.531)	(100.301)	-91,5%	(85.983)	(126.370)	-32,0%
Swap na Curva	(79.552)	(97.809)	-18,7%	(182.873)	(309.611)	-40,9%
Swap a Mercado (MTM)	(28.352)	(62.846)	-54,9%	(54.055)	(130.708)	-58,6%
Outros	(3.070)	(8.213)	-62,6%	(5.868)	(13.052)	-55,0%
<b>Total</b>	<b>(259.118)</b>	<b>(384.717)</b>	<b>-32,6%</b>	<b>(605.828)</b>	<b>(813.226)</b>	<b>-25,5%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(97.130)</b>	<b>(165.701)</b>	<b>-41,4%</b>	<b>215.589</b>	<b>292.582</b>	<b>-26,3%</b>
<b>Resultado Financeiro - Caixa</b>	<b>(117.574)</b>	<b>(88.181)</b>	<b>33,3%</b>	<b>(257.423)</b>	<b>(184.945)</b>	<b>39,2%</b>

**Variação Cambial**

Ao longo do segundo trimestre de 2014, o Real se valorizou frente ao dólar norte-americano calculado pela ptax, em 2,67%. Esta valorização teve uma contribuição para uma receita líquida não caixa de R\$28,6 milhões.

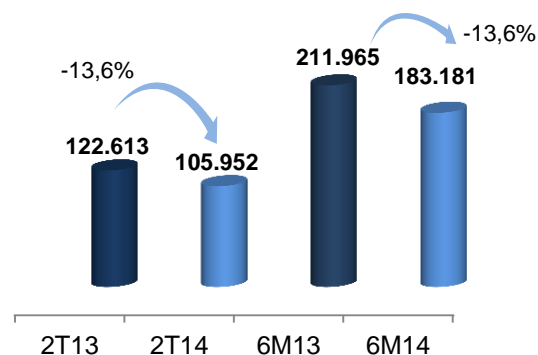
**Lucro Líquido:**

A BRMALLS registrou no 2T14 um lucro líquido de R\$298,7 milhões, um crescimento de 61,8% comparado ao lucro líquido registrado em 2T13. O indicador foi principalmente impactado pelos efeitos não caixa abaixo:

A variação cambial foi impactada positivamente em R\$28,6 milhões devido a apreciação do Real frente ao dólar americano, o que contribuiu para uma receita líquida não caixa sobre o principal da nossa dívida perpétua. Além disso tivemos o efeito da avaliação dos nossos ativos a valor justo e os efeitos de impostos diferidos decorrentes dessa avaliação.

Quando ajustamos os efeitos não caixa, o lucro líquido ajustado foi de R\$106,0 milhões.

No trimestre, o lucro líquido por ação fechou em R\$0,23.

**Evolução do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas**

Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas						
	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Lucro Líquido	298.739	184.645	61,8%	352.490	244.030	44,4%
(+) Variação Cambial	(28.584)	92.837	-130,8%	(64.893)	77.315	-183,9%
(+) Swap a Mercado (MTM)	8.138	(15.317)	-153,1%	23.061	30.321	-23,9%
(+) Imposto Não Caixa	148.860	198.099	-24,9%	193.725	197.951	-2,1%
(-) Propriedade para Investimento	(342.887)	(348.120)	-1,5%	(342.887)	(348.120)	-1,5%
(+) Participação de Minoritários (Prop. para Inv)	21.686	10.468	107,2%	21.686	10.468	107,2%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>105.952</b>	<b>122.613</b>	<b>-13,6%</b>	<b>183.181</b>	<b>211.965</b>	<b>-13,6%</b>
<b>Margem %</b>	<b>31,9%</b>	<b>38,9%</b>	<b>-7,0%</b>	<b>28,0%</b>	<b>35,0%</b>	<b>-7,0%</b>

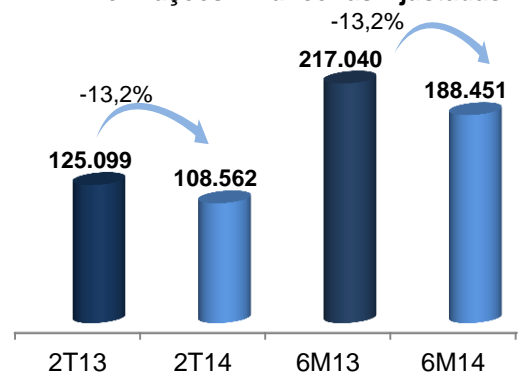
## FFO Ajustado:

Encerramos o trimestre com um FFO de R\$301,3 milhões. Já o FFO Ajustado, que ajusta o resultado dos efeitos não caixa como a variação cambial, resultado de swap a mercado, ganho com avaliação das propriedades para investimento e impostos diferidos alcançou R\$108,6 milhões. A margem AFFO registrou 32,7% no 2T14.

### Reconciliação do FFO (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas

	2T14	2T13	%	6M14	6M13	%
Lucro Líquido	298.739	184.645	61,8%	352.490	244.030	44,4%
(+) Depreciação e Amortização	2.610	2.486	5,0%	5.270	5.075	3,9%
<b>FFO</b>	<b>301.349</b>	<b>187.131</b>	<b>61,0%</b>	<b>357.760</b>	<b>249.105</b>	<b>43,6%</b>
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	(28.584)	92.837	-130,8%	(64.893)	77.315	-183,9%
(+) Swap a Mercado (MTM)	8.138	(15.317)	-153,1%	23.061	30.321	-23,9%
(+) Propriedade para Investimento	(342.887)	(348.120)	-1,5%	(342.887)	(348.120)	-1,5%
(+) Participação Minoritária (Propriedade para Inv)	21.686	10.468	107,2%	21.686	10.468	107,2%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	148.860	198.099	-24,9%	193.725	197.951	-2,1%
<b>FFO Ajustado</b>	<b>108.562</b>	<b>125.099</b>	<b>-13,2%</b>	<b>188.451</b>	<b>217.040</b>	<b>-13,2%</b>
Margem %	32,7%	39,7%	-7,0%	28,8%	35,9%	-7,1%

### Evolução do FFO Ajustado (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas



## CAPEX:

A BRMALLS investiu R\$ 127,2 milhões ao longo do 2T14, que foi dividido da seguinte forma:

### Projetos Greenfield

Investimos R\$56,2 milhões em nossos projetos Greenfield, com destaque para os shoppings Cascavel e Cuiabá.

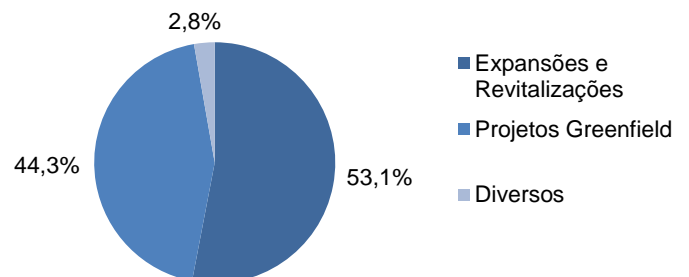
### Expansões e Revitalizações

Foi investido um total de R\$67,5 milhões ao decorrer do 2T14, nos quais a maioria refere-se ao nosso pipeline de expansão dos Shoppings Capim Dourado e Top Shopping

### Diversos

Desembolsamos um total de R\$3,5 milhões ao longo do 2T14 para o investimento em sistemas e processos internos com o objetivo de obter ganhos de escala e melhoria de processos.

### CAPEX Total



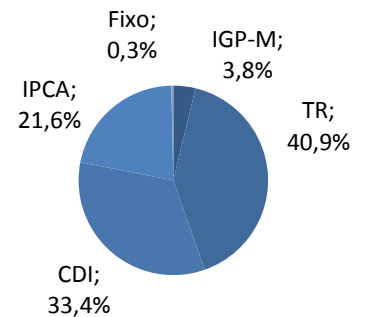
### Disponibilidade de Caixa e Dívida (Informações Financeiras Ajustadas):

Quando comparamos a nossa dívida bruta ao final do 2T14 com o mesmo período do ano anterior, podemos constatar um crescimento de 5,3% e em relação ao 1T14, um crescimento de 0,4%.

Encerramos o período com um caixa de R\$702,2 milhões, o que representa uma redução de 22,4% em relação ao 1T14 e um crescimento de 17,4% em comparação com o 2T13.

Em relação ao indicador de dívida líquida no final do 2T14, somamos R\$4,3 bilhões, representando um crescimento de 3,5% quando comparado com o 2T13 e um aumento de 5,5% quando comparado com o 1T14. Temos a intenção de manter o perfil da dívida com caráter de longo prazo. No 2T14, 87,6% da dívida bruta era de longo prazo com uma duração média de 10,1 anos.

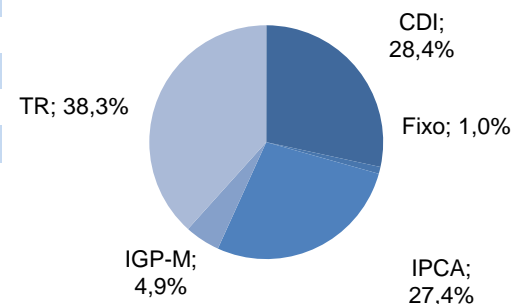
### Indexadores da Dívida



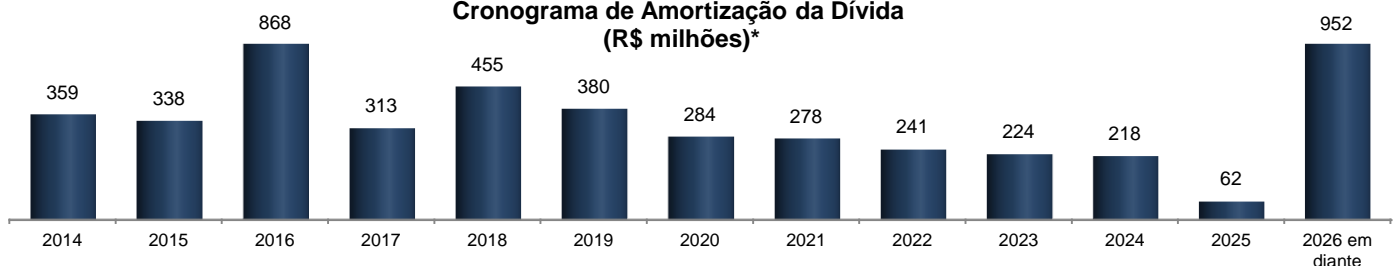
### Principais Indicadores (R\$ mil)

	2T14	1T14
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	702.242	904.506
Remuneração Média	101,1%	101,5%
Dívida Bruta (R\$ mil)	4.972.105	4.951.758
Prazo Médio (anos)	10,1	10,5
Custo Médio	IGPM + 5,6%	IGPM + 5,8%
Dívida Líquida	4.269.863	4.047.252
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado anualizado	3,99	3,98
Dívida Líquida (ex-perpétuos) / EBITDA Ajustado anualizado	3,12	3,01
Dívida Bruta / EBITDA Ajustado anualizado	4,64	4,87
EBITDA Ajustado anualizado/Despesa Financeira Líquida	2,75	2,17

### Exposição para os próximos 5 anos por Índice (Dívidas e Swaps)



### Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões)\*

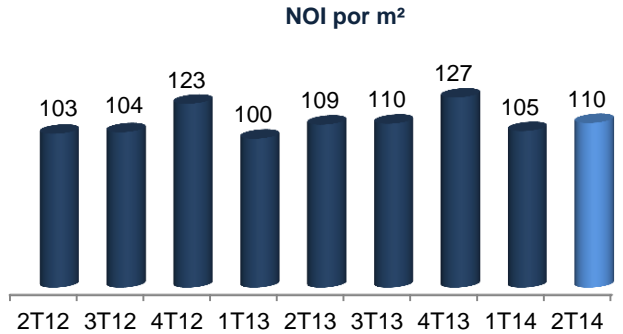


\*O cronograma considera a gestão de passivo que está em andamento, alongando as seguintes dívidas: Itaú - CCB (xvii).

## Indicadores Operacionais:

### NOI por m<sup>2</sup>

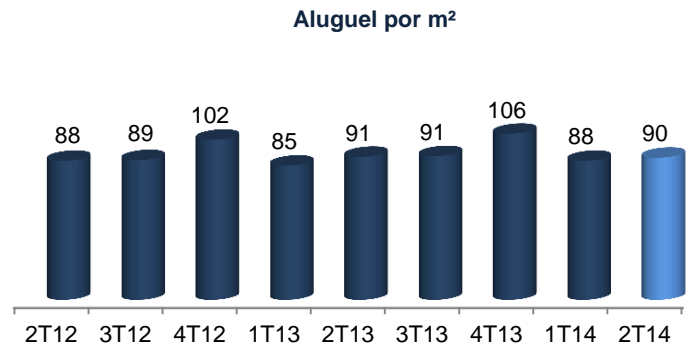
No 2T14 tivemos um crescimento de NOI por m<sup>2</sup> nos nossos shoppings de 1,0% quando comparamos com o mesmo período do ano anterior. Assim, alcançamos uma média de R\$110/m<sup>2</sup> no 2T14. Considerando os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI, o indicador teve crescimento de 8,0 %, alcançando uma média de R\$152/m<sup>2</sup> por mês.



\*O NOI por m<sup>2</sup> médio considera os efeitos da linearização

### Aluguel por m<sup>2</sup>

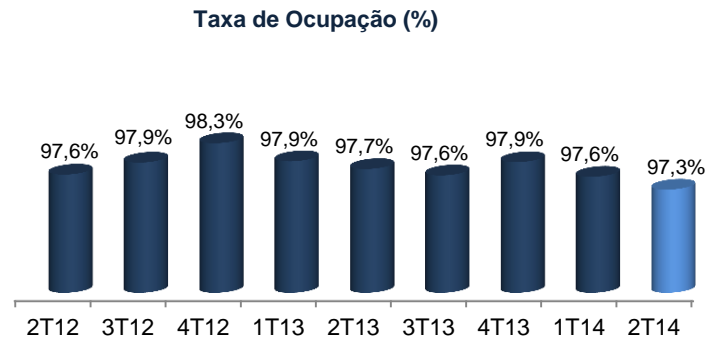
Levando em consideração os efeitos de linearização, o aluguel por m<sup>2</sup> no 2T14 teve uma redução de 0,6%, registrando uma média mensal de R\$90/m<sup>2</sup>. Se destacarmos apenas os 10 shoppings mais representativos este crescimento foi de 7,0% atingindo uma média mensal de R\$120/m<sup>2</sup>.



\*O Aluguel por m<sup>2</sup> médio considera os efeitos da linearização

### Taxa de Ocupação

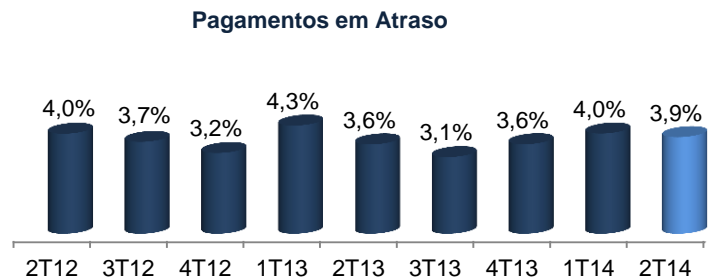
Os ativos da BRMALLS se mantem com uma taxa alta e estável de ocupação, com um nível médio de 97,3% do ABL total ocupado no trimestre. Os 49 shoppings nos quais detemos participação, 29 apresentaram uma taxa de ocupação com mais de 98,0%.



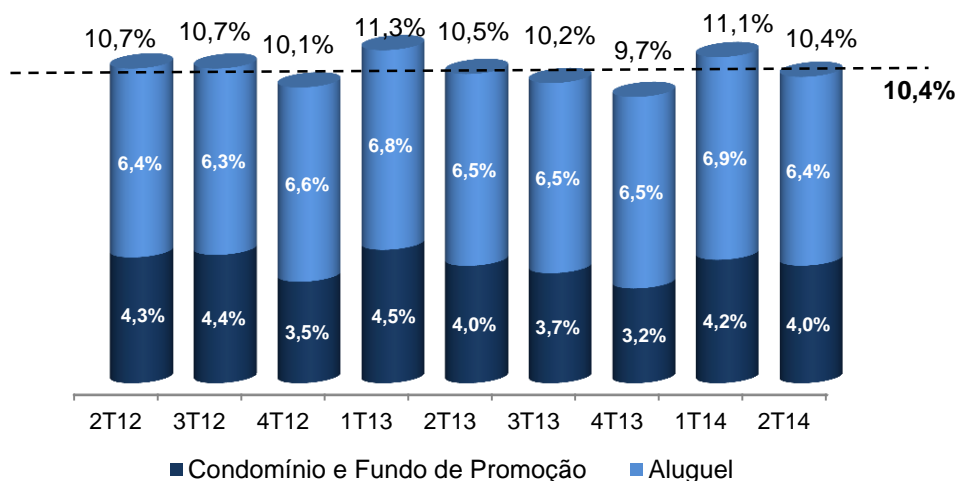
### Pagamentos em Atraso

No indicador de pagamentos em atraso (30 dias), fechamos o trimestre com um aumento de 0,3 p.p. quando comparado ao mesmo período do ano passado, totalizando 3,9% no 2T14, porém 0,1 p.p abaixo do trimestre passado.

No 2T14 a taxa de inadimplência líquida atingiu 1,7%.



Distribuição do Custo de ocupação (% das Vendas)



### Custo de Ocupação

No 2T14 alcançamos o custo de ocupação de 10,4%, o que representa uma diminuição de 0,1 p.p em relação ao mesmo período de 2013. A parcela do custo de ocupação que se destina a condomínio e fundo de promoção permanece em linha com a divulgada no 2T13 e a parcela de aluguel registrou uma redução de 0,1 p.p quando comparado com 2T13.

### Resumo da Evolução dos Indicadores

	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14
SSS (%)	7,0%	6,2%	7,6%	7,5%	6,2%	8,1%	8,0%	7,6%	7,5%
SSR (%)	8,1%	9,0%	10,2%	11,1%	8,3%	9,3%	10,4%	8,7%	8,6%
Vendas/m <sup>2</sup>	1.071	1.064	1.425	1.167	1.145	1.189	1.574	1.124	1.214
Aluguel/m <sup>2</sup>	88	89	102	85	91	91	106	88	90
NOI/m <sup>2</sup>	103	104	123	100	109	110	127	105	110
Custo de Ocupação (% das Vendas)	10,7%	10,7%	10,1%	11,3%	10,5%	10,2%	9,7%	11,1%	10,4%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	4,0%	3,7%	3,2%	4,3%	3,6%	3,1%	3,6%	4,0%	3,9%
Inadimplência Líquida	1,2%	0,9%	0,9%	1,8%	1,3%	0,5%	1,5%	2,5%	1,7%
Ocupação (%)	97,6%	97,9%	98,3%	97,9%	97,7%	97,6%	97,9%	97,6%	97,3%

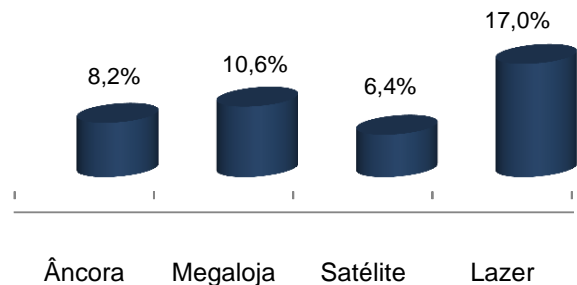
## Desempenho das Vendas:

As vendas no período somaram R\$5,4 bilhões, o que representa um crescimento de 6,8% em relação ao valor de R\$5,0 bilhões no 2T13.

Se excluirmos os shoppings vendidos em 2014 da base de cálculo do 2T13 obtemos um crescimento de vendas totais de 13,1%. Adicionalmente, o nosso indicador de vendas mesmas lojas teve um crescimento de 1,3 p.p. em relação ao indicador do 2T13, totalizando um crescimento de vendas mesmas lojas de 7,5% no trimestre.

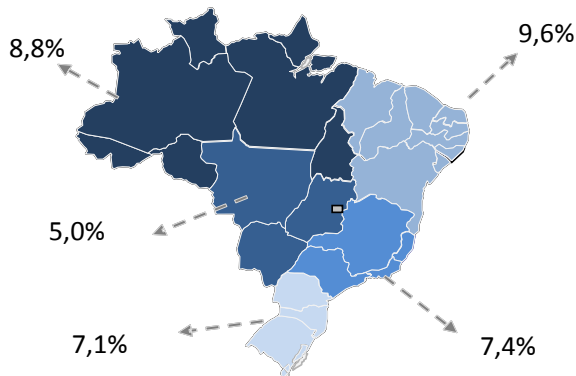
Destacamos as lojas de lazer, que cresceram 17,0% quando comparado ao mesmo período do ano de 2013. O segmento de lazer foi o que mais cresceu devido ao desempenho positivo dos cinemas influenciado pela antecipação das férias escolares em consequência do evento da Copa do Mundo no Brasil.

### Crescimento das Vendas Mesmas Lojas por Segmento (2T14 versus 2T13)



Os shoppings em maturação mantiveram bom crescimento de vendas mesmas lojas. Nossos Greenfields inaugurados nos último três anos tiveram um SSS de 17,3%.

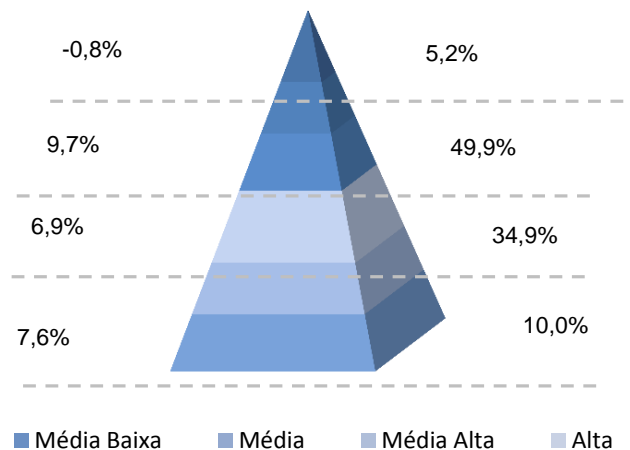
Dentre o nosso portfólio, nota-se que a região Nordeste, apresenta maior crescimento no indicador das vendas mesmas lojas, atingindo uma média de vendas mesmas lojas: 9,6%, ficando acima da região Norte com um crescimento vendas mesmas lojas de 8,8% no 2T14.



Os shoppings voltados às classes média alta e média baixa registraram um aumento de vendas mesmas lojas de 9,7% e 7,6%, respectivamente.

### SSS (%)

### % do NOI



### Atividade Comercial:

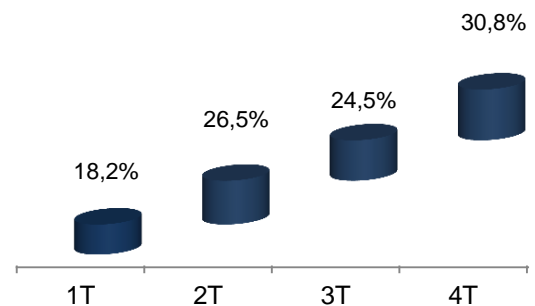
O leasing spread das renovações dos contratos de aluguel atingiram 22,1%, enquanto o indicador de leasing spread novos contratos em shoppings existentes teve um aumento de 10,9%. Este indicador é impactado pela parcela de shoppings não comercializados pela companhia, que registraram um leasing spread novos contratos de 5,5% e renovações de 0,5% comparado aos shoppings comercializados que obtiveram 11,3% de leasing spread novas locações e 23,3% de leasing spread renovações.

Nos shoppings existentes comercializamos 159 novas lojas e 162 renovações durante o 2T14. Também comercializamos 70 contratos nos projetos greenfields e 28 nos projetos em expansão.

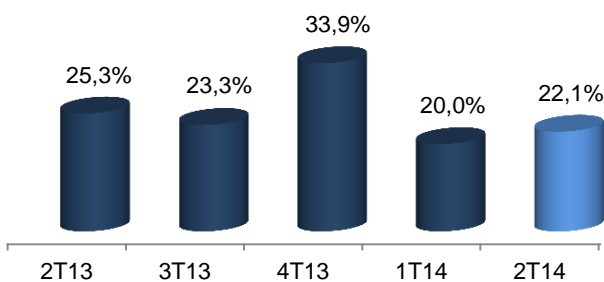
No total, comercializamos 419 contratos, o equivalente a 52,4 mil m<sup>2</sup> de ABL.

Nos próximos seis meses, temos a previsão de renovar 4,6% do ABL total da companhia.

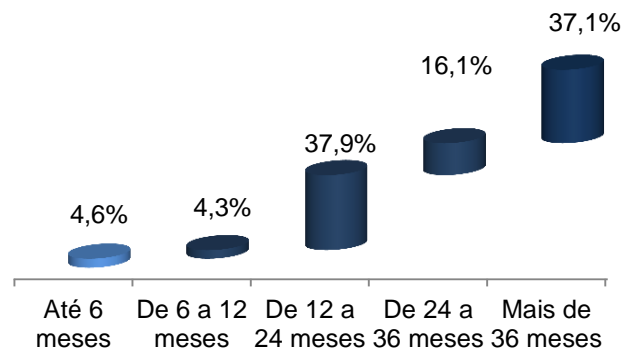
**Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% do ABL)**



**Leasing Spread Renovações (%)**



**Cronograma de Vencimento dos Contratos (% do ABL)**

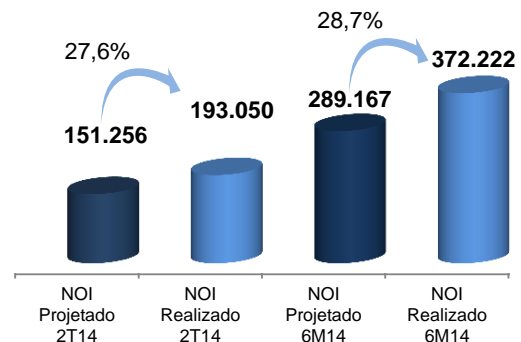


## Aquisições:

No 2T14 registramos um NOI de R\$193,1 milhões nos shoppings adquiridos desde o início da companhia, excedendo em 27,6% o NOI projetado para o mesmo período.

No 2T14 realizamos a venda do Big Shopping por R\$11,4 milhões. No ano de 2013 o shopping contribuiu com um NOI de R\$1,3 milhões. Assim, reduzimos nosso ABL total em 17,241 m<sup>2</sup> e ABL próprio em 2.241 m<sup>2</sup>.

### NOI das Aquisições Realizadas (R\$ mil)



## Expansões:

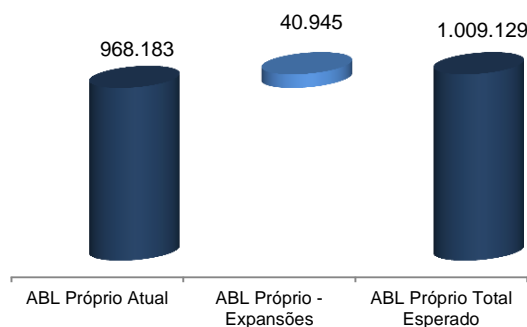
Ao final do período possuíamos 6 projetos de expansão anunciados ao mercado, que juntos irão adicionar 50,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 40,9 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio ao nosso portfólio atual, representando um crescimento de 3,1% e 4,2% respectivamente.

Inauguramos três expansões no 2T14: Shopping Piracicaba, Shopping Recife e São Luis Shopping. Dessa forma, a Companhia adicionou 39,9 mil m<sup>2</sup> ao ABL total e 10,0 mil m<sup>2</sup> ao ABL próprio.

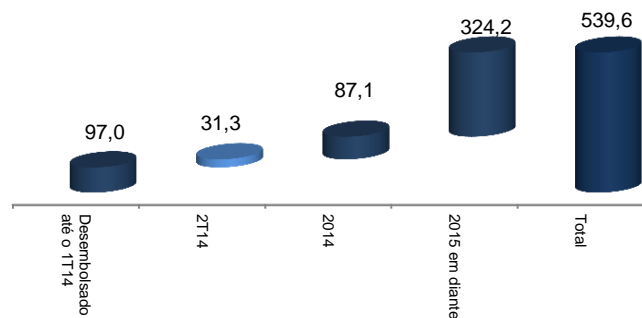
Nesse trimestre anunciamos a expansão do Estação BH, prevista para inaugurar no 4T15. Quando inaugurada, a expansão adicionará 1,4 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 836 m<sup>2</sup> de ABL próprio ao portfólio atual da BRMALLS.

As expansões anunciadas exigem da companhia um investimento de R\$539,6 milhões, onde 23,8% já foram desembolsados até o final do 2T14. O cronograma e orçamento dos projetos continuam como o previsto e seguimos buscando oportunidades de fortalecer e gerar valor em nossos ativos existentes.

### ABL Próprio Adicionada pelas Expansões



### Cronograma do CAPEX das Expansões a serem inauguradas (R\$ milhão)



#### Resumo de Expansões

Expansões	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab.(R\$ milhões) <sup>1</sup>	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Campinas	4.868	100,0%	4.868	0,0%	3,9	0,4	13,6%	1T15	0,0%
Top Shopping*	15.822	50,0%	7.911	47,0%	14,9	6,0	11,9%	2T15	34,6%
Capim Dourado	7.508	100,0%	7.508	26,0%	8,8	6,5	14,7%	3T15	46,5%
Estação BH	1.394	60,0%	836	0,0%	2,0	1,9	19,1%	4T15	0,0%
NorteShopping	13.788	100,0%	13.788	0,0%	33,4	16,3	15,6%	2T16	0,0%
Independência	7.231	83,4%	6.034	0,0%	11,4	4,8	13,1%	2T16	27,6%
<b>Total</b>	<b>50.611</b>	<b>80,9%</b>	<b>40.945</b>		<b>74,4</b>	<b>36,0</b>			

<sup>1</sup> NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços.

\* A TIR do Top Shopping incluindo a aquisição foi de 12,5%;

### Inauguração Expansão São Luís

A cidade de São Luís possui um setor industrial desenvolvido sediando grandes empresas como Vale e Ambev. Além disso abriga um dos maiores complexos portuários da América Latina. A cidade foi considerada patrimônio cultural da humanidade pela Unesco muito devido ao seu rico acervo histórico e artístico, e grandes manifestações culturais e é destino turístico internacional. A expectativa é de que mais de R\$50 bilhões sejam investidos na região metropolitana nos próximos anos gerando cerca de 100 mil empregos.

O Shopping São Luís fica em uma das principais avenidas da capital, com fluxo diário de 50 mil carros o entorno do shopping encontra-se em franca expansão, com grande crescimento residencial e lançamentos imobiliários. O shopping é o primeiro da cidade e é referência de compra, lazer e alimentação há 15 anos.

Com a expansão, inaugurada no dia 6 de maio de 2014, o shopping adicionou mais de 100 lojas incluindo 2 restaurantes e 5 âncoras como, por exemplo, C&A, Renner e Riachuelo. Algumas outras operações inauguradas incluem: L'Occitane, Polishop, Tommy Hilfiger, Adidas, Victor Hugo, Ri Happy, Swarovski, Track & Field, e Mystore.

Impulsionado pela expansão, o Shopping São Luís registrou vendas mesmas lojas de 20,9% e aluguel mesmas lojas de 16,9% no 2T14.

Com a expansão, o shopping adiciona 20,7 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 3,1 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio ao portfólio da BRMALLS e o shopping chega a um ABL total de 55,0 mil m<sup>2</sup>. Estimamos que o projeto gere um NOI próprio estabilizado de R\$2,7 milhões com uma TIR real e desalavancada de 16,5%.



### Inauguração Expansão Piracicaba

A cidade de Piracicaba está situada em uma das regiões mais industrializadas e produtivas de todo o Estado de São Paulo. Piracicaba é o principal município de uma região que reúne 1,5 milhão de habitantes, e representa um polo dinâmico de desenvolvimento industrial e agrícola com PIB de R\$ 8,8 bilhões. É um dos maiores produtores de álcool e açúcar do mundo e um importante centro industrial que reúne mais de 13 mil empresas instaladas.

A expansão visa consolidar o shopping como regional, que já conta com um tráfego anual de 5,8 milhões de pessoas, além de atender a demanda de novos lojistas. O shopping encerrou o 1T14 com uma taxa de ocupação de 99,6%.

A expansão inaugurada no dia 29 de abril de 2014, complementa o mix do shopping com âncoras inéditas na cidade de Piracicaba, como Riachuelo, Tok & Stok, Avenida e Marabraz que se somam as âncoras existentes: C&A, Renner, Lojas Americanas, Marisa, Dicico, Casas Bahia, Ponto Frio, Centauro e Nobel aumentando o poder de atração.

Criamos uma nova praça de eventos e uma nova praça de fast food com 13 novas operações dentre elas Burger King, Subway, Gendai e mais dois importantes restaurantes, Madero e o Empório Santa Terezinha, também novidades na região. Adicionalmente os cinemas Stadium foram ampliados e reformados e se tornarão assim o principal e maior complexo multiplex da região.

O projeto adicionou 100 novas lojas ao shopping e foram inauguradas 800 vagas de estacionamento para suprir a alta demanda do shopping. Com a expansão, 16,2 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 6,0 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio foram adicionados ao shopping, representando um aumento de 59,4%, e elevando o ABL total do shopping a 43,4 mil m<sup>2</sup>.

Estimamos que esta expansão gere cerca de R\$7,0 milhões de NOI estabilizado para a BRMALLS. A taxa interna de retorno do projeto, real e desalavancada é de 16,2%.



### Inauguração Expansão Recife

Inaugurado em 7 de outubro de 1980, o shopping Recife foi o primeiro no estado de Pernambuco, e hoje é referência na região Norte/Nordeste, inclusive por ser considerado um dos maiores centros de compras do país e da América Latina, título recebido após ter passado por ampliações ao longo das quase três décadas de funcionamento. Com uma excelente localização, o shopping encontra-se a cinco minutos do Aeroporto Internacional Guararapes, a seis quadras da praia de Boa Viagem e de fácil acesso às principais vias da capital pernambucana. Além disso, existe previsão de incremento de 15 torres residenciais e empresariais nos terrenos vizinhos do Shopping em um período de 24 meses.

O Shopping Recife já passou por 4 expansões, e a última, finalizada em abril de 2014, acrescentou 2.938 m<sup>2</sup> de ABL total e 905 m<sup>2</sup> de ABL próprio ao shopping. Com isso, o shopping chega a um ABL total de 71.565 m<sup>2</sup> e a um ABL próprio de 22.224 m<sup>2</sup>.

Essa nova expansão traz aos consumidores do shopping 3 salas VIP de cinema, 1 IMAX e 2 restaurantes, Outback e Camarão Camarada. A expansão irá conferir ao shopping uma retenção de posicionamento perante o público AB e, ainda, suprir à atual demanda de lazer e alimentação existente para esse público.

O projeto possui uma TIR real e desalavancada de 14,4%.



### Expansão Estação BH

O Shopping Estação BH fica localizado na Av. Cristiano Machado, 11.833, uma importante região de crescimento da cidade de Belo Horizonte. Destacando-se a construção da Cidade Administrativa, a qual abriga a administração direta do Estado (16 mil servidores), além da construção da Linha Verde, via expressa que liga o centro da cidade ao aeroporto de Confins. O posicionamento do shopping fica estrategicamente em uma confluência de três vias, na qual abrange a Avenida Cristiano Machado, Dom Pedro I e Vilarinho, gerando enorme fluxo na região.

O Shopping Estação BH foi o 6º Greenfield da BRMALLS e um dos primeiros shoppings de grande porte no norte de Belo Horizonte.

A expansão do Shopping Estação BH será a segunda expansão de um Greenfield da BRMALLS. O projeto contempla a finalização do corredor do L3. O shopping ganhará mais 23 lojas, totalizando 1.394 m<sup>2</sup> de ABL total. A expansão irá fortalecer ainda mais o mix atual do shopping com novas operações, além de possuir um projeto arquitetônico moderno.

O projeto possui uma TIR real e desalavancada de 19,1% e um NOI estabilizado de R\$2,0 milhões.



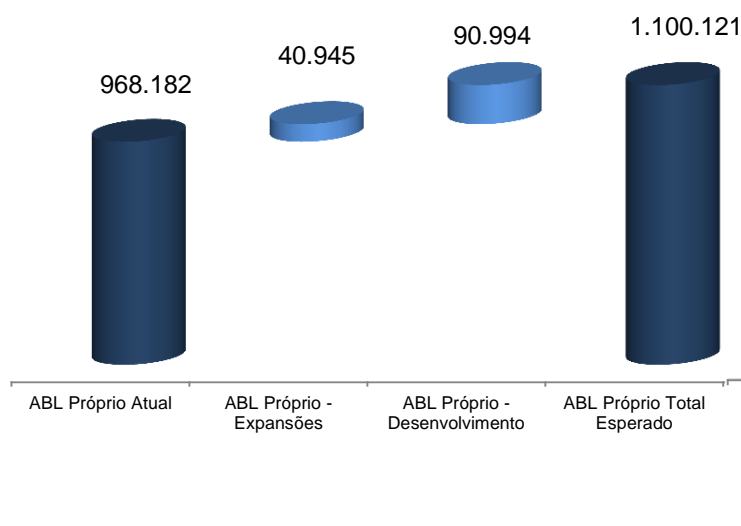
### Desenvolvimento:

Atualmente possuímos 3 projetos em desenvolvimento: Shopping Vila Velha, Catuaí Shopping Cascavel e Cuiabá Plaza Shopping.

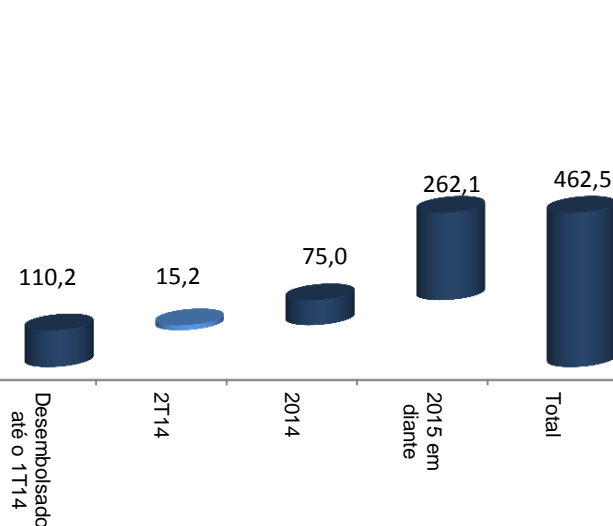
Com a inauguração dos 3 projetos greenfields de nosso pipeline, a BRMALLS irá adicionar 147,7 mil m<sup>2</sup> de ABL total ou 8,9% e 91,0 mil m<sup>2</sup> de ABL próprio ou 9,4% ao nosso portfólio. Considerando as expansões e os projetos greenfields em andamento, estimamos um aumento de 12,0% na ABL total e 13,6% na ABL própria.

O investimento próprio dos projetos em desenvolvimento a ser desembolsado pela companhia totaliza o valor de R\$462,5 milhões, dos quais 27,1% já foram desembolsados até o final do 2T14. A participação média nos projetos será de 61,6% e quando inaugurados, estimamos que adicionem um NOI próprio estabilizado de R\$86,6 milhões a BRMALLS.

### ABL Próprio Adicionada pelos Desenvolvimentos e Expansões



### Cronograma do CAPEX Bruto dos Projetos Greenfield a serem inaugurados (R\$ milhão)<sup>2</sup>



### Resumo de Greenfield

Resumo de Greenfield	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. <sup>1</sup> (R\$ milhões)	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Shopping Vila Velha	71.768	50,0%	35.884	97,0%	28,0	9,7	16,9%	3T14	88,0%
Catuaí Shopping Cascavel	29.975	69,0%	20.668	48,0%	20,3	13,1	13,5%	4T15	77,8%
Cuiabá Plaza Shopping	45.923	75,0%	34.442	10,0%	38,4	25,4	16,1%	2015	5,2%
<b>Total</b>	<b>147.666</b>	<b>61,6%</b>	<b>90.994</b>		<b>86,6</b>	<b>48,2</b>			

<sup>1</sup>NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços

<sup>2</sup>Capex inclui somente os shoppings: Catuaí Shopping Cascavel e Cuiabá. O capex do Shopping Vila Velha está sendo contemplado no balanço patrimonial na linha de obrigações a pagar.

### Cuiabá Plaza Shopping

O Cuiabá Plaza Shopping, que será localizado na Avenida Miguel Sutil, uma das principais artérias viárias da cidade, terá um ABL total de 45,9 mil m<sup>2</sup>.

A economia da cidade está concentrada no comércio e na indústria. O município atingiu em 2011 um PIB de R\$12,4 bilhões, representando 17,3% do PIB do estado do Mato Grosso. A Cidade de Cuiabá foi uma das subsede da Copa do Mundo e está recebendo grandes investimentos em infraestrutura, transportes e serviços.

O shopping será localizado em uma região próspera e de grande densidade demográfica. O terreno é interligado às vias de grande circulação de tráfego, às quais conectam com os demais bairros da cidade e às cidades vizinhas.

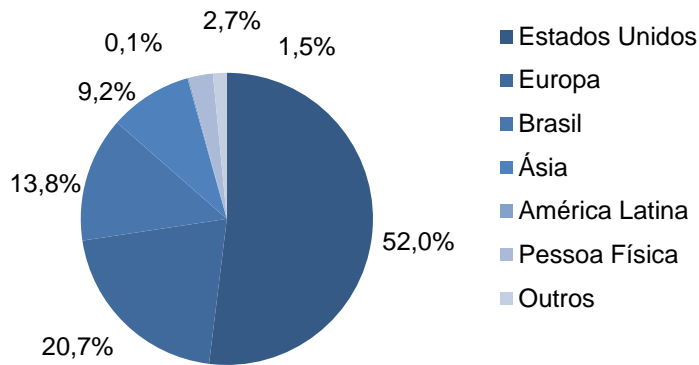
O Cuiabá Plaza Shopping contará com aproximadamente 278 lojas: 12 âncoras, área de lazer, cinema multiplex, 30 operações na praça de alimentação e mais de 2.200 vagas de estacionamento. Quando inaugurado o shopping será o primeiro ativo da BRMALLS no estado do Mato Grosso e o 4º na região Centro Oeste.



## Mercado de Capitais:

A BRMALLS tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da BM&F Bovespa sob o código BRML3. A empresa também possui um programa de ADR nível 1, permitindo a negociação das ações no mercado secundário ou de balcão nos Estados Unidos, sob o código BRMLL, disponibilizando as ações a um número maior de investidores nos Estados Unidos e no mundo. Adicionalmente a BRMALLS integra a carteira do Índice Bovespa (IBOVESPA), Índice Brasil 50 (IBRX 50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), entre outros.

Distribuição Regional da Base Acionária (30/6/2014)



### Perfil do Investidor

Continuamos a observar uma grande diversidade geográfica da nossa base de investidores. O volume financeiro médio no trimestre foi de R\$ 40,9 milhões comparado a R\$117,9 milhões no 2T13. Quando olhamos para o nosso número de negócios tivemos o resultado médio de 8.117.

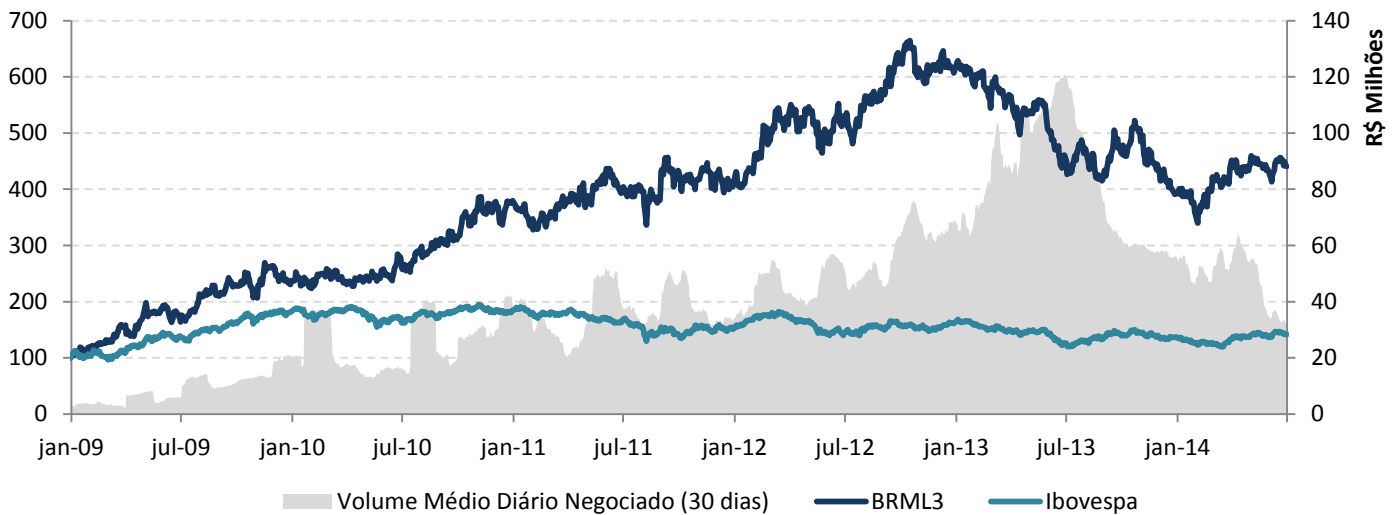
Índices com BRML3 na carteira:

	Peso
BM&F Ibovespa IBOV	0,89%
BM&F Bovespa IBrX-50	0,91%
BM&F Bovespa ICO2	1,41%
BM&F Bovespa IBrX	0,79%
BM&F Bovespa IGC	1,19%
BM&F Bovespa ITAG	1,10%
BM&F Bovespa MLC	0,84%
BM&F Bovespa IMOB	20,58%
iShares MSCI Brazil	0,83%

Fonte: Bloomberg (30/06/2014)

### Performance da Ação

A ação da BRMALLS terminou o segundo trimestre de 2014 sendo negociado a R\$18,8 apresentando um preço médio de durante o trimestre de R\$18,82. No 1º semestre de 2014 nossa ação valorizou 12,1% comparado com a variação de 3,2% do Ibovespa.



## Nossos Shoppings:

Ao final do segundo trimestre de 2014, a BRMALLS detinha participação em 49 shopping centers, totalizando 1.657,8 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 968,2 mil m<sup>2</sup> em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 58,4%. Já, se considerarmos somente os shoppings onde detemos participação de 50% ou mais, estes representaram 87,2% do NOI da BRMALLS no 2T14 sendo nossa participação média nestes 32 shoppings é de 85,3%.

Shopping	Estado	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Maceió Shopping	AL	34.742	54,2%	18.830	
Amazonas Shopping	AM	34.214	34,1%	11.667	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Paralela	BA	39.802	95,0%	37.812	Admin./ Comerc./CSC
Goiânia Shopping	GO	22.252	48,4%	10.770	Admin./ Comerc./CSC
Araguaia Shopping	GO	21.758	50,0%	10.879	Admin./ Comerc.
São Luís Shopping	MA	54.890	15,0%	8.234	
Rio Anil	MA	37.760	50,0%	18.880	Admin./ Comerc.
Center Shopping Uberlândia	MG	52.686	51,0%	26.870	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Del Rey	MG	37.032	65,0%	24.071	Admin./ Comerc./CSC
Independência Shopping	MG	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Sete Lagoas	MG	17.942	70,0%	12.560	Admin./ Comerc./CSC
Minas Shopping	MG	35.894	2,1%	764	
Itaú Power	MG	32.744	33,0%	10.805	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Estação BH	MG	33.982	60,0%	20.389	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Contagem	MG	34.942	51,0%	17.821	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Campo Grande	MS	39.213	70,9%	27.808	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Recife	PE	71.565	31,1%	22.224	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Shopping Estação	PR	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./CSC
Catuaí Shopping Londrina	PR	63.089	65,1%	41.071	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Curitiba	PR	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Crystal Plaza	PR	11.934	70,0%	8.354	Admin./ Comerc./CSC
Catuaí Shopping Maringá	PR	32.329	70,0%	22.631	Admin./ Comerc./CSC
Londrina Norte Shopping	PR	32.992	70,0%	23.094	Admin./ Comerc.
Plaza Niterói	RJ	44.049	100,0%	44.049	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Tijuca	RJ	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./CSC
Norteshopping	RJ	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./CSC
Ilha Plaza Shopping	RJ	21.619	51,0%	11.026	Admin./ Comerc./CSC
Fashion Mall	RJ	14.955	100,0%	14.955	Admin./ Comerc./CSC
West Shopping	RJ	39.558	30,0%	11.867	Admin./ Comerc./CSC
Top Shopping	RJ	18.168	35,0%	6.359	Comercialização
Via Brasil Shopping	RJ	30.680	49,0%	15.033	Admin./ Comerc./CSC
Casa & Gourmet Shopping	RJ	7.137	100,0%	7.137	Admin./ Comerc./CSC
Center Shopping	RJ	13.765	30,0%	4.130	Admin./ Comerc./CSC
Plaza Macaé	RJ	22.694	45,0%	10.212	Admin./ Comerc./CSC
Natal Shopping	RN	26.984	50,0%	13.492	Admin./ Comerc.
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	30.324	45,5%	13.797	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Mueller Joinville	SC	27.310	10,4%	2.840	
Shopping Tamboré	SP	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	19.165	100,0%	19.165	Admin./ Comerc./CSC
Campinas Shopping	SP	29.698	100,0%	29.698	Admin./ Comerc./CSC
Granja Vianna	SP	29.971	77,8%	23.312	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Villa-Lobos	SP	26.806	58,4%	15.660	Admin./ Comerc./CSC
Shopping Piracicaba	SP	43.431	36,9%	16.026	Admin./ Comerc./CSC
Mooça Plaza Shopping	SP	41.964	60,0%	25.178	Admin./ Comerc./CSC
Osasco Plaza Shopping	SP	13.844	39,6%	5.482	Comercialização
Jardim Sul	SP	30.800	60,0%	18.480	Admin./ Comerc./CSC
Shopping ABC	SP	46.285	1,3%	602	Admin./ Comerc./CSC
São Bernardo Plaza Shopping	SP	42.880	60,0%	25.728	Admin./ Comerc./CSC
Capim Dourado	TO	29.067	100,0%	29.067	Admin./ Comerc.
<b>Total</b>		<b>1.657.803</b>	<b>58,4%</b>	<b>968.182</b>	

Ao final do segundo trimestre de 2014, detinhamos participação de 100% em 9 shoppings de nosso portfólio. Atualmente prestamos serviços para 45 shoppings. No total, dos shoppings em que detemos participação, 45 são comercializados, 43 administrados e 36 para os quais o CSC presta serviços. Nossos shoppings somados apresentam mais de 9,0 mil lojas que atraem milhões de visitantes anualmente. A BRMALLS é a única empresa nacional de shopping centers com presença em todas as cinco regiões do Brasil, atendendo aos consumidores de todas as diferentes classes sociais no país.

**Glossário:**

**ABL Médio (Aluguel/m²):** Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação. No cálculo do ABL médio do aluguel/m², não consideramos os ABLs próprios do Araguaia Shopping, pois sua receita é contabilizada via pagamento de debêntures.

**ABL Médio (NOI/m²):** Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

**ABL Próprio:** refere-se ao ABL total multiplicado pela nossa participação no shopping.

**Área Bruta Locável ou ("ABL Total"):** refere-se à soma de todas as áreas de um shopping disponíveis para aluguel com a exceção dos quiosques.

**CPC:** Comitê de Pronunciamentos Contábeis

**Custo de Ocupação como % das vendas:** Aluguel (mínimo + percentual) + encargos comuns + fundo de promoção dividido pelas vendas totais. (Este item deve ser analisado do ponto de vista do lojista)

**EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization):** Lucro Bruto – despesas com vendas, gerais e administrativas + depreciação + amortização.

**EBITDA Ajustado:** EBITDA - outras receitas operacionais referentes a propriedade para investimento + receita da debênture de participação nos lucros do shopping Araguaia

**FFO Ajustado (Funds From Operations):** Lucro Líquido + Depreciação + Amortização + Variação Cambial Bônus Perpétuo - Swap a Mercado - Propriedade para Investimento + Participação Minoritária (Propriedade para Inv.) + Ajuste Impostos Não Caixa - Outras Receitas Operacionais Não Caixa.

**Inadimplência Líquida:** Leva em consideração não apenas os valores recebidos referentes aos vencimentos do mês como também de boletos em aberto de vencimentos anteriores

**Inadimplência:** medida no último dia útil de cada mês considerando o total faturado no mês sobre o total recebido referente ao mesmo mês. Não considera lojas inativas.

**Leasing Spread:** Comparação entre o Aluguel Médio do novo contrato e o último AMM faturado do contrato antigo para o mesmo espaço.

**Lei 11.638:** A Lei n 11.638 tem como finalidade a inserção das companhias abertas no processo de convergência contábil internacional. Dessa forma, alguns resultados financeiros e operacionais sofreram alguns efeitos contábeis decorrentes das mudanças definidas pela nova Lei.

**Net Operating Income ou ("NOI"):** Receita bruta dos shoppings (sem incluir receita de serviços) menos os custos e crédito presumido PIS/COFINS dos shoppings + Debênture Araguaia.

**NOI Mesmos Shoppings:** Variação do NOI dos shoppings que hoje estão em nossa carteira proporcional a nossa participação atual para ambos os períodos em comparação.

**Same store rent (SSR):** Aluguéis das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e mesmo período do ano anterior.

**Same store sales (SSS):** Comparativo das vendas declaradas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior.

**Shoppings por Classe Social (Critério Brasil):** O Critério Brasil está relacionado com o poder de compra dos indivíduos e famílias urbanas do país. É definido a partir do LSE do IBOPE. De acordo com este critério os shoppings de nosso portfólio estão classificados da seguinte maneira:

•Classe Alta: Villa Lobos, Crystal e Fashion Mall;

•Classe Média Alta: Goiânia, Iguatemi Caxias, Plaza Niterói, Center Shopping Uberlândia, Granja Vianna, Catuaí Londrina, Catuaí Maringá, Mooca, Jardim Sul, Tijuca, Paralela, São Bernardo e Casa e Gourmet;

•Classe Média: Amazonas, Independência; Campo Grande, Sete Lagoas, Minas, Itaú Power, Estação BH, Plaza Macaé, Londrina Norte, Capim Dourado, Curitiba, Norte Shopping, ABC, Metrô Santa Cruz, Piracicaba, Tamboré, Center Shopping, Ilha Plaza, Del Rey, Mueller, São Luís, Recife, Natal, Iguatemi Maceió e Contagem.

•Classe Média Baixa: Rio Anil, Campinas Shopping, TopShopping, Osasco, Araguaia, Estação, Via Brasil e West.

**Status de Comercialização:** ABL de propostas aprovadas e assinadas / ABL Total do projeto.

**Taxa de Ocupação:** ABL total alugado dividido por ABL total.

## Demonstração de Resultados (Trimestral):

Demonstração de Resultado (R\$ mil) - Trimestral								
	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	2T14	2T13	%	2T14	2T13	2T14	2T13	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>343.013</b>	<b>326.911</b>	<b>4,9%</b>	<b>16.202</b>	<b>14.220</b>	<b>359.214</b>	<b>341.131</b>	<b>5,3%</b>
Aluguéis	237.301	218.903	8,4%	11.115	9.263	248.416	228.166	8,9%
Linearização de Aluguel	6.828	12.413	-45,0%	34	356	6.861	12.770	-46,3%
Taxa de Cessão	15.259	20.122	-24,2%	393	1.759	15.651	21.881	-28,5%
Linearização de CDU	(31)	(2.498)	-98,8%	178	(1.106)	147	(3.604)	-104,1%
Estacionamento	56.833	48.875	16,3%	4.816	3.909	61.648	52.785	16,8%
Taxa de Transferência	2.006	4.418	-54,6%	56	235	2.062	4.654	-55,7%
Prestação de Serviços	23.289	23.720	-1,8%	(490)	(314)	22.799	23.406	-2,6%
Outras	1.529	957	59,8%	101	118	1.630	1.075	51,7%
<b>(-)Impostos e Contribuições</b>	<b>(25.962)</b>	<b>(25.132)</b>	<b>3,3%</b>	<b>(794)</b>	<b>(697)</b>	<b>(26.756)</b>	<b>(25.830)</b>	<b>3,6%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>317.052</b>	<b>301.779</b>	<b>5,1%</b>	<b>15.406</b>	<b>13.523</b>	<b>332.458</b>	<b>315.301</b>	<b>5,4%</b>
<b>Custos</b>	<b>(24.348)</b>	<b>(24.823)</b>	<b>-1,9%</b>	<b>(2.183)</b>	<b>(2.514)</b>	<b>(26.531)</b>	<b>(27.337)</b>	<b>-2,9%</b>
Custos com Pessoal	(6.634)	(7.006)	-5,3%	(623)	(571)	(7.258)	(7.577)	-4,2%
Diversos Serviços	(3.160)	(3.098)	2,0%	(301)	(471)	(3.461)	(3.570)	-3,0%
Custos Condominiais	(7.821)	(7.967)	-1,8%	(193)	(349)	(8.014)	(8.316)	-3,6%
Custos com Fundo de Promoções	(2.341)	(2.708)	-13,5%	(143)	(128)	(2.484)	(2.836)	-12,4%
Demais Custos	(4.392)	(4.044)	8,6%	(923)	(995)	(5.314)	(5.039)	5,5%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>292.704</b>	<b>276.956</b>	<b>5,7%</b>	<b>13.222</b>	<b>11.009</b>	<b>305.926</b>	<b>287.964</b>	<b>6,2%</b>
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(40.364)</b>	<b>(41.030)</b>	<b>-1,6%</b>	<b>(49)</b>	<b>(263)</b>	<b>(40.412)</b>	<b>(41.293)</b>	<b>-2,1%</b>
Despesas com Vendas	(10.152)	(10.791)	-5,9%	(25)	(107)	(10.177)	(10.897)	-6,6%
Despesas de Pessoal	(25.239)	(27.137)	-7,0%	-	(4)	(25.239)	(27.141)	-7,0%
Serviços Contratados	(1.279)	(1.341)	-4,7%	(12)	(22)	(1.291)	(1.364)	-5,3%
Outras Despesas	(3.694)	(1.761)	109,7%	(10)	(130)	(3.705)	(1.891)	95,9%
<b>Depreciação</b>	<b>(122)</b>	<b>(153)</b>	<b>-19,9%</b>	<b>-</b>	<b>15</b>	<b>(122)</b>	<b>(138)</b>	<b>-11,2%</b>
<b>Amortização</b>	<b>(2.493)</b>	<b>(2.388)</b>	<b>4,4%</b>	<b>5</b>	<b>40</b>	<b>(2.488)</b>	<b>(2.348)</b>	<b>5,9%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(95.981)</b>	<b>(164.863)</b>	<b>-41,8%</b>	<b>(1.149)</b>	<b>(838)</b>	<b>(97.130)</b>	<b>(165.701)</b>	<b>-41,4%</b>
Receitas Financeiras	161.701	218.838	-26,1%	288	178	161.988	219.015	-26,0%
Despesas Financeiras	(257.682)	(383.701)	-32,8%	(1.436)	(1.016)	(259.118)	(384.717)	-32,6%
<b>Resultado da Equivalência Patrimonial</b>	<b>23.622</b>	<b>38.733</b>	<b>-39,0%</b>	<b>(23.622)</b>	<b>(38.733)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Outras Receitas Operacionais</b>	<b>322.413</b>	<b>302.826</b>	<b>6,5%</b>	<b>20.989</b>	<b>46.773</b>	<b>343.402</b>	<b>349.600</b>	<b>-1,8%</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>499.779</b>	<b>410.081</b>	<b>21,9%</b>	<b>9.399</b>	<b>18.003</b>	<b>509.177</b>	<b>428.084</b>	<b>18,9%</b>
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>499.779</b>	<b>410.081</b>	<b>21,9%</b>	<b>9.399</b>	<b>18.003</b>	<b>509.177</b>	<b>428.084</b>	<b>18,9%</b>
Provisão para IR/CSLL	(27.934)	(24.899)	12,2%	(1.837)	(1.722)	(29.771)	(26.621)	11,8%
Impostos Diferidos	(137.167)	(176.976)	-22,5%	(7.494)	(16.246)	(144.661)	(193.221)	-25,1%
Participação dos minoritários	(35.939)	(23.562)	52,5%	(67)	(35)	(36.006)	(23.597)	52,6%
<b>Lucro do Período</b>	<b>298.739</b>	<b>184.645</b>	<b>61,8%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>298.739</b>	<b>184.645</b>	<b>61,8%</b>

## Demonstração de Resultados (Acumulado):

Income Statement (R\$ thousand) - YTD								
	Accounting Information			IFRS 10/11 Adjustments		Adjusted Financial Information		
	6M14	6M13	%	6M14	6M13	6M14	6M13	%
<b>Gross Revenue</b>	<b>676.924</b>	<b>628.136</b>	<b>7,8%</b>	<b>30.939</b>	<b>27.372</b>	<b>707.863</b>	<b>655.509</b>	<b>8,0%</b>
Rents	468.543	427.026	9,7%	21.451	17.796	489.995	444.823	10,2%
Rent straight-lining	12.625	20.725	-39,1%	(19)	614	12.606	21.339	-40,9%
Key Money	19.292	23.809	-19,0%	1.031	2.103	20.323	25.911	-21,6%
Key Money straight-lining	11.190	6.966	60,6%	103	(869)	11.293	6.097	85,2%
Parking	111.736	96.626	15,6%	9.279	7.679	121.015	104.305	16,0%
Transfer Fee	3.557	5.925	-40,0%	110	293	3.667	6.218	-41,0%
Services Provided	47.408	44.993	5,4%	(1.288)	(581)	46.120	44.412	3,8%
Others	2.573	2.067	24,5%	272	336	2.845	2.403	18,4%
<b>(-)Taxes and Contributions</b>	<b>(51.403)</b>	<b>(48.719)</b>	<b>5,5%</b>	<b>(1.580)</b>	<b>(1.450)</b>	<b>(52.984)</b>	<b>(50.169)</b>	<b>5,6%</b>
<b>Net Revenue</b>	<b>625.521</b>	<b>579.417</b>	<b>8,0%</b>	<b>29.358</b>	<b>25.922</b>	<b>654.879</b>	<b>605.339</b>	<b>8,2%</b>
<b>Costs</b>	<b>(52.365)</b>	<b>(51.272)</b>	<b>2,1%</b>	<b>(4.706)</b>	<b>(4.711)</b>	<b>(57.070)</b>	<b>(55.984)</b>	<b>1,9%</b>
Payroll	(13.555)	(13.909)	-2,5%	(1.264)	(1.186)	(14.819)	(15.095)	-1,8%
Services Provided	(6.733)	(6.419)	4,9%	(622)	(777)	(7.355)	(7.195)	2,2%
Common Costs	(14.586)	(17.105)	-14,7%	(393)	(721)	(14.979)	(17.826)	-16,0%
Merchandising Costs	(6.021)	(5.675)	6,1%	(251)	(274)	(6.271)	(5.949)	5,4%
Other Costs	(11.470)	(8.165)	40,5%	(2.176)	(1.754)	(13.646)	(9.919)	37,6%
<b>Gross Profit</b>	<b>573.157</b>	<b>528.144</b>	<b>8,5%</b>	<b>24.652</b>	<b>21.212</b>	<b>597.809</b>	<b>549.356</b>	<b>8,8%</b>
<b>Sales, General and Administrative Expenses</b>	<b>(86.857)</b>	<b>(83.353)</b>	<b>4,2%</b>	<b>(115)</b>	<b>(769)</b>	<b>(86.972)</b>	<b>(84.122)</b>	<b>3,4%</b>
Sales Expenses	(21.864)	(21.191)	3,2%	(90)	(557)	(21.955)	(21.748)	1,0%
Personnel Expenses	(57.416)	(58.325)	-1,6%	-	(4)	(57.416)	(58.330)	-1,6%
Services Hired	(2.120)	(2.200)	-3,6%	(24)	(33)	(2.144)	(2.232)	-4,0%
Other Expenses	(5.457)	(1.637)	233,3%	-	(175)	(5.457)	(1.812)	201,1%
<b>Depreciation</b>	<b>(245)</b>	<b>(275)</b>	<b>-11,0%</b>	<b>-</b>	<b>15</b>	<b>(245)</b>	<b>(260)</b>	<b>-5,9%</b>
<b>Amortization</b>	<b>(5.059)</b>	<b>(4.853)</b>	<b>4,2%</b>	<b>35</b>	<b>39</b>	<b>(5.025)</b>	<b>(4.815)</b>	<b>4,4%</b>
<b>Financial Income</b>	<b>(213.639)</b>	<b>(291.868)</b>	<b>-26,8%</b>	<b>(1.949)</b>	<b>(714)</b>	<b>(215.589)</b>	<b>(292.582)</b>	<b>-26,3%</b>
Financial Revenues	389.687	520.267	-25,1%	551	377	390.238	520.644	-25,0%
Financial Expenses	(603.326)	(812.136)	-25,7%	(2.501)	(1.090)	(605.827)	(813.226)	-25,5%
<b>Revenue based on Equity Revenue</b>	<b>31.936</b>	<b>46.937</b>	<b>-32,0%</b>	<b>(31.935)</b>	<b>(46.937)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Other Operational Revenues</b>	<b>329.293</b>	<b>304.305</b>	<b>8,2%</b>	<b>20.989</b>	<b>46.814</b>	<b>350.283</b>	<b>351.119</b>	<b>-0,2%</b>
<b>Operating Income</b>	<b>628.585</b>	<b>499.036</b>	<b>26,0%</b>	<b>11.676</b>	<b>19.661</b>	<b>640.261</b>	<b>518.697</b>	<b>23,4%</b>
<b>Income before Income Taxes and Minority Interest</b>	<b>628.585</b>	<b>499.036</b>	<b>26,0%</b>	<b>11.676</b>	<b>19.661</b>	<b>640.261</b>	<b>518.697</b>	<b>23,4%</b>
Income Tax and Social Contribution Provision	(100.663)	(49.273)	104,3%	(3.673)	(3.179)	(104.336)	(52.452)	98,9%
Deferred Taxes	(126.986)	(170.295)	-25,4%	(7.873)	(16.392)	(134.859)	(186.687)	-27,8%
Minority Interest	(48.446)	(35.438)	36,7%	(130)	(91)	(48.576)	(35.530)	36,7%
<b>Net Income</b>	<b>352.490</b>	<b>244.030</b>	<b>44,4%</b>	<b>-</b>	<b>(1)</b>	<b>352.490</b>	<b>244.029</b>	<b>44,4%</b>

## Balço Patrimonial (Ativo):

Balço Patrimonial (R\$ mil)								
Ativos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	2T14	1T14	%	2T14	1T14	2T14	1T14	%
<b>Ativos</b>								
<b>Circulante</b>								
Disponibilidades	58.137	48.277	20,4%	6.375	6.249	64.512	54.526	18,3%
Contas a Receber	240.039	223.454	7,4%	8.264	6.751	248.303	230.206	7,9%
Títulos e Valores Mobiliários	631.223	842.833	-25,1%	6.507	7.147	637.730	849.980	-25,0%
Swap Curva	39.232	35.178	11,5%	0	0	39.232	35.178	11,5%
Impostos a Recuperar	104.990	56.488	85,9%	681	558	105.671	57.046	85,2%
Adiantamentos	34.694	33.644	3,1%	1.522	2.258	36.215	35.902	0,9%
Outros Valores a Receber	53.955	52.518	2,7%	1.900	2.907	55.855	55.425	0,8%
Despesas Antecipadas	4.443	3.504	26,8%	(117)	(106)	4.326	3.398	27,3%
<b>Total</b>	<b>1.166.713</b>	<b>1.295.896</b>	<b>-10,0%</b>	<b>25.131</b>	<b>25.765</b>	<b>1.191.843</b>	<b>1.321.661</b>	<b>-9,8%</b>
<b>Não Circulante</b>								
Cientes	178.757	173.522	3,0%	7.512	6.874	186.269	180.396	3,3%
Depósitos e cauções	46.967	46.345	1,3%	339	316	47.306	46.662	1,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	74.548	79.625	-6,4%	14.114	13.078	88.662	92.702	-4,4%
Swap Curva	176.157	229.524	-23,3%	0	0	176.157	229.524	-23,3%
Adiantamento para futuro aumento de capital	43.682	40.962	6,6%	(43.682)	(40.962)	0	(0)	0,0%
Outros Investimentos	462	462	0,0%	3	4	467	467	0,0%
Outros	28.048	23.943	17,1%	(4.581)	(1.079)	23.466	22.864	2,6%
<b>Total</b>	<b>548.621</b>	<b>594.383</b>	<b>-7,7%</b>	<b>(26.294)</b>	<b>(21.769)</b>	<b>522.327</b>	<b>572.614</b>	<b>-8,8%</b>
<b>Permanente</b>								
Investimentos	589.154	580.773	1,4%	(589.154)	(580.773)	0	0	0,0%
Propriedade para Investimento	16.953.243	16.527.778	2,6%	901.268	444.642	17.854.511	16.972.420	5,2%
Imobilizado	9.987	10.076	-0,9%	0	0	9.987	10.076	-0,9%
Intangível	23.541	16.135	45,9%	15	16	23.555	16.150	45,9%
<b>Total</b>	<b>17.575.925</b>	<b>17.134.761</b>	<b>2,6%</b>	<b>312.127</b>	<b>298.495</b>	<b>17.888.053</b>	<b>17.433.256</b>	<b>2,6%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>19.291.259</b>	<b>19.025.041</b>	<b>1,4%</b>	<b>310.964</b>	<b>302.491</b>	<b>19.602.223</b>	<b>19.327.532</b>	<b>1,4%</b>

## Balço Patrimonial (Passivo):

## Balço Patrimonial (R\$ mil)

Passivos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	2T14	1T14	%	2T14	1T14	2T14	1T14	%
<b>Passivos</b>								
<b>Circulante</b>								
Empréstimos e Financiamentos	614.273	586.416	4,8%	3.498	3.277	617.771	589.692	4,8%
Fornecedores	72.550	72.053	0,7%	1.532	1.061	74.082	73.114	1,3%
Impostos e contribuições a recolher	56.492	61.936	-8,8%	2.469	2.512	58.961	64.448	-8,5%
Salários e Encargos Sociais	30.424	23.516	29,4%	278	223	30.702	23.739	29,3%
Dividendos a Pagar	0	144.535	-100,0%	0	0	(0)	144.535	-100,0%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	20.186	20.188	0,0%	277	323	20.463	20.511	-0,2%
Adiantamentos de Clientes	11.232	10.736	4,6%	654	611	11.886	11.346	4,8%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	176.427	172.278	2,4%	0	0	176.427	172.278	2,4%
Diferencial de swap a pagar	21.756	23.491	-7,4%	0	0	21.756	23.491	-7,4%
Receita Diferida	45.771	50.041	-8,5%	1.729	1.767	47.499	51.808	-8,3%
Outros valores a pagar	3.361	2.687	25,1%	448	633	3.809	3.320	14,7%
<b>Total</b>	<b>1.052.472</b>	<b>1.167.875</b>	<b>-9,9%</b>	<b>10.886</b>	<b>10.406</b>	<b>1.063.355</b>	<b>1.178.281</b>	<b>-9,8%</b>
<b>Não Circulante</b>								
Empréstimos e Financiamentos	4.313.455	4.321.951	-0,2%	40.879	40.115	4.354.335	4.362.066	-0,2%
Fornecedores	2.931	3.506	-16,4%	0	(1)	2.931	3.506	-16,4%
Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos Contingentes	65.764	63.750	3,2%	16	8	65.780	63.758	3,2%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	76.445	79.437	-3,8%	666	666	77.110	80.102	-3,7%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	182.659	227.102	-19,6%	0	0	182.659	227.102	-19,6%
Diferencial de swap a pagar	199.335	232.098	-14,1%	0	(1)	199.335	232.098	-14,1%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	3.399.681	3.269.595	4,0%	254.294	244.667	3.653.974	3.514.262	4,0%
Receita Diferida	88.134	85.250	3,4%	9.314	8.198	97.448	93.447	4,3%
Partes Relacionadas	5.217	85	6020,1%	(5.217)	(85)	0	(0)	-12637,2%
Outros valores a pagar	0	1.545	-100,0%	0	(1.546)	(0)	(0)	-100,0%
<b>Total</b>	<b>8.333.621</b>	<b>8.284.318</b>	<b>0,6%</b>	<b>299.952</b>	<b>292.021</b>	<b>8.633.572</b>	<b>8.576.341</b>	<b>0,7%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>								
<b>Participação dos Minoritários</b>	<b>703.731</b>	<b>680.496</b>	<b>3,4%</b>	<b>130</b>	<b>63</b>	<b>703.861</b>	<b>680.559</b>	<b>3,4%</b>
Capital Social Realizado	4.331.619	4.331.619	0,0%	0	0	4.331.619	4.331.619	0,0%
Reservas de Capital	121.864	111.518	9,3%	0	0	121.864	111.518	9,3%
Reservas de Lucro	4.466.774	4.466.774	0,0%	0	0	4.466.774	4.466.774	0,0%
Ações em tesouraria	(20.585)	(20.585)	0,0%	0	0	(20.585)	(20.585)	0,0%
Lucros/Prejuízos Acumulados	352.490	53.751	555,8%	0	0	352.490	53.751	555,8%
Gastos com Emissão de Ações	(50.727)	(50.727)	0,0%	0	0	(50.727)	(50.727)	0,0%
<b>Total</b>	<b>9.905.167</b>	<b>9.572.846</b>	<b>3,5%</b>	<b>130</b>	<b>63</b>	<b>9.905.297</b>	<b>9.572.910</b>	<b>3,5%</b>
<b>Total Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>19.291.259</b>	<b>19.025.041</b>	<b>1,4%</b>	<b>310.967</b>	<b>302.490</b>	<b>19.602.223</b>	<b>19.327.532</b>	<b>1,4%</b>

## Fluxo de Caixa:

	6M14	6M14 - IFRS 10 e 11
<b>Lucro (prejuízo) do Exercício</b>	<b>352.490</b>	<b>352.490</b>
<b>Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>18.757</b>	<b>1.969</b>
Depreciações e amortizações	5.270	5.304
Atualização de empréstimos e financiamentos	189.128	187.812
Rendimento de títulos e valores mobiliários	(34.439)	(34.054)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	(24.015)	(24.025)
Ajuste do plano de opções outorgadas	20.549	20.549
Ajuste a valor justo e resultado com derivativos	23.061	26.204
Imposto de renda e contribuição social	134.859	126.986
Variação no valor justo das propriedades para investimento	(342.887)	(321.902)
Ganho na venda de propriedade para investimento	(10.329)	(10.329)
Equivalência patrimonial	(0)	(31.936)
Ativo fiscal diferido – CVM 349	0	0
Participação de não controladores	48.576	48.446
Outros	8.984	8.914
<b>(Aumento) redução nos ativos e aumento (redução) nos passivos</b>	<b>15.028</b>	<b>8.738</b>
Contas a receber	82.859	83.125
Impostos a recuperar	(4.431)	(4.289)
Adiantamentos	(2.285)	(2.264)
Despesas antecipadas	(2.002)	(2.193)
Depósitos e cauções	(1.092)	(1.272)
Instrumentos financeiros	15.577	12.434
Fornecedores	(12.534)	(12.826)
Impostos e contribuições a recolher	109.997	105.650
Salários e encargos sociais	(39.401)	(38.745)
Adiantamento de clientes	5.228	5.204
Receita diferida	303	(1.362)
Provisão para contingências	1.215	1.228
Outros	(18.227)	(19.586)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(120.179)	(116.366)
<b>Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades operacionais</b>	<b>386.275</b>	<b>363.197</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimentos</b>	<b>(286.783)</b>	<b>(264.294)</b>
Compra/venda de títulos e valores mobiliários	(271.486)	(277.474)
Aumento (redução) nos ativos intangíveis	(12.247)	(12.282)
Aquisição e construção de propriedades para investimento	(221.810)	(220.568)
Venda de propriedade para investimento	218.760	218.760
Adiantamento para futuro aumento de capital	0	(7.038)
Alienação de investimentos	0	0
Aumento de capital nas controladas	0	0
Juros sobre capital próprio recebidos	0	0
Operação com partes relacionadas	0	7.260
Dividendos recebidos	0	27.048
Adições no ativo diferido	0	0
<b>Fluxos de caixa das atividade de financiamentos</b>	<b>(111.802)</b>	<b>(111.275)</b>
Obtenção de empréstimos	393.622	394.034
Pagamento de empréstimos	(377.314)	(377.199)
Ações em tesouraria	0	0
Aumento de capital	38.277	38.277
Dividendos pagos	(144.535)	(144.535)
Gastos com emissão de ações	0	0
Pagamento de dividendos a acionistas não controladores	(21.852)	(21.852)
<b>Variação cambial sobre caixa e equivalentes</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Aumento/Redução de caixa e equivalentes de caixa, líquidos</b>	<b>(12.310)</b>	<b>(12.372)</b>
<b>Disponibilidades e valores equivalentes no início do período</b>	<b>76.821</b>	<b>(12.310)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	64.512	58.137
<b>Caixa e equivalentes de caixa no final do período</b>	<b>(12.310)</b>	<b>(12.372)</b>

## Anexo - Tabela de Dívidas:

Perfil da Dívida (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas						
	Índice	Taxa(%)	Vencimento	30/06/2014	31/03/2014	
<b>Dívida de Curto Prazo</b>						
Banco Bradesco (xi)	TR	9,90%	a.a 25/03/2025	53.997	48.680	
Banco Bradesco (x)	TR	9,80%	a.a 28/06/2022	5.747	5.781	
Banco Bradesco (xxvii)	TR	9,90%	a.a 28/05/2022	540	0	
Banco BTG Pactual*	IGP-M	8,50%	a.a 20/04/2023	2.645	2.791	
Banco do Brasil - Finame (ix)	TJLP	3,85%	a.a 15/11/2014	674	1.906	
Banco do Brasil (xvi)	TR	10,20%	a.a 05/04/2022	19.280	4.776	
Banco do Nordeste do Brasil (xxv)	PRÉ	3,53%	a.a 25/03/2019	3.301	2.559	
Banco Nacional do Nordeste*	PRÉ	2,94%	a.a 26/12/2024	853	485	
Banco Santander (v)	TR	9,33%	a.a 01/10/2019	8.128	7.935	
Banco Santander (viii)	TR	9,30%	a.a 21/12/2019	4.364	3.451	
Banco Santander (xv)	TR	9,34%	a.a 20/04/2023	8.859	8.523	
Citibank (xiii)	Libor 6 meses	1,78%	a.a 08/12/2014	123.617	127.689	
Debêntures - Série 1 (juros) (iii)	CDI	0,50%	a.a 15/07/2014	4.986	4.191	
Debêntures - Série 2 (juros) (iii)	IPCA	7,90%	a.a 15/07/2016	107.407	110.887	
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xiv)	CDI	0,94%	a.a 15/02/2017	0	4.498	
Debêntures 4ª emissão 1ª série (xx)	CDI	0,62%	a.a 26/04/2016	3.299	13.039	
Itaú - CCB (xvii)	TR	9,80%	a.a 13/05/2020	173.883	168.428	
Itaú - CCB (xviii)	TR	9,80%	a.a 13/05/2020	8.823	4.565	
Itaú - CCB (xix)	TR	9,80%	a.a 13/05/2020	22.370	13.781	
Itaú - CRI (xxiv)	TR	9,30%	a.a 19/03/2025	2.079	0	
Itaú (vi)	TR	9,80%	a.a 19/10/2021	10.681	11.400	
Itaú (vii)	TR	9,80%	a.a 16/02/2023	14.142	12.235	
Itaú (xii)	TR	9,80%	a.a 16/02/2023	15.454	17.030	
Títulos de crédito perpétuo (iv)	US\$ Dólar	8,50%	a.a -	22.642	15.062	
<b>Total Dívida de Curto Prazo</b>				<b>617.771</b>	<b>589.692</b>	
<b>Dívida de Longo Prazo</b>						
Banco Bradesco (xi)	TR	9,90%	a.a 25/03/2025	588.171	587.890	
Banco Bradesco (x)	TR	9,80%	a.a 28/06/2022	59.909	61.812	
Banco Bradesco (xxvii)	TR	9,90%	a.a 28/05/2022	6.410	0	
Banco BTG Pactual*	IGP-M	8,50%	a.a 20/04/2023	20.729	19.609	
Banco do Brasil (xvi)	TR	10,20%	a.a 05/04/2022	110.976	124.995	
Banco do Nordeste do Brasil (xxv)	PRÉ	3,53%	a.a 25/03/2019	12.381	11.401	
Banco Nacional do Nordeste*	PRÉ	2,94%	a.a 26/12/2024	20.151	20.506	
Banco Santander (v)	TR	9,33%	a.a 01/10/2019	66.488	68.485	
Banco Santander (viii)	TR	9,30%	a.a 21/12/2019	19.634	21.350	
Banco Santander (xv)	TR	9,34%	a.a 20/04/2023	105.244	107.469	
Debêntures - Série 2 (juros) (iii)	IPCA	7,90%	a.a 15/07/2016	214.813	199.856	
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xiv)	CDI	0,94%	a.a 15/02/2017	168.197	158.705	
Debêntures 2ª emissão 2ª série (xiv)	IPCA	6,40%	a.a 15/02/2019	282.192	272.390	
Debêntures 4ª emissão 1ª série (xx)	CDI	0,62%	a.a 26/04/2016	396.506	395.458	
Itaú - CCB (xviii)	TR	9,80%	a.a 13/05/2020	44.145	49.789	
Itaú - CCB (xix)	TR	9,80%	a.a 13/05/2020	144.588	155.729	
Itaú - CRI (xxiv)	TR	9,30%	a.a 19/03/2025	554.741	542.805	
Itaú (vi)	TR	9,80%	a.a 16/02/2023	30.907	33.137	
Itaú (vii)	TR	9,80%	a.a 19/10/2021	100.423	100.915	
Itaú (xii)	TR	9,80%	a.a 16/02/2023	108.421	111.815	
Itaú (xxvi)	IPCA	6,34%	a.a 07/03/2024	205.329	198.708	
Itaú (xxvi)	IPCA	6,71%	a.a 06/02/2026	69.324	67.089	
Itaú (xxvi)	IPCA	7,04%	a.a 07/03/2029	120.143	116.269	
Títulos de crédito perpétuo (iv)	US\$ Dólar	8,50%	a.a -	904.513	935.884	
<b>Total Dívida de Longo Prazo</b>				<b>4.354.335</b>	<b>4.362.066</b>	
<b>Dívida Total</b>				<b>4.972.105</b>	<b>4.951.758</b>	

\*A tabela acima das informações financeiras ajustadas considera a dívida das Controladas em conjunto, SPE Macaé no valor de R\$23,3 milhões e SPE Mênaco no valor de R\$ 21,0 milhões, não apresentadas nas informações financeiras consolidadas conforme as práticas adotadas no Brasil, por conta da adoção do pronunciamento CPC 19 (R2) - IFRS 11, conforme mencionado no parágrafo introdutório.

## Informações Contábeis (Trimestre):

## Reconciliação do NOI (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	2T14	2T13	%	2T14	2T13	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>343.014</b>	<b>326.911</b>	<b>4,9%</b>	<b>359.214</b>	<b>341.131</b>	<b>5,3%</b>
(-) Prestação de Serviços	(23.289)	(23.720)	-1,8%	(22.799)	(23.406)	-2,6%
(-) Custos	(24.348)	(24.823)	-1,9%	(26.532)	(27.337)	-2,9%
(+) Debêntures do Araguaia	1.740	2.108	-17,4%	1.740	2.108	-17,4%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(2.237)	(2.206)	1,5%	(2.237)	(2.206)	1,4%
<b>NOI</b>	<b>294.880</b>	<b>278.270</b>	<b>6,0%</b>	<b>309.386</b>	<b>290.290</b>	<b>6,6%</b>
<i>Margem %</i>	<i>92,2%</i>	<i>91,8%</i>	<i>0,4%</i>	<i>92,0%</i>	<i>91,4%</i>	<i>0,6%</i>

## Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	2T14	2T13	%	2T14	2T13	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>317.052</b>	<b>301.779</b>	<b>5,1%</b>	<b>332.458</b>	<b>315.301</b>	<b>5,4%</b>
(-) Custos e Despesas	(67.327)	(68.394)	-1,6%	(69.553)	(71.116)	-2,2%
(+) Depreciação e Amortização	2.615	2.541	2,9%	2.610	2.486	5,0%
(+) Outras Receitas Operacionais	322.413	302.826	6,5%	343.402	349.600	-1,8%
<b>EBITDA</b>	<b>574.753</b>	<b>538.752</b>	<b>6,7%</b>	<b>608.917</b>	<b>596.271</b>	<b>2,1%</b>
(-) Propriedade para Investimento	(321.902)	(301.347)	-	(342.887)	(348.120)	-1,5%
(+) Debêntures do Araguaia	1.740	2.108	-17,4%	1.740	2.108	-17,4%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>254.591</b>	<b>239.513</b>	<b>6,3%</b>	<b>267.770</b>	<b>250.259</b>	<b>7,0%</b>
<i>Margem %</i>	<i>80,3%</i>	<i>79,4%</i>	<i>0,9%</i>	<i>80,5%</i>	<i>79,4%</i>	<i>1,1%</i>

## Reconciliação do FFO (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	2T14	2T13	%	2T14	2T13	%
Lucro Líquido	298.739	184.645	61,8%	298.739	184.645	61,8%
(+) Depreciação e Amortização	2.615	2.541	2,9%	2.610	2.486	5,0%
<b>FFO</b>	<b>301.354</b>	<b>187.186</b>	<b>61,0%</b>	<b>301.349</b>	<b>187.131</b>	<b>61,0%</b>
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	(28.584)	92.837	-130,8%	(28.584)	92.837	-130,8%
(-) Swap a Mercado	11.282	(15.317)	-173,7%	8.138	(15.317)	-153,1%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	141.366	181.854	-22,3%	148.860	198.099	-24,9%
(-) Equivalência Patrimonial	(23.622)	(38.733)	-39,0%	0	(0)	-147,8%
(+) Propriedade para Investimento	(321.902)	-	-	(342.887)	(348.120)	-1,5%
(+) Participação Minoritária (Propriedade para Inv)	21.686	10.468	107,2%	21.686	10.468	107,2%
(+) Outras Receitas Operacionais Não Caixa	-	-	-	-	-	-
<b>FFO Ajustado</b>	<b>101.580</b>	<b>116.948</b>	<b>-13,1%</b>	<b>108.562</b>	<b>125.099</b>	<b>-13,2%</b>
<i>Margem %</i>	<i>32,0%</i>	<i>38,8%</i>	<i>-6,8%</i>	<i>32,7%</i>	<i>39,7%</i>	<i>-7,0%</i>

## Informações Contábeis (Acumulado):

## Reconciliação do NOI (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1H14	1H13	%	1H14	1H13	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>676.924</b>	<b>628.136</b>	<b>7,8%</b>	<b>707.863</b>	<b>655.509</b>	<b>8,0%</b>
(-) Prestação de Serviços	(47.408)	(44.993)	5,4%	(46.120)	(44.412)	3,8%
(-) Custos	(52.365)	(51.272)	2,1%	(57.070)	(55.984)	1,9%
(+) Debêntures do Araguaia	3.853	4.336	-11,1%	3.853	4.336	-11,1%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(4.509)	(4.400)	2,5%	(4.509)	(4.400)	2,5%
<b>NOI</b>	<b>576.495</b>	<b>531.808</b>	<b>8,4%</b>	<b>604.017</b>	<b>555.049</b>	<b>8,8%</b>
Margem %	91,6%	91,2%	0,4%	91,3%	90,8%	0,5%

## Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1H14	1H13	%	1H14	1H13	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>625.521</b>	<b>579.417</b>	<b>8,0%</b>	<b>654.879</b>	<b>605.340</b>	<b>8,2%</b>
(-) Custos e Despesas	(144.526)	(139.753)	3,4%	(149.313)	(145.181)	2,8%
(+) Depreciação e Amortização	5.304	5.128	3,4%	5.270	5.075	3,9%
(+) Outras Receitas Operacionais	329.293	304.305	8,2%	350.283	351.119	-0,2%
<b>EBITDA</b>	<b>815.593</b>	<b>749.097</b>	<b>8,9%</b>	<b>861.119</b>	<b>816.353</b>	<b>5,5%</b>
(-) Propriedade para Investimento	(321.902)	(301.347)	6,8%	(342.887)	(348.120)	-1,5%
(+) Debêntures do Araguaia	3.853	4.336	-11,1%	3.853	4.336	-11,1%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>497.544</b>	<b>452.086</b>	<b>10,1%</b>	<b>522.085</b>	<b>472.568</b>	<b>10,5%</b>
Margem %	79,5%	78,0%	1,5%	79,7%	78,1%	1,6%

## Reconciliação do FFO (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1H14	1H13	%	1H14	1H13	%
Lucro Líquido	352.490	244.030	44,4%	352.490	244.030	44,4%
(+) Depreciação e Amortização	5.304	5.128	3,4%	5.270	5.075	3,9%
<b>FFO</b>	<b>357.794</b>	<b>249.158</b>	<b>43,6%</b>	<b>357.760</b>	<b>249.105</b>	<b>43,6%</b>
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	- 64.893	77.308	-183,9%	- 64.893	77.315	-183,9%
(-) Swap a Mercado	26.204	30.321	-13,6%	23.061	30.321	-23,9%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	185.852	181.559	2,4%	193.725	197.951	-2,1%
(-) Equivalência Patrimonial	(31.936)	(46.937)	-32,0%	(0)	(0)	42,2%
(+) Propriedade para Investimento	(321.902)	(301.347)	6,8%	(342.887)	(348.120)	-1,5%
(+) Participação Minoritária (Propriedade para Inv)	21.686	10.468	107,2%	21.686	10.468	107,2%
(+) Outras Receitas Operacionais Não Caixa	0	0	-	0	0	-
<b>FFO Ajustado</b>	<b>172.805</b>	<b>200.530</b>	<b>-13,8%</b>	<b>188.451</b>	<b>217.040</b>	<b>-13,2%</b>
Margem %	27,6%	34,6%	-7,0%	28,8%	35,9%	-7,1%