

BRMALLS

Relatório de Resultados

1T15

Relações com Investidores:

Frederico Villa
CFO e DRI

Derek Tang
Gerente

Camilla Daher
Coordenadora

Renato Campos
Especialista

Fernanda Sallum
Estagiária

ri@brmall.com.br

Tel: +55 21 3138-9900

Fax: +55 21 3138-9901

Teleconferência 1T15:

Português

6 de maio de 2015

14:00 horas (horário de Brasília)

Tel: +55 11 3127-4971

Inglês

6 de maio de 2015

15:00 horas (horário de Brasília)

Tel: +55 11 3127-4971



A BRMALLS ANUNCIA OS RESULTADOS DO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2015

Rio de Janeiro, 5 de maio de 2015 – A BRMALLS Participações S.A. (BM&F Bovespa: BRML3), a maior empresa integrada de shopping centers do Brasil, anuncia hoje seus resultados referentes ao primeiro trimestre de 2015 (1T15). A BRMALLS detém participação em 48 shoppings, que totalizam 1.695,8 mil m² de área bruta locável (ABL) e 992,3 mil m² de ABL próprio. No 1T15 a BRMALLS possuía 2 projetos greenfield e 8 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.849,5 mil m² e o ABL próprio para 1.102,5 mil m², um crescimento de 9,4% e 11,7%, respectivo, em relação ao portfólio ao final do 1T15.

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.

Destaques do Primeiro Trimestre de 2015 e Eventos Subsequentes:

- **No primeiro trimestre de 2015, a receita líquida alcançou R\$339,9 milhões, crescendo 5,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. Se excluirmos as vendas de participação* nos últimos 12 meses, a receita líquida cresceu 8,6% vs. o 1T14.**
- **O NOI totalizou R\$311,4 milhões no 1T15, apresentando um crescimento de 5,7% com relação ao NOI do 1T14. A margem NOI do mesmo período alcançou 91,2%, 0,6 p.p. acima da apresentada no 1T14 e foi a maior margem NOI em um 1º trimestre já apresentado pela companhia. O Same Mall NOI no trimestre alcançou um crescimento de 8,6% comparado ao 1T14.**
- **No 1T15, o EBITDA ajustado aumentou em 3,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$263,1 milhões. A margem EBITDA foi de 77,4%. Excluindo as vendas de participação* nos últimos 12 meses, o EBITDA ajustado cresceu 6,5% em relação ao 1T14.**
- **Nesse trimestre o FFO ajustado totalizou R\$114,5 milhões, um aumento de 43,3% em relação ao 1T14. A margem FFO foi de 33,7%, um aumento de 8,9 p.p. quando comparada a margem apresentada no 1T14.**
- **O Lucro líquido ajustado aumentou em 45,0% totalizando R\$112,0 milhões no 1T15.**
- **O volume consolidado de vendas dos lojistas dos shoppings da BRMALLS alcançou R\$5,1 bilhões no primeiro trimestre de 2015, aumentando em 0,5% em relação ao mesmo período de 2014. Excluindo as vendas de participação* nos últimos 12 meses, as vendas totais cresceram 7,6% em relação ao 1T14.**
- **O aluguel mesmas lojas foi de 7,6% no primeiro trimestre de 2015. As vendas mesmas lojas cresceram 5,9% no mesmo período, comparado ao 1T14.**
- **O leasing spread renovações foi de 12,3% e o leasing spread novos contratos foi de 12,9% no 1T15 em relação ao mesmo período do ano anterior.**
- **No 1T15, apresentamos uma taxa média de ocupação em nossos shoppings de 97,2%. Os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI ficaram com uma taxa de ocupação média de 98,2%.**
- **Após o 1T15 inauguramos a expansão do Shopping Campinas. Com isso, adicionamos 4,9 mil m² de ABL total e próprio ao portfólio da companhia. Estimamos que esse projeto gere R\$3,9 milhões de NOI próprio estabilizado para a BRMALLS. O projeto inaugura com 94,0% do seu ABL comercializado.**

*Shoppings Vendidos: Shopping Ilha Plaza, Iguatemi Belém, Metro Tatuapé, Big Shopping, Mueller e Fashion Mall



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

	1T15	1T14	%
Receita Líquida	339.858	322.421	5,4%
Despesas com Vendas	14.139	11.778	20,0%
Despesas com Vendas (% Rec Bruta)	3,9%	3,4%	0,5 p.p.
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	49.642	46.561	6,6%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec. Bruta)	13,5%	13,4%	0,1 p.p.
NOI	311.401	294.629	5,7%
<i>margem %</i>	91,2%	90,6%	0,6 p.p.
Lucro Bruto	310.353	291.882	6,3%
<i>margem %</i>	91,3%	90,5%	0,8 p.p.
EBITDA	260.964	252.203	3,5%
EBITDA Ajustado	263.123	254.316	3,5%
<i>margem %</i>	77,4%	78,9%	-1,5 p.p.
Lucro/Prejuízo Líquido	-132.706	53.751	-
Lucro Líquido Ajustado	112.009	77.229	45,0%
<i>margem %</i>	33,0%	24,0%	9,0 p.p.
FFO	-130.195	56.411	-
FFO Ajustado	114.520	79.890	43,3%
<i>margem %</i>	33,7%	24,8%	8,9 p.p.

Destques Operacionais

	1T15	1T14	%
ABL Total (m ²)	1.690.953	1.635.156	3,4%
ABL Próprio (m ²)	987.404	960.424	2,8%
Vendas Mesmas Lojas	5,9%	7,6%	-1,7 p.p.
Vendas Totais (R\$ milhões)	5.111,3	5.086,3	0,5%
Vendas / m ²	1.131	1.124	0,6%
Aluguel Mesmas Lojas	7,6%	8,7%	-1,1 p.p.
Aluguel / m ²	90	88	1,5%
NOI / m ²	108	105	2,9%
Custo de Ocupação (% das vendas)	11,4%	11,1%	0,3 p.p.
(+) Aluguel (% vendas)	6,9%	6,9%	0,0 p.p.
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	4,5%	4,2%	0,3 p.p.
Ocupação (média trimestral)	97,2%	97,6%	-0,4 p.p.
Inadimplência Líquida	4,4%	2,5%	1,9 p.p.
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	6,9%	4,0%	2,9 p.p.
Turnover das lojas	5,1%	6,8%	-1,7 p.p.
Leasing Spread (renovações)	12,3%	20,0%	-7,7 p.p.
Leasing Spread (novos contratos)	12,9%	10,6%	2,3 p.p.

Indicadores de Mercado

	1T15	1T14	%
Número Total de Ações (-) ações em tesouraria	462.652.489	459.540.434	0,7%
Preço Médio da Ação (R\$)	16,02	16,68	-4,0%
Preço Final da Ação (R\$)	16,94	19,09	-11,3%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	7.837	8.871	-11,6%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	39,6	52,2	-24,2%
Número de Negócios Médio	7.672	9.053	-15,2%
Dólar(US\$) Final	3,21	2,66	20,8%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	4.683,7	4.047,3	15,7%
NOI por ação	0,67	0,64	5,0%
Propriedade para Investimento	17.329.305	17.407.030	-0,4%



Comentários da Administração:

Nosso resultado no primeiro trimestre de 2015 foi impactado principalmente pelo efeito de base, em função das vendas de participação nos últimos 12 meses, e pelo cenário macroeconômico mais desafiador. Apesar desses dois fatores, conseguimos demonstrar um aumento de eficiência, atingindo os maiores níveis históricos da companhia em um primeiro trimestre nos indicadores de NOI por m², Margem NOI e Aluguel por m².

Continuamos focados no trimestre em reduzir custos, gerar caixa e melhorar a nossa rentabilidade. Como resultado, o NOI dos mesmos shoppings cresceu 8,6% quando comparado ao 1T14 e, como dito anteriormente, a margem NOI do trimestre alcançou 91,2% versus 90,6% no primeiro trimestre do ano anterior. Atingimos um EBITDA Ajustado de R\$263,1 milhões, um aumento de 3,5% em relação ao 1T14, excluindo os ativos vendidos nos últimos 12 meses, o EBITDA teria crescido 6,5%. Em termos de geração de caixa, conseguimos um resultado positivo, na medida que tivemos crescimento de AFFO de 43,3%, totalizando R\$114,5 milhões no trimestre versus R\$79,9 milhões no 1T14.

Se excluirmos as vendas de participação nos últimos doze meses, tivemos um crescimento 7,6% de vendas totais versus o ano anterior, alcançando R\$5,1 bilhões. Observamos no trimestre um ótimo desempenho do segmento de lazer, com SSS de 19,4%, principalmente em função do sucesso de recentes lançamentos no cinema. O SSS consolidado cresceu 5,9% no 1T15, que além de ser um trimestre sazonalmente mais fraco, foi adicionalmente impactado por um ambiente macroeconômico menos favorável.

Na frente comercial, assinamos 231 contratos no trimestre, atingindo um leasing spread de 12,3% para renovações e 12,9% para novos contratos. Conforme dito anteriormente, nosso aluguel por m² atingiu o maior patamar histórico em um primeiro trimestre, totalizando R\$90/m², um crescimento de 1,5% com relação ao 1T14. Nesse trimestre, iniciamos a operação do BackOffice da companhia, centralizando o sistema de cobrança e faturamento. A implantação do sistema trouxe alguns impactos pontuais no resultado do trimestre, principalmente no que tange aos indicadores de inadimplência líquida e pagamentos em atraso, que tiveram aumentos atingindo 4,4% e 6,9%, respectivamente.

A estratégia de reciclagem de portfólio, preocupação com os níveis de caixa e endividamento e o fato de sermos a maior empresa de Shoppings da América Latina, nos coloca em posição privilegiada para aproveitarmos eventuais oportunidades de crescimento. Em um cenário de taxas de juros menores e uma melhora do ambiente macroeconômico no Brasil, temos a certeza que nossa companhia possui total capacidade de liderança em um novo ciclo de crescimento.



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 1º trimestre de 2014. 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 1T15

Receita Bruta:

A receita bruta totalizou R\$367,2 milhões no primeiro trimestre de 2015, um aumento de R\$18,6 milhões ou 5,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. O crescimento da receita neste período é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

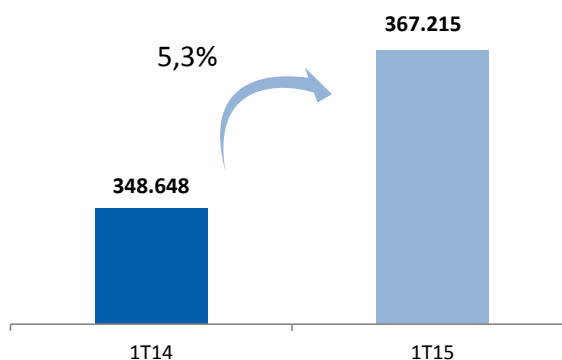
Aluguel Mínimo

Neste trimestre, a receita de aluguel mínimo apresentou um aumento de 6,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$208,2 milhões. O crescimento pode ser explicado pelo leasing spread capturado no trimestre e reajuste da inflação. No 1T15, o aluguel mesmas lojas foi de 7,6%. O efeito da linearização de aluguel no trimestre, foi de R\$7,9 milhões, comparado a R\$5,7 milhões no primeiro trimestre de 2014.

Mall & Mídia

A receita de Mall & Mídia aumentou em R\$421,0 mil comparado ao 1T14, ou 1,2%, totalizando R\$35,3 milhões. As receitas de Mall & Mídia representaram 9,6% da receita bruta no 1T15. **Se excluirmos os ativos vendidos nos últimos 12 meses, a receita de Mall & Mídia teria crescido 5,3%.**

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



Aluguel Percentual

Apresentamos uma receita de aluguel percentual de R\$15,7 milhões no trimestre, uma variação negativa de 4,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. **Excluindo os shoppings vendidos nos últimos 12 meses, o aluguel percentual teria crescido 0,3%.**

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

	1T15	1T14	%
Aluguel Mínimo	208.204	195.992	6,2%
Aluguel Percentual	15.744	16.476	-4,4%
Mall & Mídia	35.276	34.855	1,2%
Estacionamento	65.249	59.366	9,9%
Prestação de Serviços	25.824	23.321	10,7%
Taxa de Cessão	14.377	15.817	-9,1%
Taxa de Transferência	569	1.605	-64,6%
Outras	1.972	1.216	62,1%
Receita Bruta	367.215	348.648	5,3%

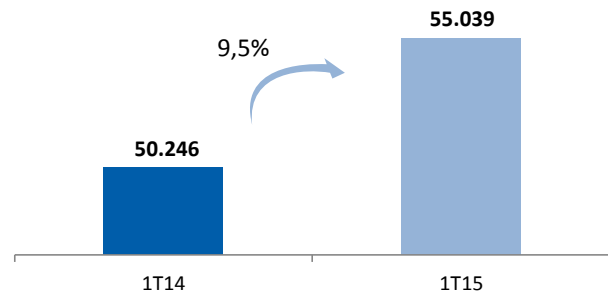


Estacionamento

A receita de estacionamento aumentou R\$5,9 milhões, ou 9,9%, no trimestre em relação ao 1T14, totalizando R\$65,2 milhões. **Se excluirmos o efeito das vendas de participação dos últimos 12 meses, a receita de estacionamento cresceu 12,6%.** O crescimento da receita de estacionamento foi devido ao aumento de fluxo dos nossos shoppings.

No trimestre o NOI de estacionamento foi de R\$55,0 milhões, um aumento de R\$4,8 milhões, ou 9,5% comparado ao 1T14. Observamos uma margem estacionamento de 84,4% no trimestre.

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



Prestação de Serviços

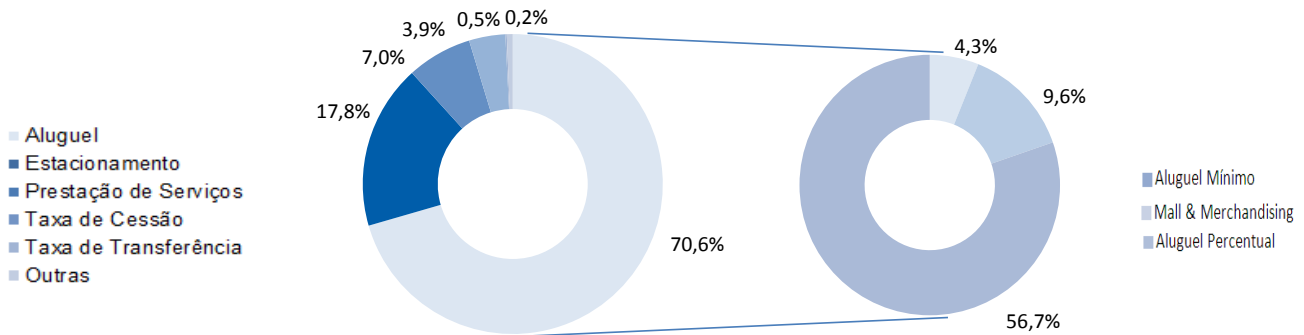
Registramos uma receita de prestação de serviços de R\$25,8 milhões no 1T15, 10,7% maior do que foi apresentado no 1T14.

Taxa de Cessão

A taxa de cessão no 1T15 diminuiu em R\$1,4 milhão, ou 9,1% comparado ao 1T14, totalizando R\$14,4 milhões. A receita de taxa de cessão foi prejudicada pelo menor nível de turnover das nossas lojas.

Taxa de Transferência

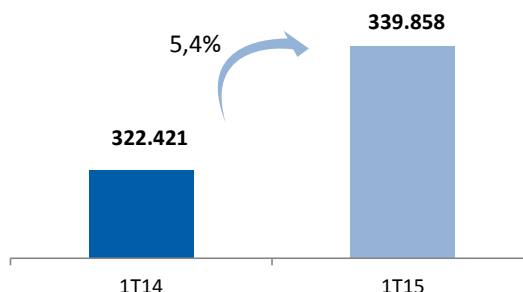
No 1T15, totalizamos R\$568,8 mil, apresentando uma diminuição de 64,6%, em relação ao mesmo período do ano anterior. Essa redução pode ser explicada pela diminuição do turnover das lojas, que foi de 5,1% no trimestre comparado a 6,8% no 1T14, uma queda de 1,7 p.p.



Receita Líquida:

No 1T15, a receita líquida totalizou R\$339,9 milhões, representando um crescimento de 5,4% quando comparado ao mesmo período de 2014. **Se excluirmos os ativos vendidos nos últimos 12 meses, a receita líquida aumentaria 8,6% vs. o 1T14.**

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



Custos:

No 1T15 os custos de alugueis e serviços totalizaram R\$29,5 milhões, uma redução de 3,4% quando comparado ao 1T14. As principais variações no custo foram devidas a:

Demais Custos

Observamos uma redução de 25,9% na linha de demais custos, totalizando R\$6,2 milhões.

Custo com Fundo de Promoções

Observamos uma redução de 29,2% na linha de custo com fundo de promoção, totalizando R\$2,7 milhões.

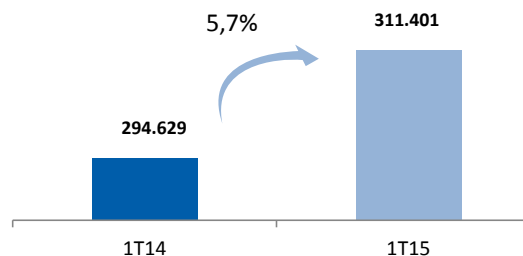
NOI:

No primeiro trimestre de 2015 o NOI somou R\$311,4 milhões, representando um aumento de R\$16,8 milhões ou 5,7%, em relação ao mesmo período do ano anterior. No mesmo período, a margem NOI registrou 91,2%, apresentando uma melhora de 0,6 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior e foi a maior margem NOI em um 1º trimestre já apresentado pela companhia.

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

	1T15	1T14	%
Receita Bruta	367.215	348.648	5,3%
(-) Prestação de Serviços	(25.824)	(23.321)	10,7%
(-) Custos	(29.505)	(30.539)	-3,4%
(+) Debêntures do Araguaia	2.159	2.113	2,2%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(2.644)	(2.272)	16,4%
NOI	311.401	294.629	5,7%
Margem %	91,2%	90,6%	0,6 p.p.

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



Analisando a métrica de crescimento de NOI mesmos shoppings, apresentamos um aumento neste trimestre de 8,6%, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Nossos top 10 shoppings em termos de NOI representam 46,5% do NOI total do trimestre.

NOI* e Vendas por Shopping (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas		
	NOI 1T15	Vendas 1T15
1 Plaza Niterói	30.611	243.110
2 Shopping Tijuca	26.770	203.179
3 NorteShopping	22.041	326.237
4 Shopping Tamboré	15.861	141.027
5 Center Shopping Uberlândia	14.579	164.917
6 Catuai Shopping Londrina	13.705	149.162
7 Shopping Metrô Sta Cruz	11.832	95.956
8 Shopping Recife	10.581	331.990
9 Mooca Plaza Shopping	10.410	118.701
10 Shopping Estação	10.102	96.890
Outros	144.910	3.240.160
Total	311.401	5.111.330

* NOI considerando os efeitos da linearização

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas:

No 1T15, registramos despesas com vendas, gerais e administrativas, de R\$49,6 milhões, o que representa um crescimento de R\$3,1 milhões, ou 6,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Despesas com Vendas

As despesas com vendas totalizaram R\$14,1 milhões no trimestre, apresentando um aumento de R\$2,4 milhões em relação ao 1T14.

Despesas de Pessoal

As despesas com pessoal registraram uma queda de 3,9% ou de R\$1,2 milhão no trimestre frente o 1T14, totalizando R\$30,9 milhões. Esse resultado reflete o foco em eficiência e reestruturação interna do Projeto BackOffice.

Depreciação e Amortização:

Dada à adoção dos pronunciamentos do Comitê de Pronunciamentos 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 semestralmente em junho e dezembro. Além disso, também não amortizamos mais o ágio gerado por aquisições. A única despesa de depreciação refere-se a edificações, benfeitorias, equipamentos e instalações de sede administrativa que não gera impactos significativos.

No 1T15 observamos uma despesa de depreciação e amortização de R\$2,5 milhões, 5,6% menor do que foi divulgado no 1T14.



Outras Receitas Operacionais:

No primeiro trimestre de 2015, apresentamos um valor de R\$253,0 mil na linha de outras receitas operacionais, uma redução de 96,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Essa redução ocorreu, pois ao contrário do 1T14, nesse trimestre não tivemos receitas não recorrentes referente às vendas de participação.

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.

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 parcial 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 registrou R\$261,0 milhões no 1T15, um aumento de 3,5% comparado aos R\$252,2 milhões apresentados no 1T14.

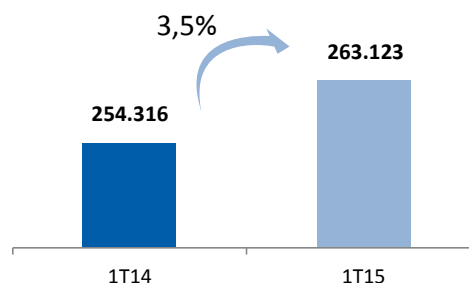
O EBITDA ajustado foi de R\$ 263,1 milhões, um aumento de 3,5% em relação ao 1T14. A margem EBITDA ajustada foi de 77,4% no 1T15. O crescimento do EBITDA foi afetado por efeitos não recorrentes de venda de participação no 1T14.

Excluindo os ativos vendidos nos últimos 12 meses, o EBITDA ajustado teria crescido 6,5% vs. o 1T14.

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

	1T15	1T14	%
Receita Líquida	339.858	322.421	5,4%
(-) Custos e Despesas	(81.658)	(79.760)	2,4%
(+) Depreciação e Amortização	2.511	2.660	-5,6%
(+) Outras Receitas Operacionais	253	6.882	-96,3%
EBITDA	260.964	252.203	3,5%
(+) Debêntures do Araguaia	2.159	2.113	2,2%
EBITDA Ajustado	263.123	254.316	3,5%
Margem %	77,4%	78,9%	-1,5 p.p.

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



Resultado Financeiro:

Registramos uma despesa financeira líquida de R\$293,4 milhões no primeiro trimestre de 2015, quando comparado a uma despesa de R\$118,5 milhões no 1T14.

Quando excluimos os efeitos não caixa do swap a mercado e a variação cambial registramos uma despesa financeira líquida de R\$106,2 milhões no 1T15, uma queda de 24,0% em relação ao mesmo trimestre de 2014.

Totalizamos uma receita financeira de R\$391,5 milhões, enquanto a despesa financeira foi de R\$684,9 milhões no 1T15.

Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro estão descritos a seguir:

Receitas e Despesas Juros e Variações Monetárias

As aplicações financeiras geraram uma receita de R\$20,0 milhões, um aumento de 50,2% em relação ao 1T14, influenciada principalmente por um aumento de caixa disponível e das taxas de juros no Brasil que remuneram nosso caixa.

Analisando as despesas com empréstimos e financiamentos no 1T15, a mesma atingiu R\$160,3 milhões, um aumento de 16,7% em relação ao 1T14.

O aumento da despesa de empréstimos e financiamentos no trimestre pode ser explicado principalmente pela abertura da curva de juros e aumento da inflação.

Resultado Financeiro (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas			
Receitas	1T15	1T14	%
Aplicações Financeiras	19.956	13.286	50,2%
Variações Cambiais	20.185	113.762	-82,3%
Swap na Curva	257.209	88.551	190,5%
Swap a Mercado (MTM)	92.673	10.781	759,6%
Outros	1.483	1.870	-20,7%
Total	391.506	228.250	71,5%
Despesas	1T15	1T14	%
Empréstimos e Financiamentos	(160.330)	(137.436)	16,7%
Variações Cambiais	(266.216)	(77.453)	243,7%
Swap na Curva	(221.373)	(103.321)	114,3%
Swap a Mercado (MTM)	(33.774)	(25.703)	31,4%
Outros	(3.184)	(2.797)	13,8%
Total	(684.877)	(346.710)	97,5%
Resultado Financeiro	(293.371)	(118.460)	147,7%
Resultado Financeiro - Caixa	(106.239)	(139.846)	-24,0%

Swap

A valorização de 20,8% do dólar dos Estados Unidos da América do Norte frente ao Real no período contribuiu principalmente para uma receita de R\$35,8 milhões no swap na curva, pois ele representa o efeito caixa dos nossos hedges.

Na linha de Swap a Mercado (MTM) registramos uma receita de R\$58,9 milhões, entretanto como essa linha representa a movimentação do valor justo dos hedges, sendo este um efeito não caixa, expurgamos do resultado financeiro caixa.

Lucro Líquido Ajustado:

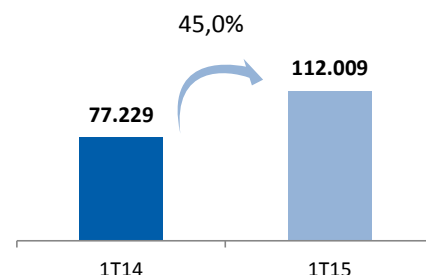
No primeiro trimestre de 2015, o lucro líquido ajustado foi de R\$112,0 milhões.

Com base neste valor, o lucro líquido ajustado por ação no 1T15 foi de R\$0,24 comparado a R\$0,17 no 1T14, um aumento de 43,7%.

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

	1T15	1T14	%
Lucro/prejuízo Líquido	(132.706)	53.751	-346,9%
(+) Variação Cambial (Bônus perpétuo)	246.031	(36.309)	-777,6%
(+) Swap a Mercado (MTM)	(58.899)	14.922	-494,7%
(+) Imposto Não Caixa	57.583	44.865	28,3%
Lucro Líquido Ajustado	112.009	77.229	45,0%
<i>Margem %</i>	<i>33,0%</i>	<i>24,0%</i>	<i>9,0 p.p.</i>

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



FFO Ajustado:

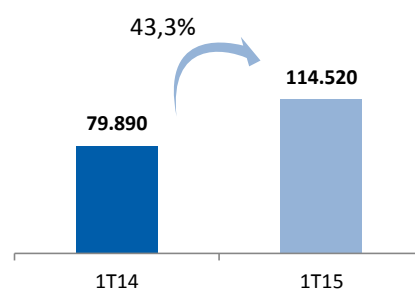
Finalizamos o primeiro trimestre de 2015, apresentando um FFO de R\$130,2 milhões negativos. Ajustando o FFO com os efeitos não caixa como a variação cambial e resultado do swap a mercado, resultamos em R\$114,5 milhões no 1T15, um aumento de 43,3% em relação ao 1T14.

A margem FFO ajustado no 1T15 foi de 33,7%, 8,9 p.p. acima da que foi divulgada no 1T14.

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

	1T15	1T14	%
Lucro/Prejuízo Líquido	(132.706)	53.751	-
(+) Depreciação e Amortização	2.511	2.660	-5,6%
FFO	(130.195)	56.411	-
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	246.031	-	36.309
(+) Swap a Mercado (MTM)	(58.899)	14.922	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	57.583	44.865	28,3%
FFO Ajustado	114.520	79.890	43,3%
<i>Margem %</i>	<i>33,7%</i>	<i>24,8%</i>	<i>8,9 p.p.</i>

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



CAPEX:

Ao longo de todo o primeiro trimestre de 2015 a companhia investiu um total de R\$81,8 milhões, este valor foi distribuído da seguinte forma:

Projetos Greenfield

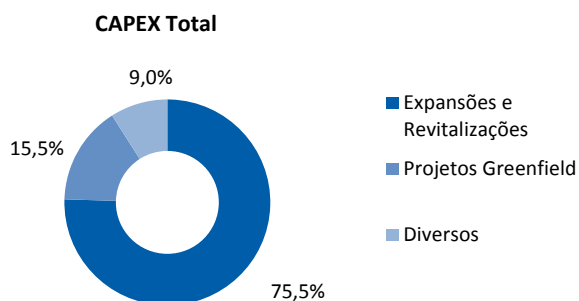
Total de R\$12,7 milhões foi investido no período nos projetos que estão em desenvolvimento.

Expansões e Revitalizações

Total de R\$61,8 milhões foi investido ao longo do 1T15.

Diversos

Registramos um total de R\$7,3 milhões investido em sistemas, processos internos, projeto backoffice de eficiência em custos e tecnologias, dentre outros.



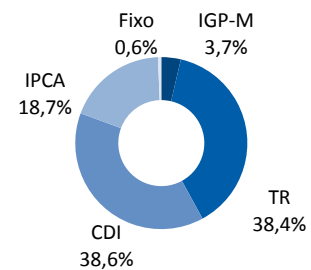
Disponibilidade de Caixa e Dívida (Informações Financeiras Ajustadas):

No final do primeiro trimestre de 2015, a nossa dívida bruta totalizou R\$5,4 bilhões, a um custo médio de IGP-M + 5,7% a.a, em linha com o 4T14. A dívida bruta apresentou um aumento de R\$240,8 milhões em relação ao valor apresentado no final de 2014 devido principalmente a variação do principal do bônus perpétuo.

Finalizamos o 1T15 com uma dívida líquida de R\$4,7 bilhões. A dívida se mantém com um perfil de longo prazo com 91,9% da dívida bruta em longo prazo e uma duração média de 11,4 anos.

A posição de caixa da BRMALLS ao final do primeiro trimestre de 2015, totalizou R\$ 721,8 milhões, um aumento de R\$ 47,4 milhões ou 7,0% em relação ao final do 4T14.

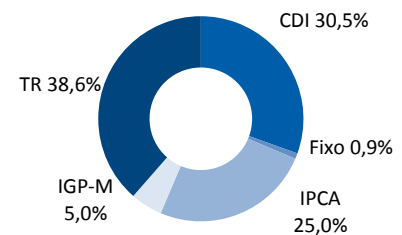
Indexadores da Dívida



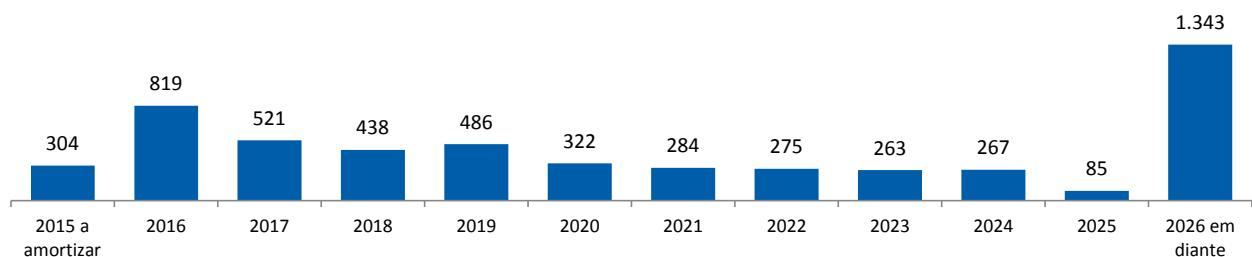
Principais Indicadores (R\$ mil)

	1T15	4T14
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	721.781	674.341
Remuneração Média no Trimestre	102,2%	102,0%
Dívida Bruta (R\$ mil)	5.405.467	5.164.679
Prazo Médio (anos)	11,4	10,8
Custo Médio	IGPM + 5,7%	IGPM + 5,7%
Dívida Líquida	4.683.686	4.490.338
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado anualizado	4,45x	3,36x
Dívida Líquida (ex-perpétuos) / EBITDA Ajustado anualizado	3,21x	2,52x
EBITDA Ajustado 12M / Dívida Financeira Líquida	3,06x	2,49x

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



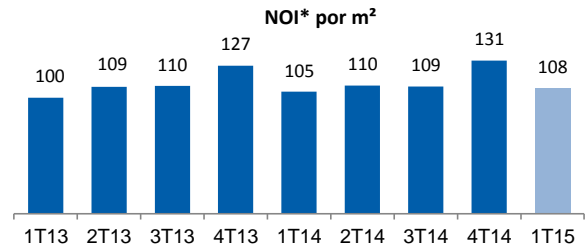
Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões) - Informações Financeiras Ajustadas



Indicadores Operacionais:

NOI por m²

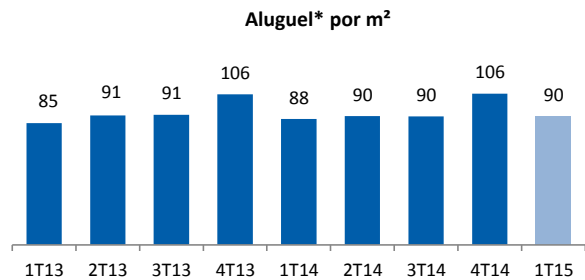
O NOI por m² dos nossos shoppings apresentou uma média de R\$108, um crescimento de 2,9% quando comparado ao 1T14. Quando consideramos os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI, o NOI por m² apresentou um crescimento de 8,0%, alcançando uma média R\$158,8.



*O NOI por m² médio considera os efeitos da linearização

Aluguel por m²

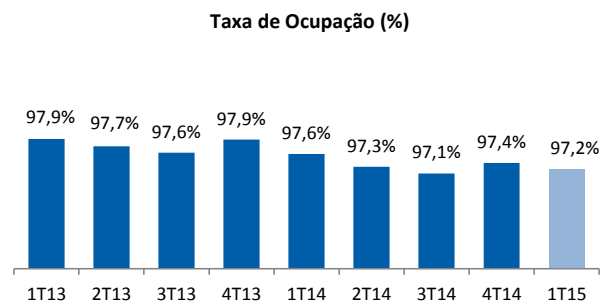
Considerando os efeitos da linearização, o aluguel por m² no 1T15 totalizou R\$90,3, um crescimento de 1,5% em relação ao 1T14. Quando analisamos os 10 shoppings mais representativos em termos de aluguel, este crescimento foi de 8,0%, alcançando uma média mensal de R\$127,9.



*O Aluguel por m² médio considera os efeitos da linearização

Taxa de Ocupação

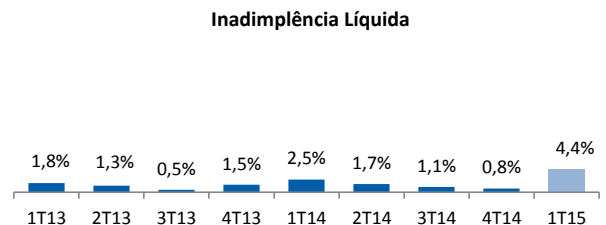
A taxa média de ocupação no 1T15 atingiu um patamar médio de 97,2% do ABL total ocupado no trimestre, uma diminuição de 0,4 p.p. em relação ao 1T14. No 1T15, dos 48 shoppings que detínhamos participação, mais da metade apresentou uma taxa de ocupação superior a 98% de seu ABL ocupado.



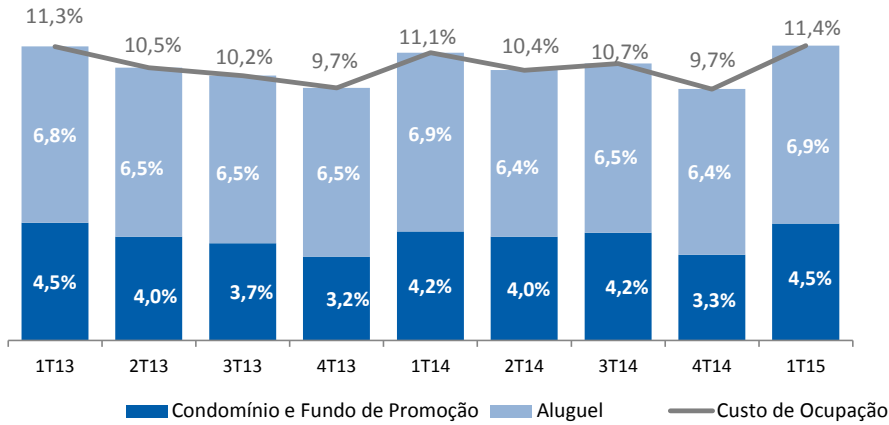
Inadimplência Líquida

A inadimplência líquida registrou um valor de 4,4% no 1T15, 1,9 p.p. maior comparado ao 1T14. Passamos por um período de migração dos sistemas de faturamento e cobrança no período de fevereiro e março de 2015. Essa migração teve impacto significativo no indicador. A partir de abril os processos começaram a se estabilizar.

Registramos no primeiro trimestre de 2015 uma taxa de pagamentos em atraso de 6,9%, aumento de 2,9 p.p. comparando ao 1T14.



Distribuição do Custo de ocupação (% das Vendas)



Custo de Ocupação

No primeiro trimestre de 2015, o custo de ocupação como percentual das vendas dos lojistas apresentou um aumento de 0,3 p.p. em relação ao valor apresentado no 1T14, totalizando 11,4%.

Resumo da Evolução dos Indicadores

	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14	3T14	4T14	1T15
SSS (%)	9,1%	7,0%	6,2%	7,6%	7,5%	6,2%	8,1%	8,0%	7,6%	7,5%	4,4%	6,5%	5,9%
SSR (%)	11,3%	8,1%	9,0%	10,2%	11,1%	8,3%	9,3%	10,4%	8,7%	8,6%	7,8%	7,2%	7,6%
Vendas/m ²	1.002	1.071	1.064	1.425	1.167	1.145	1.189	1.574	1.124	1.214	1.189	1.577	1.131
Aluguel/m ²	89	88	89	102	85	91	91	106	88	90	90	106	90
NOI/m ²	100	103	104	123	100	109	110	127	105	110	109	131	108
Custo de Ocupação (% das Vendas)	11,2%	10,7%	10,7%	10,1%	11,3%	10,5%	10,2%	9,7%	11,1%	10,4%	10,7%	9,7%	11,4%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	4,6%	4,0%	3,7%	3,2%	4,3%	3,6%	3,1%	3,6%	4,0%	3,9%	3,5%	4,1%	6,9%
Inadimplência Líquida	2,1%	1,2%	0,9%	0,9%	1,8%	1,3%	0,5%	1,5%	2,5%	1,7%	1,1%	0,8%	4,4%
Ocupação (%)	97,4%	97,6%	97,9%	98,3%	97,9%	97,7%	97,6%	97,9%	97,6%	97,3%	97,1%	97,4%	97,2%



Desempenho das Vendas:

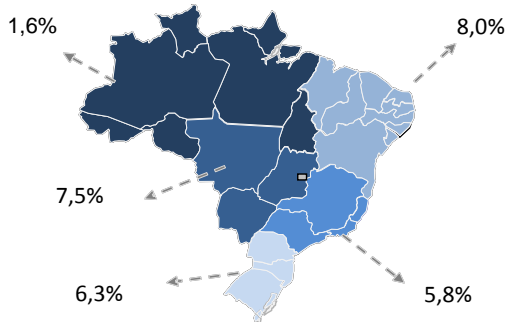
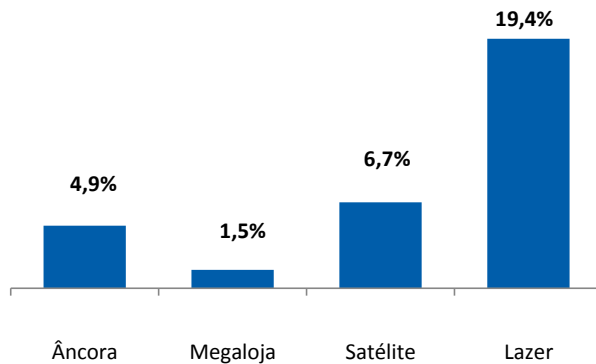
No primeiro trimestre de 2015, a BRMALLS apresentou um total de vendas em seu portfólio de R\$5.111,3 milhões, o que representa um aumento de 0,5% em relação ao valor de R\$5.086,3 milhões apresentados no mesmo período do ano anterior.

Se excluirmos as vendas de participação da base de cálculo, as vendas totais tiveram um crescimento de 7,6% no 1T15 vs. o 1T14.

Quando comparamos as vendas mesmas lojas no mesmo período, o crescimento foi de 5,9%.

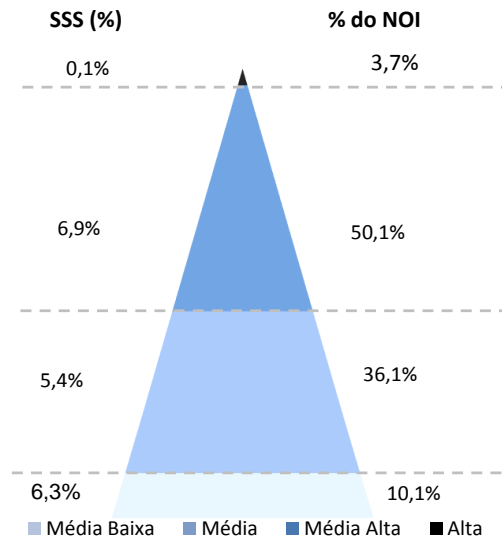
Neste trimestre, merece destaque o segmento de lazer que cresceu 19,4%, beneficiado, principalmente, pelo sucesso de lançamentos de filmes no período.

SSS por segmento (1T15 vs.1T14)



Por região do país, os destaques de crescimento de vendas mesmas lojas foram as regiões Nordeste e Centro Oeste que apresentaram um SSS de 8,0% e 7,5%, respectivamente, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Quando analisamos a região Sudeste, a área com maior representatividade de nosso portfólio em termos de NOI, o crescimento de vendas mesmas lojas totalizou 5,8%.

Analisando por segmento de renda, os shoppings voltados para a classe média alta e média baixa apresentaram os melhores resultados. Suas vendas mesmas lojas atingiram um crescimento de 6,9% e 6,3%, respectivamente, em relação ao 1T14.



Atividade Comercial:

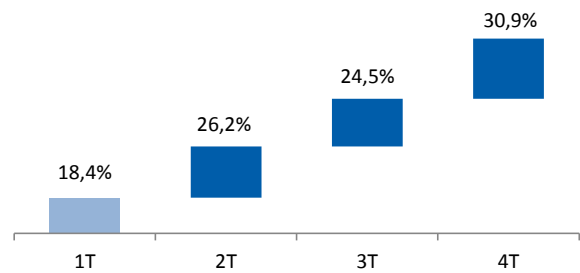
O leasing spread de renovações foi de 12,3% no 1T15. Apresentamos um leasing spread de novos contratos de 12,9% no 1T15, um aumento de 2,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Foram comercializadas 176 lojas ao longo do 1T15 em shoppings existentes.

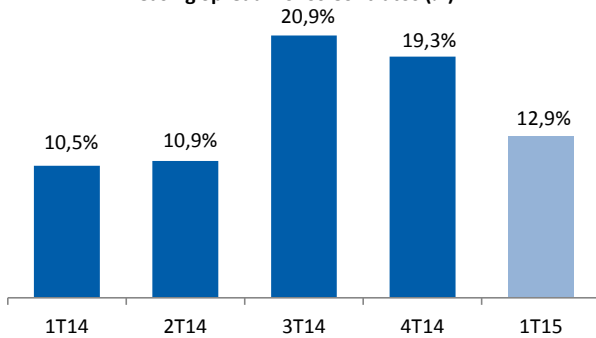
Em relação aos projetos de expansão, comercializamos 28 contratos ou um total de 4,2 mil m² e 14 contratos ou um total de 914 m² de ABL em projetos greenfield.

Consolidando a categoria de shoppings existentes, shoppings em expansão e greenfields, assinamos um total de 218 contratos no 1T15.

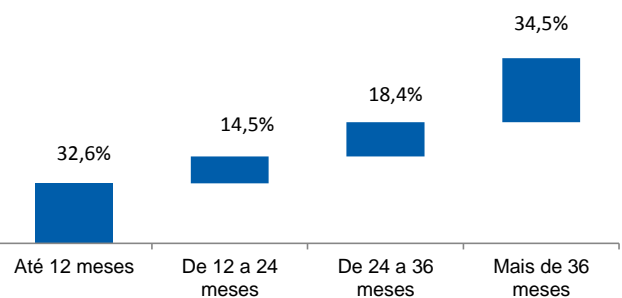
Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% do ABL)



Leasing Spread Novos Contratos (%)



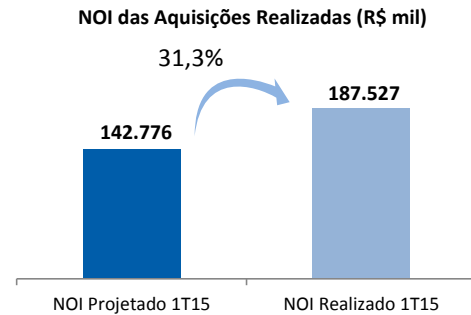
Cronograma de Vencimento dos Contratos (% do ABL)



Aquisições:

Considerando o NOI realizado neste trimestre dos shoppings que foram adquiridos desde o início da BRMALLS, continuamos performando acima dos estudos de viabilidade no momento de cada aquisição.

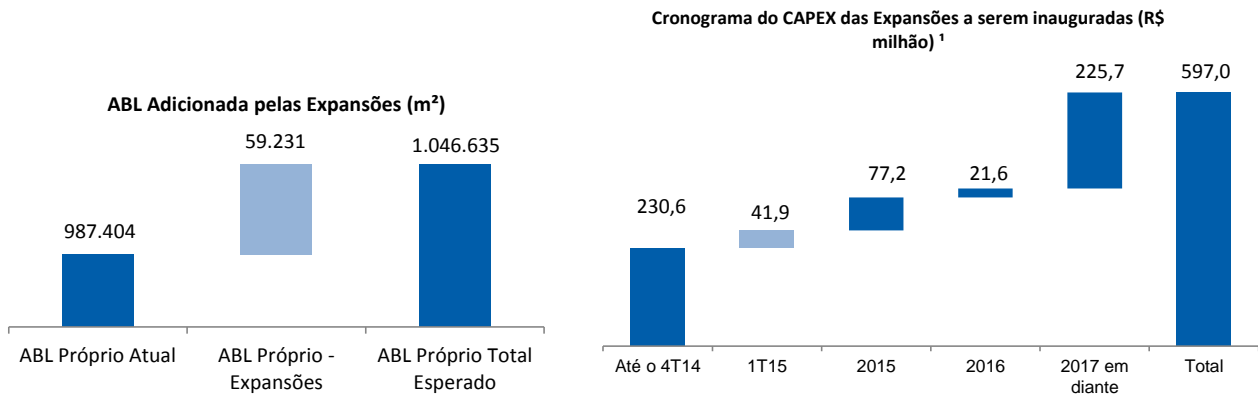
O NOI realizado de R\$187,5 milhões neste trimestre, nos shoppings adquiridos pela BRMALLS, representam um valor 31,3% superior aos R\$142,8 milhões projetado para o 1T15.



Expansões:

Nosso pipeline de expansões consiste em 8 projetos de expansão que adicionarão um total de 81,6 mil m² de ABL total e 59,2 mil m² de ABL próprio, um crescimento de 4,8% e 6,0% ao nosso portfólio ao final do 1T15, respectivamente. Estimamos que as expansões somem um total de R\$ 76,9 milhões de NOI próprio e estabilizado para a BRMALLS.

As expansões anunciadas exigem um investimento de R\$ 597,0 milhões, participação BRMALLS, dos quais 45,7% já foram desembolsados até o final do 1T15, restando R\$324,4 milhões a serem investidos. Em 2015 esperamos inaugurar a expansão do Capim Dourado. Seguimos estudando possibilidades de geração de valor em nossos ativos existentes.



Resumo de Expansões									
Expansões	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. (R\$ milhões) ²	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Campinas	4.868	100,0%	4.868	90,1%	3,9	0,4	13,6%	2T15	94,0%
Capim Dourado	7.508	100,0%	7.508	69,4%	8,8	5,0	13,7%	2T15	85,0%
Top Shopping	17.233	50,0%	8.617	82,9%	17,4	6,1	10,4%	2016	45,0%
Estação BH	1.394	60,0%	836	16,0%	2,0	1,9	19,1%	2016	54,9%
NorteShopping	12.090	100,0%	12.090	16,0%	33,4	15,7	15,1%	2017	52,5%
Independência	9.531	83,4%	7.911	16,0%	11,4	5,3	13,1%	2017	56,0%
Mooça Plaza Shopping (Fase 1)	19.000	60,0%	11.400	*	*	*	*	2018	*
Mooça Plaza Shopping (Fase 2)	10.000	60,0%	6.000	*	*	*	*	2019	*
Total	81.625	72,6%	59.231		76,9	34,5			

¹ Os valores de Capex não consideram as duas fases de expansão do Mooça Plaza Shopping;

² NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços;

* A definir.



Expansão Capim Dourado

- Inaugurado em 2010, o Shopping Capim Dourado fica localizado na cidade de Palmas, estado do Tocantins. O Shopping tornou-se referência de consumo em todo o estado, sua área de abrangência reúne além da capital Palmas, outras 12 cidades e seu papel de shopping regional influencia também o sudeste do Pará, nordeste do Mato Grosso e sul do Maranhão. É o único shopping da cidade e da região. Palmas é a capital com o maior índice de crescimento populacional na última década, de 66% e apresenta um aumento de 103% do PIB de 2006 a 2010. Com a nova expansão do Shopping Capim Dourado, a BRMALLS vai adicionar um total de 7,5 mil m² de ABL ao shopping, totalizando 36,7 mil m² de ABL total e próprio, além de 50 novas lojas e uma nova praça de eventos. A previsão de inauguração é no 2T15. O shopping conta com uma forte ancoragem que reúne grandes marcas do varejo nacional, como Cinemark, Casas Bahia, Lojas Americanas, Vivara e Le Lis Blanc; além das únicas Riachuelo, Renner e Marisa do estado.



Expansão NorteShopping

O NorteShopping foi o primeiro empreendimento comercial de grande porte inaugurado na Zona Norte, do Rio de Janeiro em 1986. Em janeiro de 2007, passou por uma grande expansão: o Pátio NorteShopping, que possui um conceito diferente em shopping no Brasil, denominado "Lifestyle Center".

Em 2009, o NorteShopping inaugurou sua terceira expansão e a quarta em 2011. Dessa forma, o NorteShopping é o shopping mais completo da zona norte do Rio de Janeiro, possuindo um mix completo entre lojas âncoras e satélites, além de cinemas e boliche.

A BRMALLS adicionará 12,1 mil m² de ABL total e próprio ao shopping, totalizando 90,0 mil m² de ABL total e 70,1 mil m² de ABL próprio, um crescimento de 20,8% de ABL Próprio e 15,5% de ABL Total. Junto com a construção da expansão, que será interligada diretamente ao shopping atual, o empreendimento passará por um retrofit interno e externo, o que vai elevar o patamar do shopping e contribuir para que se consolide cada vez mais como um dos maiores shoppings da América Latina e um dos 10 maiores do Brasil. A inauguração está prevista para 2017.

Estimamos que o projeto gere um NOI próprio estabilizado de R\$33,4 milhões com uma TIR real e desalavancada de 15,1%.



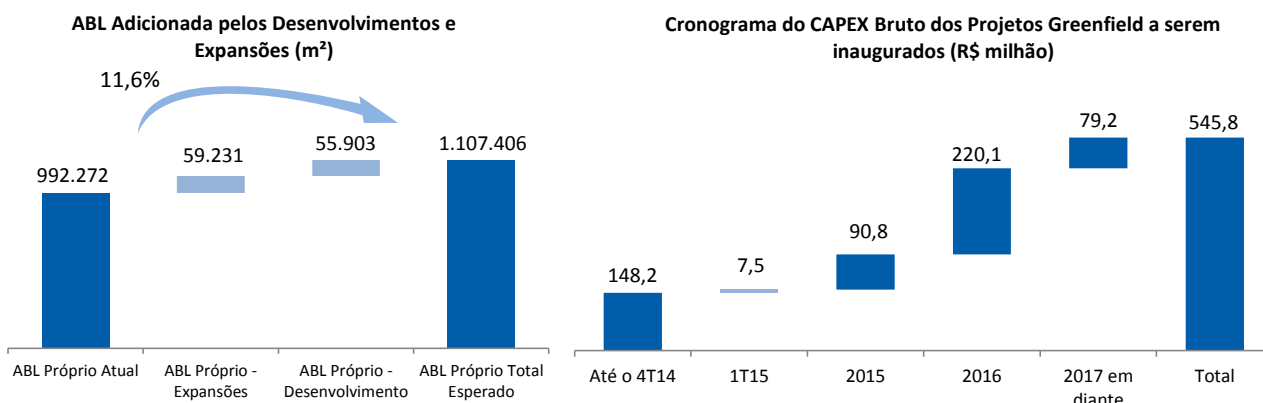
Desenvolvimento:

Ao final do primeiro trimestre de 2015, contávamos com 2 projetos em desenvolvimento; Catuaí Shopping Cascavél e Shopping Estação Cuiabá, que irão adicionar à companhia 77,0 mil m² de ABL total e 55,9 mil m² de ABL próprio, aumentando em 4,6% e 5,7% o nosso portfólio, respectivamente.

Considerando as expansões e os projetos greenfields anunciados, estimamos um aumento de 158,6 mil m² no ABL total do portfólio, ou 9,4% comparado ao portfólio ao final do 1T15.

O investimento próprio da companhia nos projetos greenfields totaliza o valor de R\$545,9 milhões, dos quais 28,5% já foram desembolsados até o final do 1T15, restando R\$390,1 milhões a serem desembolsados nos próximos anos.

A participação média em todos os projetos será de 72,6% e quando inaugurados, estimamos que adicionem um NOI próprio estabilizado de R\$77,6 milhões a BRMALLS.



Resumo de Greenfield

Resumo de Greenfield	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. (R\$ milhões) ²	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e deslav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Shopping Estação Cuiabá	46.980	75,0%	35.235	21,0%	49,5	25,4	15,5%	2016	61,1%
Catuaí Shopping Cascavel	29.975	69,0%	20.668	50,0%	21,4	13,1	12,0%	2017	84,0%
Total	76.955	72,6%	55.903		77,6	35,1			

²NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços



Shopping Estação Cuiabá

O Shopping Estação Cuiabá, que será localizado na Avenida Miguel Sutil, uma das principais artérias viárias da cidade, terá um ABL total de 47,0 mil m².

A economia da cidade está concentrada no setor de serviços e na indústria. A Cidade de Cuiabá foi uma das subdesdes da Copa do Mundo e recebeu 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, como Várzea Grande, que fica a 6km do shopping e é considerada a extrapolção de Cuiabá, formando uma malha urbana única.

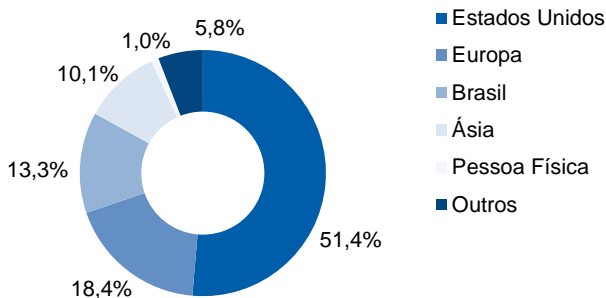
O Estação Cuiabá contará com aproximadamente 277 lojas: 12 âncoras, área de lazer, academia, cinema multiplex, com 7 salas (incluindo 2 salas VIP e 2 em 3D), 26 operações na praça de alimentação que contará com mais de 1.000 lugares sentados, formando a maior praça do estado, alameda gourmet com 4 restaurantes e mais de 2.100 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. Em pouco mais de nove meses de comercialização, o projeto já tem mais de 60% de sua ABL locada e garantirá a chegada de marcas inéditas à cidade como Bio Ritmo, Saraiva, Riachuelo, Lojas Americanas, Renner, C&A, Outback e Tok & Stok.



Mercado de Capitais:

A BRMALLS tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da BM&F Bovespa sob o código BRML3. A companhia também possui um programa de ADR nível 1, permitindo a negociação das ações no mercado secundário ou de balcão nos Estados Unidos da América, 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 (IBrX), Índice Brasil 50 (IBrX 50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), além de outros índices, alguns dos quais estão indicados na tabela abaixo.

Distribuição Regional da Base Acionária (31/03/2015)



Índices com BRML3 na carteira:

Índice	Peso
BM&F Ibovespa IBOV	0,92%
BM&F Bovespa IBrX-50	0,91%
BM&F Bovespa ICO2	1,34%
BM&F Bovespa IBrX	0,80%
BM&F Bovespa IGC	1,18%
BM&F Bovespa ITAG	1,05%
BM&F Bovespa MLC	0,85%
BM&F Bovespa IMOB	19,97%
iShares MSCI Brazil	0,81%

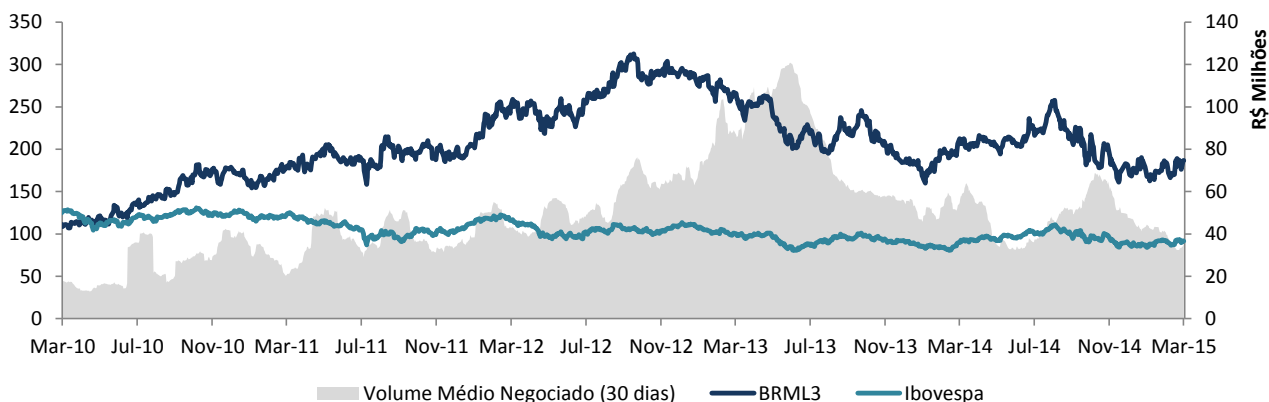
Fonte: Bloomberg (31/03/2015)

Perfil do Investidor

No primeiro trimestre de 2015, nossa base de investidores continuou a apresentar uma diversificação por região de origem. Nosso volume financeiro médio no trimestre foi de R\$39,6 milhões, apresentando uma queda de 24,2% frente aos R\$52,2 milhões do 1T14. Já o nosso número de negócios médio foi de 7.672 no trimestre comparado a 9.053 no 1T14, apresentando uma diminuição de 15,2%.

Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o primeiro trimestre de 2015 sendo negociada a R\$16,94, apresentando uma valorização de 3,1% em relação ao preço de fechamento de R\$16,43 do 4T14. No mesmo período, o índice Ibovespa valorizou 2,3%.



Nossos Shoppings:

Ao final do primeiro trimestre, a BRMALLS detinha participação em 48 shopping centers, totalizando 1.691,0 mil m² de ABL total e 987,4 mil m² 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 85,6% do NOI da BRMALLS no 1T15 sendo nossa participação média nestes 32 shoppings 72,4%.

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./BO
Shopping Paralela	BA	39.802	95,0%	37.812	Admin./ Comerc./BO
Shopping Vila Velha	ES	71.768	50,0%	35.884	Admin./ Comerc./BO
Goiânia Shopping	GO	22.252	48,4%	10.770	Admin./ Comerc./BO
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./BO
Shopping Del Rey	MG	37.032	65,0%	24.071	Admin./ Comerc./BO
Independência Shopping	MG	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./BO
Shopping Sete Lagoas	MG	17.942	70,0%	12.560	Admin./ Comerc./BO
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./BO
Shopping Contagem	MG	34.942	51,0%	17.821	Admin./ Comerc./BO
Shopping Campo Grande	MS	39.213	70,9%	27.808	Admin./ Comerc./BO
Shopping Recife	PE	75.213	31,1%	23.357	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Shopping Estação	PR	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./BO
Catuaí Shopping Londrina	PR	63.089	65,1%	41.071	Admin./ Comerc./BO
Shopping Curitiba	PR	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./BO
Shopping Crystal Plaza	PR	11.934	70,0%	8.354	Admin./ Comerc./BO
Catuaí Shopping Maringá	PR	32.329	70,0%	22.631	Admin./ Comerc./BO
Londrina Norte Shopping	PR	32.992	70,0%	23.094	Admin./ Comerc./BO
Plaza Niterói	RJ	44.049	100,0%	44.049	Admin./ Comerc./BO
Shopping Tijuca	RJ	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./BO
Norteshopping	RJ	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./BO
Ilha Plaza Shopping	RJ	21.619	51,0%	11.026	Admin./ Comerc./BO
West Shopping	RJ	39.558	30,0%	11.867	Admin./ Comerc./BO
Top Shopping	RJ	18.168	35,0%	6.359	Comercialização
Via Brasil Shopping	RJ	30.680	49,0%	15.033	Admin./ Comerc./BO
Casa & Gourmet Shopping	RJ	7.137	100,0%	7.137	Admin./ Comerc./BO
Center Shopping	RJ	13.765	30,0%	4.130	Admin./ Comerc./BO
Plaza Macaé	RJ	22.694	45,0%	10.212	Admin./ Comerc./BO
Natal Shopping	RN	26.984	50,0%	13.492	Admin./ Comerc./BO
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	30.324	45,5%	13.797	Admin./ Comerc./BO
Shopping Tamboré	SP	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./BO
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	19.165	100,0%	19.165	Admin./ Comerc./BO
Campinas Shopping	SP	29.698	100,0%	29.698	Admin./ Comerc./BO
Granja Vianna	SP	29.971	77,8%	23.312	Admin./ Comerc./BO
Shopping Villa-Lobos	SP	26.806	58,4%	15.660	Admin./ Comerc./BO
Shopping Piracicaba	SP	43.431	36,9%	16.026	Admin./ Comerc./BO
Mooça Plaza Shopping	SP	41.964	60,0%	25.178	Admin./ Comerc./BO
Osasco Plaza Shopping	SP	13.844	39,6%	5.482	Comercialização
Jardim Sul	SP	30.800	60,0%	18.480	Admin./ Comerc./BO
Shopping ABC	SP	46.285	1,3%	602	Admin./ Comerc./BO
São Bernardo Plaza Shopping	SP	42.880	60,0%	25.728	Admin./ Comerc./BO
Capim Dourado	TO	29.067	100,0%	29.067	Admin./ Comerc./BO
		1.690.953	58,4%	987.404	

Detemos participação de 100% em 8 shoppings de nosso portfólio e prestamos serviços para 45 de nossos 48 shoppings. No total, dos shoppings em que detemos participação, 45 são comercializados, 43 administrados e 39 para os quais o Backoffice (BO) 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 e Crystal;

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

•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, 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.

Turnover das lojas: Soma de todo ABL das Novas Negociações dos últimos 12 meses – variação do ABL das lojas vagas dos últimos 12 meses / média do ABL dos últimos 12 meses



Demonstração de Resultados (Trimestral):

Demonstração de Resultado (R\$ mil) - Trimestral

	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	1T15	1T14	%	1T15	1T14	1T15	1T14	%
Receita Bruta	347.754	333.911	4,1%	19.461	14.737	367.215	348.648	5,3%
Aluguéis	237.951	231.242	2,9%	13.381	10.337	251.332	241.579	4,0%
Linearização de Aluguel	7.108	5.797	22,6%	784	(53)	7.892	5.744	37,4%
Taxa de Cessão	3.279	4.033	-18,7%	380	638	3.659	4.671	-21,7%
Linearização de CDU	10.221	11.221	-8,9%	497	(75)	10.718	11.146	-3,8%
Estacionamento	60.096	54.903	9,5%	5.152	4.463	65.249	59.366	9,9%
Taxa de Transferência	535	1.550	-65,5%	34	55	569	1.605	-64,6%
Prestação de Serviços	26.666	24.120	10,6%	(842)	(799)	25.824	23.321	10,7%
Outras	1.898	1.045	81,6%	74	171	1.972	1.216	62,1%
(-)Impostos e Contribuições	(26.393)	(25.441)	3,7%	(963)	(786)	(27.357)	(26.227)	4,3%
Receita Líquida	321.361	308.470	4,2%	18.497	13.951	339.858	322.421	5,4%
Custos	(24.028)	(28.017)	-14,2%	(5.477)	(2.522)	(29.505)	(30.539)	-3,4%
Custos com Pessoal	(7.254)	(6.921)	4,8%	(771)	(641)	(8.025)	(7.562)	6,1%
Diversos Serviços	(4.306)	(3.573)	20,5%	(442)	(320)	(4.748)	(3.893)	22,0%
Custos Condominiais	(6.886)	(6.765)	1,8%	(989)	(200)	(7.875)	(6.965)	13,1%
Custos com Fundo de Promoções	(2.322)	(3.680)	-36,9%	(358)	(107)	(2.681)	(3.787)	-29,2%
Demais Custos	(3.260)	(7.078)	-53,9%	(2.916)	(1.254)	(6.176)	(8.332)	-25,9%
Resultado Bruto	297.333	280.453	6,0%	13.020	11.429	310.353	291.882	6,3%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(49.343)	(46.495)	6,1%	(299)	(66)	(49.642)	(46.561)	6,6%
Despesas com Vendas	(13.924)	(11.712)	18,9%	(215)	(65)	(14.139)	(11.778)	20,0%
Despesas de Pessoal	(30.936)	(32.178)	-3,9%	(2)	-	(30.938)	(32.178)	-3,9%
Serviços Contratados	(1.566)	(842)	86,1%	(14)	(11)	(1.580)	(853)	85,2%
Outras Despesas	(2.917)	(1.763)	65,4%	(68)	11	(2.985)	(1.752)	70,3%
Depreciação	(122)	(122)	0,0%	-	0	(122)	(122)	0,0%
Amortização	(2.389)	(2.566)	-6,9%	1	28	(2.389)	(2.538)	-5,9%
Resultado Financeiro	(292.471)	(117.659)	148,6%	(900)	(801)	(293.371)	(118.460)	147,7%
Receitas Financeiras	391.241	227.985	71,6%	265	265	391.506	228.250	71,5%
Despesas Financeiras	(683.712)	(345.644)	97,8%	(1.165)	(1.064)	(684.877)	(346.710)	97,5%
Resultado da Equivalência Patrimonial	8.452	8.314	1,7%	(8.452)	(8.314)	-	-	-
Outras Receitas Operacionais	256	6.881	-96,3%	(3)	1	253	6.882	-96,3%
Resultado Operacional	(38.284)	128.806	-	3.366	2.277	(34.918)	131.083	-
Resultado Antes Tributação/Participações	(38.284)	128.806	-	3.366	2.277	(34.918)	131.083	-
Provisão para IR/CSLL	(26.851)	(72.729)	-63,1%	(2.288)	(1.835)	(29.138)	(74.564)	-60,9%
Impostos Diferidos	(53.941)	10.181	-	(1.024)	(379)	(54.966)	9.802	-
Participação dos minoritários	(13.630)	(12.507)	9,0%	(54)	(63)	(13.684)	(12.570)	8,9%
Lucro do Período	(132.706)	53.751	-	-	-	(132.706)	53.751	-



Balço Patrimonial (Ativo):

Balço Patrimonial (R\$ mil)									
Ativos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas			
	1T15	4T14	%	1T15	4T14	1T15	4T14	%	
Ativos									
Circulante									
Disponibilidades	32.404	76.648	-57,7%	2.813	3.894	35.217	80.541	-56,3%	
Contas a Receber	292.814	345.090	-15,1%	9.665	10.733	302.479	355.822	-15,0%	
Títulos e Valores Mobiliários	680.779	588.731	15,6%	5.785	5.069	686.564	593.800	15,6%	
Swap Curva	4.808	9.284	-48,2%	-	-	4.808	9.284	-48,2%	
Impostos a Recuperar	122.277	107.600	13,6%	380	316	122.657	107.916	13,7%	
Adiantamentos	19.047	17.989	5,9%	880	817	19.927	18.806	6,0%	
Outros Valores a Receber	32.847	35.002	-6,2%	13.165	3.053	46.013	38.055	20,9%	
Despesas Antecipadas	5.566	3.669	51,7%	60	(1)	5.626	3.668	53,4%	
Total	1.190.542	1.184.013	0,6%	32.749	23.879	1.223.291	1.207.892	1,3%	
Não Circulante									
Clientes	144.529	138.398	4,4%	8.398	8.157	152.927	146.555	4,3%	
Depósitos e cauções	47.487	47.841	-0,7%	429	429	47.916	48.269	-0,7%	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	27.800	53.432	-48,0%	14.063	56.116	41.863	109.548	-61,8%	
Diferencial de Swap a Receber	633.340	387.101	63,6%	-	-	633.340	387.101	63,6%	
Adiantamento para futuro aumento de capital	30.015	19.907	50,8%	(30.015)	(19.907)	0	0	0,0%	
Outros Investimentos	461	461	0,0%	4	4	465	465	0,0%	
Outros	19.449	27.383	-29,0%	(0)	(7.479)	19.449	19.904	-2,3%	
Total	903.081	674.523	33,9%	(7.121)	37.319	895.960	711.842	25,9%	
Permanente									
Investimentos	659.094	654.059	0,8%	(659.094)	(654.059)	0	0	-	
Propriedade para Investimento	17.329.305	17.301.914	0,2%	962.846	961.069	18.292.151	18.262.982	0,2%	
Imobilizado	10.988	10.787	1,9%	0	0	10.988	10.787	1,9%	
Intangível	42.119	35.330	19,2%	13	13	42.132	35.344	19,2%	
Total	18.041.506	18.002.090	0,2%	303.765	307.023	18.345.271	18.309.113	0,2%	
Total Ativo	20.135.129	19.860.626	1,4%	329.393	368.221	20.464.522	20.228.847	1,2%	



Balço Patrimonial (Passivo):

Balço Patrimonial (R\$ mil)								
Passivos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	1T15	4T14	%	1T15	4T14	1T15	4T14	%
Passivos								
Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	434.534	325.211	33,6%	3.860	4.518	438.393	329.729	33,0%
Fornecedores	49.346	48.219	2,3%	19.786	19.790	69.132	68.009	1,7%
Impostos e contribuições a recolher	59.145	54.427	8,7%	2.912	3.296	62.057	57.723	7,5%
Salários e Encargos Sociais	21.908	57.823	-62,1%	199	186	22.108	58.010	-61,9%
Dividendos a Pagar	211.728	211.728	-	(0)	(0)	211.728	211.728	-
Impostos e Contribuições - parcelamentos	10.777	10.732	0,4%	195	230	10.972	10.962	0,1%
Adiantamentos de Clientes	1.888	12.870	-85,3%	1.515	1.320	3.404	14.190	-76,0%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	45.327	47.951	-5,5%	0	0	45.327	47.951	-5,5%
Diferencial de swap a pagar	5.913	12.339	-52,1%	0	0	5.913	12.339	-52,1%
Receita Diferida	46.212	49.615	-6,9%	2.939	3.161	49.152	52.776	-6,9%
Outros valores a pagar	7.114	6.099	16,6%	364	147	7.478	6.246	19,7%
Total	893.892	837.014	6,8%	31.772	32.649	925.664	869.663	6,4%
Empréstimos e Financiamentos								
Fornecedores	4.928.957	4.796.976	2,8%	38.116	37.974	4.967.074	4.834.950	2,7%
Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos Contingentes	2.530	2.461	2,8%	0	0	2.530	2.461	2,8%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	64.419	64.920	-0,8%	10	12	64.428	64.931	-0,8%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	75.306	75.197	0,1%	666	666	75.972	75.862	0,1%
Diferencial de swap a pagar	192.568	185.204	4,0%	0	0	192.568	185.204	4,0%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	500.322	355.148	40,9%	0	0	500.322	355.148	40,9%
Partes Relacionadas	3.681.219	3.650.869	0,8%	243.854	284.881	3.925.073	3.935.750	-0,3%
Outros valores a pagar	72.604	71.915	1,0%	7.102	7.376	79.706	79.291	0,5%
Total	4.845	7.999	-39,4%	(4.845)	(7.999)	0	0	-
0	9.522.770	9.210.689	3,4%	284.903	322.908	9.807.673	9.533.597	2,9%
Patrimônio Líquido								
Participação dos Minoritários								
Participação dos Minoritários	731.533	738.757	-1,0%	635	581	732.168	739.338	-1,0%
Capital Social Realizado	4.366.639	4.331.619	0,8%	0	0	4.366.639	4.331.619	0,8%
Reservas de Capital	151.957	141.503	7,4%	0	0	151.957	141.503	7,4%
Reservas de Lucro	4.672.356	4.183.978	11,7%	12.083	0	4.684.439	4.183.978	12,0%
Ações em tesouraria	(20.585)	(20.585)	0,0%	0	0	(20.585)	(20.585)	0,0%
Lucros/Prejuízos Acumulados	(132.706)	488.377	-127,2%	0	12.083	(132.706)	500.460	-126,5%
Gastos com Emissão de Ações	(50.727)	(50.727)	0,0%	0	0	(50.727)	(50.727)	0,0%
Total	9.718.467	9.812.923	-1,0%	12.718	12.663	9.731.185	9.825.586	-1,0%
Total Passivo e Patrimônio Líquido	20.135.129	19.860.626	1,4%	329.387	368.220	20.464.516	20.228.846	1,2%



Fluxo de Caixa:

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	1T15	1T15 - IFRS 10 e 11
Lucro (prejuízo) do Exercício	-119.076	-119.076
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais	354.575	345.497
Depreciações e amortizações	2.511	2.511
Atualização de empréstimos e financiamentos	373.208	372.515
Rendimento de títulos e valores mobiliários	(19.956)	(19.798)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	(18.515)	(17.236)
Ajuste do plano de opções outorgadas	10.454	10.454
Ajuste a valor justo e resultado com derivativos	(58.899)	(58.899)
Imposto de renda e contribuição social	54.966	53.941
Variação no valor justo das propriedades para investimento	0	0
Ganho na venda de propriedade para investimento	0	0
Equivalência patrimonial	0	(8.452)
Ativo fiscal diferido – CVM 349	0	0
Participação de não controladores	0	0
Outros	10.806	10.461
(Aumento) redução nos ativos e aumento (redução) nos passivos	(55.832)	(46.852)
Contas a receber	43.962	42.698
Impostos a recuperar	(14.741)	(14.677)
Adiantamentos	(1.121)	(1.058)
Despesas antecipadas	(1.958)	(1.897)
Depósitos e cauções	353	354
Instrumentos financeiros	(44.116)	(44.116)
Fornecedores	1.188	1.196
Impostos e contribuições a recolher	33.793	33.118
Salários e encargos sociais	(35.902)	(35.915)
Adiantamento de clientes	(10.786)	(10.982)
Receita diferida	7.509	7.507
Provisão para contingências	(503)	(501)
Outros	(6.213)	3.626
Imposto de renda e contribuição social pagos	(27.297)	(26.205)
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades operacionais	179.667	179.569
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(106.737)	(106.768)
Compra/venda de títulos e valores mobiliários	(72.807)	(72.250)
Aumento (redução) nos ativos intangíveis	(9.501)	(9.501)
Aquisição e construção de propriedades para investimento	(24.429)	(22.651)
Venda de propriedade para investimento	0	0
Adiantamento para futuro aumento de capital	0	0
Alienação de investimentos	0	0
Aumento de capital nas controladas	0	0
Juros sobre capital próprio recebidos	0	0
Operação com partes relacionadas	0	(5.783)
Dividendos recebidos	0	3.417
Adições no ativo diferido	0	0
Fluxos de caixa das atividade de financiamentos	(118.254)	(117.045)
Obtenção de empréstimos	(243)	(243)
Pagamento de empréstimos	(132.177)	(130.968)
Ações em tesouraria	0	0
Aumento de capital	35.020	35.020
Dividendos pagos	0	0
Gastos com emissão de ações	0	0
Pagamento de dividendos a acionistas não controladores	(20.854)	(20.854)
Variação cambial sobre caixa e equivalentes	0	0
Aumento/Redução de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	(45.324)	(44.244)
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	80.541	76.648
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	35.217	32.404
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	(45.324)	(44.244)



Anexo - Tabela de Dívidas:

Perfil da Dívida (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas						
	Índice	Taxa(%)		Vencimento	31/03/2015	31/12/2014
Dívida de Curto Prazo						
Banco Bradesco (xxiv)	TR	9,90%	a.a	16/02/2025	33.070	31.449
Banco Bradesco (viii)	TR	9,80%	a.a	28/06/2022	6.025	5.935
Banco Bradesco (xxii)	TR	9,90%	a.a	28/05/2022	1.018	1.014
Banco BTG Pactual*	IGP-M	8,50%	a.a	20/04/2023	1.768	2.594
Banco do Brasil (xiii)	TR	10,20%	a.a	15/04/2022	16.799	21.340
Banco do Nordeste do Brasil (xx)	PRÉ	3,53%	a.a	25/03/2019	3.294	3.294
Banco Nacional do Nordeste*	PRÉ	2,94%	a.a	26/12/2024	2.091	1.926
Banco Santander (iii)	TR	9,33%	a.a	01/10/2019	8.761	8.546
Banco Santander (vi)	TR	9,30%	a.a	21/12/2019	3.809	4.478
Banco Santander (xii)	TR	9,34%	a.a	20/04/2023	9.571	9.330
Citibank (x)	Libor 3meses	1,24%	a.a.	08/12/2017	165	4.412
Itaú - CCB (xxiii)	TR	9,80%	a.a.	13/07/2020	28.862	27.479
Debêntures - Série 2 (Juros) (i)	IPCA	7,90%	a.a	15/07/2016	115.855	107.103
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xi)	CDI	0,94%	a.a	15/02/2017	82.544	0
Debêntures 2ª emissão 2ª série (xi)	IPCA	6,40%	a.a	15/02/2019	2.254	9.614
Debêntures 4ª emissão 1ª série (xvii)	CDI	0,62%	a.a	26/04/2016	16.223	4.137
Itaú - CCB (xv)	TR	9,80%	a.a	13/06/2020	6.139	5.858
Itaú - CCB (xvi)	TR	9,80%	a.a	13/06/2020	18.416	17.569
Itaú - CRI (xix)	TR	9,30%	a.a	17/03/2025	13.998	5.260
Itaú (v)	TR	9,80%	a.a	15/10/2021	9.074	8.474
Itaú (iv)	TR	9,81%	a.a	28/06/2017	15.562	15.531
Itaú (ix)	TR	9,80%	a.a	16/02/2023	8.637	8.297
Itaú (xxi)	IPCA	6,34%	a.a	07/03/2024	7.198	4.402
Itaú (xxii)	IPCA	6,71%	a.a	06/03/2026	2.443	1.490
Itaú (xxii)	IPCA	7,04%	a.a	07/03/2029	4.253	2.589
Títulos de crédito perpétuo (ii)	US\$ Dólar	8,50%	a.a	-	20.564	17.608
Total Dívida de Curto Prazo					438.393	329.729
Dívida de Longo Prazo						
Banco Bradesco (xxiv)	TR	9,90%	a.a	16/02/2025	622.030	618.584
Banco Bradesco (viii)	TR	9,80%	a.a	28/06/2022	53.900	55.950
Banco Bradesco (xxii)	TR	9,90%	a.a	28/05/2022	6.275	6.506
Banco BTG Pactual*	IGP-M	8,50%	a.a	20/04/2023	19.819	19.013
Banco do Brasil (xiii)	TR	10,20%	a.a	15/04/2022	101.831	101.250
Banco do Nordeste do Brasil (xx)	PRÉ	3,53%	a.a	25/03/2019	9.856	10.704
Banco Nacional do Nordeste*	PRÉ	2,94%	a.a	26/12/2024	18.298	18.960
Banco Santander (iii)	TR	9,33%	a.a	01/10/2019	60.341	62.459
Banco Santander (vi)	TR	9,30%	a.a	21/12/2019	17.740	17.910
Banco Santander (xii)	TR	9,34%	a.a	20/04/2023	98.845	101.076
Debêntures - Série 2 (Juros) (i)	IPCA	7,90%	a.a	15/07/2016	107.890	105.002
Debêntures 2ª emissão 1ª série (xi)	CDI	0,94%	a.a	15/02/2017	82.631	169.791
Debêntures 2ª emissão 2ª série (xi)	IPCA	6,40%	a.a	15/02/2019	292.652	288.853
Debêntures 4ª emissão 1ª série (xvii)	CDI	0,62%	a.a	26/04/2016	399.651	398.603
Itaú - CCB (xv)	TR	9,80%	a.a	13/06/2020	45.834	46.877
Itaú - CCB (xvi)	TR	9,80%	a.a	13/06/2020	139.090	142.307
Itaú - CRI (xix)	TR	9,30%	a.a	17/03/2025	583.987	582.714
Itaú (v)	TR	9,80%	a.a	15/10/2021	97.786	100.094
Itaú (iv)	TR	9,81%	a.a	28/06/2017	19.455	23.302
Itaú (ix)	TR	9,80%	a.a	16/02/2023	109.239	111.342
Itaú (xxi)	IPCA	6,34%	a.a	07/03/2024	217.939	211.874
Itaú (xxii)	IPCA	6,71%	a.a	06/03/2026	73.956	71.728
Itaú (xxii)	IPCA	7,04%	a.a	07/03/2029	128.772	124.619
Títulos de crédito perpétuo (ii)	US\$ Dólar	8,50%	a.a	-	1.282.850	1.096.372
Citibank (x)	Libor 3meses	1,24%	a.a.	08/12/2017	179.821	144.619
Itaú - CCB (xxiii)	TR	9,80%	a.a.	13/07/2020	196.586	204.441
Total Dívida de Longo Prazo					4.967.074	4.834.950
Dívida Total					5.405.467	5.164.679

*A tabela acima das informações financeiras ajustadas considera a dívida das Controladas em conjunto, SPE Macaé no valor de R\$21,6 milhões e SPE Mônaco no valor de R\$ 20,4 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		
	1T15	1T14	%	1T15	1T14	%
Receita Bruta	347.754	333.911	4,1%	367.215	348.648	5,3%
(-) Prestação de Serviços	(26.666)	(24.120)	10,6%	(25.824)	(23.321)	10,7%
(-) Custos	(24.028)	(28.018)	-14,2%	(29.505)	(30.539)	-3,4%
(+) Debêntures do Araguaia	2.159	2.113	2,2%	2.159	2.113	2,2%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(2.644)	(2.272)	16,4%	(2.644)	(2.272)	16,4%
NOI	296.575	281.615	5,3%	311.401	294.629	5,7%
<i>Margem %</i>	<i>92,4%</i>	<i>90,9%</i>	<i>1,5 p.p</i>	<i>91,2%</i>	<i>90,6%</i>	<i>0,6 p.p</i>

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1T15	1T14	%	1T15	1T14	%
Receita Líquida	321.361	308.470	4,2%	339.858	322.421	5,4%
(-) Custos e Despesas	(75.882)	(77.200)	-1,7%	(81.658)	(79.760)	2,4%
(+) Depreciação e Amortização	2.511	2.688	-6,6%	2.511	2.660	-5,6%
(+) Outras Receitas Operacionais	256	6.880	-96,3%	253	6.882	-96,3%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	8.452	8.314	1,7%	-	-	-
EBITDA	256.698	249.153	3,0%	260.964	252.203	3,5%
(+) Debêntures do Araguaia	2.159	2.113	2,2%	2.159	2.113	2,2%
EBITDA Ajustado	258.857	251.266	3,0%	263.123	254.316	3,5%
<i>Margem %</i>	<i>80,6%</i>	<i>81,5%</i>	<i>-0,9 p.p</i>	<i>77,4%</i>	<i>78,9%</i>	<i>-1,5 p.p</i>

Reconciliação do FFO (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	1T15	1T14	%	1T15	1T14	%
Lucro/Prejuízo Líquido	(132.706)	53.751	-	(132.706)	53.751	-
(+) Depreciação e Amortização	2.511	2.688	-6,6%	2.511	2.660	-5,6%
FFO	(130.195)	56.439	-	(130.195)	56.411	-
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	246.031	(36.309)	-	246.031	(36.309)	-
(+) Swap a Mercado (MTM)	(58.899)	14.922	-	(58.899)	14.922	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	56.557	44.486	27,1%	57.583	44.865	28,3%
FFO Ajustado	113.494	79.539	42,7%	114.520	79.890	43,3%
<i>Margem %</i>	<i>35,3%</i>	<i>25,8%</i>	<i>9,5 p.p</i>	<i>33,7%</i>	<i>24,8%</i>	<i>8,9 p.p</i>

