

BRMALLS

Relatório de Resultados

2T15

Relações com Investidores:

Frederico Villa
CFO e DRI

Derek Tang
Gerente

Camilla Daher
Coordenadora

Renato Campos
Especialista

Teleconferência 2T15:

Português

4 de agosto de 2015

10:00 horas (horário de Brasília)

Tel: +55 11 3127-4971

Inglês

4 de agosto de 2015

11:00 horas (horário de Brasília)

Tel: +55 11 3127-4971

ri@brmalls.com.br

Tel: +55 21 3138-9900

Fax: +55 21 3138-9901



A BRMALLS ANUNCIA OS RESULTADOS DO SEGUNDO TRIMESTRE DE 2015

Rio de Janeiro, 03 de agosto 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 segundo trimestre de 2015 (2T15). A BRMALLS detém participação em 48 shoppings, que totalizam 1.703,3 mil m² de área bruta locável (ABL) e 999,8 mil m² de ABL próprio. A BRMALLS possui 2 projetos greenfield e 6 expansões em desenvolvimento, que somados elevam o ABL total da companhia para 1.849,5 mil m² e o ABL próprio para 1.102,6 mil m² até 2015, um crescimento de 8,6% e 10,3%, 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.

Destaques do Segundo Trimestre de 2015:

- No **segundo trimestre de 2015**, a **receita líquida** alcançou **R\$347,9 milhões**, **crecendo 4,6%** em relação ao mesmo período do ano anterior. **Se excluirmos as vendas de participação nos últimos 12 meses***, a **receita líquida cresceu 6,6% comparado ao 2T14**.
- O **NOI** totalizou **R\$320,7 milhões no 2T15**, um **crescimento de 3,7%** sobre o NOI do 2T14, registrando uma **margem de 91,3%** no trimestre. Nosso **NOI mesmos shoppings cresceu 5,4%** no trimestre quando comparado ao 2T14.
- O **EBITDA ajustado** registrou **R\$277,3 milhões no 2T15**, um **aumento de 3,5%** em relação ao mesmo período do ano anterior. A **margem EBITDA ajustado** do trimestre foi de **79,7%**. **Se excluirmos as vendas de participação nos últimos 12 meses***, o **EBITDA ajustado cresceu 5,3% em relação ao mesmo período do ano anterior**.
- As **vendas totais no 2T15** totalizaram R\$5,4 bilhões, um **aumento de 0,3%** em relação ao mesmo período do ano anterior. **Excluindo as vendas de participação dos últimos 12 meses***, as **vendas totais do portfólio cresceram 4,1%**.
- **Nesse trimestre**, o **FFO** totalizou **R\$332,8 milhões**. O **FFO ajustado** alcançou **R\$89,4 milhões**.
- O **aluguel mesmas lojas** alcançou **7,0%** enquanto as **vendas mesmas lojas** cresceram **3,6%** no **2T15**. Os shoppings de classe A/B, que representam mais de 50% do nosso NOI, tiveram um SSS de 4,8% no período.
- A **taxa de ocupação** dos nossos shoppings finalizou o segundo trimestre de 2015 em 97,0% da sua ABL locada. **Dos 48 shoppings que detínhamos participação no 2T15, 16, ou 50% do nosso NOI, apresentaram uma taxa de ocupação maior ou igual a 99%**.
- Inauguramos a **expansão do Shopping Campinas** no dia 04 de maio de 2015. A expansão **adicionou 4,9 mil m² de ABL Próprio e ABL Total e aumentando ABL do shopping em 14,1%**. Estimamos que o projeto gere **R\$3,9 milhões de NOI estabilizado** para a companhia e uma **TIR, real e desalavancada, de 13,6%**.
- No dia 30 de junho, inauguramos a **expansão do Shopping Capim Dourado** que adicionou **7,5 mil m² de ABL total e próprio** ao shopping. Estimamos que o projeto gere **R\$8,8 milhões de NOI estabilizado** para a companhia e uma **TIR, real e desalavancada, de 13,7%**.

*Shoppings vendidos nos últimos 12 meses: Big Shopping, Mueller e Fashion Mall.



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

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Receita Líquida	347.888	332.458	4,6%	687.744	654.879	5,0%
Despesas com Vendas	9.337	10.177	-8,3%	23.476	21.955	6,9%
Despesas com Vendas (% Rec Bruta)	2,5%	2,8%	-0,3 p.p.	3,2%	3,1%	0,1 p.p.
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	42.257	40.412	4,6%	91.898	86.972	5,7%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec. Bruta)	11,2%	11,3%	-0,1 p.p.	12,4%	12,3%	0,1 p.p.
NOI	320.689	309.386	3,7%	632.089	604.016	4,6%
marginem %	91,3%	92,0%	-0,7 p.p.	91,3%	91,3%	0,0 p.p.
Lucro Bruto	318.238	305.926	4,0%	628.590	597.809	5,1%
marginem %	91,5%	92,0%	-0,5 p.p.	91,4%	91,3%	0,1 p.p.
EBITDA	675.633	608.917	11,0%	936.599	861.119	8,8%
EBITDA Ajustado	277.268	267.770	3,5%	540.392	522.085	3,5%
marginem %	79,7%	80,5%	-0,8 p.p.	78,6%	79,7%	-1,2 p.p.
Lucro Líquido	330.277	298.739	10,6%	197.571	352.490	-43,9%
Lucro Líquido Ajustado	86.850	105.952	-18,0%	198.859	183.181	8,6%
marginem %	25,0%	31,9%	-6,9 p.p.	28,9%	28,0%	0,8 p.p.
FFO	332.842	301.349	10,5%	202.648	357.760	-43,4%
FFO Ajustado	89.417	108.562	-17,6%	203.936	188.451	8,2%
marginem %	25,7%	32,7%	-7,0 p.p.	29,7%	28,8%	0,9 p.p.

Destaques Operacionais

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
ABL Total (m²)	1.703.329	1.657.803	2,7%	1.703.329	1.657.803	2,7%
ABL Próprio (m²)	999.780	968.182	3,3%	999.780	968.182	3,3%
Vendas Mesmas Lojas	3,6%	7,5%	-3,9 p.p.	4,6%	7,6%	-3,0 p.p.
Vendas Totais (R\$ milhões)	5.377	5.361	0,3%	10.485	10.448	0,4%
Vendas / m²	1.186	1.214	-2,3%	1.277	1.168	9,3%
Aluguel Mesmas Lojas	7,0%	8,6%	-1,6 p.p.	7,3%	8,4%	-1,1 p.p.
Aluguel / m²	91	90	1,0%	94	89	5,4%
NOI / m²	111	110	0,8%	114	107	6,6%
Custo de Ocupação (% das vendas)	11,0%	10,4%	0,6 p.p.	10,4%	10,7%	-0,3 p.p.
(+) Aluguel (% vendas)	6,6%	6,4%	0,2 p.p.	6,5%	6,6%	0,0 p.p.
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	4,4%	4,0%	0,4 p.p.	3,9%	4,1%	-0,2 p.p.
Ocupação (média trimestral)	97,0%	97,3%	-0,3 p.p.	97,4%	97,3%	0,1 p.p.
Inadimplência Líquida	3,7%	1,7%	2,0 p.p.	1,5%	2,1%	-0,6 p.p.
Pagamentos em Atraso (média trimestral)	7,6%	3,9%	3,7 p.p.	3,9%	3,9%	0,0 p.p.
Turnover das Lojas	5,4%	5,5%	-0,1 p.p.	5,2%	5,5%	-0,3 p.p.
Leasing Spread (renovações)	15,9%	22,1%	-6,2 p.p.	23,7%	21,4%	2,3 p.p.
Leasing Spread (novos contratos)	8,1%	10,9%	-2,8 p.p.	17,6%	9,7%	7,9 p.p.

Indicadores de Mercado

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Número Total de Ações (-) ações em tesouraria	462.652.489	459.540.434	0,7%	462.652.489	459.540.434	0,7%
Preço Médio da Ação (R\$)	16,07	18,13	-11,4%	15,82	17,16	-7,8%
Preço Final da Ação (R\$)	14,56	18,11	-19,6%	14,56	18,11	-19,6%
Valor de Mercado - final do período (R\$ milhões)	6.736	8.639	-22,0%	6.736	8.639	-22,0%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ milhões)	57,9	40,9	41,6%	48,7	47,04	3,6%
Número de Negócios Médio	9.475	8.117	16,7%	9.475	8.589	10,3%
Dólar(US\$) Final	3,10	2,20	40,9%	3,10	2,20	40,9%
Dívida Líquida (R\$ milhões)	4.802,6	4.269,9	12,5%	4.802,6	4.269,9	12,5%
NOI por ação	0,69	0,67	3,5%	1,37	1,31	4,3%
Propriedade para Investimento	17.856.095	17.854.511	0,0%	17.856.095	17.854.511	0,0%



Comentários da Administração:

Nossos esforços em melhorar a eficiência de nossos shoppings continuam contribuindo para a manutenção de sólidos indicadores operacionais. Mantivemos estável a taxa de ocupação, terminando o trimestre com 97,0% e conseguimos capturar níveis saudáveis de leasing spread de renovações atingindo 15,9% no trimestre.

Merecem destaque no nosso portfólio os shoppings destinados a classe A/B. Esses ativos representam mais de 50% do NOI da companhia e tiveram um crescimento de vendas nas mesmas lojas de 4,8%, demonstrando a dominância e resiliência dos shoppings da BRMALLS. Ao analisarmos os diferentes segmentos, as vendas das lojas de eletroeletrônicos foram impactadas em função da alta base de comparação decorrente da Copa do Mundo realizada no segundo trimestre de 2014. Se excluirmos essas lojas para cálculo do indicador de SSS, terminamos o segundo trimestre de 2015 com um crescimento de 5,9% nas vendas nas mesmas lojas.

Assim como no primeiro trimestre, nosso resultado do segundo trimestre foi negativamente impactado pela desaceleração macroeconômica no país. A redução do consumo das famílias brasileiras já vem desacelerando desde o ano de 2014 e nesse segundo trimestre, as incertezas para o ano de 2015 adicionaram também uma queda de confiança dos consumidores e empresários, impactando nosso resultado de vendas. Apesar do cenário desafiador, conseguimos demonstrar nossa produtividade, mantendo o patamar do indicador de aluguel/m² e NOI/m² nos maiores níveis históricos em um segundo trimestre, alcançando R\$91/m² e R\$111/m², respectivamente.

Continuamos focados em nossa estratégia de crescimento, porém de forma mais atenta ao cenário econômico. Os trabalhos de aprovação dos projetos greenfields e expansões continuam em andamento, e conforme tivermos sucesso com as aprovações necessárias analisaremos todos os projetos baseados em seu desempenho comercial e no cenário macroeconômico, e apenas assim prosseguiremos com as obras.

Seguimos acreditando que a estratégia de reciclagem de portfólio, aumento da geração de caixa e a nossa escala, nos coloca em posição privilegiada para aproveitarmos eventuais oportunidades de crescimento. Encaramos a atual situação como um estagio negativo no ciclo econômico, e temos confiança que uma vez passada essa crise, e tivermos em um ambiente com condições macroeconômicas favoráveis, retomaremos nossos patamares históricos 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 2º 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 2T15

Receita Bruta:

No 2T15, a receita bruta totalizou R\$376,1 milhões, apresentando um crescimento de 4,7% em relação ao mesmo período no ano anterior. O aumento da receita bruta no trimestre é explicado principalmente pelos fatores abaixo:

Aluguel Mínimo

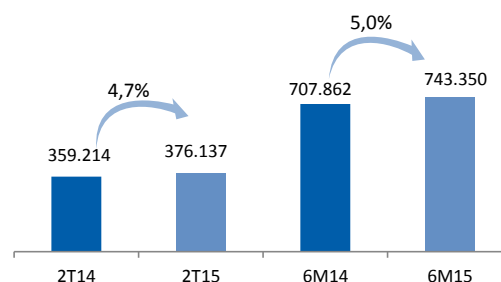
Aumento de R\$7,7 milhões, ou 3,9% em relação ao 2T14, na receita de aluguel mínimo, totalizando R\$206,5 milhões no trimestre. Este crescimento é explicado pelo nível de leasing spread que foi capturado pela empresa no trimestre, pelo reajuste da inflação e pela adição de ABL nos últimos 12 meses, inauguração de 1 greenfield (Shopping Vilha Velha) e 5 expansões (Shopping Piracicaba, Shopping Recife, São Luís, Campinas e Capim Dourado).

No 2T15 alcançamos um aluguel mesmas lojas de 7,0%.

Mall & Mídia

Registramos uma receita de R\$38,6 milhões no 2T15, R\$1,3 milhões acima do apresentado no mesmo período do ano anterior. As receitas de Mall & Mídia representaram 10,3% das receitas de aluguel no 2T15, em linha com a representatividade registrada no mesmo período em 2014.

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



Aluguel Percentual

A receita de aluguel percentual totalizou R\$17,7 milhões no segundo trimestre de 2015, uma redução de R\$1,5 milhão em relação ao mesmo período do ano anterior.

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

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Aluguel Mínimo	206.517	198.773	3,9%	414.721	394.765	5,1%
Aluguel Percentual	17.736	19.283	-8,0%	33.480	35.759	-6,4%
Mall & Mídia	38.576	37.221	3,6%	73.852	72.077	2,5%
Estacionamento	68.608	61.648	11,3%	133.856	121.015	10,6%
Prestação de Serviços	25.076	22.799	10,0%	50.899	46.120	10,4%
Taxa de Cessão	14.681	15.798	-7,1%	29.059	31.616	-8,1%
Taxa de Transferência	1.997	2.062	-3,2%	2.565	3.667	-30,0%
Outras	2.946	1.630	80,7%	4.918	2.844	72,9%
Receita Bruta	376.137	359.214	4,7%	743.350	707.862	5,0%

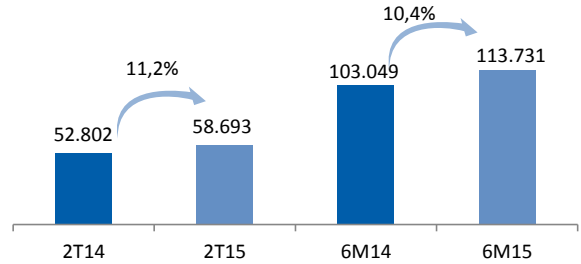


Estacionamento

No 2T15, a receita de estacionamento aumentou R\$7,0 milhões, ou 11,3%, em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$68,6 milhões.

No trimestre o NOI de estacionamento foi de R\$58,7 milhões, um aumento de 11,2% ou R\$5,9 milhões, totalizando uma margem de 85,5%.

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

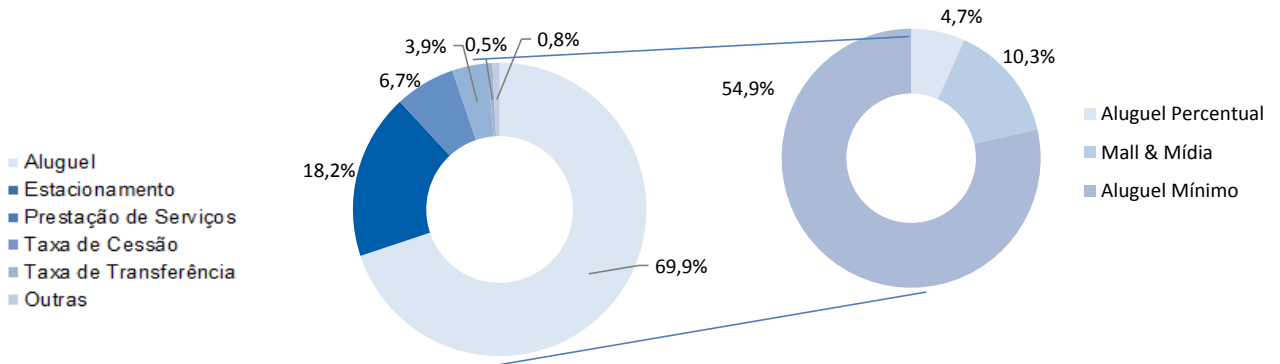


Prestação de Serviços

Totalizamos R\$25,1 milhões em receita de prestação de serviços no 2T15, um aumento de 10,0% ou R\$2,3 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior.

Taxa de Cessão

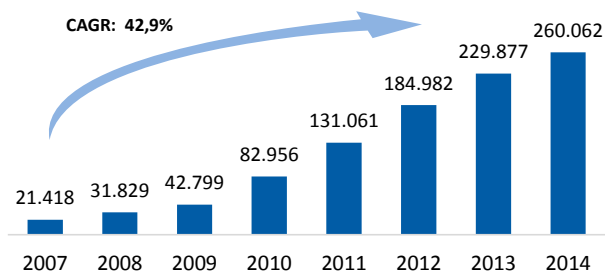
A taxa de cessão no 2T15 diminuiu em R\$1,1 milhão, ou 7,1% comparado ao 2T14, totalizando R\$14,7 milhões.



Estudo de Caso - Estacionamento:

Ao final do segundo trimestre de 2015, a receita de estacionamento representava 18,2% da receita total da companhia. Desde 2007, essa receita cresceu 12,1 vezes, contribuindo no ano de 2014 com R\$260,0 milhões para a companhia. Somente no primeiro semestre de 2015, essa receita totalizou R\$133,9 milhões, um crescimento de 10,6% versus o mesmo período do ano anterior.

Evolução da Receita de Estacionamento(R\$milhões)



Conforme falado anteriormente, a margem NOI de estacionamento foi de 85,5% no segundo trimestre de 2015, mostrando a preocupação da BRMALLS não só com o crescimento de receita, mas também com a rentabilidade do negócio.

Tanto a evolução de receita quanto a de rentabilidade, são reflexos de algumas ações adotadas pela companhia ao longo desses 9 anos. Com o aumento da representatividade dessa receita, a companhia buscou inovações focando cada vez mais em aumentar a rentabilidade.

Em 2013 iniciamos um plano de implantação Estações de Pagamento Automático (EPAs) focando em tornar nossas operações mais eficientes. No primeiro ano, implantamos 90 máquinas em 17 shoppings, reduzindo os guichês do mall e aumentamos a margem de NOI desses empreendimentos em média em 2p.p.

No ano seguinte, demos sequência no projeto e colocamos mais 110 EPAs em 20 shoppings. O resultado dessa ação foi um menor impacto do dissídio e um aumento dos custos, versus o ano anterior, abaixo da inflação. Nossas operações com as EPAs iniciaram suportando em média 54% dos pagamentos realizados nos shoppings.

Este ano, estamos focados em aumentar nossos processos operacionais internos, padronizar nossas operações e evoluir em nossos controles. Implantamos um sistema de controle centralizado, no qual conseguimos saber informações em tempo real das receitas recebidas por cada shopping. Para medir a evolução desse trabalho, contratamos uma auditoria especializada que está realizando auditorias regulares em mais de 50 processos operacionais e financeiros.

Adicionamos às ações de rentabilidade, iniciativas focadas também no conforto e bem-estar dos nossos consumidores. O principal exemplo, foi o projeto de implantação do sistema de sinalização com sensores, que visa facilitar e reduzir o tempo de procura por vagas. No futuro, pretendemos estender esse projeto para os 48 shoppings do nosso portfólio.

No segundo trimestre de 2015 teremos um importante marco com o início da cobrança de estacionamento no Shopping Paralela. O início da cobrança estava condicionado a liberação da prática de cobrança de tarifas na cidade de Salvador.

A operação de estacionamento demonstrou ao longo dos últimos anos ser também uma fonte importante de alavancagem da nossa receita de mídia. Conseguimos hoje explorar espaços e alternativas de marketing de forma que a receita de mídia feita nos estacionamentos representa aproximadamente 10% na receita de mídia total da companhia.

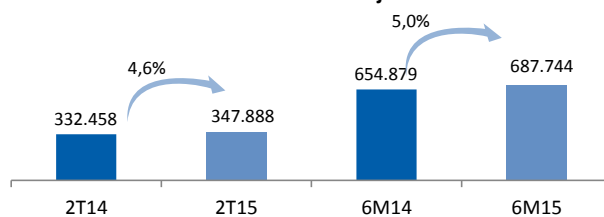


Receita Líquida:

No segundo trimestre de 2015 a receita líquida alcançou R\$347,9 milhões, representando um crescimento de R\$15,4 milhões, ou 4,6% quando comparado ao mesmo período no ano anterior.

Excluindo as nossas vendas de participação, a receita líquida cresceu 6,6% no 2Q15 em relação ao mesmo período do ano anterior.

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



Custos:

No trimestre, os custos de alugueis e serviços totalizaram R\$29,7 milhões, 11,8% acima do 2T14. As principais variações no custo foram

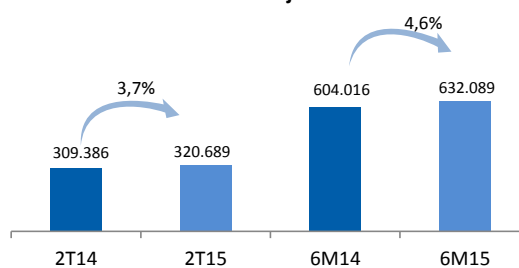
Custos com Pessoal

Observamos um aumento de 7,9% na linha de custo com pessoal, alcançando R\$7,8 milhões, em razão principalmente do dissídio coletivo de repasse de inflação.

NOI:

Apresentamos um NOI de R\$320,7 milhões no segundo trimestre de 2015, um aumento de 3,7% ou R\$11,3 milhões, em relação ao 2T14. A margem NOI atingiu 91,3% no mesmo período. O NOI acumulado do primeiro semestre de 2015 totalizou R\$632,1 milhões, um crescimento de 4,6% ou R\$28,1 milhões no período.

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



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

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Receita Bruta	376.137	359.214	4,7%	743.350	707.862	5,0%
(-) Prestação de Serviços	(25.076)	(22.799)	10,0%	(50.899)	(46.120)	10,4%
(-) Custos	(29.650)	(26.532)	11,8%	(59.154)	(57.070)	3,7%
(+) Debêntures do Araguaia	1.862	1.740	7,0%	4.020	3.853	4,3%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(2.584)	(2.237)	15,5%	(5.228)	(4.509)	15,9%
NOI	320.689	309.386	3,7%	632.089	604.016	4,6%
<i>Margem %</i>	<i>91,3%</i>	<i>92,0%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>	<i>91,3%</i>	<i>91,3%</i>	<i>0,0 p.p.</i>



Na métrica de crescimento de NOI mesmos shoppings, apresentamos um aumento de 5,4% quando comparado ao mesmo período do ano de 2014. Os 43 shoppings administrados pela Companhia foram responsáveis por 97,2% do NOI total no trimestre enquanto nossos top 10 ativos em termos de NOI foram responsáveis por 52% do NOI da companhia.

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

	NOI 2T15	Vendas 2T15	NOI 6M15	Vendas 6M15
1 Plaza Niterói	30.568	245.188	61.179	484.846
2 Shopping Tijuca	27.035	210.629	53.805	413.808
3 NorteShopping	21.992	339.507	44.033	665.744
4 Shopping Tamboré	16.840	152.113	32.701	293.140
5 Center Shopping Uberlândia	15.376	168.057	29.954	332.974
6 Catuai Shopping Londrina	12.383	163.325	26.087	312.486
7 Mooca Plaza Shopping	10.907	129.576	21.318	248.277
8 Shopping Villa Lobos	10.539	145.697	20.715	275.133
9 Shopping Estação	10.429	101.167	20.531	198.058
10 Shopping Recife	10.134	332.954	20.328	664.944
Outros	154.487	3.388.822	301.438	6.595.502
Total	320.689	5.377.035	632.089	10.484.913

* NOI considerando os efeitos da linearização

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas:

No 2T15 registramos despesas com vendas, gerais e administrativas de R\$42,3 milhões. O indicador de Despesas de SG&A/Receita Bruta foi de 11,2%, 0,1 p.p. inferior ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete o sucesso da cultura de contenção de despesas, principalmente em um cenário de incertezas macroeconômicas.

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.

Outras Receitas Operacionais:

Apresentamos no segundo trimestre de 2015, o valor de R\$399,7 milhões na linha de outras receitas operacionais. O maior impacto nesta linha ocorreu devido a variação positiva do ajuste ao valor justo das nossas propriedades para investimento, gerando uma receita não caixa de R\$400,2 milhões no 2T15.



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. A avaliação feita no segundo trimestre de 2015 resultou em uma receita não caixa de R\$ 400,2 milhões.

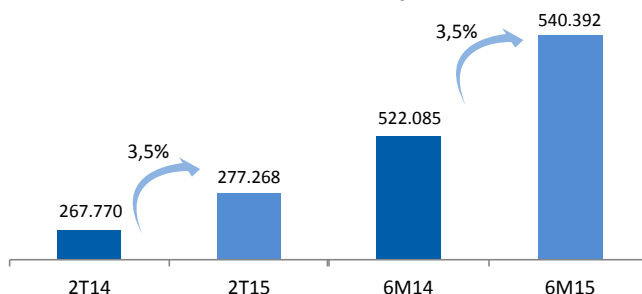
Trimestralmente, a Companhia possui um processo de monitoramento de eventos que indiquem a necessidade das estimativas de valor justo serem revisadas, tais como, inauguração de projetos, aquisição de participação adicional ou alienação parcial em shoppings, variações significativas nas performances dos 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 ajustado registrou R\$277,3 milhões no 2T15, um aumento de 3,5% comparado aos R\$267,8 milhões apresentados no 2T14. A margem EBITDA ajustado foi de 79,7% no 2T15, uma redução de 0,8 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Excluindo os ativos vendidos nos últimos 12 meses, o EBITDA ajustado teria crescido 5,3% vs. o 2T14.

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



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

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Receita Líquida	347.888	332.458	4,6%	687.744	654.879	5,0%
(-) Custos e Despesas	(74.471)	(69.553)	7,1%	(156.129)	(149.313)	4,6%
(+) Depreciação e Amortização	2.565	2.610	-1,7%	5.077	5.270	-3,7%
(+) Outras Receitas Operacionais	399.651	343.402	16,4%	399.907	350.283	14,2%
EBITDA	675.633	608.917	11,0%	936.599	861.119	8,8%
(-) Propriedade para Investimento	(400.227)	(342.887)	16,7%	(400.227)	(342.887)	16,7%
(+) Debêntures do Araguaia	1.862	1.740	7,0%	4.020	3.853	4,3%
EBITDA Ajustado	277.268	267.770	3,5%	540.392	522.085	3,5%
Margem %	79,7%	80,5%	-0,8 p.p.	78,6%	79,7%	-1,2 p.p.



Resultado Financeiro:

Neste trimestre registramos uma despesa financeira líquida de R\$125,7 milhões, comparado a uma despesa de R\$97,1 milhões no 2T14. A receita financeira neste período foi de R\$473,2 milhões, enquanto a despesa financeira foi de R\$598,9 milhões.

Os principais impactos na despesa financeira neste trimestre foram os juros com empréstimo e financiamento e o swap na curva. Excluindo os efeitos não caixa do swap a mercado e a variação cambial, registramos no segundo trimestre de 2015 uma despesa financeira líquida caixa de R\$146,9 milhões. Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro estão descritos a seguir:

Receitas e Despesas Juros e Variações Monetárias

No 2T15, as aplicações financeiras geraram uma receita de R\$19,8 milhões, 6,3% inferior ao mesmo período do ano anterior, devido principalmente a redução do caixa médio no período. Ao longo do mesmo período, quando analisando as despesas com empréstimos e financiamentos, esta totalizou R\$ 158,0 milhões, um aumento de 13,2% ou R\$18,4 milhões em relação ao 2T14.

O principal motivo para este aumento na despesa com juros foi o aumento de 7,2% na dívida bruta da companhia, que atingiu R\$5.329,5 milhões neste trimestre, comparado a R\$4.972,1 milhões no mesmo período do ano de 2014, e a evolução mais acentuada dos indexadores das nossas dívidas quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

Lucro Líquido Ajustado:

O lucro líquido apresentado no segundo trimestre de 2015 foi de R\$330,3 milhões, um aumento de 10,6% comparado com o 2T14. O Lucro Líquido ajustado somou R\$86,9 milhões. Com base neste valor, o lucro líquido ajustado por ação no 2T15 atingiu o R\$0,19.

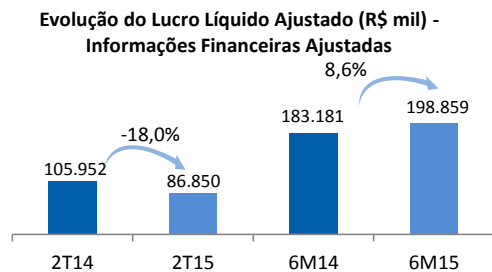
O Lucro Líquido foi impactado positivamente pelo efeito não caixa da variação cambial. Tivemos uma receita líquida não caixa no valor de R\$46,2 milhões devido a apreciação do Real frente ao Dolar dos Estados Unidos da América do Norte. Somado a isso, tivemos o efeito da avaliação dos nossos ativos a valor justo e os efeitos da constituição de impostos diferidos decorrentes dessa avaliação.

Resultado Financeiro (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas						
Receitas	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Aplicações Financeiras	19.823	21.153	-6,3%	39.779	34.439	15,5%
Variações Cambiais	131.013	37.114	253,0%	151.199	150.876	0,2%
Swap na Curva	245.976	81.807	200,7%	503.185	170.358	195,4%
Swap a Mercado (MTM)	70.665	20.213	249,6%	163.338	30.995	427,0%
Outros	5.695	1.701	234,7%	7.177	3.570	101,1%
Total	473.172	161.988	192,1%	864.678	390.237	121,6%
Despesas	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Empréstimos e Financiamentos	(157.984)	(139.613)	13,2%	(318.313)	(277.048)	14,9%
Variações Cambiais	(84.828)	(8.531)	894,4%	(351.044)	(85.983)	308,3%
Swap na Curva	(255.615)	(79.552)	221,3%	(476.987)	(182.873)	160,8%
Swap a Mercado (MTM)	(95.642)	(28.352)	237,3%	(129.416)	(54.055)	139,4%
Outros	(4.803)	(3.070)	56,5%	(7.989)	(5.868)	36,1%
Total	(598.872)	(259.118)	131,1%	(1.283.749)	(605.828)	111,9%
Resultado Financeiro	(125.700)	(97.130)	29,4%	(419.071)	(215.589)	94,4%
Resultado Financeiro - Caixa	(146.909)	(117.574)	25,0%	(253.148)	(257.423)	-1,7%

Variação Cambial

Ao longo do segundo trimestre de 2015, o Real apresentou uma valorização frente ao Dolar dos Estados Unidos da América do Norte de cerca de 3,3%. Esta valorização contribuiu para uma receita financeira não caixa de R\$46,2 milhões.

Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas						
	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Lucro/prejuízo Líquido	330.277	298.739	10,6%	197.571	352.490	-43,9%
(+) Variação Cambial (Bônus perpétuo)	(46.185)	(28.584)	61,6%	199.846	(64.893)	-
(+) Swap a Mercado (MTM)	24.977	8.138	206,9%	(33.922)	23.061	-
(+) Imposto Não Caixa	164.986	148.860	10,8%	222.569	193.725	14,9%
(-) Propriedade para Investimento	(400.227)	(342.887)	16,7%	(400.227)	(342.887)	-247,1%
(+) Participação de Minoritários (Prop. para Inv)	13.023	21.686	-39,9%	13.023	21.686	14,9%
Lucro Líquido Ajustado	86.850	105.952	-18,0%	198.859	183.181	8,6%
Margem %	25,0%	31,9%	-6,9 p.p.	28,9%	28,0%	0,9 p.p.



FFO Ajustado:

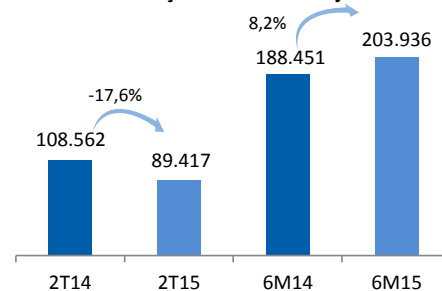
No 2T15, alcançamos um FFO de R\$332,8 milhões, comparado a R\$301,3 milhões no 2T14, que foi fruto dos efeitos não caixa mencionados acima. O FFO Ajustado, que expurga os efeitos não caixa como a variação cambial, resultado do swap a mercado e ganho com reavaliação das propriedades para investimento, foi de R\$89,4 milhões no trimestre. No primeiro semestre nosso FFO ajustado alcançou R\$203,9 milhões, 8,2% maior que no primeiro semestre de 2014.

A margem do FFO Ajustado no 2T15 foi de 25,7%. A margem no semestre foi de 29,7%, 0,9p.p acima da margem no mesmo período do ano anterior.

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

	2T15	2T14	%	6M15	6M14	%
Lucro Líquido	330.277	298.739	10,6%	197.571	352.490	-43,9%
(+) Depreciação e Amortização	2.565	2.610	-1,7%	5.077	5.270	-3,7%
FFO	332.842	301.349	10,5%	202.648	357.760	-43,4%
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	(46.185)	(28.584)	61,6%	199.846	(64.893)	-
(+) Swap a Mercado (MTM)	24.978	8.138	206,9%	(33.922)	23.061	-247,1%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	164.986	148.860	10,8%	222.569	193.725	14,9%
(+) Propriedade para Investimento	(400.227)	(342.887)	16,7%	(400.227)	(342.887)	16,7%
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv)	13.023	21.686	-39,9%	13.023	21.686	-39,9%
FFO Ajustado	89.417	108.562	-17,6%	203.936	188.451	8,2%
Margem %	25,7%	32,7%	-7,0 p.p.	29,7%	28,8%	0,9 p.p.

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



CAPEX:

Ao longo do trimestre a companhia investiu um total de R\$153,8 milhões, este valor foi distribuído da seguinte forma:

Projetos Greenfield

Total de R\$7,0 milhões foram investidos no período, referentes aos projetos greenfield em andamento.

Expansões e Revitalizações

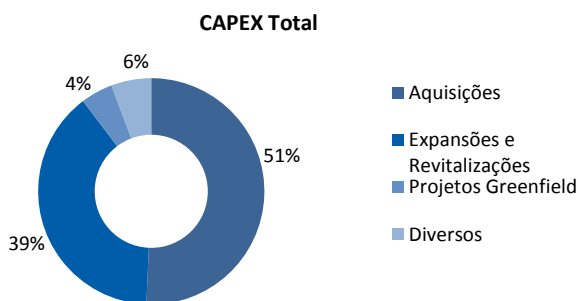
Total de R\$60,0 milhões foram investidos ao longo do 2T15. A maior parte desse valor foi referente as expansões inauguradas no período, Campinas Shopping e Capim Dourado.

Aquisições

Total de R\$ 78,0 milhões, a maior parte desse valor se refere ao pagamento por 95% da operação do estacionamento do Shopping Paralela, adquirido em 2011. O montante será pago 40% à vista e o restante em 4 parcelas anuais e iguais, corrigidas por IPCA.

Diversos

Registramos um total de R\$8,8 milhões investido em equipamentos de tecnologia, sistemas e processos internos, dentre outros. Reiterando o nosso foco em melhoria de processos e ganhos de escala.



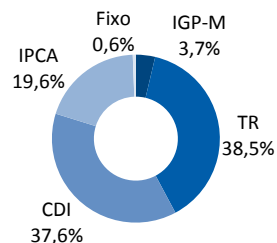
Disponibilidade de Caixa e Dívida (Informações Financeiras Ajustadas):

Ao final do segundo trimestre de 2015, nossa posição de dívida bruta era de R\$5.329,5 milhões, o que representa uma redução de 1,4%, ou R\$76,0 milhões em relação ao 1T15.

A posição de caixa da BRMALLS encerrou o segundo trimestre de 2015 em R\$526,9 milhões, 27,0% a menos do que os R\$721,8 milhões do primeiro trimestre de 2015.

Mantivemos o perfil da dívida com caráter de longo prazo com 83,4% da dívida bruta de longo prazo.

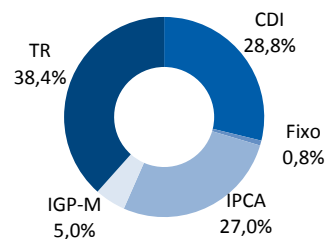
Indexadores da Dívida



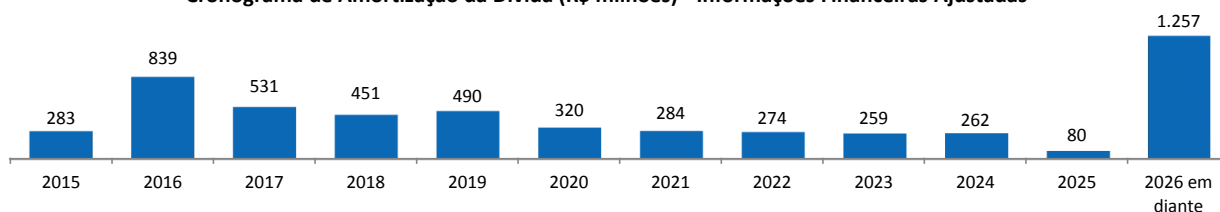
Principais Indicadores (R\$ mil)

	2T15	1T15
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	526.855	721.781
Remuneração Média no Trimestre (% CDI)	101,4%	102,2%
Dívida Bruta (R\$ mil)	5.329.494	5.405.467
Prazo Médio (anos)	10,8	11,4
Custo Médio	IGPM + 6,0%	IGPM + 5,7%
Dívida Líquida (R\$ mil)	4.802.639	4.683.686
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado anualizado	4,33x	4,45x
Dívida Líquida (ex-perpétuos) / EBITDA Ajustado anualizado	3,22x	3,21x
EBITDA Ajustado 12M / Despesa Financeira Líquida	2,76x	3,06x

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



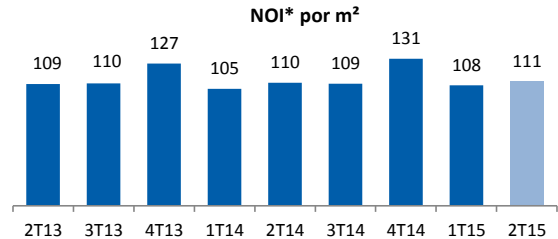
Cronograma de Amortização da Dívida (R\$ milhões) - Informações Financeiras Ajustadas



Indicadores Operacionais:

NOI por m²

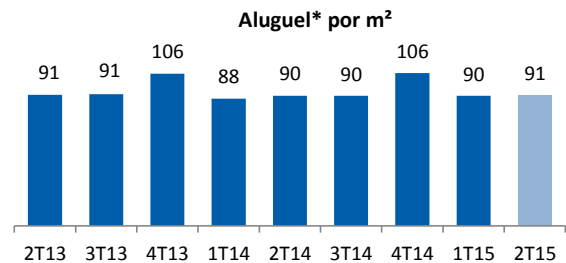
O NOI por m² dos nossos shoppings apresentou um aumento de 0,8% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, totalizando uma média de R\$111/m² no segundo trimestre de 2015, o maior valor em um segundo trimestre nos últimos 3 anos. Quando consideramos os 10 shoppings mais representativos em termos de NOI, o NOI por m² cresceu 5,0%, alcançando uma média R\$160/m² por mês.



*O NOI por m² médio considera os efeitos da linearização

Aluguel por m²

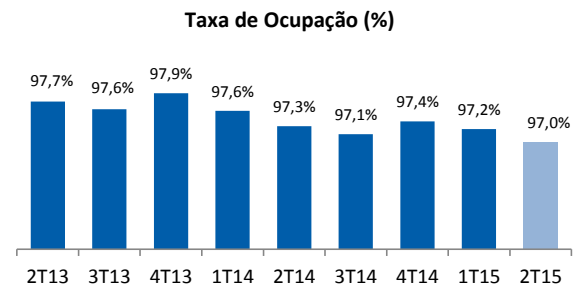
No mesmo trimestre, o aluguel por m², considerando os efeitos da linearização, teve um aumento de 1,0% versus o igual período do ano anterior, totalizando uma média mensal de R\$91/m². Quando analisamos os 10 shoppings mais representativos este crescimento foi de 4,9%, alcançando uma média mensal de R\$126/m².



*O Aluguel por m² médio considera os efeitos da linearização

Taxa de Ocupação

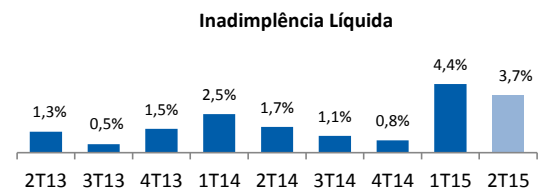
Continuamos a apresentar uma taxa de ocupação estável em nossos ativos, atingindo um patamar médio de 97,0% da ABL total ocupado no trimestre. Dos 48 shoppings que detínhamos participação no 2T15, 16 apresentaram uma taxa de ocupação maior do que 99%.



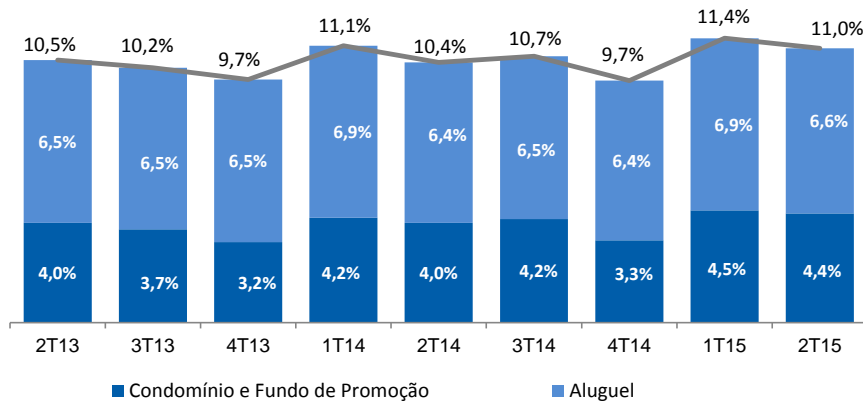
Inadimplência Líquida

No segundo trimestre de 2015, a inadimplência líquida registrou um valor de 3,7%, 2,0 p.p. maior do que o segundo trimestre de 2014.

Registramos no período uma taxa de pagamentos em atraso de 7,6%, aumento de 3,7 p.p. com relação ao segundo trimestre de 2014.



Distribuição do Custo de ocupação (% das Vendas)



Custo de Ocupação

Neste trimestre, o custo de ocupação como percentual das vendas dos lojistas foi de 11,0%, sendo 6,6% referente a Aluguel e 4,4% a Condomínio e Fundo de Promoção. O aumento no custo de condomínio se deu principalmente em função do incremento do custo de energia e do dissídio coletivo.

Resumo da Evolução dos Indicadores

	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14	3T14	4T14	1T15	2T15
SSS (%)	7,0%	6,2%	7,6%	7,5%	6,2%	8,1%	8,0%	7,6%	7,5%	4,4%	6,5%	5,9%	3,6%
SSR (%)	8,1%	9,0%	10,2%	11,1%	8,3%	9,3%	10,4%	8,7%	8,6%	7,8%	7,2%	7,6%	7,0%
Vendas/m ²	1.071	1.064	1.425	1.167	1.145	1.189	1.574	1.124	1.214	1.189	1.577	1.131	1.186
Aluguel/m ²	88	89	102	85	91	91	106	88	90	90	106	90	91
NOI/m ²	103	104	123	100	109	110	127	105	110	109	131	108	111
Custo de Ocupação (% das Vendas)	10,7%	10,7%	10,1%	11,3%	10,5%	10,2%	9,7%	11,1%	10,4%	10,7%	9,7%	11,4%	11,0%
Pagamentos em Atraso (30 dias)	4,0%	3,7%	3,2%	4,3%	3,6%	3,1%	3,6%	4,0%	3,9%	3,5%	4,1%	6,9%	7,6%
Inadimplência Líquida	1,2%	0,9%	0,9%	1,8%	1,3%	0,5%	1,5%	2,5%	1,7%	1,1%	0,8%	4,4%	3,7%
Ocupação (%)	97,6%	97,9%	98,3%	97,9%	97,7%	97,6%	97,9%	97,6%	97,3%	97,1%	97,4%	97,2%	97,0%



Desempenho das Vendas:

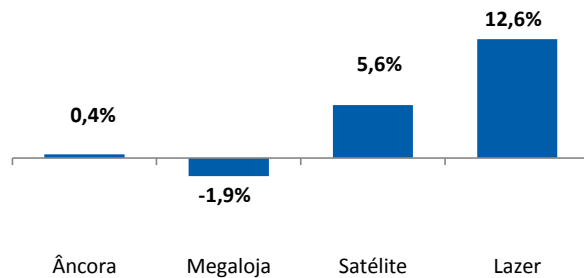
Registramos um total de vendas no portfólio de R\$5,4 bilhões no 2T15, o que representa um crescimento de 0,3% em relação ao valor apresentado no mesmo período do ano anterior.

Se excluirmos as vendas de participação da base de cálculo, as vendas totais tiveram um crescimento de 4,1% no 2T15 vs. o 2T14.

Comparando as vendas mesmas lojas neste período, elas cresceram 3,6% comparadas ao mesmo trimestre no ano anterior. A desaceleração desse indicador reflete as dificuldades enfrentadas pelo varejo frente a um cenário macroeconômico desafiador.

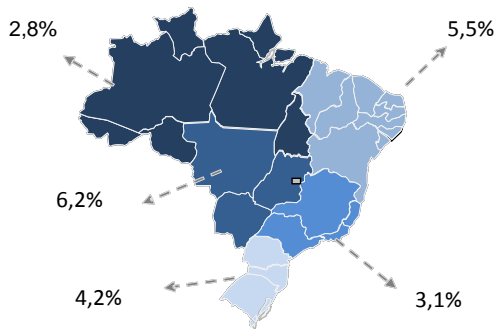
As vendas foram impactadas negativamente pela baixa performance das lojas de eletroeletrônicos, principalmente em decorrência do evento da Copa do Mundo realizado no mesmo período do ano de 2014. Se desconsiderarmos as lojas de eletroeletrônicos, o SSS da companhia seria 5,9% no 2T15.

SSS por segmento (2T15 vs.2T14)

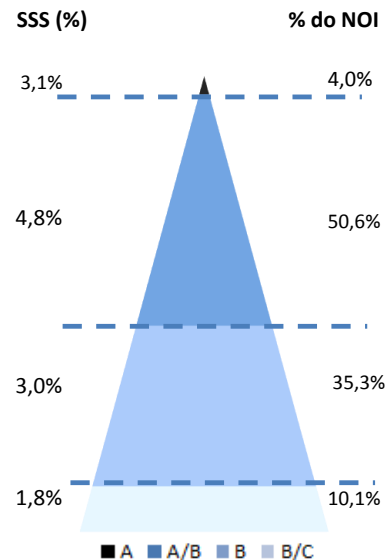


Por região do país, o destaque de crescimento de vendas mesmas lojas foi a região Centro-Oeste, cujo o SSS apresentado foi 6,2% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

A área com maior representatividade de nosso portfólio em termos de NOI, a região Sudeste, alcançou um crescimento de vendas mesmas lojas de 3,1%.



Analisando em termos de segmento de renda, os shoppings voltados para as classes A/B e B apresentaram os valores mais expressivos, em termos de vendas com um crescimento de 4,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.



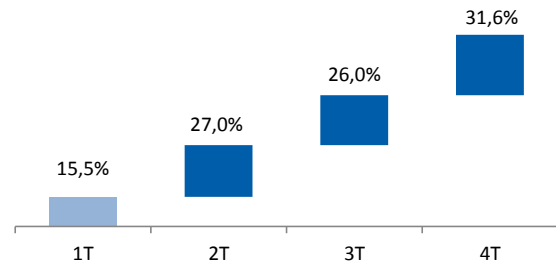
Atividade Comercial:

No segundo trimestre do ano de 2015, apresentamos o leasing spread das renovações dos contratos de aluguel e dos novos contratos em shoppings existentes de 15,9% e 8,1%, respectivamente.

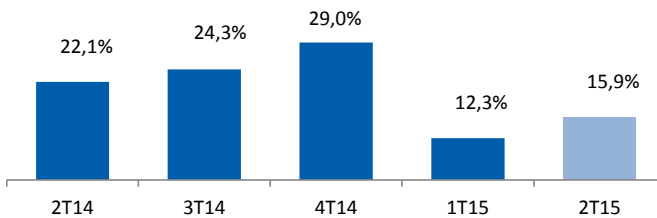
Nos shoppings existentes, ao longo do segundo trimestre de 2015, foram comercializadas 187 novas lojas, um aumento de 17,6% ou 28 lojas quando comparado ao mesmo período do ano de 2014. Renovamos 131 contratos ou 7,7 mil m² de ABL.

Consolidando a categoria de shoppings existentes e shoppings em expansão e greenfields, assinamos um total de 363 contratos. Em termos de ABL negociamos um total de 25,9 mil m².

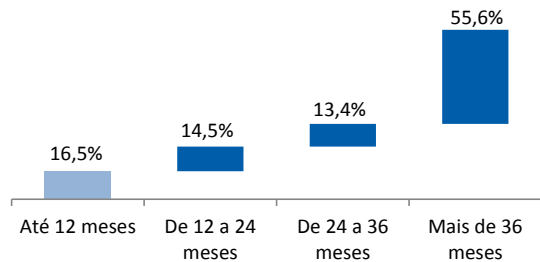
Cronograma de Reajuste Anual pela Inflação (% do ABL)



Leasing Spread Renovações (%)



Cronograma de Vencimento dos Contratos (% do ABL)*



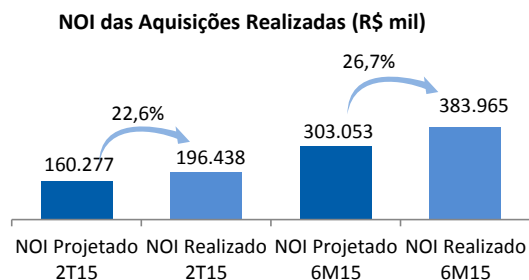
*O cronograma de vencimentos acima se refere somente ao ABL referente as lojas existentes nos shoppings.



Aquisições:

O NOI realizado neste trimestre dos shoppings que foram adquiridos desde o início da BRMALLS, continuam apresentando resultados acima dos estudos de viabilidade no momento de cada aquisição.

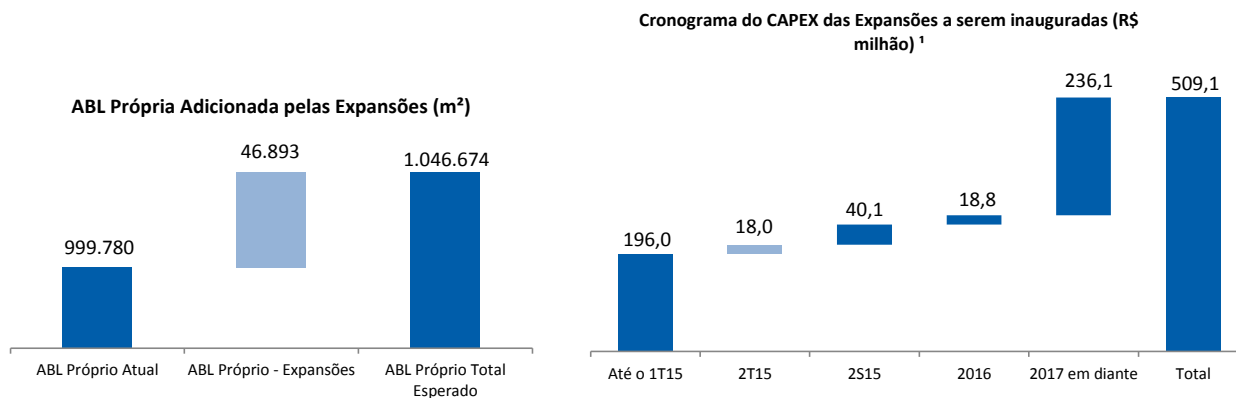
Apresentamos um NOI de R\$196,4 milhões no 2T15, o que representa um valor 22,6% maior que o número de R\$160,3 milhões projetado para o período.



Expansões:

Ao final do segundo trimestre, possuíamos 6 projetos de expansão anunciados ao mercado, que adicionarão um total de 69,2 mil m² de ABL Total e 46,9 mil m² de ABL Próprio, um crescimento de 4,1% e 4,7% ao nosso portfólio atual de shoppings, respectivamente. Estimamos que as expansões somem um total de R\$64,1 milhões de NOI próprio e estabilizado para a BRMALLS.

As expansões anunciadas exigem um investimento de R\$509,1 milhões, participação BRMALLS, onde 38,4% já foram desembolsados até o final do segundo trimestre de 2015.



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 deslav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Top Shopping	17.233	50,0%	8.617	87,9%	17,4	6,1	10,4%	2016	45,0%
Estação BH	1.394	60,0%	836	19,7%	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	56,0%
Independência	9.531	83,4%	7.949	16,0%	11,4	5,3	13,1%	2017	64,0%
Mooca Plaza Shopping (Fase 1)	19.000	60,0%	11.400	*	*	*	*	2018	*
Mooca Plaza Shopping (Fase 2)	10.000	60,0%	6.000	*	*	*	*	2019	*
Total	69.249	67,7%	46.893		64,1	29,0			

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

² NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços;

* A definir.



Expansão Capim Dourado

Inauguramos no dia 30 de Junho de 2015 a primeira expansão do Shopping Campim Dourado, único shopping do Estado, com 7,5 mil m² de ABL. Inaugurado em 2010, fica localizado na cidade de Palmas, estado do Tocantins.

O shopping atende os 250 mil habitantes da capital além de mais de 200 mil habitantes em cidades próximas. Palmas é a capital com o maior índice de crescimento populacional na última década. A região possui um forte polo educacional, contando com escolas e universidades que somam mais de 30 mil alunos. Aproximadamente 30% da população é empregada no serviço público, o restante em construção civil, serviços, educação e saúde.

O shopping já contava com uma forte ancoragem que reúne grandes marcas do varejo nacional, como Cinemark, Casas Bahia, Lojas Americanas, Vivara e Le Lis Blanc, além de Riachuelo, Renner e Marisa.

Com a expansão, o shopping que já é referência de consumo em Tocantins fica ainda melhor com mais conforto e opções de compras. A expansão adiciona 51 novas lojas ao shopping além de uma praça de eventos com 15 metros de pé direito e 12 metros de largura e um novo estacionamento com 200 vagas cobertas. As novas operações incluem: C&A, Brookfield, Polo Wear, Carmen Steffens, Le Postiche, O Boticário, Mr. Cat, Mormaii, entre outras. Estima-se que a expansão gere 1.200 novos empregos.

Expansão Campinas Shopping

No dia 4 de Maio de 2015, inauguramos a primeira expansão do Campinas Shopping feita pela BRMALLS. Inaugurado em 1994, o Campinas Shopping ganhou o nome da Cidade em sua primeira expansão que ocorreu em 2002. Localizado na região Oeste da cidade que possui uma população estimada de 600 mil habitantes e com enorme potencial de crescimento devido a franca expansão do aeroporto Internacional de Viracopos, que se torna um dos principais terminais aeroportuários do país, e está a apenas 15 minutos do shopping. As cidades vizinhas, com cerca de 900 mil habitantes, e os 10 municípios ao redor aumentam sua área de abrangência o que representa inúmeras possibilidades de crescimento para o empreendimento.

A BRMALLS adquiriu 100% da participação do shopping no dia 25 de maio de 2008. Já nos 6 meses subsequentes a aquisição, conseguimos contabilizar significativas evoluções do shopping, como aumento de 39% do NOI, aumento de 2,7 p.p. na taxa de ocupação e queda de 8,5 p.p. na inadimplência.

Com a nova expansão, adicionamos 4,9 mil m² ao ABL total do shopping, alcançando 34,6 mil m². A expansão trouxe ao shopping 3 Âncoras (C&A, Centauro, Preço Center), 1 Megaloja, 6 Satélites, além de uma unidade do Detran SP de 1,9 mil m², com uma expectativa de 3.000 atendimentos por dia. No primeiro dia de operação foi possível perceber o grande fluxo que o Detran proporcionará ao Shopping.

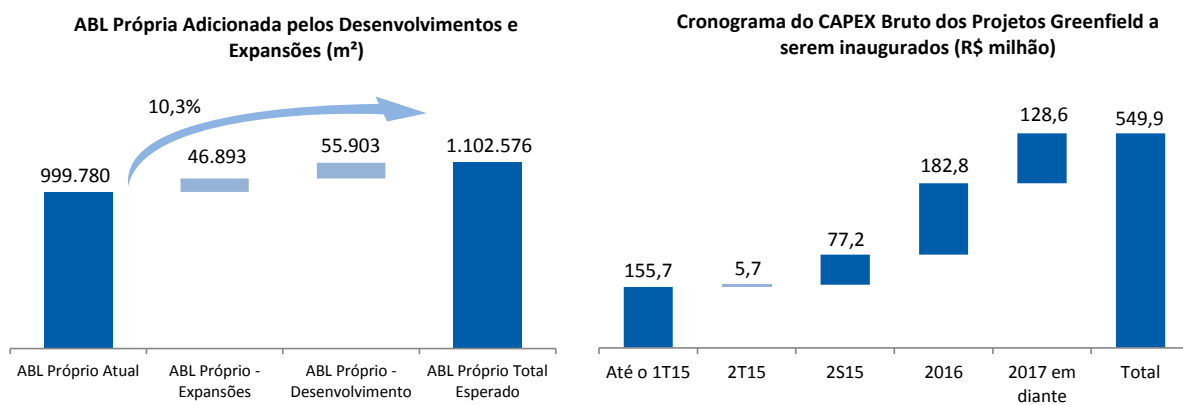


Desenvolvimento:

Atualmente os projetos em desenvolvimento totalizam um pipeline de 2 ativos. A lista de projetos inclui: Catuaí Shopping Cascavel e Shopping Estação Cuiabá.

Com a inauguração dos 2 projetos greenfield, a companhia adicionará 77,0 mil m² de ABL total e 55,9 mil m² de ABL próprio, acrescentando 4,5% e 5,6% ao portfólio, respectivamente.

Considerando as expansões e os projetos greenfield em andamento, estimamos um aumento de 102,8 mil m² ou 10,3% no ABL Próprio da companhia. O investimento próprio a ser desembolsado pela companhia para os projetos greenfield totaliza o valor de R\$549,9 milhões, dos quais 29,3% já foram desembolsados até o 2T15. A participação média nos projetos é de 72,6% e quando inaugurados, estimamos que adicionem um NOI próprio estabilizado de R\$77,6milhões a BRMALLS.



Resumo de Greenfield									
Resumo de Greenfield	ABL Total	Participação	ABL Próprio	% do Físico Realizado	NOI Próprio Estab. (R\$ milhões) ¹	CDU Próprio (R\$ milhões)	TIR (real e desalav.)	Data Prevista de Inauguração	Status da Comercialização
Shopping Estação Cuiabá	46.980	75,0%	35.235	21,0%	49,5	25,4	15,0%	2017	66,0%
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			

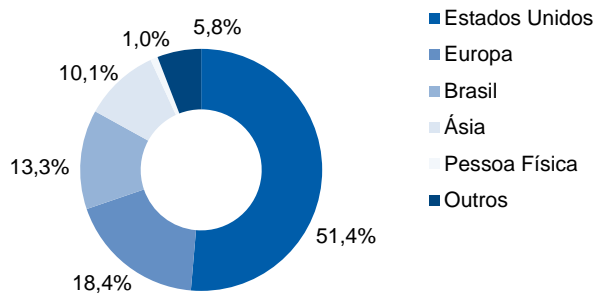
¹NOI próprio estabilizado inclui receitas de serviços



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) e também ingressou no Índice Carbono Eficiente (ICO2).

Distribuição Regional da Base Acionária (30/06/2015)



Índice	Peso
BM&F Ibovespa IBOV	0,76%
BM&F Bovespa IBRX-50	0,76%
BM&F Bovespa ICO2	1,16%
BM&F Bovespa IbrX	0,67%
BM&F Bovespa IGC	1,43%
BM&F Bovespa ITAG	0,90%
BM&F Bovespa MLC	0,72%
BM&F Bovespa IMOB	20,37%
iShares MSCI Brazil	0,61%

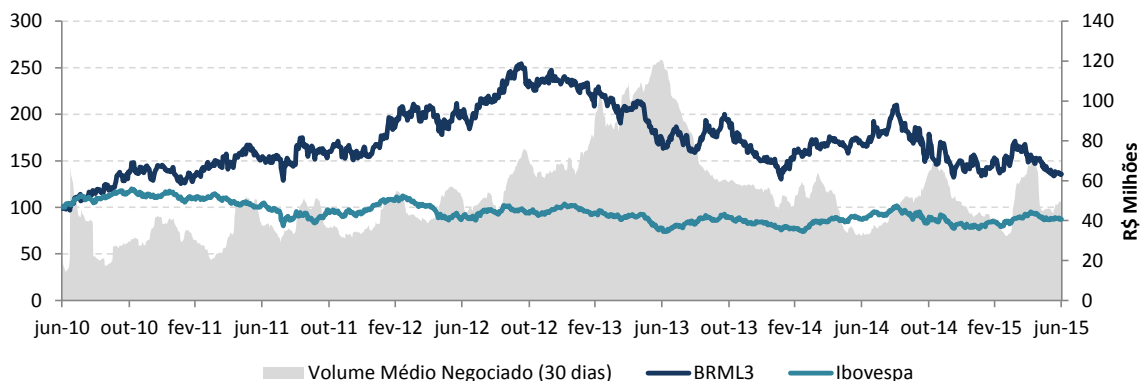
Fonte: Bloomberg (30/06/2015)

Perfil do Investidor

No segundo trimestre de 2015, nossa base de investidores continuou a apresentar uma diversificação por regiões de origem. Nosso volume financeiro médio no trimestre foi de R\$57,9 milhões, apresentando um aumento de 41,6% frente aos R\$40,9 milhões do 2T14. Já o nosso número de negócios médio foi de 9.475 no trimestre comparado a 8.117 no mesmo período no ano anterior, apresentando um crescimento de 16,7%.

Performance da Ação

A ação da BRMALLS encerrou o segundo trimestre de 2015 sendo negociada a R\$14,56, apresentando uma desvalorização de 14,1% em relação ao preço de fechamento do 1T15, de R\$16,94. No mesmo período, o índice Ibovespa desvalorizou 3,8%.



Nossos Shoppings:

Ao final do segundo trimestre de 2015, a BRMALLS tem participação em 48 shopping centers, totalizando 1.703,3 mil m² de ABL total e 999,8 mil m² em ABL próprio, uma participação média no portfólio de 58,7%.

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	34.566	100,0%	34.566	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
Mooca 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	36.575	100,0%	36.575	Admin./ Comerc./BO
		1.703.329,3	58,7%	999.779,8	

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 (Classe Social Aspiracional): De acordo com este critério os shoppings de nosso portfólio estão classificados da seguinte maneira:

•Classe A: Villa Lobos e Crystal;

•Classe A/B: Catuaí Londrina, Plaza Niterói, Catuaí Maringá, Iguatemi Caxias, Campo Grande, Tamboré, Vila Velha, Capim Dourado, Mooca, ABC, Independência, Center Shopping Uberlândia, Natal, Curitiba, Jardim Sul, Goiânia, Paralela, Tijuca, Casa e Gourmet, Recife, e Piracicaba.

•Classe B: Granja Vianna, São Bernardo, Estação BH, Amazonas, Norte Shopping, Del Rey, Contagem, Campinas Shopping, Metrô Santa Cruz, Center Shopping, Ilha Plaza, Estação, Plaza Macaé, Sete Lagoas, Via Brasil, Araguaia, Londrina Norte, Rio Anil, West, Itaú Power, São Luís, Iguatemi Maceió e Minas.

• Classe B/C: TopShopping e Osasco.

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		
	2T15	2T14	%	2T15	2T14	2T15	2T14	%
Receita Bruta	355.904	343.013	3,8%	20.233	16.201	376.137	359.214	4,7%
Aluguéis	243.721	237.301	2,7%	13.746	11.115	257.467	248.416	3,6%
Linearização de Aluguel	5.128	6.828	-24,9%	233	34	5.362	6.861	-21,9%
Taxa de Cessão	7.771	15.259	-49,1%	279	393	8.049	15.651	-48,6%
Linearização de CDU	6.006	(31)	-	626	178	6.632	147	-
Estacionamento	63.099	56.833	11,0%	5.508	4.816	68.608	61.648	11,3%
Taxa de Transferência	1.916	2.006	-4,5%	81	56	1.997	2.062	-3,2%
Prestação de Serviços	25.544	23.289	9,7%	(469)	(490)	25.076	22.799	10,0%
Outras	2.719	1.529	77,9%	227	102	2.946	1.630	80,7%
(-) Impostos e Contribuições	(27.302)	(25.962)	5,2%	(947)	(793)	(28.249)	(26.756)	5,6%
Receita Líquida	328.602	317.052	3,6%	19.286	15.406	347.888	332.458	4,6%
Custos	(24.230)	(24.348)	-0,5%	(5.420)	(2.182)	(29.650)	(26.531)	11,8%
Custos com Pessoal	(6.985)	(6.634)	5,3%	(849)	(623)	(7.834)	(7.258)	7,9%
Diversos Serviços	(3.719)	(3.160)	17,7%	(385)	(301)	(4.104)	(3.461)	18,6%
Custos Condominiais	(6.347)	(7.821)	-18,8%	(1.024)	(193)	(7.371)	(8.014)	-8,0%
Custos com Fundo de Promoções	(2.255)	(2.341)	-3,7%	(334)	(143)	(2.589)	(2.484)	4,2%
Demais Custos	(4.924)	(4.392)	12,1%	(2.828)	(923)	(7.752)	(5.314)	45,9%
Resultado Bruto	304.372	292.704	4,0%	13.866	13.222	318.238	305.926	4,0%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(41.947)	(40.364)	3,9%	(310)	(50)	(42.257)	(40.412)	4,6%
Despesas com Vendas	(9.131)	(10.152)	-10,1%	(206)	(25)	(9.337)	(10.177)	-8,3%
Despesas com Pessoal	(27.622)	(25.239)	9,4%	-	-	(27.622)	(25.239)	9,4%
Serviços Contratados	(1.542)	(1.279)	20,6%	(55)	(12)	(1.597)	(1.291)	23,7%
Outras Despesas	(3.652)	(3.694)	-1,1%	(49)	(10)	(3.701)	(3.705)	-0,1%
Depreciação	(122)	(122)	-0,1%	-	-	(122)	(122)	-0,1%
Amortização	(2.442)	(2.493)	-2,0%	0	5	(2.443)	(2.488)	-1,8%
Resultado Financeiro	(124.643)	(95.981)	29,9%	(1.057)	(1.151)	(125.700)	(97.130)	29,4%
Receitas Financeiras	472.899	161.701	192,5%	273	288	473.172	161.988	192,1%
Despesas Financeiras	(597.542)	(257.682)	131,9%	(1.330)	(1.437)	(598.872)	(259.118)	131,1%
Resultado da Equivalência Patrimonial	33.135	23.622	40,3%	(33.135)	(23.622)	-	-	-
Outras Receitas Operacionais	363.832	322.413	12,8%	35.821	20.989	399.653	343.402	16,4%
Resultado Operacional	532.185	499.779	6,5%	15.184	9.398	547.369	509.177	7,5%
Resultado Antes Tributação/Participações	532.185	499.779	6,5%	15.184	9.398	547.369	509.177	7,5%
Provisão para IR/CSLL	(23.318)	(27.934)	-16,5%	(2.071)	(1.837)	(25.389)	(29.771)	-14,7%
Impostos Diferidos	(150.823)	(137.167)	10,0%	(13.047)	(7.494)	(163.870)	(144.661)	13,3%
Participação dos minoritários	(27.767)	(35.939)	-22,7%	(65)	(67)	(27.833)	(36.006)	-22,7%
Lucro do Período	330.277	298.739	10,6%	-	-	330.277	298.739	10,6%



Demonstração de Resultados (Acumulado):

Demonstração de Resultado (R\$ mil) - Acumulado

	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	6M15	6M14	%	6M15	6M14	6M15	6M14	%
Receita Bruta	703.657	676.924	3,9%	39.693	30.938	743.350	707.862	5,0%
Aluguéis	481.672	468.543	2,8%	27.127	21.451	508.799	489.995	3,8%
Linearização de Aluguel	12.236	12.625	-3,1%	1.018	(19)	13.254	12.606	5,1%
Taxa de Cessão	11.049	19.292	-42,7%	659	1.031	11.709	20.323	-42,4%
Linearização de CDU	16.227	11.190	45,0%	1.123	103	17.350	11.293	53,6%
Estacionamento	123.196	111.736	10,3%	10.660	9.279	133.856	121.015	10,6%
Taxa de Transferência	2.450	3.557	-31,1%	115	110	2.565	3.667	-30,0%
Prestação de Serviços	52.210	47.408	10,1%	(1.311)	(1.288)	50.899	46.120	10,4%
Outras	4.617	2.573	79,5%	301	272	4.918	2.845	72,9%
(-) Impostos e Contribuições	(53.695)	(51.403)	4,5%	(1.911)	(1.580)	(55.606)	(52.984)	4,9%
Receita Líquida	649.962	625.521	3,9%	37.782	29.358	687.744	654.879	5,0%
Custos	(48.258)	(52.365)	-7,8%	(10.896)	(4.706)	(59.154)	(57.070)	3,7%
Custos com Pessoal	(14.239)	(13.555)	5,0%	(1.620)	(1.264)	(15.859)	(14.819)	7,0%
Diversos Serviços	(8.025)	(6.733)	19,2%	(827)	(622)	(8.851)	(7.355)	20,4%
Custos Condominiais	(13.233)	(14.586)	-9,3%	(2.013)	(393)	(15.246)	(14.979)	1,8%
Custos com Fundo de Promoções	(4.577)	(6.021)	-24,0%	(693)	(251)	(5.270)	(6.271)	-16,0%
Demais Custos	(8.184)	(11.470)	-28,6%	(5.744)	(2.176)	(13.928)	(13.646)	2,1%
Resultado Bruto	601.704	573.157	5,0%	26.886	24.652	628.590	597.809	5,1%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(91.290)	(86.857)	5,1%	(608)	(115)	(91.898)	(86.972)	5,7%
Despesas com Vendas	(23.055)	(21.864)	5,4%	(421)	(90)	(23.476)	(21.955)	6,9%
Despesas de Pessoal	(58.557)	(57.416)	2,0%	(3)	-	(58.560)	(57.416)	2,0%
Serviços Contratados	(3.108)	(2.120)	46,6%	(69)	(24)	(3.177)	(2.144)	48,2%
Outras Despesas	(6.570)	(5.457)	20,4%	(116)	(0)	(6.685)	(5.457)	22,5%
Depreciação	(245)	(245)	0,1%	-	0	(245)	(245)	0,1%
Amortização	(4.831)	(5.059)	-4,5%	(2)	36	(4.832)	(5.025)	-3,8%
Resultado Financeiro	(417.114)	(213.639)	95,2%	(1.957)	(1.949)	(419.071)	(215.589)	94,4%
Receitas Financeiras	864.140	389.687	121,8%	538	551	864.678	390.238	121,6%
Despesas Financeiras	(1.281.254)	(603.326)	112,4%	(2.495)	(2.501)	(1.283.749)	(605.827)	111,9%
Resultado da Equivalência Patrimonial	41.587	31.936	30,2%	(41.587)	(31.935)	-	-	-
Outras Receitas Operacionais	364.091	329.293	10,6%	35.816	20.989	399.907	350.283	14,2%
Resultado Operacional	493.902	628.586	-21,4%	18.549	11.675	512.451	640.261	-20,0%
Resultado Antes Tributação/Participações	493.902	628.586	-21,4%	18.549	11.675	512.451	640.261	-20,0%
Provisão para IR/CSLL	(50.169)	(100.663)	-50,2%	(4.358)	(3.673)	(54.527)	(104.336)	-47,7%
Impostos Diferidos	(204.765)	(126.986)	61,2%	(14.071)	(7.873)	(218.836)	(134.859)	62,3%
Participação dos minoritários	(41.397)	(48.446)	-14,6%	(120)	(130)	(41.517)	(48.576)	-14,5%
Lucro do Período	197.571	352.490	-43,9%	-	-	197.571	352.490	-43,9%



Balço Patrimonial (Ativo):

Balço Patrimonial (R\$ mil)								
Ativos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	2T15	1T15	%	2T15	1T15	2T15	1T15	%
Ativos								
Circulante								
Disponibilidades	40.434	32.404	24,8%	2.358	2.813	42.792	35.217	21,5%
Contas a Receber	320.494	292.814	9,5%	12.165	9.665	332.659	302.479	10,0%
Títulos e Valores Mobiliários	478.712	680.778	-29,7%	5.351	5.785	484.063	686.563	-29,5%
Swap Curva	232.539	4.809	4735,5%	-	(1)	232.539	4.808	4736,5%
Impostos a Recuperar	121.061	122.277	-1,0%	(3.914)	380	117.147	122.657	-4,5%
Adiantamentos	19.386	19.047	1,8%	947	880	20.333	19.927	2,0%
Outros Valores a Receber	42.692	32.847	30,0%	2.299	13.165	44.991	46.013	-2,2%
Despesas Antecipadas	6.318	5.566	13,5%	33	60	6.351	5.626	12,9%
Total	1.261.636	1.190.542	6,0%	19.239	32.752	1.280.875	1.223.291	4,7%
Não Circulante								
Clientes	148.320	144.529	2,6%	8.130	8.398	156.450	152.927	2,3%
Depósitos e cauções	52.018	47.487	9,5%	431	429	52.449	47.916	9,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	28.431	27.800	2,3%	26.983	14.063	55.414	41.863	32,4%
Diferencial de Swap a Receber	353.345	633.340	-44,2%	-	-	353.345	633.340	-44,2%
Adiantamento para futuro aumento de capital	31.826	30.015	6,0%	(31.826)	(30.015)	-	-	0,0%
Outros Investimentos	461	461	0,0%	4	4	465	465	0,0%
Outros	25.296	19.449	30,1%	-	-	25.296	19.449	30,1%
Total	639.697	903.081	-29,2%	3.722	(7.121)	643.419	895.960	-28,2%
Permanente								
Investimentos	686.331	659.094	4,1%	(686.331)	(659.094)	0	0	-
Propriedade para Investimento	17.856.095	17.329.305	3,0%	1.000.769	962.846	18.856.864	18.292.151	3,1%
Imobilizado	11.486	10.988	4,5%	0	0	11.486	10.988	4,5%
Intangível	49.779	42.119	18,2%	12	13	49.791	42.132	18,2%
Total	18.603.691	18.041.506	3,1%	314.449	303.765	18.918.141	18.345.271	3,1%
Total Ativo	20.505.024	20.135.129	1,8%	337.411	329.393	20.842.435	20.464.522	1,8%



Balço Patrimonial (Passivo)

Balço Patrimonial (R\$ mil)								
Passivos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	2T15	1T15	%	2T15	1T15	2T15	1T15	%
Passivos								
Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	881.542	434.534	102,9%	3.958	3.859	885.500	438.393	102,0%
Fornecedores	50.494	49.346	2,3%	18.832	19.786	69.326	69.132	0,3%
Impostos e contribuições a recolher	47.550	59.145	-19,6%	(1.567)	2.912	45.983	62.057	-25,9%
Salários e Encargos Sociais	27.526	21.908	25,6%	280	200	27.806	22.108	25,8%
Dividendos a Pagar	105.864	211.728	-	(0)	(0)	105.864	211.728	-
Impostos e Contribuições - parcelamentos	10.636	10.777	-1,3%	190	195	10.826	10.972	-1,3%
Adiantamentos de Clientes	359	1.888	-81,0%	1.543	1.516	1.902	3.404	-44,1%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	30.737	45.327	-32,2%	0	0	30.737	45.327	-32,2%
Diferencial de swap a pagar	241.555	5.913	3985,4%	0	0	241.555	5.913	3985,4%
Receita Diferida	46.074	46.212	-0,3%	2.379	2.940	48.453	49.152	-1,4%
Outros valores a pagar	2.616	7.113	-63,2%	420	364	3.036	7.478	-59,4%
Total	1.444.953	893.892	61,6%	26.034	31.772	1.470.988	925.664	58,9%
Não Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	4.406.385	4.928.957	-10,6%	37.609	38.117	4.443.994	4.967.074	-10,5%
Fornecedores	2.001	2.530	-20,9%	0	0	2.001	2.530	-20,9%
Provisão para Riscos Fiscais e outros passivos Contingentes	64.107	64.419	-0,5%	3	9	64.110	64.428	-0,5%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	75.555	75.306	0,3%	665	666	76.220	75.972	0,3%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	254.546	192.568	32,2%	(1)	0	254.545	192.568	32,2%
Diferencial de swap a pagar	258.291	500.322	-48,4%	0	0	258.291	500.322	-48,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	3.834.787	3.681.219	4,2%	269.819	243.854	4.104.606	3.925.073	4,6%
Receita Diferida	71.151	72.604	-2,0%	7.037	7.102	78.188	79.706	-1,9%
Partes Relacionadas	7.605	4.845	57,0%	(7.605)	(4.845)	0	0	-
Outros Valores a Pagar	8.935	0	-	(8.935)	0	0	0	-
Total	8.983.363	9.522.770	-5,7%	298.592	284.903	9.281.955	9.807.673	-5,4%
Patrimônio Líquido								
Participação dos Minoritários	749.043	731.533	2,4%	701	635	749.744	732.168	2,4%
Capital Social Realizado	4.385.083	4.366.639	0,4%	0	0	4.385.083	4.366.639	-
Reservas de Capital	162.411	151.957	6,9%	0	0	162.411	151.957	6,9%
Reservas de Lucro	4.653.912	4.672.356	-0,4%	12.083	12.083	4.665.995	4.684.439	-
Ações em tesouraria	(20.585)	(20.585)	0,0%	0	0	(20.585)	(20.585)	-
Lucros/Prejuízos Acumulados	197.571	(132.706)	-248,9%	0	0	197.571	(132.706)	-
Gastos com Emissão de Ações	(50.727)	(50.727)	0,0%	0	0	(50.727)	(50.727)	-
Total	10.076.708	9.718.467	3,7%	12.784	12.720	10.089.492	9.731.185	3,7%
Total Passivo e Patrimônio Líquido	20.505.024	20.135.129	1,8%	337.411	329.393	20.842.435	20.464.522	1,8%



Fluxo de Caixa:

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	6M15	6M15 - IFRS 10 e 11
Lucro (prejuízo) do Exercício	239.088	238.968
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais	214.349	261.373
Depreciações e amortizações	5.077	5.076
Atualização de empréstimos e financiamentos	455.073	520.037
Rendimento de títulos e valores mobiliários	(39.779)	(39.442)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	(29.585)	(27.457)
Ajuste do plano de opções outorgadas	20.908	20.908
Ajuste a valor justo e resultado com derivativos	(33.922)	(33.922)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	218.836	204.765
Varição no valor justo das propriedades para investimento	(400.227)	(364.395)
Ganho na venda de propriedade para investimento	0	0
Equivalência patrimonial	0	(41.587)
Ativo fiscal diferido – CVM 349	0	0
Participação de não controladores	0	0
Outros	17.968	17.390
(Aumento) redução nos ativos e aumento (redução) nos passivos	(86.749)	(85.298)
Contas a receber	7.535	8.514
Impostos a recuperar	(9.231)	(13.461)
Adiantamentos	(1.527)	(1.397)
Despesas antecipadas	(2.683)	(2.649)
Depósitos e cauções	(4.180)	(4.177)
Instrumentos financeiros	(23.218)	(23.218)
Fornecedores	853	1.815
Impostos e contribuições a recolher	41.271	43.949
Salários e encargos sociais	(30.204)	(30.297)
Adiantamento de clientes	(12.288)	(12.511)
Receita diferida	11.925	11.922
Provisão para contingências	(821)	(813)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(48.636)	(46.410)
Outros	(15.545)	(16.565)
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades operacionais	366.688	415.043
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(12.233)	4.994
Compra/venda de títulos e valores mobiliários	149.517	149.461
Aumento (redução) nos ativos intangíveis	(20.222)	(20.224)
Aquisição e construção de propriedades para investimento	(141.528)	(137.658)
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	(4.835)
Dividendos recebidos	0	18.250
Adições no ativo diferido	0	0
Fluxos de caixa das atividade de financiamentos	(392.204)	(456.251)
Obtenção de empréstimos	0	0
Pagamento de empréstimos	(290.249)	(354.296)
Ações em tesouraria	0	0
Aumento de capital	35.020	35.020
Dividendos pagos	(105.864)	(105.864)
Gastos com emissão de ações	0	0
Pagamento de dividendos a acionistas não controladores	(31.111)	(31.111)
Varição cambial sobre caixa e equivalentes	0	0
Aumento/Redução de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	(37.749)	(36.214)
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	80.541	76.648
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	42.792	40.434
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	(37.749)	(36.214)



Anexo - Tabela de Dívidas

Perfil da Dívida (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas	Índice	Taxa(%)	Vencimento	30/06/2015			31/03/2015			
				Curto Prazo	Longo Prazo	Total	Curto Prazo	Longo Prazo	Total	
Perpetual Bond	US\$ Dólar	8,50%	a.a	-	20.131	1.213.250	1.233.381	20.564	1.282.850	1.303.414
Debêntures I - 2ª Série	IPCA	7,90%	a.a	15/07/2016	125.016	108.568	233.583	115.855	107.890	223.745
Debêntures II - 1ª Série	CDI	0,94%	a.a	15/02/2017	89.215	81.831	171.046	82.544	82.631	165.175
Debêntures II - 2ª Série	IPCA	6,40%	a.a	15/02/2019	6.723	300.109	306.832	2.254	292.652	294.906
Debêntures IV	CDI	0,62%	a.a	26/04/2016	405.759	0	405.759	16.223	399.651	415.874
Citi - 4131	Libor 3M	1,24%	a.a	08/12/2017	161	173.913	174.074	165	179.821	179.986
CRI Campinas e Estação	IPCA	6,34%	a.a	07/03/2024	7.966	112.046	120.012	3.843	113.200	117.043
CRI Campinas e Estação	IPCA	6,71%	a.a	06/03/2026	2.718	38.228	40.946	1.304	38.413	39.718
CRI Campinas e Estação	IPCA	7,04%	a.a	07/03/2029	4.758	66.916	71.673	2.271	66.886	69.156
CRI Campinas e Estação	IPCA	6,34%	a.a	07/03/2024	7.249	102.992	110.241	3.355	104.739	108.094
CRI Campinas e Estação	IPCA	6,71%	a.a	06/03/2026	2.473	35.139	37.612	1.138	35.542	36.681
CRI Campinas e Estação	IPCA	7,04%	a.a	07/03/2029	4.330	61.509	65.838	1.982	61.886	63.869
CCB Itau BBA	TR	9,80%	a.a	13/07/2020	39.805	179.399	219.203	28.862	196.586	225.448
CCB Itau BBA	TR	9,80%	a.a	13/06/2020	5.994	42.781	48.775	6.139	45.834	51.973
CRI Itau BBA	TR	9,31%	a.a	19/03/2025	15.972	579.008	594.980	13.998	583.987	597.985
CRI Itau S.A.	TR	9,80%	a.a	19/10/2021	9.665	95.509	105.174	9.074	97.786	106.860
CRI Itau S.A.	TR	9,80%	a.a	16/02/2023	9.033	107.249	116.282	8.637	109.239	117.876
Santander	TR	9,33%	a.a	01/10/2019	9.612	57.643	67.255	8.761	60.341	69.102
Santander	TR	9,34%	a.a	20/04/2023	10.904	95.641	106.545	9.571	98.845	108.416
Santander	TR	9,30%	a.a	21/12/2019	3.895	16.813	20.708	3.809	17.740	21.549
CRI Bradesco	TR	9,90%	a.a	25/02/2025	34.891	625.956	660.847	33.070	622.030	655.100
CRI Itau S.A.	TR	9,81%	a.a	30/06/2017	15.617	15.619	31.236	15.562	19.455	35.017
Financiamento Bradesco	TR	9,80%	a.a	28/06/2022	8.419	49.677	58.095	6.025	53.900	59.925
CCB Itau BBA	TR	9,80%	a.a	13/06/2020	19.697	133.876	153.573	18.416	139.090	157.506
Banco do Brasil	TR	10,2%	a.a	15/04/2022	17.545	97.312	114.857	16.799	101.831	118.630
Bradesco	TR	9,90%	a.a	28/05/2022	971	6.079	7.050	1.018	6.275	7.293
Banco do Nordeste	PRÉ	3,53%	a.a	25/03/2019	3.023	9.326	12.350	3.294	9.856	13.150
Banco do Nordeste*	PRÉ	2,94%	a.a	26/12/2024	2.094	17.744	19.839	2.091	18.298	20.389
CRI BTG Pactual*	IGP-M	8,50%	a.a	20/04/2023	1.864	19.864	21.728	1.768	19.819	21.587
Total					885.500	4.443.994	5.329.494	438.393	4.967.074	5.405.467

*A tabela acima das informações financeiras ajustadas considera a dívida das Controladas em conjunto, SPE Macaé no valor de R\$21,7 milhões e SPE Mônaco no valor de R\$ 19,8 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.



Indicadores Financeiros (Trimestre):

Reconciliação do NOI (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	2T15	2T14	%	2T15	2T14	%
Receita Bruta	355.904	343.014	3,8%	376.137	359.214	4,7%
(-) Prestação de Serviços	(25.544)	(23.289)	9,7%	(25.076)	(22.799)	10,0%
(-) Custos	(24.230)	(24.348)	-0,5%	(29.650)	(26.532)	11,8%
(+) Debêntures do Araguaia	1.862	1.740	7,0%	1.862	1.740	7,0%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(2.584)	(2.237)	15,5%	(2.584)	(2.237)	15,5%
NOI	305.407	294.881	3,6%	320.689	309.386	3,7%
Margem %	92,4%	92,2%	0,2 p.p	91,3%	92,0%	-0,7 p.p

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	2T15	2T14	%	2T15	2T14	%
Receita Líquida	328.602	317.052	3,6%	347.888	332.458	4,6%
(-) Custos e Despesas	(68.740)	(67.327)	2,1%	(74.471)	(69.553)	7,1%
(+) Depreciação e Amortização	2.564	2.615	-1,9%	2.565	2.610	-1,7%
(+) Outras Receitas Operacionais	363.832	322.412	12,8%	399.651	343.402	16,4%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	33.135	23.622	40,3%	-	-	-
EBITDA	659.393	598.374	10,2%	675.633	608.917	11,0%
(-) Propriedade para Investimento	(364.395)	(321.902)	13,2%	(400.227)	(342.887)	16,7%
(+) Debêntures do Araguaia	1.862	1.740	7,0%	1.862	1.740	7,0%
(-) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(22.472)	(13.913)	61,5%	-	-	-
EBITDA Ajustado	274.387	264.299	3,8%	277.268	267.770	3,5%
Margem %	83,5%	83,4%	0,1 p.p	79,7%	80,5%	-0,8 p.p

Reconciliação do FFO (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	2T15	2T14	%	2T15	2T14	%
Lucro Líquido	330.277	298.739	10,6%	330.277	298.739	10,6%
(+) Depreciação e Amortização	2.564	2.615	-1,9%	2.565	2.610	-1,7%
FFO	332.841	301.354	10,4%	332.842	301.349	10,5%
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	(46.185)	(28.584)	61,6%	(46.185)	(28.584)	61,6%
(+) Swap a Mercado (MTM)	24.978	11.282	121,4%	24.978	8.138	206,9%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	151.941	141.366	7,5%	164.986	148.860	10,8%
(-) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(22.472)	(13.913)	61,5%	-	-	-
(-) Propriedade para Investimento	(364.395)	(321.902)	13,2%	(400.227)	(342.887)	16,7%
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv)	13.023	21.686	-39,9%	13.023	21.686	-39,9%
FFO Ajustado	89.730	111.288	-19,4%	89.417	108.562	-17,6%
Margem %	27,3%	35,1%	-7,8 p.p	25,7%	32,7%	-7,0 p.p



Indicadores Financeiros (Acumulado):

Reconciliação do NOI (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	6M15	6M14	%	6M15	6M14	%
Receita Bruta	703.657	676.924	3,9%	743.350	707.862	5,0%
(-) Prestação de Serviços	(52.210)	(47.408)	10,1%	(50.899)	(46.120)	10,4%
(-) Custos	(48.258)	(52.365)	-7,8%	(59.154)	(57.070)	3,7%
(+) Debêntures do Araguaia	4.020	3.853	4,3%	4.020	3.853	4,3%
(-) Crédito Presumido PIS/COFINS	(5.228)	(4.509)	15,9%	(5.228)	(4.509)	15,9%
NOI	601.982	576.495	4,4%	632.089	604.016	4,6%
<i>Margem %</i>	<i>92,4%</i>	<i>91,6%</i>	<i>0,8 p.p</i>	<i>91,3%</i>	<i>91,3%</i>	<i>0,0 p.p</i>

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	6M15	6M14	%	6M15	6M14	%
Receita Líquida	649.962	625.521	3,9%	687.744	654.879	5,0%
(-) Custos e Despesas	(144.623)	(144.526)	0,1%	(156.129)	(149.313)	4,6%
(+) Depreciação e Amortização	5.076	5.304	-4,3%	5.077	5.270	-3,7%
(+) Outras Receitas Operacionais	364.091	329.291	10,6%	399.907	350.283	14,2%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	41.587	31.936	30,2%	-	-	-
EBITDA	916.093	847.526	8,1%	936.599	861.119	8,8%
(-) Propriedade para Investimento	(364.395)	(321.902)	13,2%	(400.227)	(342.887)	16,7%
(+) Debêntures do Araguaia	4.020	3.853	4,3%	4.020	3.853	4,3%
(-) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(22.472)	(16.859)	33,3%	-	-	-
EBITDA Ajustado	533.246	512.618	4,0%	540.392	522.085	3,5%
<i>Margem %</i>	<i>82,0%</i>	<i>82,0%</i>	<i>0,1 p.p</i>	<i>78,6%</i>	<i>79,7%</i>	<i>-1,2 p.p</i>

Reconciliação do FFO (R\$ mil)

	Informações Contábeis			Informações Financeiras Ajustadas		
	6M15	6M14	%	6M15	6M14	%
Lucro Líquido	197.571	352.490	-43,9%	197.571	352.490	-43,9%
(+) Depreciação e Amortização	5.076	5.304	-4,3%	5.077	5.270	-3,7%
FFO	202.647	357.794	-43,4%	202.648	357.760	-43,4%
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	199.846	(64.893)	-408,0%	199.846	(64.893)	-408,0%
(+) Swap a Mercado (MTM)	(33.922)	26.204	-229,5%	(33.922)	23.061	-247,1%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	208.498	185.852	12,2%	222.569	193.725	14,9%
(-) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(22.472)	(16.859)	33,3%	-	-	-
(+) Propriedade para Investimento	(364.395)	(321.902)	13,2%	(400.227)	(342.887)	16,7%
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv)	13.023	21.686	-39,9%	13.023	21.686	-39,9%
FFO Ajustado	203.224	187.881	8,2%	203.936	188.451	8,2%
<i>Margem %</i>	<i>31,3%</i>	<i>30,0%</i>	<i>1,2 p.p</i>	<i>29,7%</i>	<i>28,8%</i>	<i>0,9 p.p</i>

