



*40 anos*  
 **Multiplan**

## **2T15** Relatório de Resultados

### **Teleconferência de Resultados**

**Data:** 31 de julho de 2015 (sexta-feira)

**Português:** 11h00min (Brasília)

10h00min (EDT Nova York)

**Inglês:** 12h30min (Brasília)

11h30min (EDT Nova York)

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

### **Telefones de conexão:**

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

+55 (11) 2820-4001

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

**Outros países:**

+1 (786) 924-6977

**Código de acesso:** Multiplan

## Aviso Legal

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis. A Companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações.

As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prognosticar", "projetar", "objetivar" e termos similares são utilizados para identificar tais afirmações.

As projeções referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles expressos ou sugeridos em tais projeções. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou da expectativa da Companhia. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan.

Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão tornar-se diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos. Tais projetos poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos.

Neste relatório, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes até 31 de dezembro de 2012, conforme informado abaixo.

Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores [www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri).

## Relatório Gerencial

Durante o exercício de 2012, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu os seguintes pronunciamentos que afetam as atividades da Companhia e suas controladas, dentre outros: (i) CPC 18 (R2) - Investimento em Coligada, em Controlada e em Empreendimento Controlado em Conjunto; (ii) CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto. Esses pronunciamentos passaram a ter sua aplicação requerida para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. Tais pronunciamentos determinam, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Nesse caso, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Manati Empreendimentos e Participações S.A., empresa detentora de 75% do Shopping Santa Úrsula, e os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome. Este relatório possui caráter gerencial e, por essa razão, não considera a aplicação dos CPCs 18 (R2) e 19 (R2). Dessa forma, as informações e/ou análises de desempenho constantes deste relatório consideram a consolidação proporcional da Manati Empreendimentos e Participações S.A., e da Parque Shopping Maceió S.A. Para informações adicionais, favor consultar a nota 9.4 das Demonstrações Financeiras de 30 de junho de 2015.

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

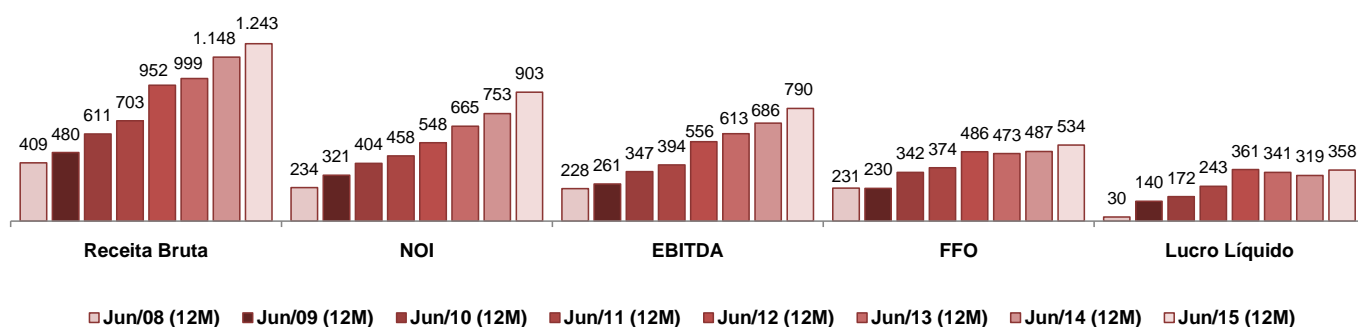
Favor consultar a página 34 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelos Pronunciamentos Contábeis CPC 18 (R2) e CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

01. Demonstração de Resultados Consolidados – Gerencial.....	5
02. Valor Justo das Propriedades para Investimento - CPC 28.....	6
03. Indicadores Operacionais .....	8
04. Receita Bruta .....	11
05. Resultados da Participação em Propriedades .....	12
06. Resultados da Administração de Shopping Centers.....	16
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	17
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários.....	17
09. Resultados Financeiros .....	18
10. Desenvolvimento de Projetos .....	23
11. MULT3 e Mercado de Ações .....	27
12. Portfólio.....	28
13. Estrutura Societária .....	30
14. Dados Operacionais e Financeiros.....	32
15. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial .....	34
16. Anexos.....	37
17. Glossário.....	41

### Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

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

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



Desempenho histórico dos resultados da Multiplan (R\$ milhões)

### Visão Geral

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil. A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. Ao final do 2T15, a Multiplan detinha – com uma participação média de 73,8% - 18 shopping centers com ABL total de 767.554 m<sup>2</sup>, dos quais 17 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 5.400 lojas e tráfego anual estimado em 180 milhões de visitas. Adicionalmente, a Multiplan detinha – com uma participação média de 92,4% - 2 conjuntos de torres comerciais com ABL total de 87.558 m<sup>2</sup>, que somados ao ABL de shopping center somam um ABL total de 855.112 m<sup>2</sup>.



# LUCRO LÍQUIDO ATINGE R\$96 MILHÕES E FFO MARCA R\$138 MILHÕES NO 2T15

Desempenho resiliente no segundo trimestre, apesar do frágil ambiente econômico, conduzido por fortes métricas operacionais, que levaram a altas margens, sustentando o aumento do lucro líquido

**Elevada demanda por espaços** – A taxa de ocupação no 2T15 foi de 98,4%. A baixa disponibilidade de lojas desencadeou o desenvolvimento de pequenas expansões em seis shopping centers, totalizando 10.228 m<sup>2</sup> de ABL no curto prazo. 1

**Custo de ocupação e taxa de inadimplência estáveis** – Apesar da aceleração de 8,0% da receita de locação, o crescimento das vendas e o controle das despesas de condomínio dos shoppings permitiu o custo de ocupação permanecer estável comparado ao 2T14, em 12,6%. A taxa de inadimplência foi de 1,5% no 2T15, a menor taxa de segundo trimestre nos últimos cinco anos. 1

**Morumbi Corporate tem aumento contínuo na receita de locação** – O complexo de escritórios atingiu no 2T15 90% da ABL locada, e registrou R\$15,0 milhões de receita de locação, em comparação a R\$10,1 milhões no 2T14.

**Crescimento do NOI guiado pelo aumento de receita e diminuição de despesas** – O NOI cresceu 11,3%, para R\$227,3 milhões no 2T15, beneficiado pelo aumento de 8,6% na receita de locação + estacionamento e uma redução de 11,2% nas despesas de shopping centers. 2

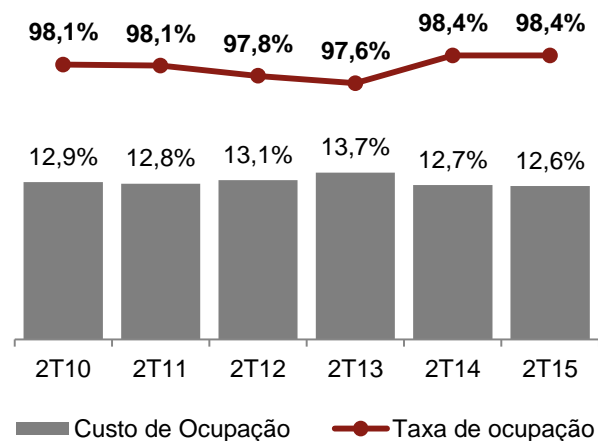
**Controle de despesas leva a melhora de margens** – Além das despesas de shopping center mais baixas, outras contas de despesas, tais como Sede, mantiveram-se controladas na comparação ano/ano levando a algumas das maiores margens desde a abertura de capital da empresa. 3

**Novo financiamento e custo da dívida abaixo da Selic** – A Dívida líquida sobre EBITDA estava em 2,4x no final do 2T15, e um novo contrato de financiamento de quinze anos de R\$280,0 milhões foi assinado ao custo de TR + 9,25% a.a.

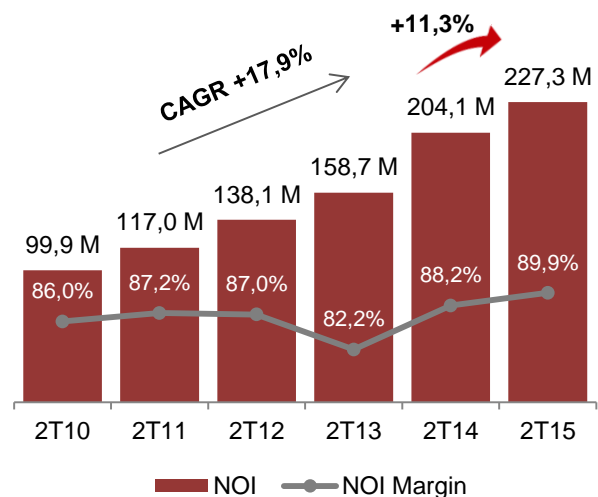
**Crescimento do lucro líquido desencadeia novo anúncio de JCP** – Com um lucro líquido de R\$96,3 milhões e um FFO de R\$138,4 milhões no 2T15, a Multiplan anunciou R\$90,0 milhões de Juros sobre o Capital Próprio (JCP), baseado nas Demonstrações Financeiras de 31 de maio de 2015.

**Multiplan trabalha em 256 mil m<sup>2</sup> de ABL futura** – No 2T15 a empresa lançou um novo shopping, adquiriu um terreno para um futuro projeto *greenfield*, comprou potencial construtivo, entregou expansões estratégicas e analisou novos projetos, totalizando 256 mil m<sup>2</sup> de ABL futura. Além disso, a Multiplan monitora continuamente o mercado buscando momentos oportunos para lançar projetos multiuso.

## 1 Evolução da Taxa e Custo de Ocupação



## 2 Evolução do NOI e Margem



## 3 Evolução das Margens

	2T15	2T14	2T13
NOI	89,9%	88,2%	82,2%
NOI + Cessão de Direitos	90,1%	88,6%	83,4%
EBITDA de Propriedades	76,1%	75,7%	68,7%
Lucro Líquido	37,3%	34,3%	29,6%
FFO	53,6%	52,8%	46,1%

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

(R\$'000)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
Receita de Locação	201.142	186.249	▲ 8,0%	395.359	354.171	▲ 11,6%
Serviços	25.714	27.548	▼ 6,7%	53.332	59.735	▼ 10,7%
Cessão de direitos	5.880	9.495	▼ 38,1%	13.775	19.751	▼ 30,3%
Receita de estacionamento	43.175	38.633	▲ 11,8%	85.667	74.048	▲ 15,7%
Venda de imóveis	1.655	28.543	▼ 94,2%	12.941	54.396	▼ 76,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	8.551	6.599	▲ 29,6%	17.241	18.010	▼ 4,3%
Outras	882	1.201	▼ 26,6%	1.646	2.108	▼ 21,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>287.000</b>	<b>298.268</b>	<b>▼ 3,8%</b>	<b>579.960</b>	<b>582.220</b>	<b>▼ 0,4%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.530)	(25.794)	▲ 10,6%	(56.788)	(52.497)	▲ 8,2%
<b>Receita Líquida</b>	<b>258.470</b>	<b>272.474</b>	<b>▼ 5,1%</b>	<b>523.172</b>	<b>529.723</b>	<b>▼ 1,2%</b>
Despesas de sede	(32.838)	(31.587)	▲ 4,0%	(58.502)	(56.082)	▲ 4,3%
Despesas com opções de ações	(3.022)	(3.540)	▼ 14,7%	(6.951)	(6.626)	▲ 4,9%
Despesas de shopping centers	(22.047)	(24.841)	▼ 11,2%	(45.004)	(50.385)	▼ 10,7%
Despesas com escritórios para locação	(3.556)	(2.540)	▲ 40,0%	(6.786)	(5.969)	▲ 13,7%
Despesas com novos projetos para locação	(5.402)	(2.493)	▲ 116,7%	(7.155)	(8.827)	▼ 18,9%
Despesas com novos projetos para venda	(1.295)	(2.288)	▼ 43,4%	(1.947)	(6.002)	▼ 67,6%
Custo de imóveis vendidos	(4.190)	(17.919)	▼ 76,6%	(12.524)	(33.379)	▼ 62,5%
Resultado de equivalência patrimonial	20	406	▼ 95,0%	21	11.415	▼ 99,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(123)	(622)	▼ 80,2%	(4.605)	9.742	nd
<b>EBITDA</b>	<b>186.018</b>	<b>187.050</b>	<b>▼ 0,6%</b>	<b>379.718</b>	<b>383.610</b>	<b>▼ 1,0%</b>
Receitas financeiras	14.976	9.451	▲ 58,5%	26.187	18.978	▲ 38,0%
Despesas financeiras	(57.993)	(48.781)	▲ 18,9%	(114.154)	(98.276)	▲ 16,2%
Depreciações e amortizações	(39.294)	(40.059)	▼ 1,9%	(78.490)	(79.351)	▼ 1,1%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>103.706</b>	<b>107.662</b>	<b>▼ 3,7%</b>	<b>213.261</b>	<b>224.962</b>	<b>▼ 5,2%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.664)	(3.794)	▲ 22,9%	(38.701)	(31.815)	▲ 21,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(2.803)	(10.470)	▼ 73,2%	(8.709)	(17.444)	▼ 50,1%
Participação dos acionistas minoritários	94	(23)	nd	75	(43)	nd
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96.333</b>	<b>93.375</b>	<b>▲ 3,2%</b>	<b>165.927</b>	<b>175.660</b>	<b>▼ 5,5%</b>

(R\$'000)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
<b>NOI</b>	<b>227.265</b>	<b>204.101</b>	<b>▲ 11,3%</b>	<b>446.476</b>	<b>389.875</b>	<b>▲ 14,5%</b>
<i>Margem NOI</i>	89,9%	88,2%	▲ 170 b.p.	89,6%	87,4%	▲ 223 b.p.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>233.145</b>	<b>213.596</b>	<b>▲ 9,2%</b>	<b>460.251</b>	<b>409.626</b>	<b>▲ 12,4%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	90,1%	88,6%	▲ 147 b.p.	89,9%	87,9%	▲ 198 b.p.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>195.600</b>	<b>186.632</b>	<b>▲ 4,8%</b>	<b>391.110</b>	<b>376.770</b>	<b>▲ 3,8%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	76,1%	75,7%	▲ 37 b.p.	76,5%	78,5%	▼ 199 b.p.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>186.018</b>	<b>187.050</b>	<b>▼ 0,6%</b>	<b>379.718</b>	<b>383.610</b>	<b>▼ 1,0%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	72,0%	68,6%	▲ 332 b.p.	72,6%	72,4%	▲ 16 b.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96.333</b>	<b>93.375</b>	<b>▲ 3,2%</b>	<b>165.927</b>	<b>175.660</b>	<b>▼ 5,5%</b>
<i>Margem Líquida</i>	37,3%	34,3%	▲ 300 b.p.	31,7%	33,2%	▼ 145 b.p.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>99.136</b>	<b>103.845</b>	<b>▼ 4,5%</b>	<b>174.635</b>	<b>193.104</b>	<b>▼ 9,6%</b>
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	38,4%	38,1%	▲ 24 b.p.	33,4%	36,5%	▼ 307 b.p.
<b>FFO</b>	<b>138.431</b>	<b>143.904</b>	<b>▼ 3,8%</b>	<b>253.125</b>	<b>272.454</b>	<b>▼ 7,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	53,6%	52,8%	▲ 74 b.p.	48,4%	51,4%	▼ 305 b.p.

## 2. Valor Justo das Propriedades para Investimento de acordo com CPC 28

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa futuros utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM, Capital Asset Pricing Model. Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em (i) estudos realizados e publicados por “Aswath Damodaran” (professor da New York University), (ii) de desempenho das ações da Companhia (Beta), além de (iii) projeções macroeconômicas publicadas no Relatório Focus do Banco Central, e (iv) dados sobre o prêmio de risco do mercado nacional (Risco País, medido pelo Emerging Markets Bond Index Plus Brazil). Baseado nestas premissas, a Companhia estimou uma taxa de desconto média ponderada, nominal e desalavancada, de 15,16% em 30 de junho de 2015, como resultado de uma taxa de desconto base de 14,66%, calculada de acordo com o modelo CAPM, e um prêmio de risco médio ponderado de 48 pontos base. O prêmio de risco foi calculado de acordo com avaliações internas e adicionado à taxa de desconto base em um intervalo entre zero e 200 pontos base na avaliação de cada shopping center, torre comercial ou projeto futuro.

<b>Custo de capital próprio</b>	<b>Jun-15</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Taxa Livre de Risco (Risk Free Rate)	3,49%	3,49%	3,53%	3,57%
Prêmio de risco de mercado	6,11%	6,11%	6,02%	5,74%
Beta ajustado	0,72	0,72	0,77	0,74
Risco país	230 p.b.	230 p.b.	205 p.b.	184 p.b.
Prêmio de risco adicional	48 p.b.	44 p.b.	43 p.b.	59 p.b.
<b>Custo de capital próprio - US\$ nominal</b>	<b>10,69%</b>	<b>10,65%</b>	<b>10,66%</b>	<b>10,25%</b>
<b>Premissas de inflação</b>				
Inflação (Brasil)	6,53%	6,53%	5,98%	5,47%
Inflação (USA)	2,40%	2,40%	2,30%	2,30%
<b>Custo de capital próprio – R\$ nominal</b>	<b>15,16%</b>	<b>15,11%</b>	<b>14,64%</b>	<b>13,66%</b>

O cálculo de Valor Justo das propriedades para investimento reflete o conceito de participantes de mercado. Assim, a Companhia desconsiderou para cálculo dos fluxos de caixa descontados impostos sobre as receitas, impostos e contribuições sobre o lucro, e receitas e despesas decorrentes da prestação de serviços de administração e comercialização.

O fluxo de caixa futuro do modelo foi estimado com base nos fluxos de caixa individuais das propriedades, incluindo o resultado líquido operacional (NOI), cessão de direito recorrente (baseada somente na troca de mix, salvo em projetos em desenvolvimento e projetos futuros), receitas com taxas de transferência, investimentos em revitalização e investimentos em obras em andamento. Para o cálculo da perpetuidade foi considerada uma taxa de crescimento real de 2,0% para shopping centers e zero para torres comerciais.

A Companhia classificou suas propriedades para investimento de acordo com o status de cada uma. A tabela abaixo apresenta a descrição do valor identificado para cada categoria de propriedade e o valor dos ativos na participação da Companhia:

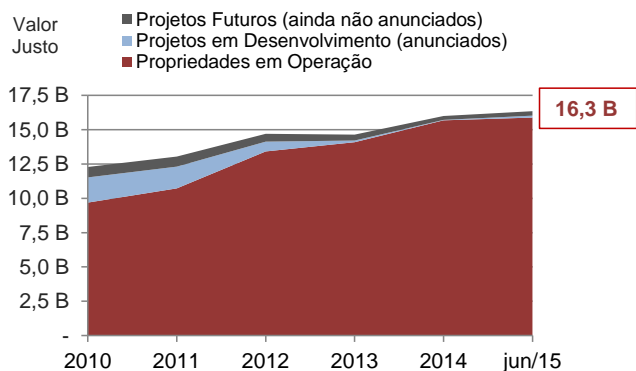
<b>Valor Justo de Propriedades para Investimento</b>	<b>Jun-15</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Shopping Centers e torres comerciais em operação <sup>1 2 3</sup>	R\$ 15,887 M	R\$ 15,683 M	R\$ 14,089 M	R\$ 13,418 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados) <sup>1 2 3</sup>	R\$ 139 M	R\$ 32 M	R\$ 123 M	R\$ 715 M
Projetos futuros (ainda não anunciados)	R\$ 323 M	R\$ 284 M	R\$ 430 M	R\$ 569 M
<b>Total</b>	<b>R\$ 16,349 M</b>	<b>R\$ 15,999 M</b>	<b>R\$ 14,642 M</b>	<b>R\$ 14,702 M</b>

<sup>1</sup> Em 2012, os projetos JundiaíShopping, ParkShopping Campo Grande, Village Mall, ParkShopping Corporate, e a Expansão VII do Ribeirão Shopping foram concluídos e seus ativos transferidos de Projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

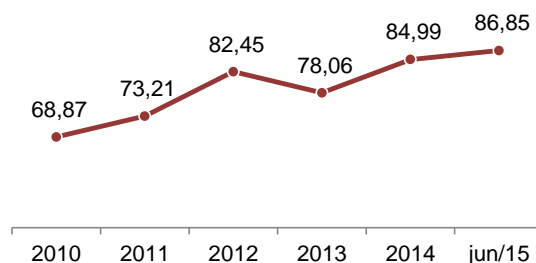
<sup>2</sup> Em 2013, os projetos Expansão VII e Expansão VIII do Ribeirão Shopping, e o Morumbi Corporate foram concluídos e seus ativos transferidos Projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

<sup>3</sup> Em 2014, o projeto Expansão VII do BarraShopping foi concluído e seus ativos transferidos Projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

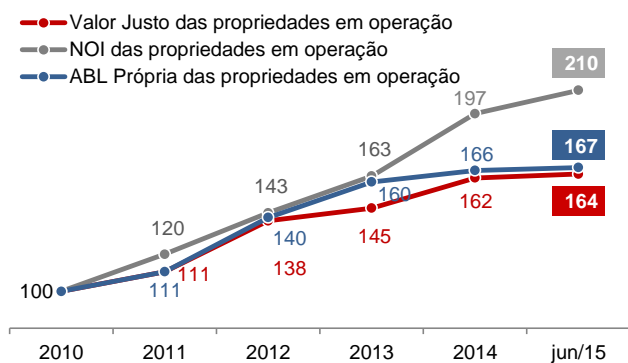
Seguindo o pronunciamento CPC 19 (R2) - Investimento em Coligada, emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), as participações de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e de 50,0% no projeto Parque Shopping Maceió através de Controladas em Conjunto não foram consideradas na avaliação do valor justo.



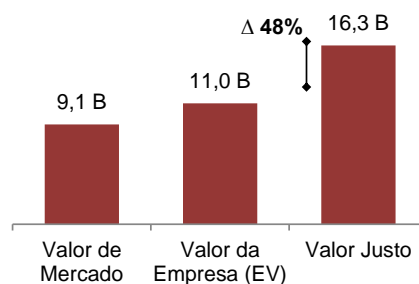
Evolução do Valor Justo<sup>1</sup> (R\$)



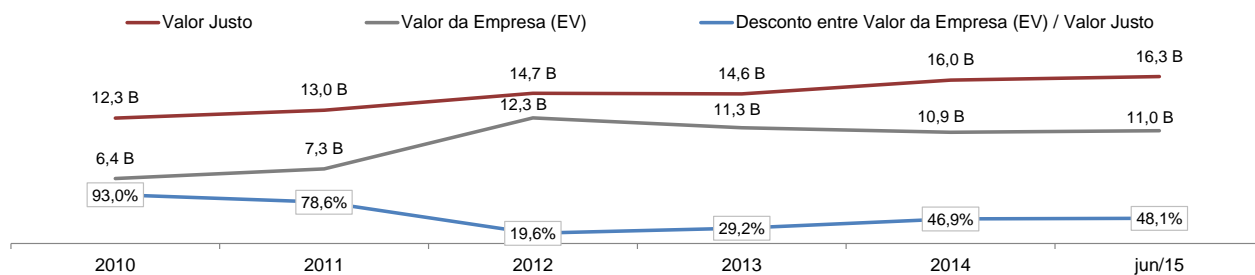
Valor Justo<sup>1</sup> por ação (R\$)



Crescimento do Valor Justo<sup>1</sup>, NOI e ABL própria (Base 100: 2010)



Valor de Mercado<sup>2</sup> vs. Valor da Empresa<sup>3</sup> (EV) vs. Valor Justo<sup>1</sup> – 30 de junho, 2015



Valor Justo<sup>1</sup> e Valor da Empresa<sup>3</sup> (EV) – (R\$)

<sup>1</sup> Calculado de acordo com o CPC 28

<sup>2</sup> Baseado no valor da ação em 30 de junho, 2015, de R\$47,95

<sup>3</sup> A soma do Valor de Mercado e da Dívida Líquida

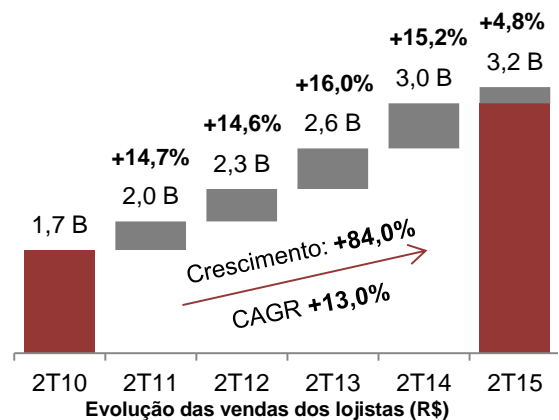
### 3. Indicadores Operacionais

#### 3.1 Vendas

Três estratégias levam à maior marca de vendas/m<sup>2</sup> no 2T

A entrega bem sucedida de expansões, as mudanças no mix de lojistas e a consolidação dos novos shopping centers levou a Multiplan a registrar um crescimento de 4,8% nas vendas, sobre um dos maiores aumentos já registrados, no trimestre anterior de 15,2%, chegando a R\$3,2 bilhões e um novo recorde de vendas de um segundo trimestre, de R\$1.486/m<sup>2</sup> por mês. Nos últimos cinco anos, as vendas cresceram um total de 84,0%.

No 1S15, as vendas cresceram 5,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$6,1 bilhões.



Beneficiando-se das recentes expansões e antecipando as próximas

O BarraShopping apresentou crescimento das vendas de 7,4%, e continua a colher os bons resultados da nova expansão, um ano após a sua abertura. No próximo ano, o shopping center irá completar 35 anos de operação, sustentando ao longo deste período um crescimento forte e consistente. A abertura da expansão do centro médico no fim do ano deverá, mais uma vez, incrementar o fluxo de pessoas.

Continua melhoria do mix de lojistas para um crescimento sustentado

O MorumbiShopping apresentou um aumento de vendas de 6,7% no 2T15, sobre um forte crescimento de 16,5% no 2T14, impulsionado pela contínua melhoria do mix de lojistas que levou o shopping center a registrar as maiores vendas/m<sup>2</sup> do portfólio da Companhia.

Shopping Vila Olímpia foi outro destaque na estratégia de melhoria de mix. Com importantes mudanças na composição das lojas nos últimos anos, suas vendas cresceram 22,3% no 2T15. As mudanças beneficiaram principalmente o terceiro e o quarto andar do shopping, que agora oferece mais opções de entretenimento, moda e restaurantes.

O New York City Center também foi influenciado por mudanças, com a troca no 1T15 de uma loja de eletrodomésticos por dois novos restaurantes que em breve deverão abrir, beneficiando o shopping center no 2S15.

Vendas Shopping Center (100%)	Abertura	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
BH Shopping	1979	265,7 M	263,4 M	▲0,9%	519,0 M	509,5 M	▲1,9%
RibeirãoShopping	1981	176,8 M	181,1 M	▼2,4%	350,7 M	346,7 M	▲1,2%
BarraShopping	1981	448,7 M	417,9 M	▲7,4%	866,5 M	809,6 M	▲7,0%
MorumbiShopping	1982	412,1 M	386,3 M	▲6,7%	757,7 M	718,3 M	▲5,5%
ParkShopping	1983	265,0 M	247,1 M	▲7,2%	514,0 M	479,6 M	▲7,2%
DiamondMall	1996	143,7 M	146,0 M	▼1,5%	276,6 M	277,2 M	▼0,2%
New York City Center	1999	46,5 M	51,1 M	▼9,0%	101,4 M	109,2 M	▼7,1%
Shopping Anália Franco	1999	241,4 M	234,2 M	▲3,1%	459,4 M	441,1 M	▲4,1%
ParkShoppingBarigüi	2003	202,5 M	198,4 M	▲2,1%	398,4 M	384,5 M	▲3,6%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	90,4 M	85,1 M	▲6,1%	175,4 M	164,7 M	▲6,5%
Shopping Santa Úrsula	2008 <sup>2</sup>	42,5 M	42,0 M	▲1,1%	83,7 M	84,4 M	▼0,8%
BarraShoppingSul	2008	181,5 M	175,4 M	▲3,4%	352,5 M	333,2 M	▲5,8%
Shopping Vila Olímpia	2009	99,9 M	81,7 M	▲22,3%	190,9 M	159,4 M	▲19,7%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	129,0 M	127,5 M	▲1,2%	245,6 M	236,6 M	▲3,8%
JundiaíShopping	2012	103,0 M	98,9 M	▲4,2%	198,1 M	183,3 M	▲8,1%
ParkShoppingCampoGrande	2012	98,5 M	92,2 M	▲6,9%	186,7 M	172,0 M	▲8,5%
VillageMall	2012	130,0 M	127,8 M	▲1,7%	238,5 M	220,3 M	▲8,3%
Parque Shopping Maceió	2013	77,7 M	55,4 M	▲40,4%	156,6 M	104,8 M	▲49,5%
<b>Total</b>		<b>3,154,9 M</b>	<b>3,011,4 M</b>	<b>▲4,8%</b>	<b>6,071,9 M</b>	<b>5,734,4 M</b>	<b>▲5,9%</b>

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

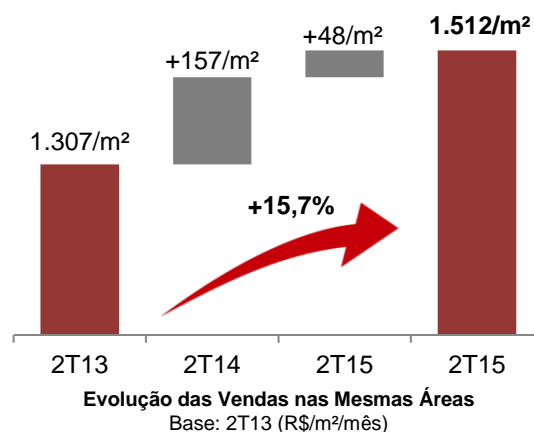
<sup>2</sup> O Shopping Santa Úrsula iniciou suas operações em 1999, e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

### Processo de consolidação no caminho certo

Os quatro shopping centers inaugurados desde o 4T12 (JundiáShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall e Parque Shopping Maceió), apresentaram um aumento combinado de vendas de 9,4% no 2T15. A média mensal de vendas/m<sup>2</sup> combinada atingiu R\$1.032 no trimestre, acima dos R\$967 registrados no 2T14. As vendas/m<sup>2</sup> nos ativos mais recentes reduziram a diferença para o resto do portfólio (uma diferença de 61% no 2T14 em comparação com 54% no 2T15), apesar dos ativos maduros continuarem a melhorar seus números.

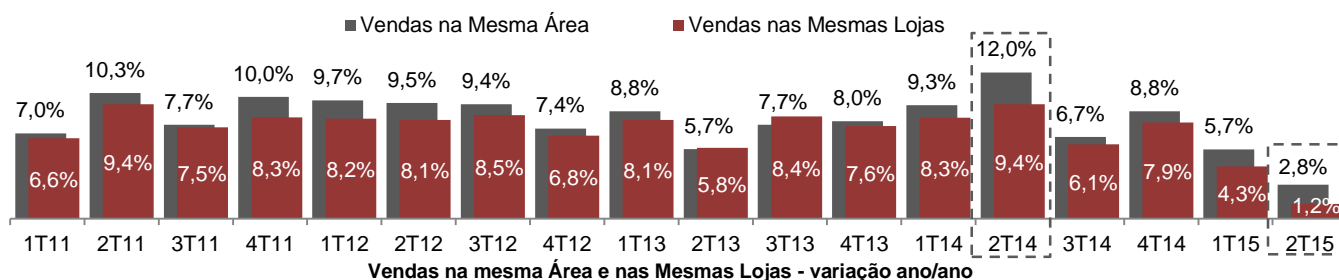
### SAS cresce 2,8% sobre o maior crescimento dos últimos cinco anos

As Vendas na Mesma Área (SAS) e Vendas nas Mesmas Lojas (SSS), no segundo trimestre do ano passado, mostraram um dos mais fortes desempenhos já registrados, de 12,0% e 9,4%, respectivamente. Os efeitos positivos da Copa do Mundo nos segmentos de eletrodomésticos e artigos esportivos, e das mudanças positivas no mix de lojistas, levaram a Multiplan a registrar altas vendas, que foram superadas novamente neste trimestre, apesar da deterioração econômica do país, com crescimentos de 2,8% do SAS e 1,2% do SSS no 2T15. O gráfico ao lado mostra o efeito acumulado do forte crescimento sobre a alta base de vendas. O SAS cresceu nos últimos dois anos 14,7%, atingindo no 2T15 o patamar de R\$1.512/m<sup>2</sup>/mês.



Para efeitos de análise apenas, não considerando o segmento de artigos do lar e escritório, o SAS e SSS teriam crescido 4,8% e 3,2%, respectivamente. O crescimento médio do SAS nos últimos dois anos foi de 7,6%, enfatizando o recente bom desempenho de vendas.

Por mais um trimestre, o crescimento do SAS excedeu o SSS em 160 p.b., a terceira maior diferença nos últimos 20 trimestres, novamente demonstrando a capacidade da empresa em aprimorar o mix de lojas e explorar oportunidades de mercado.



### Segmento de Serviços apresenta crescimento de 8,4% no SSS

O crescimento do SSS por segmento e tipo de loja mostrou resultados mais homogêneos do que no 1T15, crescendo em todos os segmentos, exceto no setor de artigos do lar e escritório. Este foi o segmento mais afetado pela crise econômica e pela forte base de comparação impulsionada pela Copa do Mundo e por isenções fiscais em curso durante o 2T14. Excluindo este segmento as lojas âncoras e satélites teriam crescido 2,8% e 3,4%, respectivamente. Mais uma vez, o segmento de serviços foi um destaque, com um sólido crescimento de 8,4%.

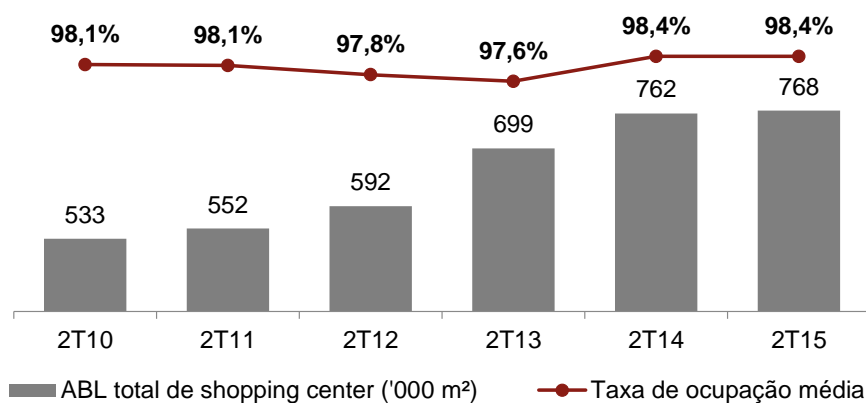
Vendas nas Mesmas Lojas	2T15 x 2T14		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/Áreas Gourmet	-	▲2,3%	▲2,3%
Vestuário	▲2,5%	▲1,8%	▲2,0%
Artigos do Lar & Escritório	▼18,6%	▼10,6%	▼13,7%
Artigos diversos	▲1,4%	▲5,1%	▲4,0%
Serviços	▲7,9%	▲8,7%	▲8,4%
<b>Total</b>	<b>▼1,0%</b>	<b>▲2,0%</b>	<b>▲1,2%</b>

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

### 3.2 Indicadores operacionais

*Taxa de ocupação permanece alta e estável em 98,4%*

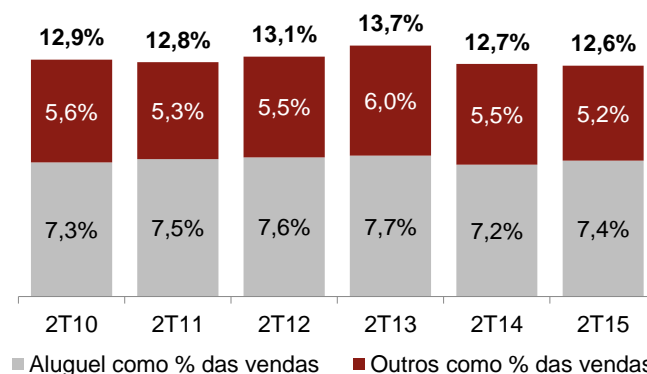
No 2T15, a taxa de ocupação média dos shopping centers manteve-se em um alto patamar e registrou uma taxa de 98,4%, mesmo considerando a adição de 175.360m<sup>2</sup> de ABL total nos últimos três anos. No final do segundo trimestre, 11 dos 18 shopping centers tiveram uma taxa de ocupação maior que 98%, com dois shopping centers totalmente ocupados. A alta taxa de ocupação ressalta a atratividade do portfólio da Multiplan.



**Evolução da taxa de ocupação de shopping center: 2T10 – 2T15**

*Indicadores saudáveis refletem ativos de qualidade*

O custo de ocupação foi de 12,6% no 2T15, menor em 10 p.b. quando comparado ao mesmo período do ano anterior, sendo o menor custo de ocupação em um segundo trimestre nos últimos cinco anos. A queda resultou da combinação do crescimento de vendas e do esforço para redução das despesas comuns de condomínio.

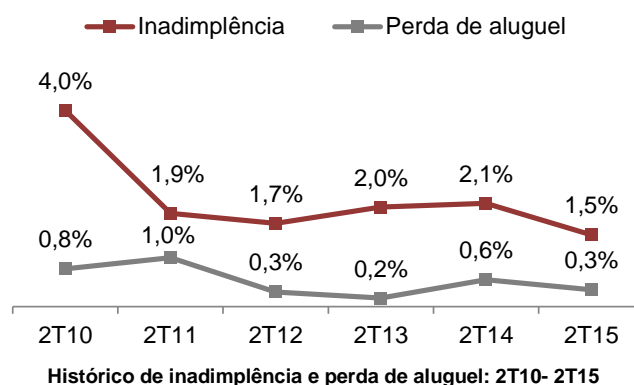


**Abertura do custo de ocupação 2T10 – 2T15**

*Menor taxa de inadimplência dos últimos cinco anos*

A taxa de inadimplência nos shopping centers da Multiplan (atraso no pagamento de aluguel superior a 25 dias) foi de 1,5% no 2T15, a menor taxa de inadimplência do segundo trimestre dos últimos cinco anos. Apesar do cenário econômico adverso, o aumento de vendas, a redução do custo de ocupação, a consolidação dos shopping centers e a melhoria de mix levaram o indicador a este novo recorde.

A perda de aluguel foi de 0,3% no 2T15, menor quando comparado ao mesmo período do ano anterior.



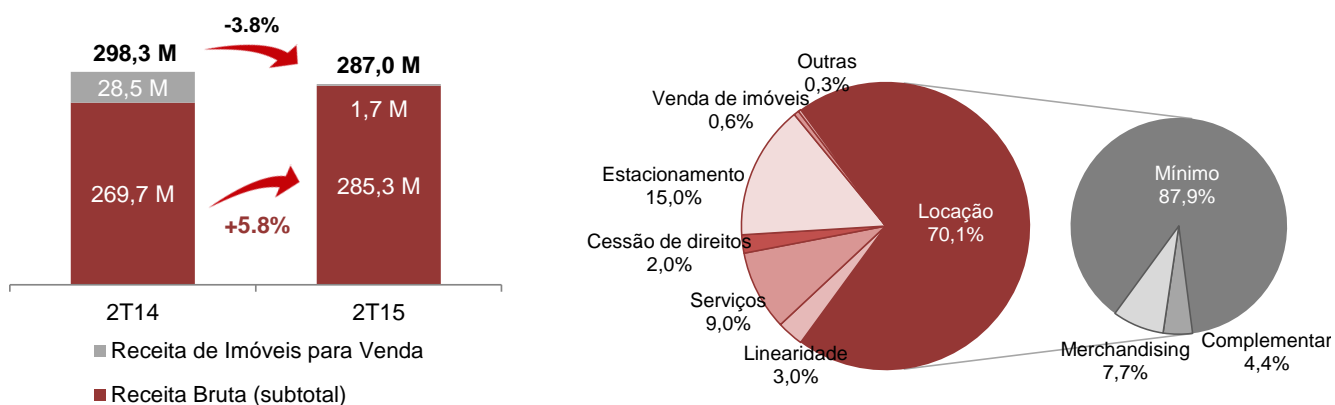
**Histórico de inadimplência e perda de aluguel: 2T10- 2T15**

#### 4. Receita Bruta

Receita bruta atinge R\$287,0 milhões no 2T15

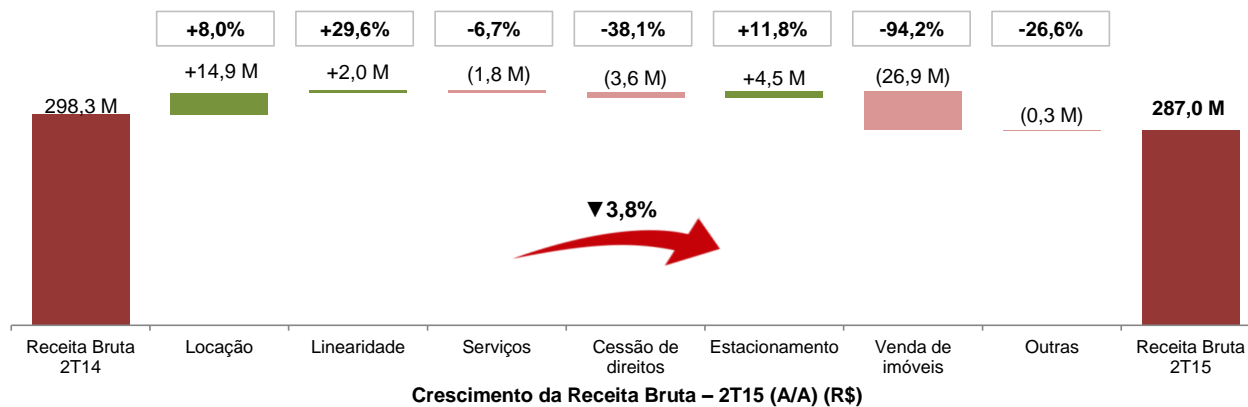
A receita bruta totalizou R\$287,0 milhões no 2T15, tendo a receita de aluguel como o maior componente, acumulando R\$201,1 milhões, um aumento de 8,0% em relação ao 2T14. Uma queda de 94,2% na linha de receita de imóveis para venda, devido à conclusão de duas torres que geraram um forte acréscimo na receita do 2T14, impactou a comparação da receita bruta no período.

No 1S15, a receita bruta permaneceu estável em R\$ 580,0 milhões, sendo que a receita de locação representou 68,2% deste total (R\$ 395,4 milhões).

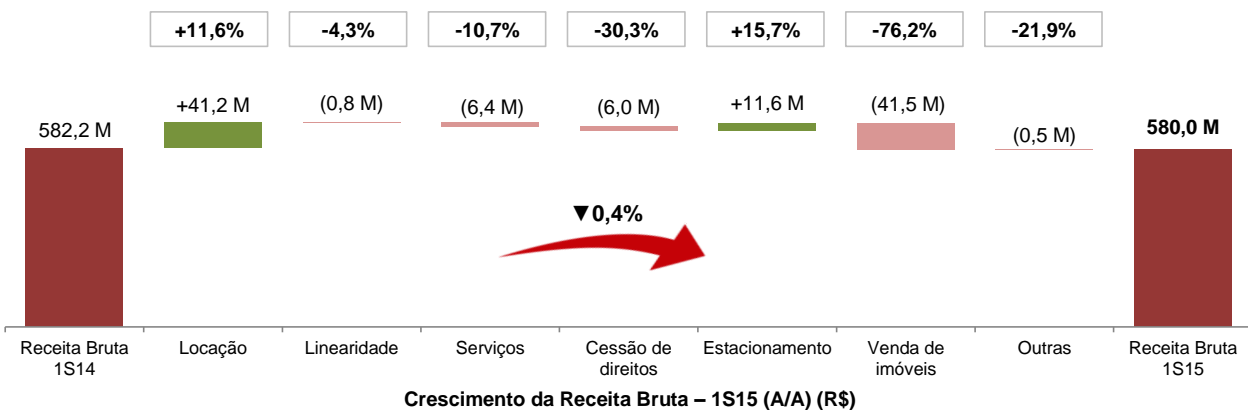


Crescimento da receita bruta – 2T15

Detalhamento da receita bruta – 2T15



Crescimento da Receita Bruta – 2T15 (A/A) (R\$)



Crescimento da Receita Bruta – 1S15 (A/A) (R\$)

## 5. Resultados da Participação em Propriedades

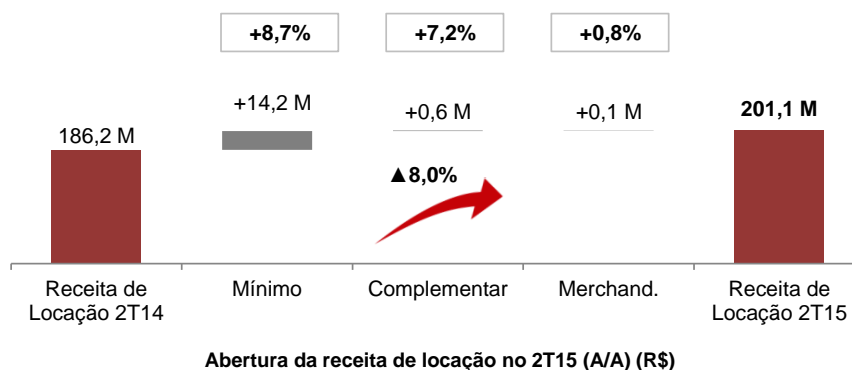
### 5.1 Receita de Locação

Aluguel mínimo cresce 8,7%, para R\$176,8 milhões no 2T15

A receita de locação atingiu R\$201,1 milhões no 2T15, crescendo 8,0% em relação ao 2T14, ou 3,6% em relação ao 1T15. O aluguel mensal médio do portfólio foi de R\$108/m<sup>2</sup> no trimestre, refletindo a alta produtividade dos shopping centers da Multiplan, que continuam a crescer, apesar da forte base de aluguel.

No 2T15 o aluguel mínimo, merchandising e aluguel complementar, representaram 87,9%, 7,7% e 4,4% da receita de locação, respectivamente.

Incluindo o efeito da linearidade, que correspondeu a R\$8,6 milhões no 2T15, a receita de locação teria crescido 8,7% no trimestre. Vale ressaltar que o efeito da linearidade não representa efeito-caixa.



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

Receita de Locação (R\$)	Abertura	2T15	2T14	Var.%	1S15	1S14	Var.%
BH Shopping	1979	19,3 M	17,9 M	▲7,8%	37,6 M	35,1 M	▲7.2%
RibeirãoShopping	1981	11,4 M	11,7 M	▼2,9%	22,7 M	22,0 M	▲2.9%
BarraShopping	1981	24,1 M	21,5 M	▲11,7%	47,5 M	41,8 M	▲13.8%
MorumbiShopping	1982	25,7 M	24,2 M	▲5,9%	49,3 M	47,3 M	▲4.2%
ParkShopping	1983	12,8 M	11,5 M	▲11,3%	24,8 M	22,0 M	▲12.9%
DiamondMall	1996	9,7 M	9,5 M	▲2,5%	19,5 M	18,5 M	▲5.6%
New York City Center	1999	1,7 M	1,8 M	▼4,2%	3,7 M	3,4 M	▲9.3%
Shopping Anália Franco	1999	6,3 M	6,0 M	▲4,6%	12,3 M	11,7 M	▲5.3%
ParkShoppingBarigüi	2003	12,3 M	11,4 M	▲7,7%	23,9 M	22,1 M	▲8.1%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	6,7 M	5,9 M	▲13,9%	13,1 M	11,8 M	▲10.6%
Shopping Santa Úrsula	2008 <sup>2</sup>	1,3 M	1,4 M	▼3,6%	2,5 M	2,6 M	▼4.5%
BarraShoppingSul	2008	13,1 M	12,4 M	▲5,6%	25,8 M	23,6 M	▲9.5%
Shopping Vila Olímpia	2009	4,7 M	5,0 M	▼5,7%	9,0 M	9,1 M	▼1.4%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	9,9 M	10,0 M	▼1,1%	19,8 M	19,4 M	▲1.7%
JundiaíShopping	2012	8,0 M	7,0 M	▲13,6%	15,4 M	13,3 M	▲15.5%
ParkShoppingCampoGrande	2012	7,9 M	7,6 M	▲4,1%	15,9 M	14,9 M	▲6.8%
VillageMall	2012	8,2 M	8,9 M	▼7,3%	17,0 M	15,0 M	▲13.3%
Parque Shopping Maceió	2013	2,9 M	2,4 M	▲23,2%	5,8 M	4,7 M	▲23.4%
Morumbi Corporate	2013	15,0 M	10,1 M	▲48,4%	29,5 M	15,7 M	▲87.4%
ParkShopping Corporate	2014	0,1 M	-	n.d.	0,1 M	-	n.d.
<b>Subtotal</b>		<b>201,1 M</b>	<b>186,2 M</b>	<b>▲8,0%</b>	<b>395,4 M</b>	<b>354,2 M</b>	<b>▲11,6%</b>
Efeito da linearidade		<b>8,6 M</b>	<b>6,6 M</b>	<b>▲29,6%</b>	<b>17,2 M</b>	<b>18,0 M</b>	<b>▼4,3%</b>
<b>Total</b>		<b>209,7 M</b>	<b>192,8 M</b>	<b>▲8,7%</b>	<b>412,6 M</b>	<b>372,2 M</b>	<b>▲10,9%</b>

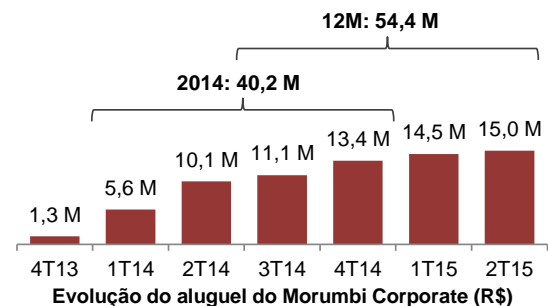
<sup>1</sup> O Pátio Savassi inaugurou em 2004, e foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007.

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

No 2T15, o resultado de aluguel foi positivamente impactado pelos shopping centers com mais de 30 anos de operação e pelo Morumbi Corporate. BarraShopping e ParkShopping foram os maiores destaques entre os ativos consolidados, com crescimento de 11,7% e 11,3% respectivamente. Morumbi Corporate adicionou R\$4,9 milhões sobre 2T14, alcançando um crescimento de 48,4%. Novos shoppings centers também contribuíram, com o JundiaíShopping obtendo um sólido crescimento de aluguel de 13,6% no trimestre.

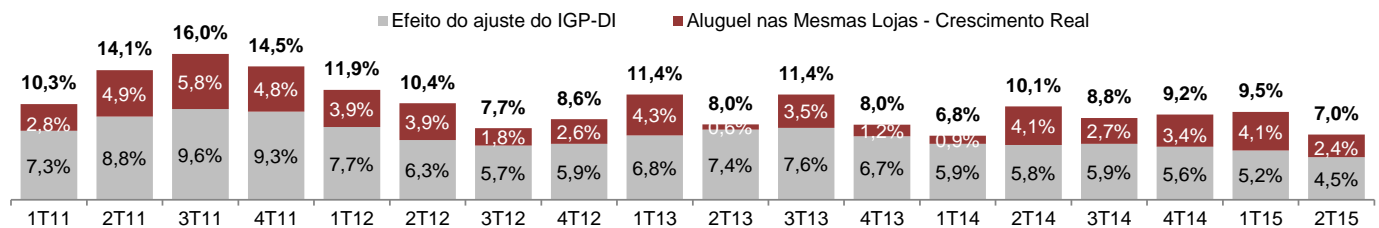
*Morumbi Corporate registra receita de locação de R\$15,0 milhões*

Morumbi Corporate, o complexo de duas torres contíguas ao MorumbiShopping, contribuiu com R\$15,0 milhões de aluguel em 2T15, um crescimento de 48,4% comparado com 2T14. Em julho de 2015, 90% da área da torre já havia sido locada.

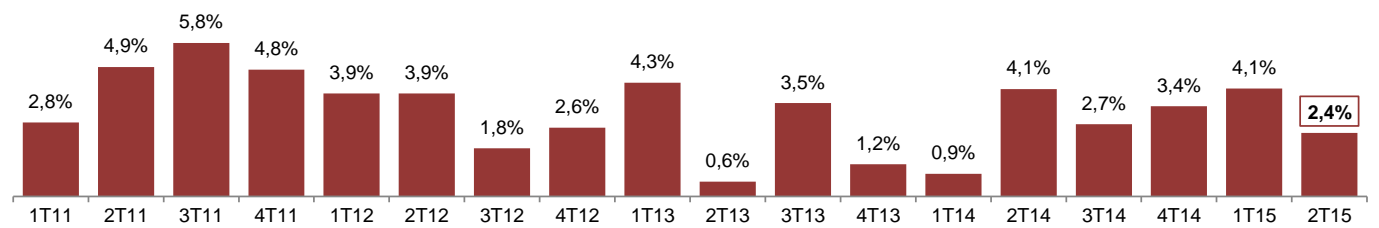


*SSR cresce 7,0%, com crescimento real de 2,4% no 2T15*

O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) cresceu 7,0% no 2T15, comparado com 2T14, chegando a uma média mensal de R\$103/m<sup>2</sup>. O resultado é significativo dado o crescimento de 10,1% no 2T14, construindo, assim, uma forte base de comparação. O efeito do IGP-DI foi de 4,5% no trimestre, levando a um crescimento real de 2,4%.



Aluguel nas Mesmas Lojas – Crescimento nominal e real

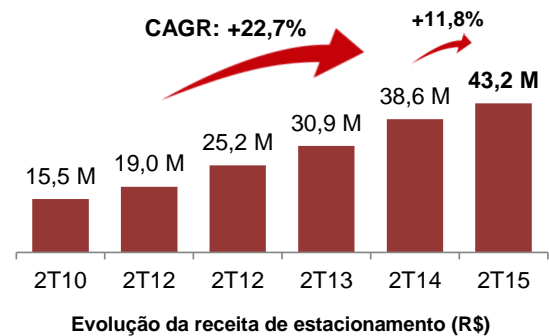


Aluguel nas Mesmas Lojas - Crescimento real

## 5.2 Receita de Estacionamento

Receita de estacionamento chega a R\$43,2 milhões, maior em 11,8%

O resultado de estacionamento cresceu 11,8% no 2T15, alcançando R\$43,2 milhões. A entrega de novas vagas no BarraShopping, além do aumento do tráfego nos shopping centers e maior tempo de permanência dos clientes, foram as razões para esta evolução.

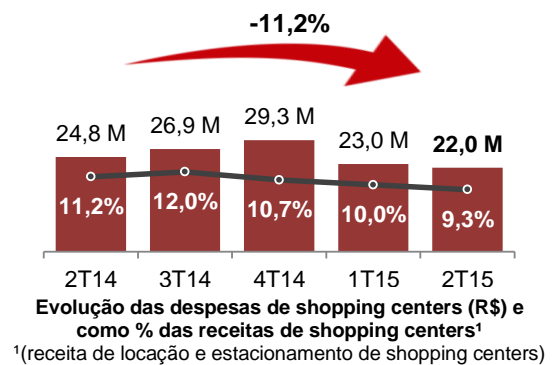


## 5.3 Despesas de Shopping Centers e Torres Comerciais

Despesas de shopping centers decrescem 11,2% no 2T15, atingindo o segundo menor percentual das receitas de shoppings

A companhia conseguiu manter as despesas de shopping centers em R\$22,0 milhões no 2T15, 11,2% menores do que no 2T14. O principal motivo foi o menor custo com lojas vagas, resultado da (i) maior taxa de ocupação e (ii) redução das despesas condominiais.

Como percentual das receitas de shopping center, a despesa caiu 193 p.b., de 11,2% em 2T14 para 9,3% no 2T15. Esse é o segundo menor percentual registrado em segundos trimestres desde a abertura de capital da empresa. É importante notar que esta melhora ocorreu apesar da inauguração de novas áreas.



As despesas com torres comerciais totalizaram R\$3,6 milhões no 2T15, aumentando R\$1,1 milhão em relação ao 2T14, dado o pagamento de impostos sobre propriedade. Morumbi Corporate, atualmente, tem 90% de sua ABL locada, e à medida que a taxa de ocupação do projeto aumenta, é esperado um aumento da margem operacional.

#### 5.4 Resultado Operacional Líquido (NOI)

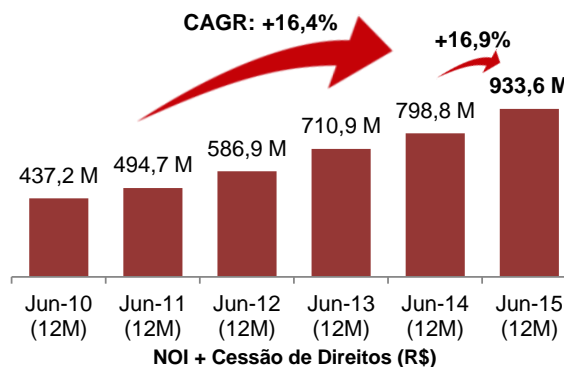
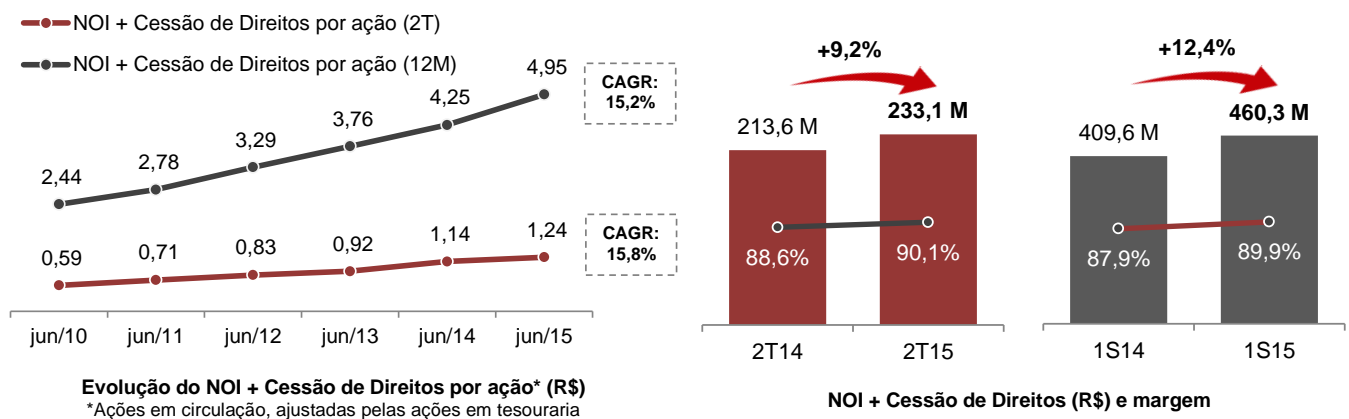
Margem NOI + Cessão de Direitos atinge 90,1%, a maior margem ao longo dos últimos 10 trimestres

A companhia registrou um forte Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos de R\$ 233,1 milhões no 2T15, um aumento de 9,2% em relação ao 2T14. A margem NOI + Cessão de Direitos melhorou 147 p.b. para 90,1%, resultante da combinação do sólido crescimento da receita de shopping center e da redução nas despesas de shopping no trimestre.

Cálculo do NOI (R\$)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
Receita de locação	201,1 M	186,2 M	▲8,0%	395,4 M	354,2 M	▲11,6%
Linearidade	8,6 M	6,6 M	▲29,6%	17,2 M	18,0 M	▼4,3%
Receita de estacionamento	43,2 M	38,6 M	▲11,8%	85,7 M	74,0 M	▲15,7%
<b>Receita operacional</b>	<b>252,9 M</b>	<b>231,5 M</b>	<b>▲9,2%</b>	<b>498,3 M</b>	<b>446,2 M</b>	<b>▲11,7%</b>
Despesas de shopping centers	(22,0 M)	(24,8 M)	▼11,2%	(45,0 M)	(50,4 M)	▼10,7%
Despesas com torres para locação	(3,6 M)	(2,5 M)	▲40,0%	(6,8 M)	(6,0 M)	▲13,7%
<b>NOI</b>	<b>227,3 M</b>	<b>204,1 M</b>	<b>▲11,3%</b>	<b>446,5 M</b>	<b>389,9 M</b>	<b>▲14,5%</b>
Margem NOI	89,9%	88,2%	▲170 p.b.	89,6%	87,4%	▲223 p.b.
<b>Cessão de direitos</b>	<b>5,9 M</b>	<b>9,5 M</b>	<b>▼38,1%</b>	<b>13,8 M</b>	<b>19,8 M</b>	<b>▼30,3%</b>
Receita operacional + CD	258,7 M	241,0 M	▲7,4%	512,0 M	466,0 M	▲9,9%
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>233,1 M</b>	<b>213,6 M</b>	<b>▲9,2%</b>	<b>460,3 M</b>	<b>409,6 M</b>	<b>▲12,4%</b>
Margem NOI + Cessão de direitos	90,1%	88,6%	▲147 p.b.	89,9%	87,9%	▲198 p.b.

Nos 12 meses anteriores a junho de 2015, o NOI + Cessão de Direitos somou R\$ 933,6 milhões, 16,9% maior do que no período anterior.

O NOI + Cessão de Direitos por ação atingiu R\$1,24 no 2T15, o que resulta em um CAGR de 15,8% em cinco anos. No período de 12 meses encerrado em junho de 2015, o NOI + Cessão de Direitos foi de R\$4,95 por ação, equivalente a um CAGR de 15,2% em cinco anos.



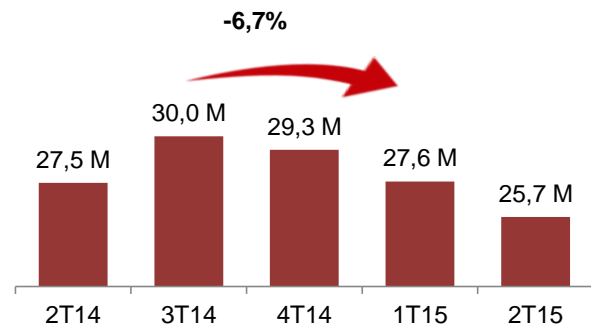
## 6. Resultados da Administração de Shopping Centers

### 6.1 Receita de Serviços

Receitas de serviços totalizam R\$25,7 milhões no 2T15

A receita de serviços, composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, de corretagem e de transferência, registrou R\$25,7 milhões no 2T15.

As taxas de administração cresceram no 2T15 devido ao aumento de ABL e maiores receitas de locação, e foram compensadas pela queda nas receitas de corretagem e taxas de transferências, causadas principalmente pelo menor turnover nos shopping centers da Multiplan.



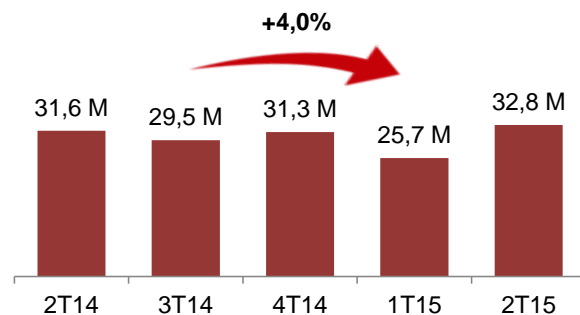
Evolução trimestral da receita de serviços (R\$)

### 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Despesas de sede crescem abaixo da inflação

No 2T15, as despesas de sede aumentaram 4,0% quando comparadas ao mesmo período do ano anterior, mais uma vez abaixo da taxa de inflação nacional (IPCA) para o mesmo período. As despesas de sede aumentaram devido a maiores despesas de serviços, folha de pagamento e viagens.

Como percentual da receita líquida, as despesas de sede foram de 12,7% no segundo trimestre.



Evolução trimestral das despesas de sede (R\$)

## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

### 7.1 Receita de Cessão de Direitos

Cessão de Direitos totalizou R\$13,8 milhões no 1S15

A receita de cessão de direitos apropriada no 2T15 caiu 38,1% para R\$5,9 milhões, impactada pelo menor reconhecimento vindo do Shopping Vila Olímpia, que completou seus primeiros cinco anos em operação (o período de reconhecimento para quase todos os contratos de cessão de direitos), e parcialmente compensada pela cessão de direitos da Expansão VII do BarraShopping, inaugurada no final do 2T14.

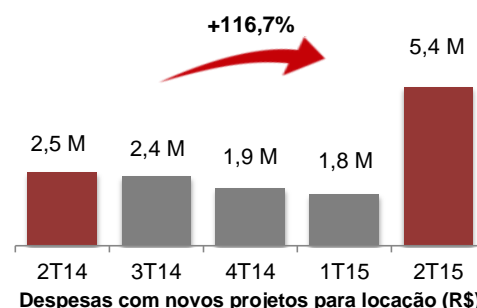
Receita de Cessão de Direitos (R\$)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
Operacional (Recorrente)	0,7 M	1,0 M	▼28,2%	2,1 M	2,2 M	▼3,0%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não recorrente)	5,2 M	8,5 M	▼39,2%	11,6 M	17,6 M	▼33,7%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>5,9 M</b>	<b>9,5 M</b>	<b>▼38,1%</b>	<b>13,8 M</b>	<b>19,8 M</b>	<b>▼30,3%</b>

### 7.2 Despesas com Novos Projetos para Locação

Despesas com Novos Projetos impactada pelo lançamento do ParkShoppingCanoas

As despesas pré-operacionais relacionadas com (i) o lançamento do ParkShoppingCanoas e com (ii) o imposto sobre propriedade de terrenos para desenvolvimento futuro, contribuíram para o aumento das despesas com Novos Projetos para Locação para R\$5,4 milhões, ante R\$2,5 milhões no 2T14.

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



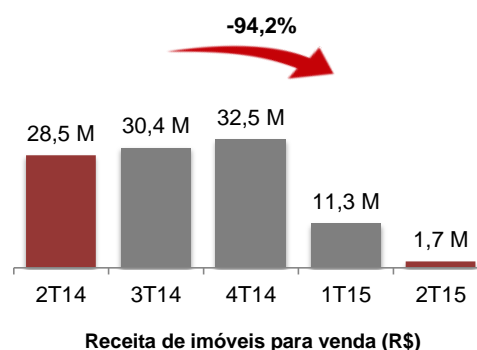
## 8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

As novas torres do Complexo BarraShoppingSul, Résidence du Lac e Diamond Tower, estão prestes a serem concluídas e portanto geraram uma receita de venda de imóveis de R\$1,7 milhão no 2T15, reduzindo sua contribuição em 94,2% quando comparada ao 2T14.

Multiplan apropriou custo de imóveis vendidos de R\$4,2 milhões no 2T15, impulsionado por um leve reajuste no custo de obra, que foi praticamente todo apropriado dado a apropriação físico-financeiro (PoC) estar próximo do fim.

A margem bruta acumulada alcançou 35,2% e a Companhia espera alcançar um VGV médio de R\$11.275/m².

Despesas com Novos Projetos para Venda, compostas principalmente por corretagem e impostos sobre propriedade do banco de terrenos, caíram 43,4%, alcançando R\$1,3 milhão no 2T15.



## 9. Resultados Financeiros

### 9.1 EBITDA

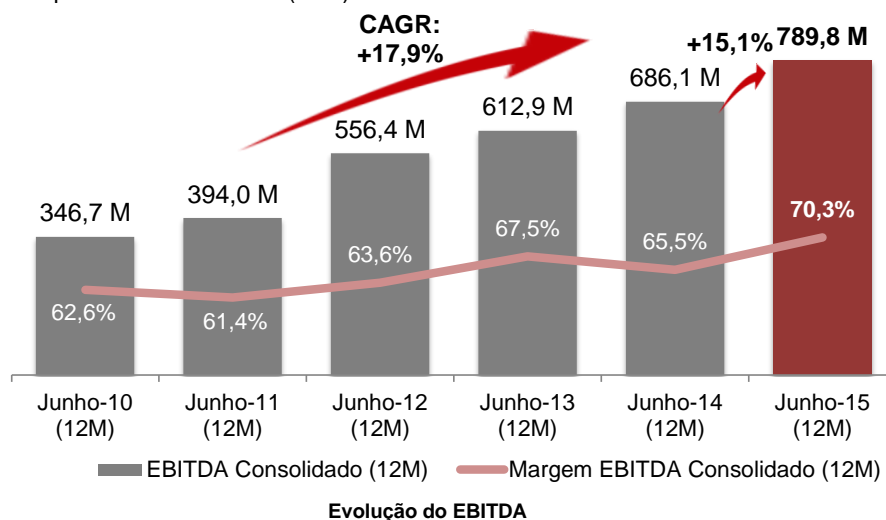
*Margem EBITDA Consolidado aumentou 332 p.b. no 2T15, a maior margem histórica para um segundo trimestre*

O EBITDA Consolidado do trimestre foi em linha (-0,6%) com o 2T14, impactado pela queda na receita líquida (-5,1%), com destaque para a menor receita de venda de imóveis (-94,2%) e cessão de direitos (-38,1%), que foi parcialmente compensada pelo aumento na receita de locação (+8,0%) e estacionamento (+11,8%). Apesar da queda na receita líquida, as despesas/custos caíram ainda mais (-15,2%), devido à queda no custo de imóveis (-76,6%), combinada com a redução nas despesas de shopping centers (-11,2%). Como resultado, a margem EBITDA Consolidado foi de 68,6% no 2T14 para 72,0% no 2T15, a maior margem histórica para um segundo trimestre desde o IPO.

No 1S15, a margem EBITDA Consolidado aumentou para 72,6% de 72,4%, mesmo considerando os efeitos não recorrentes (acordo imobiliário e venda de potencial construtivo) no 1T14, que somaram R\$21,4 milhões. Se esses efeitos fossem excluídos da margem EBITDA Consolidado no 1S14, a margem atual teria aumentado 420 p.b., de 68,4% para 72,6%.

EBITDA Consolidado (R\$)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>258,5 M</b>	<b>272,5 M</b>	<b>▼ 5,1%</b>	<b>523,2 M</b>	<b>529,7 M</b>	<b>▼ 1,2%</b>
Despesas de sede	(32,8 M)	(31,6 M)	▲ 4,0%	(58,5 M)	(56,1 M)	▲ 4,3%
Despesas com opções de ações	(3,0 M)	(3,5 M)	▼ 14,7%	(7,0 M)	(6,6 M)	▲ 4,9%
Despesas de shopping centers	(22,0 M)	(24,8 M)	▼ 11,2%	(45,0 M)	(50,4 M)	▼ 10,7%
Despesas com escritórios para locação	(3,6 M)	(2,5 M)	▲ 40,0%	(6,8 M)	(6,0 M)	▲ 13,7%
Despesas com novos projetos para locação	(5,4 M)	(2,5 M)	▲ 116,7%	(7,2 M)	(8,8 M)	▼ 18,9%
Despesas com novos projetos para venda	(1,3 M)	(2,3 M)	▼ 43,4%	(1,9 M)	(6,0 M)	▼ 67,6%
Custo de imóveis vendidos	(4,2 M)	(17,9 M)	▼ 76,6%	(12,5 M)	(33,4 M)	▼ 62,5%
Resultado de equivalência patrimonial	0,0 M	0,4 M	▼ 95,0%	0,0 M	11,4 M	▼ 99,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(0,1 M)	(0,6 M)	▼ 80,2%	(4,6 M)	9,7 M	n.d.
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>186,0 M</b>	<b>187,1 M</b>	<b>▼ 0,6%</b>	<b>379,7 M</b>	<b>383,6 M</b>	<b>▼ 1,0%</b>
<i>Margem EBITDA Consolidado</i>	<i>72,0%</i>	<i>68,6%</i>	<i>▲ 332 p.b.</i>	<i>72,6%</i>	<i>72,4%</i>	<i>▲ 16 p.b.</i>

Nos últimos 12 meses o EBITDA Consolidado alcançou R\$789,8 milhões, um aumento de 127,8% quando comparado a Junho de 2010 (12 M), implicando em um crescimento anual ponderado (CAGR) de cinco anos de 17,9%. No mesmo período a margem EBITDA Consolidado aumentou 772 p.b. para 70,3%, refletindo os ganhos de eficiência associados ao forte crescimento da ABL. Por último, mas não menos importante, o EBITDA Consolidado cresceu 15,1% em Junho 2015 (12 M) quando comparado a Junho 2014 (12M).

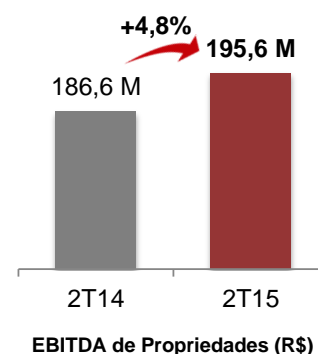


EBITDA de Propriedades registrou R\$195,6 milhões com margem de 76,1% no 2T15

Multiplan introduz uma nova métrica, o EBITDA de Propriedades, com objetivo de apresentar a principal atividade da Companhia: propriedades para locação. A métrica exclui a atividade imobiliária para venda e as despesas relacionadas com desenvolvimento futuro.

Multiplan registrou um crescimento de 4,8% do EBITDA de Propriedades no 2T15, impulsionado pelo aumento da receita bruta de propriedades (+5,8%), com destaque para a receita de locação (+8,0%) e estacionamento (+11,8%), e menores despesas de shopping centers (-11,2%).

No 1S15, o EBITDA de Propriedades atingiu R\$391,1 milhões, um crescimento de 3,8% quando comparado ao 1S14, com uma margem robusta de 76,5%.



EBITDA de Propriedades (R\$)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
<b>Receita Bruta de Propriedades <sup>1</sup></b>	<b>285,3 M</b>	<b>269,7 M</b>	<b>▲ 5,8%</b>	<b>567,0 M</b>	<b>527,8 M</b>	<b>▲ 7,4%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços <sup>2</sup>	(28,4 M)	(23,3 M)	▲ 21,6%	(55,5 M)	(47,6 M)	▲ 16,7%
<b>Receita Líquida de Propriedades</b>	<b>257,0 M</b>	<b>246,4 M</b>	<b>▲ 4,3%</b>	<b>511,5 M</b>	<b>480,2 M</b>	<b>▲ 6,5%</b>
Despesas de sede <sup>2</sup>	(32,6 M)	(28,6 M)	▲ 14,3%	(57,2 M)	(50,8 M)	▲ 12,5%
Despesas com opções de ações <sup>2</sup>	(3,0 M)	(3,2 M)	▼ 6,2%	(6,8 M)	(6,0 M)	▲ 13,1%
Despesas de shopping centers	(22,0 M)	(24,8 M)	▼ 11,2%	(45,0 M)	(50,4 M)	▼ 10,7%
Despesas com escritórios para locação	(3,6 M)	(2,5 M)	▲ 40,0%	(6,8 M)	(6,0 M)	▲ 13,7%
Outras receitas (despesas) operacionais	(0,1 M)	(0,6 M)	▼ 80,2%	(4,6 M)	9,7 M	nd
<b>EBITDA de Propriedades <sup>3</sup></b>	<b>195,6 M</b>	<b>186,6 M</b>	<b>▲ 4,8%</b>	<b>391,1 M</b>	<b>376,8 M</b>	<b>▲ 3,8%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	76,1%	75,7%	▲ 37 b.p.	76,5%	78,5%	▼ 199 b.p.

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

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

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

## 9.2 Resultados Financeiros. Endividamento e Disponibilidades

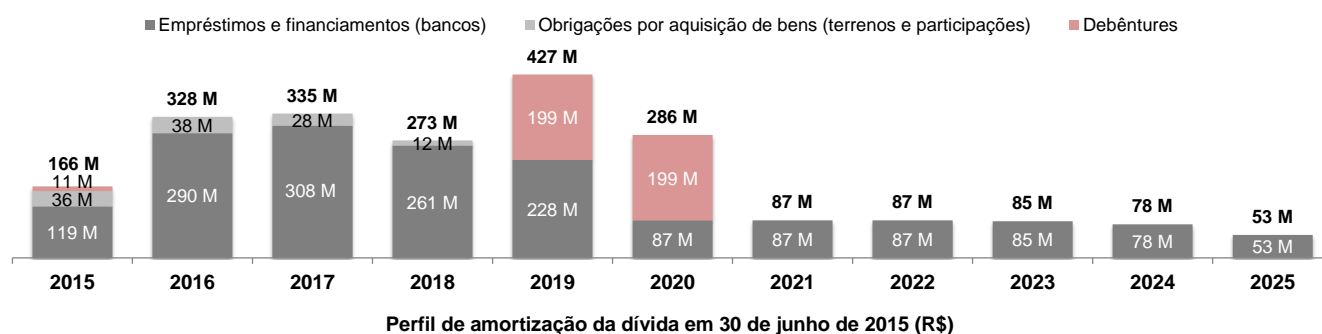
*Alavancagem de 2,44x após o pagamento de R\$93,0 milhões de Juros sobre Capital Próprio e Dividendos*

A Multiplan encerrou o 2T15 com uma dívida líquida de R\$1.928,9 milhões, comparada a R\$1.759,8 milhões no trimestre anterior, impactada pela menor posição de caixa (-33,2%) devido aos desembolsos relacionados com (i) pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio e (ii) CAPEX. O cenário atual apresenta um relação de dívida líquida/EBITDA (12 meses) de 2,44x, e uma dívida líquida equivalente a 11,8% do valor justo das propriedades.

Posição Financeira (R\$)	30 de junho de 2015	31 de março de 2015	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>281,5 M</b>	<b>259,9 M</b>	<b>▲ 8,3%</b>
Empréstimos e financiamentos	213,9 M	211,5 M	▲ 1,1%
Debêntures	10,9 M	21,9 M	▼ 50,2%
Obrigações por aquisição de bens	56,7 M	26,6 M	▲ 113,5%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>1.923,2 M</b>	<b>1.912,7 M</b>	<b>▲ 0,5%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.467,8 M	1.501,0 M	▼ 2,2%
Debêntures	398,2 M	398,2 M	▲ 0,0%
Obrigações por aquisição de bens	57,2 M	13,5 M	▲ 322,1%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.204,7 M</b>	<b>2.172,7 M</b>	<b>▲ 1,5%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>275,8 M</b>	<b>412,9 M</b>	<b>▼ 33,2%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.928,9 M</b>	<b>1.759,8 M</b>	<b>▲ 9,6%</b>
<b>EBITDA (12 M)</b>	<b>789,8 M</b>	<b>790,9 M</b>	<b>▼ 0,1%</b>
<b>Valor Justo das Propriedades para Investimento</b>	<b>16.349,8 M</b>	<b>16.396,3 M</b>	<b>▼ 0,3%</b>

No 2T15, o saldo entre as receitas financeiras e as despesas financeiras gerou uma perda financeira de R\$43,0 milhões, aumentando 9,4% quando comparada ao 2T14.

A posição de caixa foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes ao (i) pagamento de R\$93,0 milhões de dividendos e juros sobre capital próprio do ano fiscal de 2014, (ii) CAPEX de R\$72,4 milhões no período (desembolso de caixa), (iii) amortização de R\$34,9 milhões referente a empréstimos e financiamentos de curto prazo, (iv) pagamento de R\$9,3 milhões em obrigações para aquisição de bens; que foram parcialmente compensados pela (v) geração de caixa das operações atuais.



A estabilidade do EBITDA 12 meses, combinado com o aumento de 9,6% na Dívida Líquida, aumentaram a relação Dívida Líquida/EBITDA (12M) de 2,23x no 1T15, para 2,44x no 2T15.

O prazo médio de amortização da dívida no fim do 2T15 foi de 49 meses, comparado com 52 meses no 1T15, parcialmente impactado pelas duas novas obrigações por aquisição de bens, detalhadas na próxima página.

Indicadores Financeiros *	Jun-30 2015	Mar-31 2015
Dívida Líquida/EBITDA (12M)	2,44x	2,23x
Dívida Bruta/EBITDA (12M)	2,79x	2,75x
EBITDA/Despesa Financeira (12M)	3,57x	3,73x
Dívida Líquida/Valor Justo	11,8%	10,7%
Dívida Líquida/Patrimônio Líquido	46,4%	42,3%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	21,6%	16,5%
Prazo Médio de Amortização (meses)	49	52

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

*Novo financiamento: R\$280 milhões em 15 anos a TR +9,25% a.a. para financiar o ParkShoppingCanoas*

Multiplan assinou em maio de 2015, um financiamento de 15 anos de R\$280 milhões com taxa de TR +9,25% a.a., com três anos de carência e 144 parcelas mensais para financiar o ParkShoppingCanoas. Esse financiamento deve ser sacado de acordo com a evolução de obra.

*Compra de potencial construtivo para expandir projetos futuros*

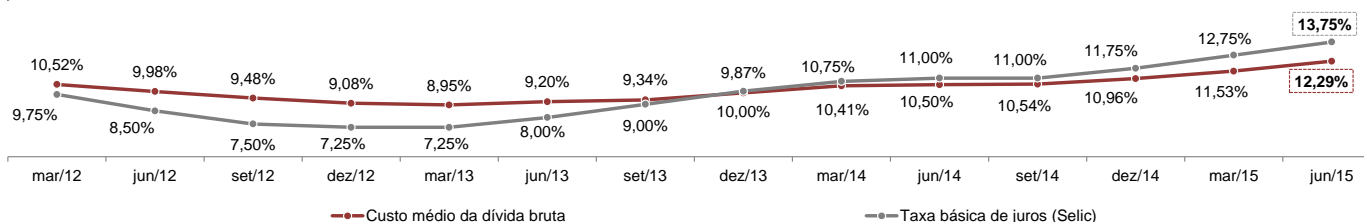
Em abril de 2015, a Companhia adquiriu potencial construtivo no valor de R\$65,4 milhões. A Multiplan pagou R\$22,9 milhões à vista e financiou o saldo em 36 parcelas mensais, totalizando R\$42,5 milhões, com o custo anual atrelado ao CDI. O potencial construtivo deve ser usado para o desenvolvimento de projetos multiuso e expansão futura.

*Novo terreno no Rio de Janeiro*

Em maio de 2015, a Multiplan adquiriu um terreno no Rio de Janeiro, no bairro de Jacarepaguá, no montante de R\$62,7 milhões. A Companhia pagou R\$20,2 milhões à vista e negociou o saldo devedor (R\$42,5 milhões) em uma parcela intermediária (R\$10,2 milhões) e 40 parcelas mensais a um custo anual atrelado ao CDI.

*Custo da dívida 146 p.b. abaixo da Selic*

Durante o segundo trimestre, a taxa básica de juros aumentou 100 p.b. para 13,75% a.a., enquanto o custo médio ponderado da dívida aumentou 76 p.b., encerrando o período a 12,29% a.a., ante 11,53% a.a. em março de 2015, aumentando assim a diferença entre o custo da dívida da Companhia e a taxa básica de juros (Selic), de 122 p.b. no 1T15 para 146 p.b. no 2T15.



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

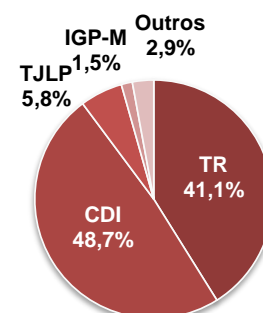
O endividamento da Multiplan continua apresentando uma grande variedade de índices, tendo a TR e o CDI como os maiores representantes da dívida total.

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

	Desempenho do Indexador	Taxa de Juros Média <sup>1</sup>	Custo Da Dívida	Saldo da Dívida (R\$)
TR <sup>2</sup>	1,15%	8,89%	10,14%	905,9 M
CDI	13,75%	0,97%	14,72%	1.073,8 M
TJLP	6,00%	3,25%	9,30%	128,3 M
IGP-M <sup>2</sup>	5,59%	1,45%	7,04%	32,0 M
IPCA <sup>2</sup>	8,89%	7,62%	16,51%	20,7 M
Outros	0,00%	8,03%	8,03%	44,0 M
<b>Total</b>	<b>7,68%</b>	<b>4,57%</b>	<b>12,29%</b>	<b>2.204,7 M</b>

<sup>1</sup> Média ponderada da taxa de juros anual.

<sup>2</sup> Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.



**Indexadores do endividamento da Multiplan em 30 de junho de 2015**

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

Lucro Líquido cresceu 3,2% no 2T15 e 12,2% nos últimos 12 meses

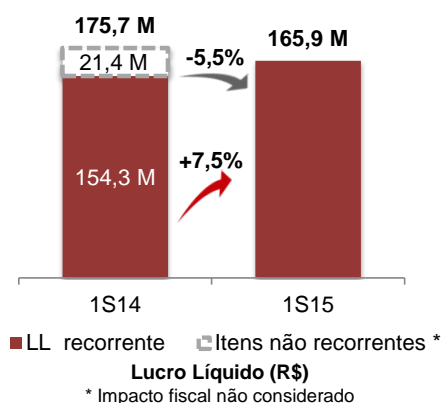
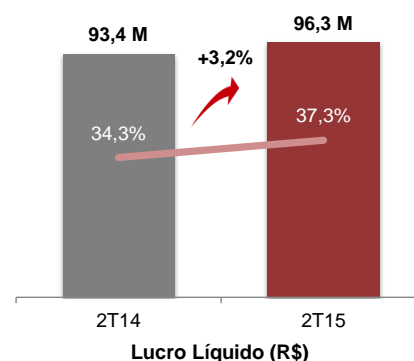
Lucro líquido apresentou um aumento de 3,2% no 2T15, comparado com o 2T14, alcançando R\$96,3 milhões, devido principalmente à (i) queda das despesas operacionais, mencionadas no tópico 9.1, combinado com a (ii) menor alíquota efetiva de impostos no 2T15.

Em 30 de junho de 2015, a Multiplan anunciou o pagamento de R\$90,0 milhões de juros sobre capital próprio antes de impostos, baseado nas demonstrações financeiras encerradas em 31 de maio de 2015.

No 1S15, o lucro líquido registrou R\$165,9 milhões, um decréscimo de 5,5% quando comparado ao 1S14, negativamente impactado pelos itens não recorrentes (como mencionado no tópico 9.1).

Apenas para fim de análise, se os efeitos não recorrentes fossem excluídos, o lucro líquido apresentaria um crescimento de 7,5%, como mostrado no gráfico à direita, e um aumento de margem de 259 p.b., de 29,1% no 1S14, para 31,7% no 1S15.

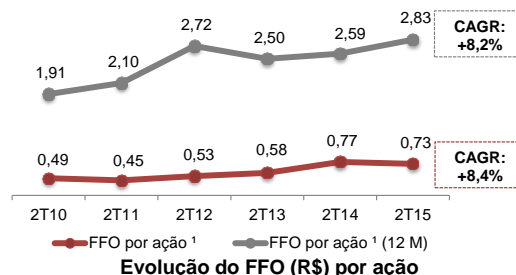
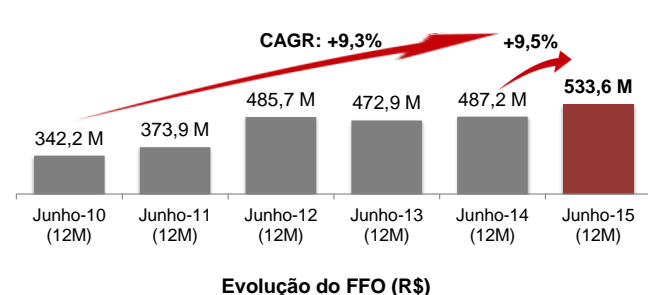
Adicionalmente, nos últimos 12 meses o lucro líquido atingiu R\$358,3 milhões, um acréscimo de 12,2% quando comparado ao período anterior.



Cálculo do Lucro Líquido e FFO (R\$)	2T15			1S15		
	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
Receita líquida	258,5 M	272,5 M	▼5,1%	523,2 M	529,7 M	▼1,2%
Despesas operacionais	(72,5 M)	(85,4 M)	▼15,2%	(143,5 M)	(146,1 M)	▼1,8%
Resultado financeiro	(43,0 M)	(39,3 M)	▲9,4%	(88,0 M)	(79,3 M)	▲10,9%
Depreciação e amortização	(39,3 M)	(40,1 M)	▼1,9%	(78,5 M)	(79,4 M)	▼1,1%
Imposto de renda e contribuição social	(4,7 M)	(3,8 M)	▲22,9%	(38,7 M)	(31,8 M)	▲21,6%
Participações minoritárias	0,1 M	(0,0 M)	n.d.	0,1 M	(0,0 M)	n.d.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>99,1 M</b>	<b>103,8 M</b>	<b>▼4,5%</b>	<b>174,6 M</b>	<b>193,1 M</b>	<b>▼9,6%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferido	(2,8 M)	(10,5 M)	▼73,2%	(8,7 M)	(17,4 M)	▼50,1%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96,3 M</b>	<b>93,4 M</b>	<b>▲3,2%</b>	<b>165,9 M</b>	<b>175,7 M</b>	<b>▼5,5%</b>
Depreciação e amortização	39,3 M	40,1 M	▼1,9%	78,5 M	79,4 M	▼1,1%
Imposto de renda e contribuição social diferido	2,8 M	10,5 M	▼73,2%	8,7 M	17,4 M	▼50,1%
<b>Fluxo de caixa operacional (FFO)</b>	<b>138,4 M</b>	<b>143,9 M</b>	<b>▼3,8%</b>	<b>253,1 M</b>	<b>272,5 M</b>	<b>▼7,1%</b>

FFO (12 meses) apresentou um CAGR de cinco anos de 9,3%

FFO atingiu R\$138,4 milhões e R\$253,1 milhões, no 2T15 e 1S15, seguindo a mesma tendência vista no lucro líquido do período. Nos últimos 12 meses o FFO aumentou 9,5%, atingindo R\$533,6 milhões, e um CAGR de cinco anos de 9,3%. FFO por ação (12M) alcançou R\$2,83 no 2T15, equivalente a um CAGR de cinco anos de 8,2%.



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

## 10. Desenvolvimento de Projetos

*Investimentos durante o 1S15 somaram R\$173,6 milhões*

A Multiplan acumulou investimentos de R\$143,3 milhões no segundo trimestre de 2015, sendo metade deste valor associado às aquisições de terreno e potencial construtivo.

O maior investimento foi de R\$59,0 milhões, na compra de um terreno no Rio de Janeiro para um potencial projeto de shopping center.

Os investimentos em potencial construtivo foram alocados nas contas de expansões e torres para locação, em acordo com a utilização planejada.

As expansões de shopping center, que representam 25,9% do investimento total do trimestre incluem, além da compra de potencial construtivo, a fase final da expansão do centro médico do BarraShopping e pequenas expansões no Pátio Savassi. Os investimentos no desenvolvimento de shopping centers somaram R\$15,9 milhões, impulsionados principalmente pelo projeto do ParkShoppingCanoas. O investimento total no primeiro semestre de 2015 foi de R\$173,6 milhões.

Investimento (R\$)	2T15	1S15
Shopping Centers	15,9 M	20,1 M
Expansões	37,1 M	49,0 M
Torres para Locação	20,3 M	20,7 M
Revitalizações, TI e Outros	10,9 M	20,5 M
Compra de terrenos	59,0 M	63,2 M
<b>Investimento</b>	<b>143,3 M</b>	<b>173,6 M</b>

### 10.1 Expansões de shopping centers

*Demanda de lojistas estratégicos e taxa de ocupação recorde impulsionam o desenvolvimento de expansões*

Nos últimos cinco anos mais de 600 marcas inauguraram sua primeira loja nos shopping centers da Multiplan, e muitas expandiram desde então. Nos últimos 12 meses a contínua demanda por novos espaços levou a Multiplan a registrar umas das maiores taxas de ocupação em sua história e desencadeou o desenvolvimento de expansões, que somam 10.228 m<sup>2</sup> de ABL. Para estes novos espaços, a Companhia priorizou a demanda de lojistas estratégicos, que deverão incrementar ainda mais o fluxo de pessoas nos shopping centers.

Entre as novidades estão (i) a expansão da praça de alimentação do BarraShoppingSul que conecta o shopping às novas torres desenvolvidas no complexo, (ii) as novas lojas de moda no Pátio Savassi, (iii) a primeira loja paulista de uma reconhecida marca internacional no MorumbiShopping, e (iv) a expansão do centro médico do BarraShopping, que encontra-se 83,5% locada.

*Futuros projetos de expansão em 10 shopping centers somam 155.378 m<sup>2</sup>*

Além dos projetos detalhados acima, a Multiplan segue buscando expansões que ofereçam boa rentabilidade e a oportunidade de atender à demanda dos consumidores. Atualmente a Companhia avalia projetos de expansão em 10 shopping centers, que somam 155.378 m<sup>2</sup>.

Novas Expansões <sup>1</sup>	Abertura	ABL
BarraShopping Sul	nov/14	290 m <sup>2</sup>
MorumbiShopping	abr/15	859 m <sup>2</sup>
Shopping AnáliaFranco	mai/15	745 m <sup>2</sup>
Pátio Savassi (I)	out/15	1.852 m <sup>2</sup>
ParkShoppingBarigüi	out/15	740 m <sup>2</sup>
BarraShopping	dez/15	3.515 m <sup>2</sup>
Pátio Savassi (II)	out/16	2.227 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>		<b>10.228 m<sup>2</sup></b>
<b>Expansões futuras</b>		<b>155.378 m<sup>2</sup></b>
<b>Total</b>		<b>165.606 m<sup>2</sup></b>



**Expansão do Pátio Savassi**



**Ilustração - Expansão do Centro Médico do BarraShopping**

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

## 10.2 Novos Shopping Centers

### *Multiplan lança o ParkShoppingCanoas com 65% da ABL locada*

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

O shopping center contará com 258 lojas, sendo oito âncoras e sete mega lojas, áreas de entretenimento e diversas opções de gastronomia, praça de alimentação com 28 operações de fast food e seis restaurantes. Entre as opções de lazer destacam-se uma pista de patinação no gelo, cinco salas de cinema tipo *stadium* e uma academia de ginástica com 2.150 m<sup>2</sup>. O shopping vai oferecer mais de 2.500 vagas de estacionamento, das quais 1.800 cobertas.

A companhia terá participação de 80,0% na renda do ParkShoppingCanoas, e de 94,7% no custo de construção do empreendimento, a qual na participação da empresa, deverá representar R\$359,3 milhões. A estimativa de NOI (Resultado Operacional Líquido) para o shopping center no 3º ano de operação é de R\$36,0 milhões. O retorno do NOI do 3º ano, considerando o investimento líquido, é de 10,8%. Seguindo o conceito multiuso desenvolvido pela Multiplan em diversos complexos, que integra shopping centers com outros empreendimentos imobiliários, o ParkShoppingCanoas já nasce com uma expansão planejada, de 12.000 m<sup>2</sup> de ABL, além do projeto de desenvolvimento de três torres no entorno do shopping center, com área privativa total de 22.500 m<sup>2</sup>.

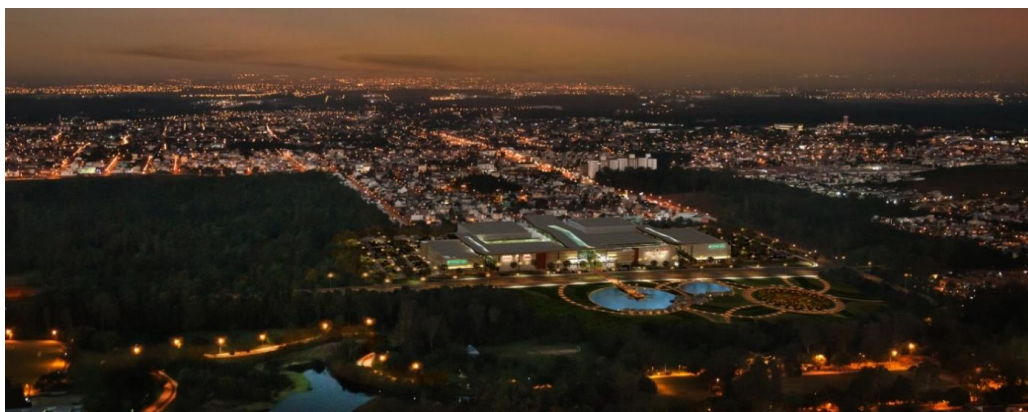
ParkShoppingCanoas	
Inauguração	Abril/2017
Área Bruta Locável	48.000 m <sup>2</sup>
Participação da Multiplan <sup>(1)</sup>	80,0%
CAPEX <sup>(2) (4)</sup> (R\$)	359,3 M
Cessão de direitos <sup>(2) (4)</sup> (R\$)	26,5 M
NOI 3º ano <sup>(3) (4)</sup> (R\$)	36,0 M
NOI yield 3º ano <sup>(3) (4)</sup>	10,8%

(1) Participação da Multiplan na renda do shopping

(2) Considerando a participação de 94,7%

(3) Considerando a participação de 80,0%

(4) Valores atualizados pela inflação até maio/15



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

### 10.3 Multiuso: Comercial e residencial para a venda

*Torres em Porto Alegre: prontas para serem entregues*

Seguindo o conceito multiuso desenvolvido pela Multiplan em muitos de seus complexos, que combinam shopping centers com projeto de torres, o BarraShoppingSul agora está integrado com três torres. A primeira entregue em 2011 foi a torre comercial Cristal Tower e este ano duas novas torres serão entregues: Résidence du Lac, um edifício residencial com 9.960 m<sup>2</sup> e a Diamond Tower, uma torre de escritórios com 13.800 m<sup>2</sup>. O Valor Geral de Vendas (VGV) estimado das duas torres é de R\$267,9 milhões. Os dois projetos estão aguardando apenas a certidão de Habite-se para serem ocupados.



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

Torres para venda							
Projeto	Localização	Tipo	Inauguração	Área	%Mult.	VGV <sup>1</sup>	Preço Médio/m <sup>2</sup>
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritório	3T15	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%	144,9 M	10.501
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	3T15	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	123,0 M	12.348
<b>Total</b>				<b>23.760 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>267,9 M</b>	<b>11.275</b>

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

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

Atualmente a Multiplan detém 821 mil m<sup>2</sup> de terrenos para o desenvolvimento futuros de projetos multiuso

A Multiplan possui 820,5 mil m<sup>2</sup> em terrenos para desenvolvimento de projetos futuros. Todos os terrenos (listados abaixo) são integrados aos shopping centers da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso, primariamente para a venda. Com base em estudos internos dos projetos, a Companhia estima uma área privativa potencial para venda<sup>1</sup> de mais 1,0 milhão de m<sup>2</sup>.

Shopping Center	Área do terreno	Área privativa para venda <sup>1</sup>	Tipo de projeto	% Multiplan
BarraShoppingSul	159.587 m <sup>2</sup>	304.515 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel, Escritório e Residencial	100%
JundiaíShopping	4.500 m <sup>2</sup>	11.616 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
ParkShoppingBarigüi	28.214 m <sup>2</sup>	43.376 m <sup>2</sup>	Apart-Hotel e Escritório	94%
ParkShoppingCampoGrande	317.755 m <sup>2</sup>	92.774 m <sup>2</sup>	Escritório e Residencial	90%
ParkShoppingCanoas	18.721 m <sup>2</sup>	22.457 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel e Escritório	na
ParkShoppingSãoCaetano	36.948 m <sup>2</sup>	138.000 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
Parque Shopping Maceió	86.699 m <sup>2</sup>	182.665 m <sup>2</sup>	Escritório e Residencial	50%
RibeirãoShopping	102.295 m <sup>2</sup>	138.749 m <sup>2</sup>	Hotel, Apart-Hotel, Escritório e Residencial	100%
Shopping AnáliaFranco	29.800 m <sup>2</sup>	89.600 m <sup>2</sup>	Residencial	36%
VillageMall	36.000 m <sup>2</sup>	34.038 m <sup>2</sup>	Escritório	100%
<b>Total</b>	<b>820.519 m<sup>2</sup></b>	<b>1.057.790 m<sup>2</sup></b>		<b>83%</b>



Ilustração do projeto do Village Corporate

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

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

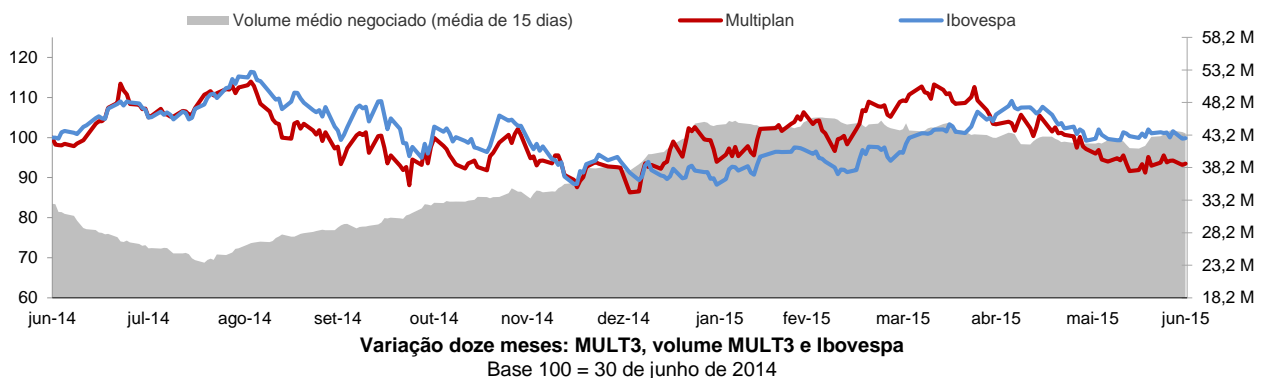
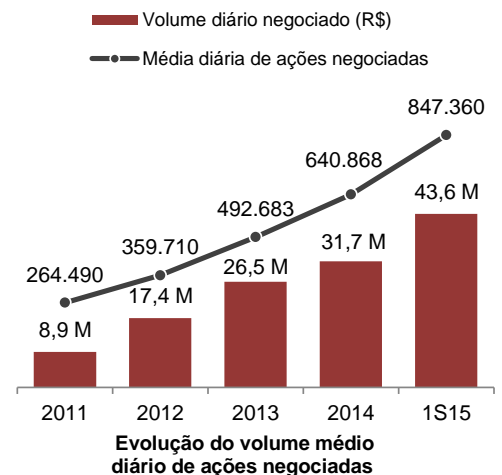
## 11. MULT3 e Mercado de Ações

*Multiplan (MULT3) passa a integrar o IBrX 50*

A Companhia ingressou na nova carteira do IBrX 50, válida para o quadrimestre de maio a agosto de 2015, com participação de 0,435%, equivalente à 40ª posição mais representativa do índice, de um total de 50 ativos listados. O IBrX 50 é um índice que mede o retorno total de uma carteira teórica composta por 50 ações selecionadas entre as mais negociadas na BM&FBOVESPA em termos de liquidez, ponderadas na carteira pelo valor de mercado das ações disponíveis à negociação.

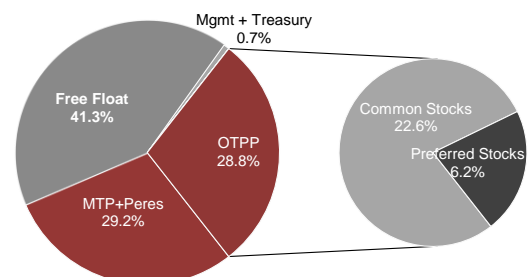
*O volume médio diário de ações negociadas foi de R\$43,6 milhões no 1S15*

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) ao final do segundo trimestre de 2015, cotada a R\$47,95/ação, apresentou um aumento de 6,5% quando comparada com o fim do 2T14. O volume médio diário de ações negociadas foi de R\$42,8 milhões no 2T15, ficando 40,2% acima do 2T14 (R\$30,6 milhões). Considerando-se a média de ações negociadas no 2T15, houve um aumento de 32,2% sobre o 2T14. As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: Ibovespa (IBOV), Índice Brasil (IBRX), Índice Brasil 50 (IBRX 50), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World Emerging Index, FTSE All World EX US Index Fund, MSCI Emerging Markets Index, MSCI BRIC Index Fund, SPL Total International Stock Index, S&P Global ex-US Property Index, Market Vectors Brazil Index Total Return e Market Vectors Brazil Index Price.



Em 30 de junho de 2015, 29,2% das ações da Companhia eram detidas direta e indiretamente pelo Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 28,8% e o *free-float* era equivalente a 41,3%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizavam 0,7% das ações emitidas. O total de ações emitidas é de 189.997.214.

MULT3 na BM&FBOVESPA	2T15	2T14	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	52,11	49,38	▲5,5%
Preço de fechamento (R\$)	47,95	51,30	▼6,5%
Volume médio diário negociado (R\$)	42,8 M	30,6M	▲40,2%
Valor de mercado (R\$)	9.110,4 M	9.746,9 M	▼6,5%



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




**12. Portfólio**

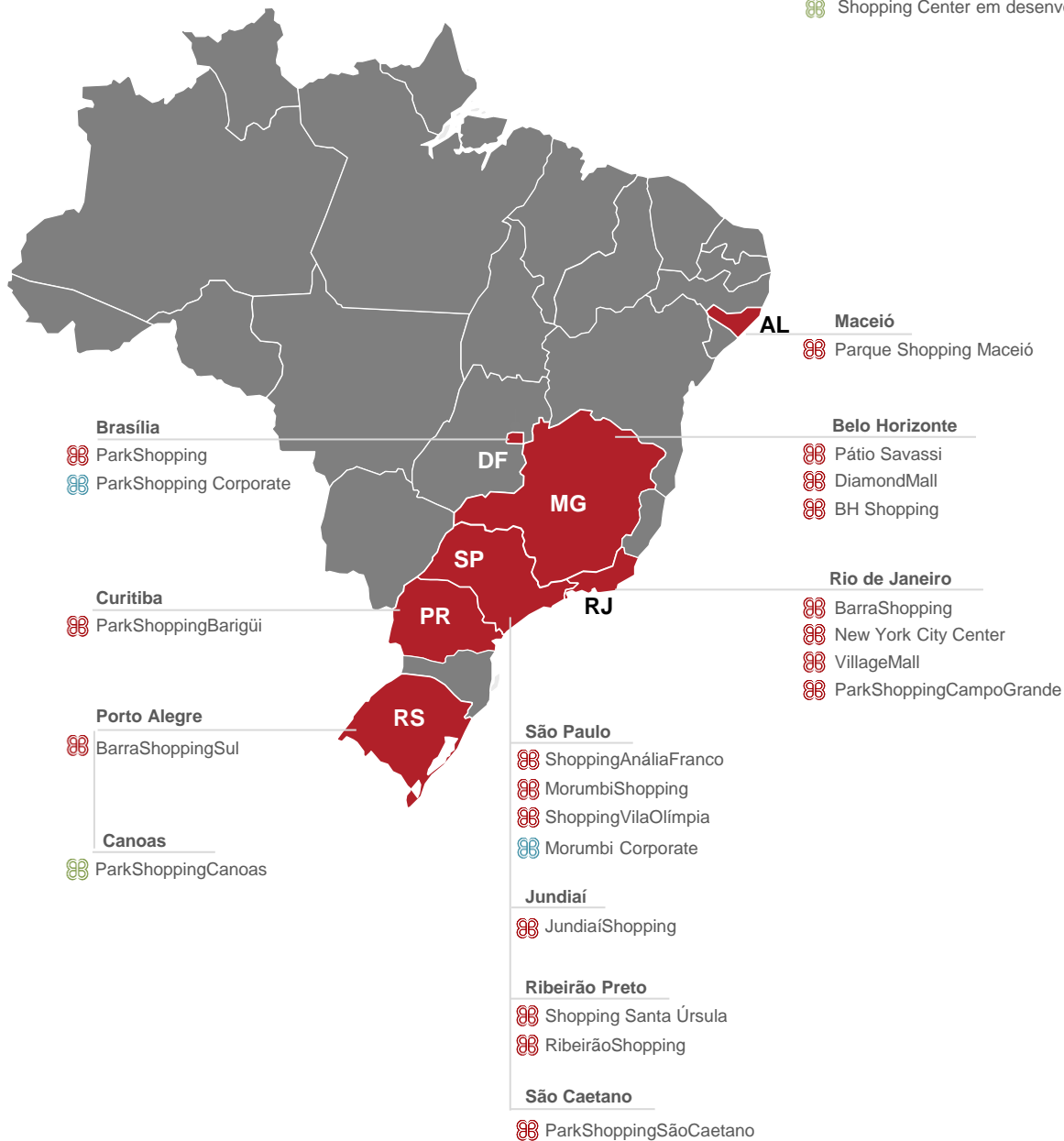
Portfólio – 2T15	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Aluguel (mês) <sup>1</sup>	Vendas (mês) <sup>2</sup>	Taxa de Ocupação Média
<b>Shopping Centers em operação</b>							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.107 m <sup>2</sup>	164 R\$/m <sup>2</sup>	1.922 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
RibeirãoShopping	1981	SP	80,0%	68.598 m <sup>2</sup>	69 R\$/m <sup>2</sup>	937 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	74.714 m <sup>2</sup>	191 R\$/m <sup>2</sup>	2.239 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	56.154 m <sup>2</sup>	203 R\$/m <sup>2</sup>	2.544 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.524 m <sup>2</sup>	122 R\$/m <sup>2</sup>	1.742 R\$/m <sup>2</sup>	98,7%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	162 R\$/m <sup>2</sup>	2.299 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	47 R\$/m <sup>2</sup>	723 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.391 m <sup>2</sup>	129 R\$/m <sup>2</sup>	1.655 R\$/m <sup>2</sup>	97,9%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.650 m <sup>2</sup>	88 R\$/m <sup>2</sup>	1.447 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	17.546 m <sup>2</sup>	127 R\$/m <sup>2</sup>	1.767 R\$/m <sup>2</sup>	97,9%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m <sup>2</sup>	27 R\$/m <sup>2</sup>	659 R\$/m <sup>2</sup>	95,6%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	73.104 m <sup>2</sup>	57 R\$/m <sup>2</sup>	1.186 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.369 m <sup>2</sup>	93 R\$/m <sup>2</sup>	1.294 R\$/m <sup>2</sup>	94,4%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.253 m <sup>2</sup>	80 R\$/m <sup>2</sup>	1.127 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	34.385 m <sup>2</sup>	73 R\$/m <sup>2</sup>	1.047 R\$/m <sup>2</sup>	97,8%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.819 m <sup>2</sup>	65 R\$/m <sup>2</sup>	853 R\$/m <sup>2</sup>	94,0%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.686 m <sup>2</sup>	95 R\$/m <sup>2</sup>	1.762 R\$/m <sup>2</sup>	98,7%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.540 m <sup>2</sup>	52 R\$/m <sup>2</sup>	722 R\$/m <sup>2</sup>	94,8%
<b>Subtotal Shopping Centers em operação</b>			<b>73,8%</b>	<b>767.554 m<sup>2</sup></b>	<b>108 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.486 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,4%</b>
<b>Torres Comerciais</b>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>			Em locação
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>			90,0%
<b>Subtotal Torres Comerciais</b>			<b>92,4%</b>	<b>87.558 m<sup>2</sup></b>			
<b>Shopping Centers em desenvolvimento</b>							
ParkShoppingCanoas	2017	RS	80,0%	48.000 m <sup>2</sup>			65,0%
<b>Subtotal Shopping Centers em desenvolvimento</b>			<b>80,0%</b>	<b>48.000 m<sup>2</sup></b>			
<b>Expansões em desenvolvimento</b>							
Expansão Centro Médico BarraShopping	2015	RJ	51,1%	3.515 m <sup>2</sup>			83,5%
<b>Subtotal expansões em desenvolvimento</b>			<b>51,1%</b>	<b>3.515 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,8%</b>	<b>906.627 m<sup>2</sup></b>			

<sup>1</sup>**Aluguel por m<sup>2</sup>:** soma de aluguel mínimo e complementar cobrado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL. É válido notar que esta ABL inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar (ex: lojas que estão sendo preparadas para a inauguração)

<sup>2</sup>**Vendas por m<sup>2</sup>:** O cálculo de vendas/m<sup>2</sup> considera apenas a ABL de lojas que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, uma vez que estas operações não estão incluídas na ABL total.

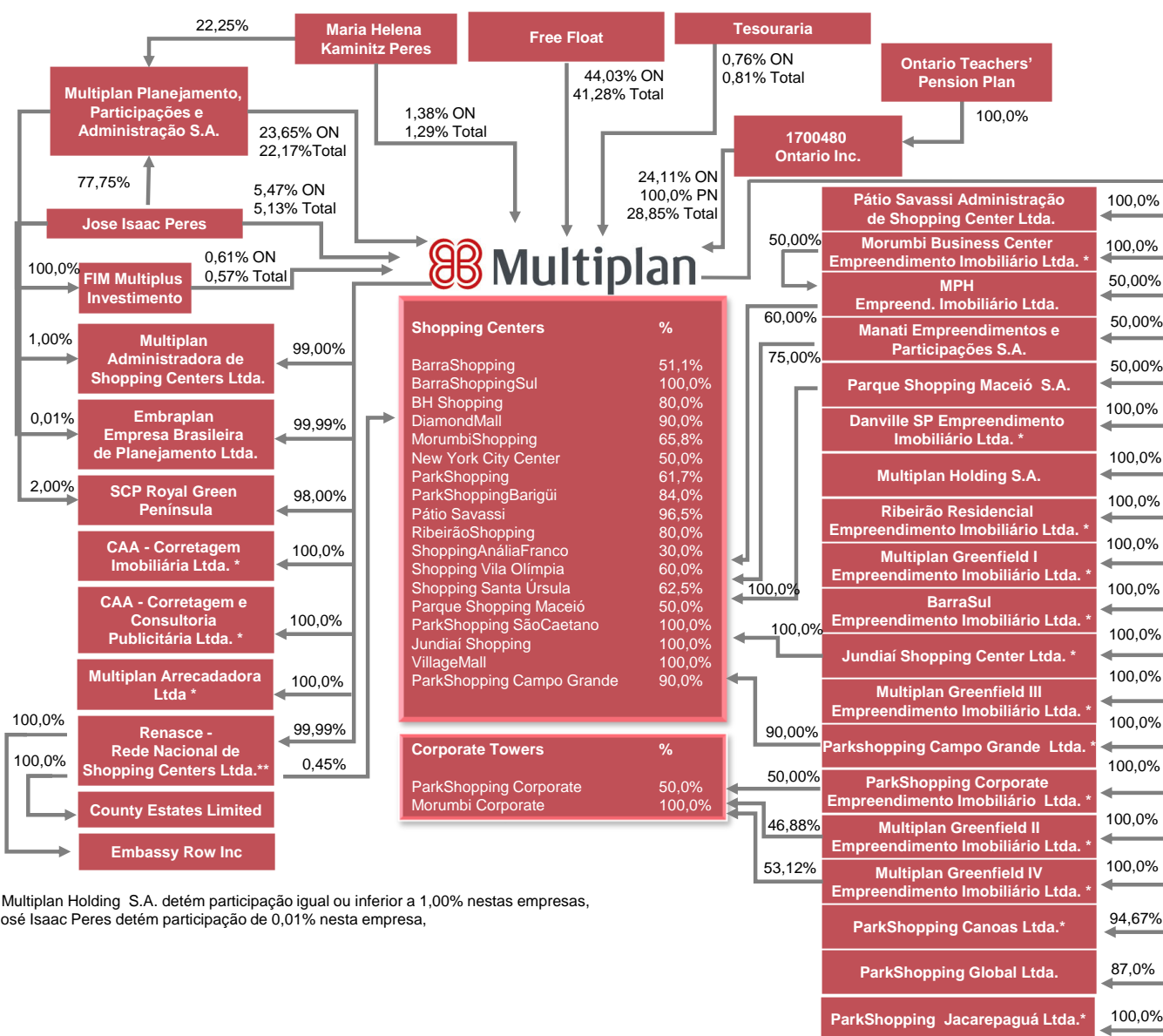
## Mapa de Operações

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



### 13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 30 de junho de 2015, está descrita no gráfico abaixo. De um total de 189.997.214 ações emitidas, 178.138.867 são ordinárias e 11.858.347 são preferenciais e detidas exclusivamente pela Ontario Teachers' Pension Plan e não são listadas nem negociadas em nenhuma bolsa de valores.



\* A Multiplan Holding S.A. detém participação igual ou inferior a 1,00% nestas empresas,  
 \*\* José Isaac Peres detém participação de 0,01% nesta empresa,

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

**MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 60,0% de participação no Shopping Vila Olímpia, localizado na cidade de São Paulo, SP. A Multiplan detém direta e indiretamente 100% da MPH.

**Manati Empreendimentos e Participações S.A.:** detém uma participação de 75% no Shopping Santa Úrsula, localizado na cidade de Ribeirão Preto, SP. A Multiplan possui 50% de participação na Manati.

**Parque Shopping Maceió S.A.:** possui 100,0% de participação no Parque Shopping Maceió, localizado na cidade de Maceió, AL, no qual a Multiplan tem uma sociedade 50/50.

**Danville SP Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

**Multiplan Holding S.A.:** subsidiária integral da Multiplan, que tem por objeto a participação em outras sociedades do grupo Multiplan.

**Ribeirão Residencial Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

**Multiplan Greenfield I Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

**BarraSul Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

**Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP, possui 30,0% de participação indireta no Shopping Vila Olímpia via 50,0% de participação na MPH, que por sua vez é detentora de 60,0% do Shopping Vila Olímpia.

**Multiplan Greenfield II Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP.

**Multiplan Greenfield III Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

**Multiplan Greenfield IV Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP.

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

**Parkshopping Campo Grande Ltda.:** detém 90,0% de participação no ParkShoppingCampoGrande, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

**ParkShopping Corporate Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Brasília, DF.

**ParkShopping Canoas Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Canoas, RS.

**Pátio Savassi Administração de Shopping Center Ltda.:** Atua na administração do estacionamento do Shopping Pátio Savassi, localizado na Cidade de Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais.

**ParkShopping Global Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo, SP.

**ParkShopping Jacarepaguá Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

**14. Dados Operacionais e Financeiros**
**Destaques Operacionais e Financeiros**

<b>Destaques</b>						
<b>Financial (MTE %)</b>	<b>2T15</b>	<b>2T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>1S15</b>	<b>1S14</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	287.000	298.268	▼3,8%	579.960	582.220	▼0,4%
Receita líquida R\$'000	258.470	272.474	▼5,1%	523.172	529.723	▼1,2%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	467,1	496,2	▼5,9%	945,5	965,9	▼2,1%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	14,0	20,8	▼32,9%	28,3	40,5	▼30,2%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	209.694	192.849	▲8,7%	412.600	372.181	▲10,9%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	379,0	351,2	▲7,9%	745,7	678,6	▲9,9%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	11,3	14,7	▼23,1%	22,3	28,5	▼21,7%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	121,2	113,1	▲7,2%	119,1	107,6	▲10,6%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	3,6	4,7	▼23,6%	3,6	4,5	▼21,1%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	227.265	204.101	▲11,3%	446.476	389.875	▲14,5%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	410,7	371,7	▲10,5%	806,9	710,9	▲13,5%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	12,3	15,6	▼21,2%	24,2	29,8	▼19,1%
Margem NOI	89,9%	88,2%	▲170 b.p	89,6%	87,4%	▲223 b.p
NOI por ação R\$	1,20	1,09	▲10,9%	2,37	2,08	▲14,0%
NOI + CD R\$'000	233.145	213.596	▲9,2%	460.251	409.626	▲12,4%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	421,4	389,0	▲8,3%	831,8	746,9	▲11,4%
NOI + CD US\$/pé <sup>2</sup>	12,6	16,3	▼22,8%	24,9	31,4	▼20,6%
Margem NOI + CD	90,1%	88,6%	▲147 b.p	89,9%	87,9%	▲198 b.p
NOI + CD por ação R\$	1,24	1,14	▲8,7%	2,44	2,18	▲11,9%
Despesas de sede R\$'000	32.838	31.587	▲4,0%	58.502	56.082	▲4,3%
Despesas de sede/Receita líquida	12,7%	11,6%	▲111 b.p	11,2%	10,6%	▲60 b.p
EBITDA R\$'000	186.018	187.050	▼0,6%	379.718	383.610	▼1,0%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	336,2	340,6	▼1,3%	686,2	699,5	▼1,9%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	10,1	14,3	▼29,6%	20,5	29,4	▼30,0%
Margem EBITDA	72,0%	68,6%	▲332 b.p	72,6%	72,4%	▲16 b.p
EBITDA por ação R\$	0,99	1,00	▼1,0%	2,01	2,04	▼1,4%
Lucro líquido ajustado R\$'000	99.136	103.845	▼4,5%	174.635	193.104	▼9,6%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	179,2	189,1	▼5,3%	315,6	352,1	▼10,4%
Lucro líquido ajustado US\$/pé <sup>2</sup>	5,4	7,9	▼32,4%	9,4	14,8	▼36,1%
Margem líquida ajustada	38,4%	38,1%	▲24 b.p	33,4%	36,5%	▼307 b.p
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,53	0,55	▼4,9%	0,93	1,03	▼9,9%
FFO R\$'000	138.431	143.904	▼3,8%	253.125	272.454	▼7,1%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	250,2	262,1	▼4,5%	457,5	496,8	▼7,9%
FFO US\$'000	44.600	65.021	▼31,4%	81.553	123.104	▼33,8%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	7,5	11,0	▼31,9%	13,7	20,9	▼34,3%
Margem FFO	53,6%	52,8%	▲1,4%	48,4%	51,4%	▼5,9%
FFO por ação R\$	0,73	0,77	▼4,2%	1,34	1,45	▼7,5%
Dólar (US\$) final do trimestre	3,1038	2,2132	▲40,2%	3,1038	2,2132	▲40,2%

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

**Destaques Operacionais e Financeiros**

<b>Destaque</b>						
<b>Desempenho do Mercado</b>	<b>2T15</b>	<b>2T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>1S15</b>	<b>1S14</b>	<b>Var.%</b>
Número de ações	189.997.214	189.997.214	▲0,0%	189.997.214	189.997.214	▲0,0%
Ações ordinárias	178.138.867	178.138.867	▲0,0%	178.138.867	178.138.867	▲0,0%
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço médio da ação R\$	52,11	49,38	▲5,5%	51,71	53,98	▼4,2%
Preço de fechamento da ação R\$	47,95	51,30	▼6,5%	47,95	51,30	▼6,5%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	42.846	30.553	▲40,2%	43.577	29.133	▲49,6%
Valor de mercado (R\$ '000)	9.110.366	9.746.857	▼6,5%	9.110.366	9.746.857	▼6,5%
Dívida bruta (R\$ '000)	2.204.723	2.124.854	▲3,8%	2.204.723	2.124.854	▲3,8%
Caixa (R\$ '000)	275.805	195.027	▲41,4%	275.805	195.027	▲41,4%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.928.918	1.929.827	▼0,0%	1.928.918	1.929.827	▼0,0%
P/FFO (Últimos 12 meses)	17,1 x	20,0 x	▼14,6%	17,1 x	20,0 x	▼14,6%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	14,0 x	17,0 x	▼17,8%	14,0 x	17,0 x	▼17,8%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,4 x	2,8 x	▼12,8%	2,4 x	2,8 x	▼12,8%

<b>Destaque</b>						
<b>Operacional (100%)</b>	<b>2T15</b>	<b>2T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>1S15</b>	<b>1S14</b>	<b>Var.%</b>
ABL Shopping Center total final (m²)	767.927	762.429	▲0,7%	767.927	762.429	▲0,7%
ABL Shopping Center própria final (m²)	566.730	562.508	▲0,8%	566.730	562.508	▲0,8%
ABL Shopping Center própria %	73,8%	73,8%	▲2 b.p.	73,8%	73,8%	▲2 b.p.
ABL Shopping Center total ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	749.769	744.268	▲0,7%	749.769	743.329	▲0,9%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	553.329	549.109	▲0,8%	553.329	548.416	▲0,9%
ABL Torre Comercial total final (m²)	87.558	87.558	▲0,0%	87.558	87.558	▲0,0%
ABL Torre Comercial própria final (m²)	80.878	80.878	▲0,0%	80.878	80.878	▲0,0%
ABL total final (m²)	837.327	831.826	▲0,7%	837.327	831.826	▲0,7%
ABL própria final (m²)	634.207	629.987	▲0,7%	634.207	629.987	▲0,7%
Vendas totais R\$'000	3.154.913	3.011.414	▲4,8%	6.071.862	5.734.429	▲5,9%
Vendas totais R\$/m² <sup>2</sup>	4.458	4.332	▲2,9%	8.646	8.309	▲4,1%
Vendas totais US\$/pé² <sup>2</sup>	133	182	▼26,6%	259	349	▼25,8%
Vendas das lojas satélites R\$/m² <sup>2</sup>	6.417	6.206	▲3,4%	12.359	11.877	▲4,1%
Vendas das lojas satélites USD/pé² <sup>2</sup>	192	260	▼26,3%	370	499	▼25,8%
Aluguel total R\$/m²	324	309	▲4,9%	651	614	▲6,0%
Aluguel total USD/pé²	9,7	13,0	▼25,2%	19,5	25,8	▼24,4%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲1,2%	▲9,4%	▼820 b.p.	▲2,4%	▲8,8%	▼645 b.p.
Vendas na Mesma Área	▲2,8%	▲12,0%	▼920 b.p.	▲3,5%	▲10,7%	▼721 b.p.
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲7,0%	▲10,1%	▼310 b.p.	▲7,1%	▲8,4%	▼128 b.p.
Aluguel na Mesma Área	▲5,2%	▲8,1%	▼290 b.p.	▲6,4%	▲7,6%	▼120 b.p.
Efeito IGP-DI	▲4,5%	▲5,8%	▼130 b.p.	▲4,8%	▲5,9%	▼105 b.p.
Custos de ocupação	12,6%	12,7%	▼10 b.p.	13,0%	13,2%	▼18 b.p.
Aluguel como % das vendas	7,4%	7,2%	▲22 b.p.	7,7%	7,5%	▲21 b.p.
Outros como % das vendas	5,2%	5,5%	▼32 b.p.	5,3%	5,7%	▼39 b.p.
Turnover	0,5%	1,0%	▼46 b.p.	1,1%	2,0%	▼86 b.p.
Taxa de ocupação	98,4%	98,4%	▲3 b.p.	98,5%	98,5%	▲1 b.p.
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,5%	2,1%	▼64 b.p.	1,7%	2,0%	▼35 b.p.
Perda de aluguel	0,3%	0,6%	▼25 b.p.	0,4%	0,5%	▼8 b.p.

<sup>1</sup> ABL ajustada corresponde à ABL média do período, excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul.

<sup>2</sup> Considera apenas lojas que reportam venda. E desconsidera vendas reportadas por quiosques.

**15. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial**
**15.1 - Variações na Demonstração de Resultados - CPC 19 (R2) e Gerencial**

Demonstração de Resultados (R\$ '000)	IFRS com Efeito			IFRS com Efeito		
	CPC 19 R2	Gerencial	CPC 19 R2	CPC 19 R2	Gerencial	CPC 19 R2
	2T15	2T15	Diferença	1S15	1S15	Diferença
Receita de Locação	197.460	201.142	3.683	388.048	395.359	7.311
Serviços	25.732	25.714	(18)	53.390	53.332	(58)
Cessão de direitos	5.489	5.880	391	12.969	13.775	806
Receita de estacionamento	42.488	43.175	687	84.354	85.667	1.313
Venda de imóveis	1.655	1.655	-	12.941	12.941	-
Apropriação de receita de aluguel linear	8.241	8.551	310	16.680	17.241	561
Outras	944	882	(62)	1.702	1.646	(56)
<b>Receita Bruta</b>	<b>282.009</b>	<b>287.000</b>	<b>4.991</b>	<b>570.084</b>	<b>579.960</b>	<b>9.876</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.272)	(28.530)	(258)	(56.229)	(56.788)	(560)
<b>Receita Líquida</b>	<b>253.737</b>	<b>258.470</b>	<b>4.733</b>	<b>513.855</b>	<b>523.172</b>	<b>9.317</b>
Despesas de sede	(32.830)	(32.838)	(8)	(58.455)	(58.502)	(47)
Despesas com opções de ações	(3.022)	(3.022)	-	(6.951)	(6.951)	-
Despesas de shopping centers	(21.089)	(22.047)	(958)	(42.842)	(45.004)	(2.162)
Despesas com escritórios para locação	(3.556)	(3.556)	-	(6.786)	(6.786)	-
Despesas com novos projetos para locação	(5.402)	(5.402)	-	(7.155)	(7.155)	-
Despesas com novos projetos para venda	(1.295)	(1.295)	-	(1.947)	(1.947)	-
Custo de imóveis vendidos	(4.190)	(4.190)	-	(12.524)	(12.524)	-
Resultado de equivalência patrimonial	1.597	20	(1.576)	2.882	21	(2.860)
Outras receitas (despesas) operacionais	(127)	(123)	4	(4.610)	(4.605)	5
<b>EBITDA</b>	<b>183.824</b>	<b>186.018</b>	<b>2.195</b>	<b>375.466</b>	<b>379.718</b>	<b>4.252</b>
Receitas financeiras	14.511	14.976	465	25.248	26.187	939
Despesas financeiras	(57.048)	(57.993)	(945)	(112.260)	(114.154)	(1.894)
Depreciações e amortizações	(38.346)	(39.294)	(949)	(76.603)	(78.490)	(1.887)
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>102.940</b>	<b>103.706</b>	<b>766</b>	<b>211.852</b>	<b>213.261</b>	<b>1.409</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.393)	(4.664)	(271)	(38.322)	(38.701)	(379)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(2.307)	(2.803)	(496)	(7.679)	(8.709)	(1.030)
Participação dos acionistas minoritários	94	94	-	75	75	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96.333</b>	<b>96.333</b>	<b>(0)</b>	<b>165.927</b>	<b>165.927</b>	<b>(0)</b>

As diferenças entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 37,5% no Shopping Santa Úrsula, através da participação de 50,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A., e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió, através da participação de 50,0% na Parque Shopping Maceió S.A.

As principais variações no 2T15 são: (i) aumento de R\$3,7 M e R\$7,3 M na receita de locação; (ii) aumento de R\$1,0 M e R\$2,2 M nas despesas de shopping centers, (iii) aumento de R\$0,5 M e R\$1,0 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$0,9 M e R\$1,9 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima, houve aumento de R\$1,6 M e R\$2,9 M no resultado de equivalência patrimonial, visto que o resultado dessas empresas passou a ser apresentado nesta conta.

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

ATIVO (R\$ '000)	IFRS com		CPC 19 R2
	CPC 19 R2	Gerencial	Efeito
	30/06/2015	30/06/2015	Diferença
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	135.214	148.807	13.593
Aplicações financeiras	126.998	126.998	-
Contas a receber	314.405	319.007	4.602
Terrenos e imóveis a comercializar	73.982	73.982	-
Partes relacionadas	2.288	2.288	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	7.241	7.769	528
Adiantamentos diversos	1.586	1.586	-
Outros	26.998	27.454	456
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>688.712</b>	<b>707.892</b>	<b>19.180</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	51.559	51.562	3
Terrenos e imóveis a comercializar	223.245	223.245	-
Partes relacionadas	11.561	11.561	-
Depósitos judiciais	13.867	14.498	631
Imposto de renda e contribuição social diferidos	17.491	19.709	2.218
Outros	16.376	16.488	112
Investimentos	133.009	6.692	(126.317)
Propriedades para investimento	5.159.528	5.315.879	156.351
Imobilizado	32.749	32.749	-
Intangível	348.487	349.487	1.000
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.007.872</b>	<b>6.041.870</b>	<b>33.998</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.696.584</b>	<b>6.749.761</b>	<b>53.177</b>

As principais diferenças referentes à participação de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$156,4 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$13,6 M em caixa e equivalentes a caixa; e (iii) aumento de R\$ 4,6 M nas contas a receber.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$126,3 M na conta de investimento, dado que ativos e passivos dessas empresas passaram a ser apresentados nesta conta de acordo com o CPC 19 (R2).

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

PASSIVO (R\$ '000)	IFRS com		CPC 19 R2
	CPC 19 R2 30/06/2015	Gerencial 30/06/2015	Efeito Diferença
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	210.409	213.864	3.455
Debêntures	10.880	10.880	-
Contas a pagar	70.240	70.815	575
Obrigações por aquisição de bens	56.749	56.749	-
Impostos e contribuições a recolher	33.395	34.209	814
Dividendos a pagar	77.583	77.583	-
Receitas diferidas	22.765	22.811	46
Outros	6.670	6.691	21
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>488.691</b>	<b>493.602</b>	<b>4.911</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.427.589	1.467.850	40.261
Debêntures	398.223	398.223	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	166.965	169.664	2.699
Obrigações por aquisição de bens	57.158	57.158	(0)
Outros	-	-	-
Provisão para contingências	9.063	9.683	620
Receitas diferidas	(5.455)	(769)	4.686
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.053.543</b>	<b>2.101.809</b>	<b>48.266</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	967.597	967.597	-
Reserva de lucros	912.529	912.529	-
Gasto com emissão de ações	(38.993)	(38.993)	-
Ações em tesouraria	(67.704)	(67.704)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	2.388.062	2.388.062	-
Participação dos acionistas minoritários	78.068	78.068	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.787</b>	<b>4.787</b>	<b>-</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.696.584</b>	<b>6.749.761</b>	<b>53.177</b>

As diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$43,7 M nas contas de empréstimos e financiamentos, dada a inclusão de 50,0% do Parque Shopping Maceió, que contratou um financiamento do Banco do Nordeste; e (ii) aumento de R\$4,7 M em receitas e custos diferidos.

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

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
Receita de Locação	197.460	183.061	▲7,9%	388.048	347.865	▲11,6%
Serviços	25.732	27.586	▼6,7%	53.390	59.864	▼10,8%
Cessão de direitos	5.489	9.099	▼39,7%	12.969	18.932	▼31,5%
Receita de estacionamento	42.488	38.257	▲11,1%	84.354	73.380	▲15,0%
Venda de imóveis	1.655	28.543	▼94,2%	12.941	54.396	▼76,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	8.241	6.492	▲26,9%	16.680	17.749	▼6,0%
Outras	944	1.142	▼17,4%	1.702	2.045	▼16,8%
<b>Receita Bruta</b>	<b>282.009</b>	<b>294.181</b>	<b>▼4,1%</b>	<b>570.084</b>	<b>574.231</b>	<b>▼0,7%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.272)	(25.574)	▲10,6%	(56.229)	(52.067)	▲8,0%
<b>Receita Líquida</b>	<b>253.737</b>	<b>268.607</b>	<b>▼5,5%</b>	<b>513.855</b>	<b>522.164</b>	<b>▼1,6%</b>
Despesas de sede	(32.830)	(31.586)	▲3,9%	(58.455)	(56.051)	▲4,3%
Despesas com opções de ações	(3.022)	(3.540)	▼14,7%	(6.951)	(6.626)	▲4,9%
Despesas de shopping centers	(21.089)	(23.879)	▼11,7%	(42.842)	(48.003)	▼10,8%
Despesas com escritórios para locação	(3.556)	(2.540)	▲40,0%	(6.786)	(5.969)	▲13,7%
Despesas com novos projetos para locação	(5.402)	(2.493)	▲116,7%	(7.155)	(8.827)	▼18,9%
Despesas com novos projetos para venda	(1.295)	(2.288)	▼43,4%	(1.947)	(6.002)	▼67,6%
Custo de imóveis vendidos	(4.190)	(17.919)	▼76,6%	(12.524)	(33.379)	▼62,5%
Resultado de equivalência patrimonial	1.597	2.590	▼38,3%	2.882	14.397	▼80,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(127)	(644)	▼80,3%	(4.610)	9.719	na
<b>EBITDA</b>	<b>183.824</b>	<b>186.306</b>	<b>▼1,3%</b>	<b>375.466</b>	<b>381.424</b>	<b>▼1,6%</b>
Receitas financeiras	14.511	9.070	▲60,0%	25.248	18.107	▲39,4%
Despesas financeiras	(57.048)	(47.682)	▲19,6%	(112.260)	(96.080)	▲16,8%
Depreciações e amortizações	(38.346)	(39.076)	▼1,9%	(76.603)	(77.450)	▼1,1%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>102.940</b>	<b>108.619</b>	<b>▼5,2%</b>	<b>211.852</b>	<b>226.001</b>	<b>▼6,3%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.393)	(3.794)	▲15,8%	(38.322)	(31.815)	▲20,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(2.307)	(11.428)	▼79,8%	(7.679)	(18.508)	▼58,5%
Participação dos acionistas minoritários	94	(23)	na	75	(43)	na
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96.333</b>	<b>93.375</b>	<b>▲3,2%</b>	<b>165.927</b>	<b>175.635</b>	<b>▼5,5%</b>
<b>Índice</b>						
(R\$'000)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
<b>NOI</b>	<b>223.544</b>	<b>201.392</b>	<b>▲11,0%</b>	<b>439.454</b>	<b>385.022</b>	<b>▲14,1%</b>
<i>Margem NOI</i>	90,1%	88,4%	▲167 b.p.	89,9%	87,7%	▲215 b.p.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>229.033</b>	<b>210.490</b>	<b>▲8,8%</b>	<b>452.422</b>	<b>403.954</b>	<b>▲12,0%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	90,3%	88,8%	▲144 b.p.	90,1%	88,2%	▲190 b.p.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>191.835</b>	<b>183.763</b>	<b>▲4,4%</b>	<b>384.031</b>	<b>371.707</b>	<b>▲3,3%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	76,1%	75,8%	▲29 b.p.	76,5%	78,6%	▼216 b.p.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>183.824</b>	<b>186.306</b>	<b>▼1,3%</b>	<b>375.466</b>	<b>381.424</b>	<b>▼1,6%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	72,4%	69,4%	▲309 b.p.	73,1%	73,0%	▲2 b.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96.333</b>	<b>93.375</b>	<b>▲3,2%</b>	<b>165.927</b>	<b>175.635</b>	<b>▼5,5%</b>
<i>Margem Líquida</i>	38,0%	34,8%	▲320 b.p.	32,3%	33,6%	▼135 b.p.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>98.641</b>	<b>104.802</b>	<b>▼5,9%</b>	<b>173.606</b>	<b>194.143</b>	<b>▼10,6%</b>
<i>Margem de Líquida Ajustada</i>	38,9%	39,0%	▼14 b.p.	33,8%	37,2%	▼340 b.p.
<b>FFO</b>	<b>136.986</b>	<b>143.878</b>	<b>▼4,8%</b>	<b>250.208</b>	<b>271.593</b>	<b>▼7,9%</b>
<i>Margem FFO</i>	54,0%	53,6%	▲42 b.p.	48,7%	52,0%	▼332 b.p.

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

<b>Fluxo de Caixa (R\$'000)</b>	<b>2T15</b>	<b>1S15</b>
Lucro antes dos impostos	102.941	211.852
Depreciações e amortizações	38.345	76.602
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	60.711	118.798
Outros ajustes ao lucro líquido	(6.914)	(14.457)
(Aumento) e redução de ativo circulante	5.917	28.898
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	(26.535)	(32.243)
(Aumento) e redução de passivo circulante	(83.589)	(117.383)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas operações</b>	<b>90.876</b>	<b>272.067</b>
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(41.848)	(71.354)
Adições em imobilizado	(1.420)	(2.301)
Adições em intangível	(1.169)	(3.296)
Aplicações financeiras	125.725	28.013
Outros	4.243	6.879
<b>Fluxo de caixa de investimento</b>	<b>85.531</b>	<b>(42.059)</b>
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	(34.174)	(83.868)
Recompra de ações para manutenção em tesouraria	(7.392)	(7.392)
Pagamento de encargos sobre debentures	(24.491)	(24.491)
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(43.803)	(83.979)
Dividendos pagos	(92.955)	(92.955)
Participação de não controladores	2.010	2.010
Outros	13.165	24.955
<b>Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento</b>	<b>(187.640)</b>	<b>(265.720)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	<b>(11.233)</b>	<b>(35.712)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	146.447	170.926
<b>Variação no caixa</b>	<b>135.214</b>	<b>135.214</b>

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

(R\$'000)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
Receita de Locação	201.142	186.249	▲8,0%	395.359	354.171	▲11,6%
Serviços	25.714	27.548	▼6,7%	53.332	59.735	▼10,7%
Cessão de direitos	5.880	9.495	▼38,1%	13.775	19.751	▼30,3%
Receita de estacionamento	43.175	38.633	▲11,8%	85.667	74.048	▲15,7%
Venda de imóveis	1.655	28.543	▼94,2%	12.941	54.396	▼76,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	8.551	6.599	▲29,6%	17.241	18.010	▼4,3%
Outras	882	1.201	▼26,6%	1.646	2.108	▼21,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>287.000</b>	<b>298.268</b>	<b>▼3,8%</b>	<b>579.960</b>	<b>582.220</b>	<b>▼0,4%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(28.530)	(25.794)	▲10,6%	(56.788)	(52.497)	▲8,2%
<b>Receita Líquida</b>	<b>258.470</b>	<b>272.474</b>	<b>▼5,1%</b>	<b>523.172</b>	<b>529.723</b>	<b>▼1,2%</b>
Despesas de sede	(32.838)	(31.587)	▲4,0%	(58.502)	(56.082)	▲4,3%
Despesas com opções de ações	(3.022)	(3.540)	▼14,7%	(6.951)	(6.626)	▲4,9%
Despesas de shopping centers	(22.047)	(24.841)	▼11,2%	(45.004)	(50.385)	▼10,7%
Despesas com escritórios para locação	(3.556)	(2.540)	▲40,0%	(6.786)	(5.969)	▲13,7%
Despesas com novos projetos para locação	(5.402)	(2.493)	▲116,7%	(7.155)	(8.827)	▼18,9%
Despesas com novos projetos para venda	(1.295)	(2.288)	▼43,4%	(1.947)	(6.002)	▼67,6%
Custo de imóveis vendidos	(4.190)	(17.919)	▼76,6%	(12.524)	(33.379)	▼62,5%
Resultado de equivalência patrimonial	20	406	▼95,0%	21	11.415	▼99,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(123)	(622)	▼80,2%	(4.605)	9.742	nd
<b>EBITDA</b>	<b>186.018</b>	<b>187.050</b>	<b>▼0,6%</b>	<b>379.718</b>	<b>383.610</b>	<b>▼1,0%</b>
Receitas financeiras	14.976	9.451	▲58,5%	26.187	18.978	▲38,0%
Despesas financeiras	(57.993)	(48.781)	▲18,9%	(114.154)	(98.276)	▲16,2%
Depreciações e amortizações	(39.294)	(40.059)	▼1,9%	(78.490)	(79.351)	▼1,1%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>103.706</b>	<b>107.662</b>	<b>▼3,7%</b>	<b>213.261</b>	<b>224.962</b>	<b>▼5,2%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.664)	(3.794)	▲22,9%	(38.701)	(31.815)	▲21,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(2.803)	(10.470)	▼73,2%	(8.709)	(17.444)	▼50,1%
Participação dos acionistas minoritários	94	(23)	nd	75	(43)	nd
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96.333</b>	<b>93.375</b>	<b>▲3,2%</b>	<b>165.927</b>	<b>175.660</b>	<b>▼5,5%</b>

(R\$'000)	2T15	2T14	Var. %	1S15	1S14	Var. %
<b>NOI</b>	<b>227.265</b>	<b>204.101</b>	<b>▲11,3%</b>	<b>446.476</b>	<b>389.875</b>	<b>▲14,5%</b>
<i>Margem NOI</i>	89,9%	88,2%	▲170 b.p.	89,6%	87,4%	▲223 b.p.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>233.145</b>	<b>213.596</b>	<b>▲9,2%</b>	<b>460.251</b>	<b>409.626</b>	<b>▲12,4%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	90,1%	88,6%	▲147 b.p.	89,9%	87,9%	▲198 b.p.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>195.600</b>	<b>186.632</b>	<b>▲4,8%</b>	<b>391.110</b>	<b>376.770</b>	<b>▲3,8%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	76,1%	75,7%	▲37 b.p.	76,5%	78,5%	▼199 b.p.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>186.018</b>	<b>187.050</b>	<b>▼0,6%</b>	<b>379.718</b>	<b>383.610</b>	<b>▼1,0%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	72,0%	68,6%	▲332 b.p.	72,6%	72,4%	▲16 b.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>96.333</b>	<b>93.375</b>	<b>▲3,2%</b>	<b>165.927</b>	<b>175.660</b>	<b>▼5,5%</b>
<i>Margem Líquida</i>	37,3%	34,3%	▲300 b.p.	31,7%	33,2%	▼145 b.p.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>99.136</b>	<b>103.845</b>	<b>▼4,5%</b>	<b>174.635</b>	<b>193.104</b>	<b>▼9,6%</b>
<i>Margem de Líquida Ajustada</i>	38,4%	38,1%	▲24 b.p.	33,4%	36,5%	▼307 b.p.
<b>FFO</b>	<b>138.431</b>	<b>143.904</b>	<b>▼3,8%</b>	<b>253.125</b>	<b>272.454</b>	<b>▼7,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	53,6%	52,8%	▲74 b.p.	48,4%	51,4%	▼305 b.p.

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

<b>ATIVO</b>	<b>30/06/2015</b>	<b>31/03/2015</b>	<b>% Variação</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	148.807	160.152	▼7,1%
Aplicações financeiras	126.998	252.723	▼49,7%
Contas a receber	319.007	321.297	▼0,7%
Terrenos e imóveis a comercializar	73.982	158.462	▼53,3%
Partes relacionadas	2.288	2.139	▲7,0%
Impostos e contribuições sociais a compensar	7.769	3.175	▲144,7%
Adiantamentos diversos	1.586	1.516	▲4,6%
Outros	27.454	28.429	▼3,4%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>707.892</b>	<b>927.894</b>	<b>▼23,7%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	51.562	51.664	▼0,2%
Terrenos e imóveis a comercializar	223.245	197.450	▲13,1%
Partes relacionadas	11.561	10.527	▲9,8%
Depósitos judiciais	14.498	13.962	▲3,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	19.709	18.533	▲6,3%
Outros	16.488	20.241	▼18,5%
Investimentos	6.692	6.671	▲0,3%
Propriedades para investimento	5.315.879	5.122.282	▲3,8%
Imobilizado	32.749	31.999	▲2,3%
Intangível	349.487	349.990	▼0,1%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.041.870</b>	<b>5.823.320</b>	<b>▲3,8%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.749.691</b>	<b>6.751.214</b>	<b>▼0,0%</b>
<b>PASSIVO</b>			
	<b>30/06/2015</b>	<b>31/03/2015</b>	<b>% Variação</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	213.864	211.505	▲1,1%
Debêntures	10.880	21.851	▼50,2%
Contas a pagar	70.815	90.785	▼22,0%
Obrigações por aquisição de bens	56.749	26.586	▲113,5%
Impostos e contribuições a recolher	34.209	50.233	▼31,9%
Dividendos a pagar	77.583	73.059	▲6,2%
Receitas diferidas	22.811	18.555	▲22,9%
Outros	6.691	7.054	▼5,1%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>493.532</b>	<b>499.628</b>	<b>▼1,2%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.467.850	1.500.968	▼2,2%
Debêntures	398.223	398.223	▲0,0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	169.664	165.686	▲2,4%
Obrigações por aquisição de bens	57.158	13.542	▲322,1%
Outros	-	5	n.d.
Provisão para contingências	9.683	10.974	▼11,8%
Receitas diferidas	(769)	4.825	na
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.101.809</b>	<b>2.094.223</b>	<b>▲0,4%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	▼0,0%
Reserva de capital	967.597	966.449	▲0,1%
Reserva de lucros	912.529	932.423	▼2,1%
Gasto com emissão de ações	(38.993)	(38.994)	▼0,0%
Ações em tesouraria	(67.704)	(75.347)	▼10,1%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros Acumulados	78.068	71.969	▲8,5%
Participação dos acionistas minoritários	4.787	2.795	▲71,2%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.154.350</b>	<b>4.157.362</b>	<b>▼0,1%</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.749.691</b>	<b>6.751.214</b>	<b>▼0,0%</b>

## 17. Glossário

---

**ABL Própria:** ou ABL da Companhia ou ABL Multiplan, refere-se à ABL total ponderada pela participação da Multiplan em cada shopping.

**ABL Própria Esperada:** ABL correspondente à participação da Companhia nos projetos em desenvolvimento.

**Abrasce:** Associação Brasileira de Shopping Centers.

**Aluguel Complementar:** É a diferença (quando positiva) entre o aluguel mínimo e o aluguel com base em porcentagem de vendas paga como aluguel, conforme definida em contrato.

**Aluguel Sazonal:** Aluguel adicional cobrado normalmente da maioria dos locatários em dezembro, devido às maiores vendas promovidas pelo natal, além de maiores despesas incorridas nesta época do ano.

**Aluguel na Mesma Área (na sigla em inglês SAR):** É a relação entre o aluguel faturado em uma mesma área no ano anterior com o ano atual incluindo somente áreas ativas.

**Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR):** Variação do aluguel faturado de lojas em operação nos dois períodos comparados.

**Aluguel Mínimo (ou Aluguel-Base):** É o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista. Caso um lojista não tenha contratado um aluguel-base, o aluguel mínimo será uma porcentagem de suas vendas.

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

**Banco de Terrenos:** Terrenos adquiridos pela Multiplan para empreendimentos futuros.

**BMF&Bovespa:** Bolsa de Valores de São Paulo.

**Brownfield:** projetos de expansões em shopping centers existentes.

**CAGR:** *Compounded Annual Growth Rate*. Taxa Composta de Crescimento Anual. Corresponde à taxa média de crescimento em bases anuais.

**CAPEX:** *Capital Expenditure*. É a estimativa do montante de recursos a ser desembolsado para o desenvolvimento, expansão ou melhoria de um ativo. O valor capitalizado representa a variação do ativo permanente, imobilizado, intangível, propriedades para investimento e depreciação.

**CDI:** Certificado de Depósito Interbancário. Certificados emitidos pelos bancos para geração de liquidez. Sua taxa média de 1 (um) dia, anualizada, é utilizada como referência para as taxas de juros da economia brasileira.

**Cessão de Direitos (CD):** Cessão de Direitos é o valor pago pelo lojista para ingressar no shopping center. O contrato de cessão de direitos, quando assinado, é reconhecido na conta de receita diferida e na conta de recebíveis, mas sua receita é reconhecida na conta de receita de cessão de direitos em parcelas lineares, somente no momento de uma abertura, pelo período do contrato de locação. Cessão de Direitos não recorrentes refere-se a contratos de lojas novas em novos empreendimentos ou expansões (inaugurados nos últimos 5 anos). Cessão de Direitos "Operacional" refere-se a lojas que estão mudando em um shopping center já em funcionamento.

**Custo de Ocupação:** É o custo de locação de uma loja como porcentagem das vendas. Inclui o aluguel e outras despesas (despesas de condomínio e fundo promocional).

**Crescimento Orgânico:** Crescimento da receita que não seja oriundo de aquisições, expansões e novos empreendimentos apurados no período em questão.

**Debênture:** instrumento de dívida emitido pelas companhias para captação de recursos. As debêntures da Multiplan são do tipo não conversíveis, significando que não podem ser convertidas em ações. Além disso, o titular da debênture não tem direito a voto.

**Despesas com Novos Projetos para Locação:** Despesas pré-operacionais, atreladas a projetos greenfield e expansões, contabilizada como despesa na demonstração de resultados, conforme estabelecido no pronunciamento CPC 04 em 2009.

**Despesas com Novos Projetos para Venda:** Despesas pré-operacionais, geradas nas operações de desenvolvimento imobiliário para venda, contabilizada como despesa na demonstração de resultados, conforme pronunciamento CPC 04 em 2009.

**EBITDA:** *Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization*. Lucro (prejuízo) líquido adicionado das despesas com IRPJ e CSLL, resultado financeiro, depreciação e amortização. O EBITDA não possui uma definição única, e sua definição pode não ser comparável ao EBITDA utilizado por outras companhias.

**EBITDA de propriedades:** EBITDA relacionado com o principal negócio da Multiplan, propriedades para locação. A métrica exclui imóveis para venda e despesas com desenvolvimentos futuros.

**Efeito da Linearidade:** Método contábil que tem como objetivo retirar a volatilidade e sazonalidade das receitas de aluguel. O reconhecimento contábil da receita de locação, incluindo o aluguel sazonal e reajustes contratuais quando aplicáveis, é baseado na linearização da receita durante o prazo do contrato independente do prazo de recebimento.

**Efeito do reajuste no IGP-DI:** É a média do aumento mensal do IGP-DI com um mês de atraso, multiplicada pela porcentagem da ABL ajustada no respectivo mês.

**EPS:** *Earnings per Share*. Ganhos por Ação; constitui-se do Lucro Líquido dividido pelo número total de ações da Companhia.

**Equivalência Patrimonial:** A contabilização do resultado da participação societária em coligadas é demonstrada na demonstração do resultado da controladora como equivalência patrimonial, representando o lucro líquido atribuível aos acionistas da coligada.

**FFO (Fluxo de Caixa Operacional):** É a soma do Lucro Líquido Ajustado, depreciação e amortização.

**Greenfield:** Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

**IBGE:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

**IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna):** Índice de inflação apurado pela Fundação Getúlio Vargas, com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência e divulgação próxima ao dia 20 do mês posterior. Possui a mesma composição do IGP-M (Índice Geral de Preços do Mercado), diferenciando-se apenas o período de coleta.

**Inadimplência:** A diferença percentual entre o aluguel cobrado no período e o aluguel recebido nos 30 dias seguintes ao fim do período, calculada no último dia útil de cada mês.

**IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo):** Calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, é o indicador nacional de inflação controlado pelo Banco Central do Brasil.

**Lojas Âncora:** Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do shopping center. As lojas devem ter mais de 1.000 m<sup>2</sup> para serem consideradas âncoras.

**Lojas Satélite:** Pequenas lojas, sem características estruturais e mercadológicas especiais, localizadas no entorno das Lojas Âncora e destinadas ao comércio em geral.

**Lucro Líquido Ajustado:** Lucro Líquido Ajustado pelas despesas não recorrentes com o IPO, custos de reestruturação e amortizações de ágio provenientes de aquisições e fusões (incluindo impostos diferidos).

**Margem EBITDA:** EBITDA dividido pela Receita Líquida.

**Margem NOI:** NOI dividido pela receita de locação, linearidade e receita líquida de estacionamento.

**Merchandising:** É todo tipo de locação em um shopping não vinculada à área da ABL do shopping. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, locação de espaços em pilares, portas e escadas rolantes, entre outros pontos de exposição em um shopping.

**Mix de Lojistas:** Composição estratégica das lojas definida pelo administrador dos shoppings.

**Multiuso:** Estratégia baseada no desenvolvimento de empreendimentos residenciais e torres comerciais em áreas próximas aos shoppings.

**Participação Minoritária:** Resultado das empresas controladas que não correspondem à participação da Companhia controladora e, conseqüentemente, é deduzido do resultado da mesma.

**Perda de aluguel:** Baixas decorrentes de inadimplência com mais de seis meses e parecer legal.

**Receitas Diferidas:** Cessão de Direitos diferida e despesas com recompra de lojas.

**Receita de Estacionamento:** resultado líquido da receita de estacionamento menos os valores repassados aos sócios da Multiplan nos shopping centers e condomínios.

**Resultado Operacional Líquido (NOI):** *Net Operating Income*, ou *NOI*. Refere-se à soma do resultado operacional (receita de locação, linearidade, despesas de shopping centers e despesas com torres imobiliárias) e o resultado das operações de estacionamento (receitas e despesas). Impostos sobre receita não são considerados. O NOI+CD também inclui a receita de cessão de direitos.

**Taxa de Ocupação:** ABL locada dividida pela ABL total

**Taxa de Administração:** Tarifa cobrada aos locatários e aos demais sócios do shopping para custear a administração do shopping.

**TJLP:** Taxa de Juros de Longo Prazo – custo usual de financiamento apurado pelo BNDES

**TR:** Taxa Referencial – Taxa média de juros utilizada pelo mercado.

**Turnover (giro):** Consiste na ABL locada nos shopping centers em operação no período dividida pela ABL total disponível dos shopping centers em operação.

**Vacância:** Área bruta locável no shopping disponível para ser alugada.

**Vendas:** Vendas declaradas pelas lojas em cada um dos shoppings.






**Vendas na Mesma Área (na sigla em inglês SAS):** Aumento de vendas/m<sup>2</sup> das áreas existentes no portfólio há mais de um ano. Esta base considera as trocas de lojas dos períodos anteriores.

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

**Vendas por m<sup>2</sup>:** O cálculo de vendas/m<sup>2</sup> considera apenas a ABL de lojas que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, uma vez que estas operações não estão incluídas na ABL total.

**VG (Valor Geral de Vendas):** Refere-se ao total de unidades à venda em um empreendimento imobiliário multiplicado pelo valor de tabela de cada uma.

**Segmentos de Shopping Centers:**

-  Praça de Alimentação & Área Gourmet – Inclui operações de *fast food* e restaurantes
-  Diversos – Cosméticos, livrarias, cabeleireiros, lojas para animais, etc.
-  Artigos para o lar e escritório – Lojas de aparelhos eletrônicos, decoração, arte, materiais para escritório, etc.
-  Serviços – Centros esportivos, centros de lazer, teatros, salas de cinema, centros médicos, bancos, etc.
-  Vestuário – Lojas de roupas, calçados e acessórios femininos e masculinos.