



 **Multiplan**

# Primeiro Trimestre 2014

## Release de Resultados

**Teleconferência de Resultados**

**Data:** 7 de maio de 2014 (quarta-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 expectativa da companhia. O leitor/investidor não deve se basear 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 se tornar 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 na página seguinte.**

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

## **Relatório Gerencial**

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

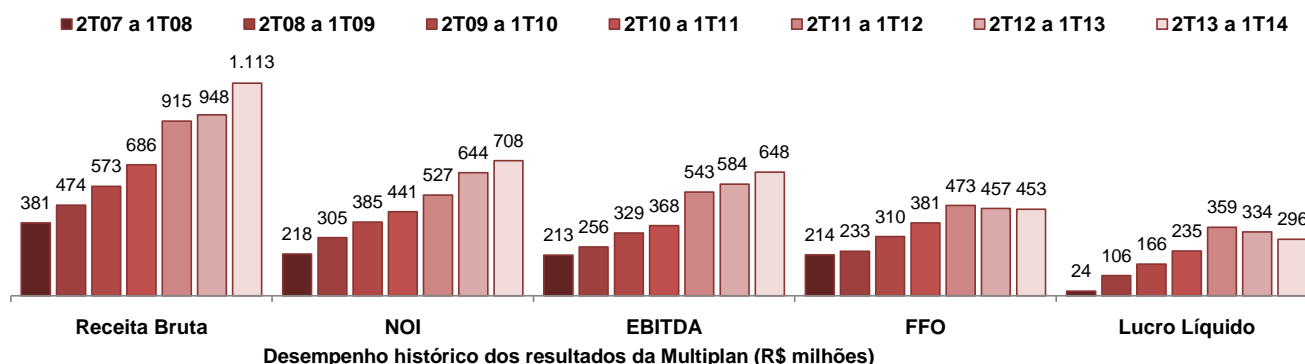
Favor consultar a página 31 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelos Pronunciamentos Contábeis CPC 18 (R2) e CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

01. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial.....	6
02. Desenvolvimentos de Projetos .....	7
03. Indicadores Operacionais .....	9
04. Receita Bruta .....	12
05. Resultados da Participação em Propriedades .....	12
06. Resultados da Administração de Shopping .....	16
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	17
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários .....	18
09. Equivalência Patrimonial e Outras Receitas (Despesas).....	18
10. Resultados Financeiros .....	19
11. MULT3 e Mercado de Ações .....	24
12. Portfólio.....	25
13. Estrutura Societária .....	27
14. Dados Operacionais e Financeiros .....	29
15. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial .....	31
16. Anexos.....	34
17. Glossário.....	37

**Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan**

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

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


**Visão Geral**

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa full service, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil. A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. No final do 1T14, a Multiplan detinha – com uma participação média de 73,9% - 18 shopping centers com ABL total de 756,696 m<sup>2</sup>, dos quais 17 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 4,800 lojas e tráfego anual estimado em 170 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>.



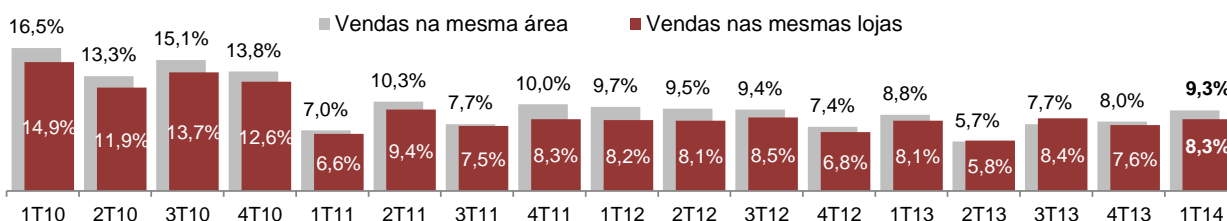
# EBITDA do 1T14 cresce 23% para R\$197 milhões e Lucro Líquido aumenta 17% para R\$82 milhões

Rio de Janeiro, 6 de maio 2014 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do primeiro trimestre de 2014. Durante o exercício de 2012, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu os seguintes pronunciamentos que afetam as atividades da Companhia e suas controladas, dentre outros: (i) CPC 18 (R2) - Investimento em Coligada, em Controlada e em Empreendimento Controlado em Conjunto; (ii) CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto. Esses pronunciamentos passaram a ter sua aplicação requerida para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. Tais pronunciamentos determinam, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Nesse caso, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Manati Empreendimentos e Participações S.A., empresa detentora de 75% do Shopping Santa Úrsula, e os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome. Este relatório possui caráter gerencial e, por essa razão, não considera a aplicação dos CPCs 18 (R2) e 19 (R2). Dessa forma, as informações e/ou análises de desempenho constantes deste relatório consideram a consolidação proporcional da Manati Empreendimentos e Participações S.A., e da Parque Shopping Maceió S.A. Para informações adicionais, favor consultar a nota 9.4 das Informações Trimestrais do 1T14.

## Destaques 1T14 (R\$)

### Forte Crescimento de Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) e Vendas na Mesma Área (SAS)

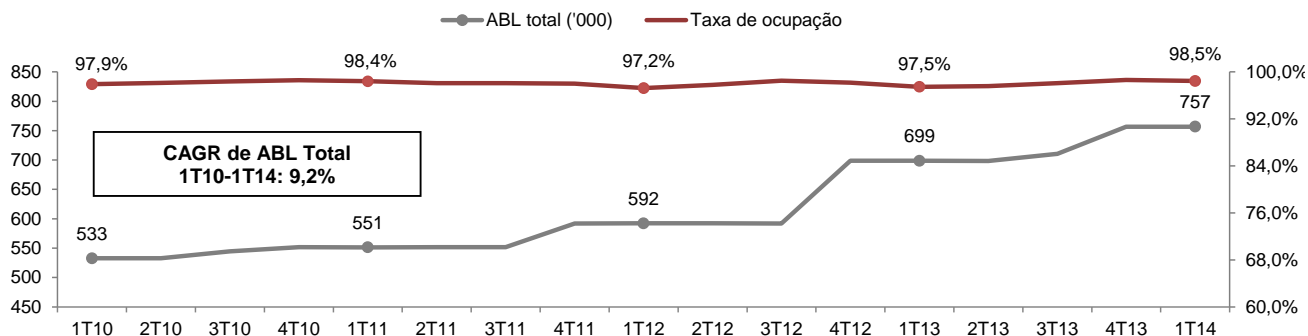
Maior crescimento de SSS em primeiros trimestres desde o 1T10



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

### Taxa de Ocupação Consistentemente Alta

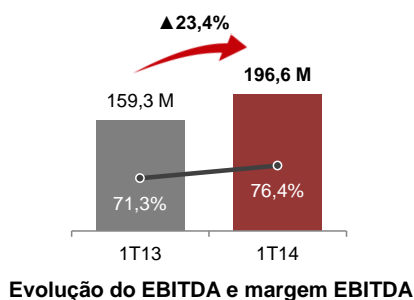
Maior taxa de ocupação já registrada pela companhia em primeiros trimestres



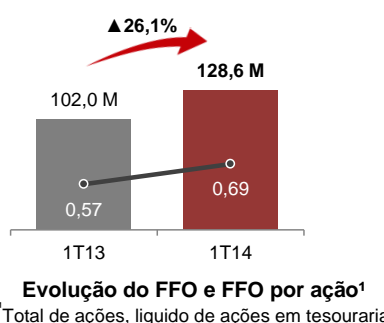
ABL total de shopping centers e evolução da taxa de ocupação: 1T10 – 1T14

### Resultados Sólidos

Crescimentos de EBITDA de 23,4% e FFO de 26,1%



Evolução do EBITDA e margem EBITDA



Evolução do FFO e FFO por ação<sup>1</sup>  
<sup>1</sup>Total de ações, líquido de ações em tesouraria

**Destques**

	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	NOI + Cessão de Direitos	EBITDA	Lucro Líquido	FFO
1T14 (R\$)	2.723,0 M	167,9 M	196,0 M	196,6 M	82,3 M	128,6 M
<b>1T14 vs. 1T13</b>	<b>+11,2%</b>	<b>+8,7%</b>	<b>+7,7%</b>	<b>+23,4%</b>	<b>+16,8%</b>	<b>+26,1%</b>

**DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS**

☞ **Desempenho Consistente de Vendas:** os lojistas dos shopping centers da Multiplan apresentaram **vendas totais de R\$2,7 bilhões** no 1T14, **11,2% maiores** do que no 1T13. Os **três shopping centers** inaugurados no 4T12 registraram um **crescimento combinado de vendas de 35,2%**.

☞ **Vendas na Mesma Área (SAS) aceleraram 9,3% no 1T14, e as Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) cresceram 8,3% no trimestre.** O SSS para **lojas satélites** mostrou um forte desempenho: **aumento de 8,7% no trimestre**, enquanto as lojas âncoras cresceram 5,8%. Nos últimos 12 meses, as **vendas por m<sup>2</sup> de lojas menores do que 1.000 m<sup>2</sup> atingiram R\$24.348/m<sup>2</sup>**, enquanto **lojas com menos de 200 m<sup>2</sup> apresentaram vendas de R\$27.756/m<sup>2</sup>**.

☞ A **taxa de inadimplência e a perda de aluguel** permaneceram em patamares historicamente baixos, de **1,9% e 0,5%**, respectivamente. O **custo de ocupação caiu para 13,7%**, mesmo nível registrado no 1T11.

☞ A **taxa de ocupação no fim do trimestre era de 98,5%, 100 p.b. superior à registrada no 1T13**, de 97,5%, apesar da recente entrega de áreas.

☞ O **Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) teve aumento de 6,8% no 1T14**, sobre um crescimento já forte de **11,4% no 1T13**, e acima do efeito do IGP-DI de 5,9%. A **Receita de Locação**, incluindo o efeito da linearidade, apresentou **aumento de 9,4%, atingindo R\$179,3 milhões no 1T14**.

☞ **Sólido crescimento de receita:** A **Receita Bruta cresceu 15,5% no 1T14 vs. 1T13**, atingindo R\$284,0 milhões.

☞ A **Receita Operacional Líquida (NOI) + Cessão de Direitos (CD) atingiu R\$196,0 milhões no 1T14, 7,7% superior ao 1T13.** Nos últimos 12 meses, o NOI + CD aumentou 10,0% para R\$754,6 milhões. No 1T14, o **NOI + CD por ação<sup>1</sup> foi de R\$1,05**, implicando um crescimento médio composto de cinco anos (**CAGR**) de **14,3%**.

☞ O **EBITDA consolidado foi de R\$196,6 milhões no 1T14, 23,4% maior do que no 1T13**, impactado pelo crescimento de dois dígitos da receita líquida e itens não-recorrentes.

☞ A **dívida líquida/EBITDA foi reduzida para 2,94x no 1T14**, e o **custo médio ponderado da dívida** aumentou 54 p.b. para **10,41% a.a.**, enquanto a **taxa básica de juros cresceu 75 p.b. para 10,75% a.a.**, em 31 de março de 2014.

☞ **Forte crescimento do Lucro Líquido e FFO, de 16,8% e 26,1%, respectivamente.** O **Lucro Líquido alcançou R\$82,3 milhões** e o **FFO foi de R\$128,6 milhões no 1T14**. Os resultados foram impactados por crescimento orgânico, novas áreas inauguradas em 2013, itens não recorrentes, assim como maior despesa financeira e depreciação.

**Eventos Recentes:**

☞ **Segregação dos cargos de CEO e Presidente do Conselho:** Na Assembléia Geral da Multiplan, realizada em 29 de abril de 2014, foi o eleito o **Sr. Jose Paulo Ferraz do Amaral** como **Presidente do Conselho de Administração**, e o **Sr. Leonard Peter Sharpe** como **membro do conselho**, em substituição ao **Sr. Manoel Joaquim R. Mendes**. O **Sr. Jose Isaac Peres** foi eleito pelos membros do Conselho como **CEO da Multiplan** para um mandato de dois anos.

☞ **Vendas nos shopping centers da Multiplan cresceram 14,9% em abril** de 2014, comparado ao mesmo período de 2013.

<sup>1</sup> O total de ações em 31 de março de 2014, líquido de ações em tesouraria, era de 187.437.520 ações.

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

(R\$'000)	1T14	1T13	Var. %
Receita de Locação	167.921	154.436	▲8,7%
Serviços	32.187	24.827	▲29,6%
Cessão de direitos	10.256	12.802	▼19,9%
Receita de estacionamento	35.416	30.196	▲17,3%
Venda de imóveis	25.853	14.111	▲83,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	11.411	9.546	▲19,5%
Outras	907	5	n.d.
<b>Receita Bruta</b>	<b>283.952</b>	<b>245.923</b>	<b>▲15,5%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(26.703)	(22.377)	▲19,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>257.249</b>	<b>223.547</b>	<b>▲15,1%</b>
Despesas de sede	(24.495)	(19.860)	▲23,3%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(3.085)	(2.324)	▲32,8%
Despesas de shopping centers	(25.544)	(24.897)	▲2,6%
Despesas com escritórios para locação	(3.430)	-	n.d.
Despesas com novos projetos para locação	(6.334)	(4.370)	▲44,9%
Despesas com novos projetos para venda	(3.713)	(2.510)	▲48,0%
Custo de imóveis vendidos	(15.459)	(11.841)	▲30,6%
Resultado de equivalência patrimonial	11.009	(450)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	10.364	1.993	▲420,1%
<b>EBITDA</b>	<b>196.560</b>	<b>159.287</b>	<b>▲23,4%</b>
Receitas financeiras	9.527	9.665	▼1,4%
Despesas financeiras	(49.495)	(40.038)	▲23,6%
Depreciações e amortizações	(39.292)	(28.104)	▲39,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>117.300</b>	<b>100.810</b>	<b>▲16,4%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.021)	(26.938)	▲4,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(6.974)	(3.443)	▲102,5%
Participação dos acionistas minoritários	(20)	(7)	▲211,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>82.286</b>	<b>70.422</b>	<b>▲16,8%</b>

(R\$'000)	1T14	1T13	Var.%
<b>NOI</b>	<b>185.774</b>	<b>169.281</b>	<b>▲9,7%</b>
<i>Margem NOI</i>	86,5%	87,2%	▼67 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>196.031</b>	<b>182.082</b>	<b>▲7,7%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,1%	88,0%	▼85 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>182.687</b>	<b>162.533</b>	<b>▲12,4%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	79,9%	77,1%	▲274 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>196.560</b>	<b>159.287</b>	<b>▲23,4%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	76,4%	71,3%	▲515 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>82.286</b>	<b>70.422</b>	<b>▲16,8%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	32,0%	31,5%	▲48 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>89.259</b>	<b>73.865</b>	<b>▲20,8%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	34,7%	33,0%	▲166 p.b.
<b>FFO</b>	<b>128.551</b>	<b>101.969</b>	<b>▲26,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	50,0%	45,6%	▲436 p.b.

## 2. Desenvolvimento de Projetos

R\$90,4 milhões investidos durante o 1T14

A Multiplan, em prosseguimento com os planos de crescimento, investiu R\$90,4 milhões durante o primeiro trimestre de 2014. Este total inclui R\$40,5 milhões em expansões de shopping centers, R\$21,5 milhões em TI e outros, R\$15,8 milhões em aquisição de terreno, relacionados ao terreno adquirido na cidade de Canoas, conforme anunciado no ano anterior. Investimentos finais em um novo shopping center, assim como investimentos em projetos a serem futuramente detalhados somaram R\$7,4 milhões no 1T14.

Investimentos (R\$)	1T14
Novos Shopping Centers	7,4 M
Novas Expansões	40,5 M
Novas Torres para Locação	4,2 M
Revitalizações	0,9 M
TI e Outros	21,5 M
Compra de terrenos	15,8 M
<b>Investimento Total</b>	<b>90,4 M</b>

A variação nas linhas de Propriedades para Investimento, Propriedades, Plantas e Equipamentos e Intangíveis no balanço da Companhia foi de R\$91,9 milhões no 1T14. O balanço entre esta variação e a do CAPEX resulta do ajuste contábil decorrente da adoção do Pronunciamento Técnico CPC-19 (R2). Conseqüentemente as participações em Joint Ventures/Empresas/Sociedades de Propósito Específico (SPEs) cujo controle seja compartilhado, são agora lançados como investimentos e não mais como Propriedades para Investimento.

Após a entrega de 263,4 mil m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL) entre 2011 e 2013, que levou a um crescimento de 70,9% da ABL própria da Multiplan, a Companhia tem no momento um empreendimento para locação em construção, enquanto dedica-se ao desenvolvimento de novos projetos.

### 2.1 Expansões de Shopping Centers

*BarraShopping: Preparativos para a entrega; 98,3% locado*

A sétima expansão do BarraShopping, composta por 45 novas lojas divididas em dois andares, e outros dois pisos superiores com mais 4,5 mil m<sup>2</sup> de laje corporativa para locação, está próxima da conclusão e adicionará um total de 9,5 mil m<sup>2</sup> de ABL. As áreas com lojas estão com abertura prevista para junho de 2014, e as lajes corporativas deverão ser entregues no 4T14. A expansão aumentará a área locável do Complexo BarraShopping, que inclui o New York City Center, para 101,0 mil m<sup>2</sup> de ABL. Em Abril de 2014, 98,3% das lojas disponíveis estavam locadas. O CAPEX do projeto, baseado na participação de 51% da Multiplan, é de R\$107,0 milhões. A Companhia estima um retorno do terceiro ano (*NOI yield*) de 15,4% e uma taxa interna de retorno estimada (TIR) para o projeto de 18,8% ao ano, real e desalavancada.



BarraShopping Expansão VII – ilustração



BarraShopping Expansão VII - obras (abril 2014)

Projetos para Locação em construção				Participação da Multiplan (R\$)						
Projeto	Inauguração	ABL (100%)	% Mult.	CAPEX	CAPEX Investido	Cessão de Direito	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano	TIR	
BarraShopping Exp. VII <sup>1</sup>	Junho/4T14 <sup>1</sup>	9.479 m <sup>2</sup>	51,1%	107,0 M	65%	12,0 M	14,7 M	15,4%	18,8%	

<sup>1</sup> O espaço de lojas deve ser inaugurado em Junho 2014. O espaço corporativo para locação deve ser entregue no 4T14.

## 2.2 Multiuso: Comercial e Residencial para a venda

*Torres em Porto Alegre: construção se aproxima do fim*

A Diamond Tower e a Résidence du Lac, uma torre de escritórios e um edifício residencial, localizadas no BarraShoppingSul, estão com 93,0% e 99,5% de unidades vendidas, respectivamente. O Valor Geral de Vendas (VGV) dos empreendimentos é de R\$252,7 milhões. Os projetos tem entrega prevista para o segundo semestre de 2014.



Diamond Tower e Résidence du Lac – obras (Abril 2014)

Torres para venda							
Projeto	Localização	Tipo	Inauguração	Área	% Mult.	VGV <sup>1</sup>	Preço médio/m <sup>2</sup>
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%	136,5 M	9.894
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	116,2 M	11.667
<b>Total</b>				<b>23.760 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>252,7 M</b>	<b>10.637</b>

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

## 2.3 Crescimento futuro e Banco de Terrenos

A Multiplan possui atualmente 725 mil m<sup>2</sup> em terrenos para projetos futuros. A maior parte dos terrenos estão integrados aos shopping centers da Multiplan e devem estimular novos projetos a serem anunciados em momento oportuno. A Companhia também vê potencial de crescimento de 150 mil m<sup>2</sup> em expansões nos shopping centers atualmente em operação.

Cidade (Estado)	Área do terreno	Tipo	% da Multiplan
Belo Horizonte (MG)	2.606 m <sup>2</sup>	Comercial	97%
Canoas (RS)	93.600 m <sup>2</sup>	Comercial	n.d.
Curitiba (PR)	843 m <sup>2</sup>	Apart-Hotel	84%
Curitiba (PR)	27.370 m <sup>2</sup>	Comercial	94%
Jundiaí (SP)	4.500 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
Maceió (AL)	140.000 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial, Hotel	50%
Porto Alegre (RS)	4.396 m <sup>2</sup>	Hotel, Comercial	100%
Ribeirão Preto (SP)	207.092 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial	100%
Rio de Janeiro (RJ)	141.480 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial	90%
Rio de Janeiro (RJ)	36.000 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
São Caetano do Sul (SP)	36.948 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
São Paulo (SP)	29.800 m <sup>2</sup>	Residencial	36%
<b>Total</b>	<b>724.635 m<sup>2</sup></b>		<b>n.d.</b>

### 3. Indicadores Operacionais

#### 3.1 Vendas dos Shopping Centers

*Novos shopping centers registram crescimento de vendas de 35% no 1T14*

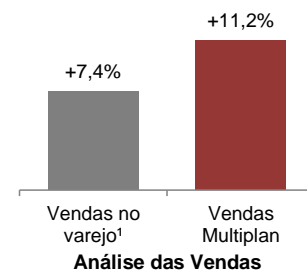
Com um crescimento de 11,2% sobre o 1T13, os shopping centers da Multiplan apresentaram vendas totais de R\$2,7 bilhões no 1T14. De acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – as vendas do varejo nacional aumentaram 7,4% nos meses de janeiro e fevereiro de 2014, comparado ao mesmo período em 2013. As vendas de março ainda não haviam sido divulgadas até a publicação deste relatório.

Com crescimento combinado de vendas de 35,2% no 1T14, os três shopping centers inaugurados no 4T12 (JúndiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall) continuam mostrando progresso contínuo no início do segundo ano de operação. O VillageMall teve aumento de vendas de 66,9%, impactado pela evidente consolidação e beneficiado pela abertura de novas lojas. O Parque Shopping Maceió, aberto durante o 4T13, contribuiu com R\$49,4 milhões em seu primeiro trimestre completo em operação, e o Shopping Vila Olímpia mostrou mais um trimestre de melhoria das vendas, com crescimento de 10,4%.

Os shopping centers consolidados também mostraram progressos importantes, evidenciado pelo crescimento combinado de 7,8% de vendas dos shoppings com mais de 30 anos em operação. Os principais destaques de vendas entre os shopping centers consolidados foram o RibeirãoShopping (+15,0%) e o MorumbiShopping (+12,0%). Enquanto o RibeirãoShopping obteve uma contribuição relevante das novas expansões abertas recentemente, o MorumbiShopping foi positivamente impactado por uma importante mudança de lojas, que resultou em um mix de lojistas ainda mais forte.

*O gap começou a fechar*

As vendas mensais por m<sup>2</sup> dos shopping centers em operação há menos de cinco anos no 1T14 foram de R\$841/m<sup>2</sup>, ou 76,5% menores do que as dos shopping centers em operação há mais de cinco anos, com R\$1.484/m<sup>2</sup>. No 1T13, a mesma análise indicava uma diferença de 90,8% entre os shoppings novos e consolidados. O aumento de produtividade dos novos shopping centers, como esperado, já começou.



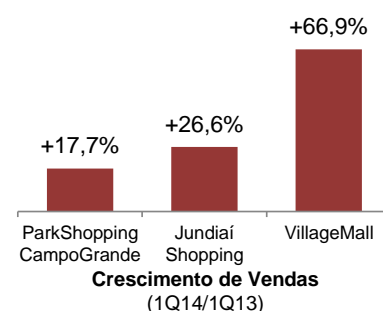
**Análise das Vendas**  
<sup>1</sup> Janeiro e Fevereiro de 2014, comparado ao mesmo período de 2013

Vendas (100%)	Abertura	1T14	1T13	Var.%
BH Shopping	(1979)	246,2 M	234,1 M	▲5,2%
RibeirãoShopping	(1981)	165,6 M	144,0 M	▲15,0%
BarraShopping	(1981)	391,7 M	380,9 M	▲2,8%
MorumbiShopping	(1982)	332,0 M	296,5 M	▲12,0%
ParkShopping	(1983)	232,5 M	213,9 M	▲8,7%
DiamondMall	(1996)	131,2 M	120,6 M	▲8,8%
New York City Center	(1999)	58,1 M	58,1 M	▲0,0%
Shopping Anália Franco	(1999)	207,0 M	189,0 M	▲9,5%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	186,1 M	181,6 M	▲2,5%
Pátio Savassi	(2004) <sup>1</sup>	79,5 M	77,9 M	▲2,1%
Shopping Santa Úrsula	(1999) <sup>2</sup>	42,4 M	41,2 M	▲3,1%
BarraShoppingSul	(2008)	157,8 M	149,6 M	▲5,4%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	77,8 M	70,4 M	▲10,4%
ParkShoppingSãoCaetano	(2011)	109,2 M	100,1 M	▲9,1%
JúndiaíShopping	(2012)	84,4 M	66,7 M	▲26,6%
ParkShoppingCampoGrande	(2012)	79,8 M	67,8 M	▲17,7%
VillageMall	(2012)	92,4 M	55,4 M	▲66,9%
Parque Shopping Maceió	(2013) <sup>3</sup>	49,4 M	-	n.d.
<b>Total</b>		<b>2.723,0 M</b>	<b>2.447,7 M</b>	<b>▲11,2%</b>

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

<sup>2</sup> O Shopping Santa Úrsula foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008, e iniciou suas operações em 1994.

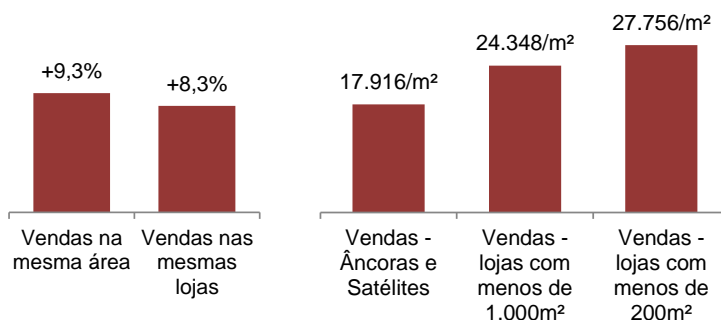
<sup>3</sup> Parque Shopping Maceió iniciou suas operações em 7 de novembro de 2013.



SAS aumenta 9,3% e SSS cresce 8,3% no 1T14, o maior aumento em primeiros trimestres desde o 1T10

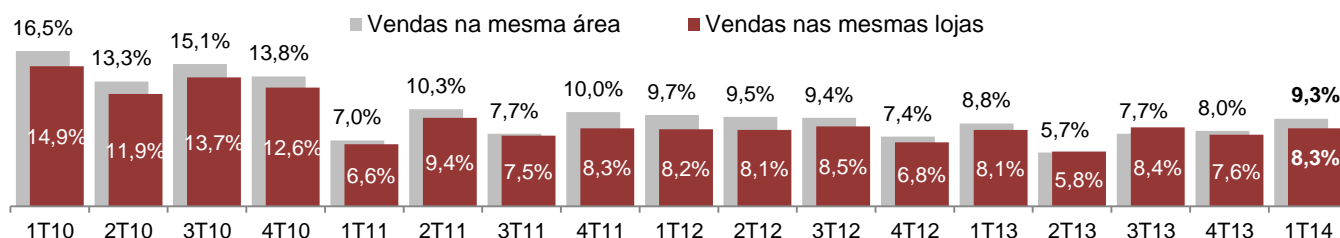
Mais uma vez, o índice de mesmas bases reflete o forte crescimento do portfólio. No 1T14, as Vendas na Mesma Área (SAS) cresceram 9,3%, e as Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) apresentaram o maior crescimento em primeiros trimestres desde o 1T10, de 8,3%.

Nos últimos 12 meses, as vendas/m<sup>2</sup> do portfólio é de R\$17.916/m<sup>2</sup>. Lojas com menos de 1.000 m<sup>2</sup> registraram vendas de R\$24.348/m<sup>2</sup>, enquanto as operações mais numerosas no portfólio, as lojas com menos de 200 m<sup>2</sup>, tiveram vendas de R\$27.756/m<sup>2</sup>.



SAS e SSS – 1T14/1T13

Vendas – Março 2014 (Últimos 12 meses)



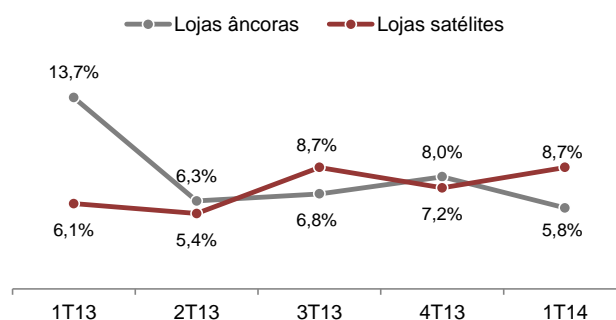
Evolução do SAS e SSS (ano/ano)

SSS de lojas satélites aumenta 8,7% no 1T14

Lojas satélites apresentaram um forte crescimento no 1T14, reportando um SSS 8,7% maior, enquanto as lojas âncoras registraram aumento de 5,8% no mesmo período. Os segmentos de destaque para as lojas satélite no trimestre foram “artigos diversos” e “alimentação e área gourmet”, com importantes aumentos de 12,2% e 8,1%, respectivamente. As lojas âncoras do segmento “artigos do lar” também mostraram um resultado expressivo, com crescimento de vendas de 9,0% no 1T14.

Vendas nas Mesmas Lojas	1T14 x 1T13		
	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲4,8%	▲7,3%	▲6,8%
Artigos do lar e escritório	▲9,0%	▲6,2%	▲7,4%
Artigos diversos	▲1,0%	▲12,2%	▲8,4%
Alimentação e área gourmet	-	▲8,1%	▲8,1%
Serviços	▲4,5%	▲3,7%	▲5,3%
<b>Total</b>	<b>▲5,8%</b>	<b>▲8,7%</b>	<b>▲8,3%</b>

Abertura do crescimento de SSS



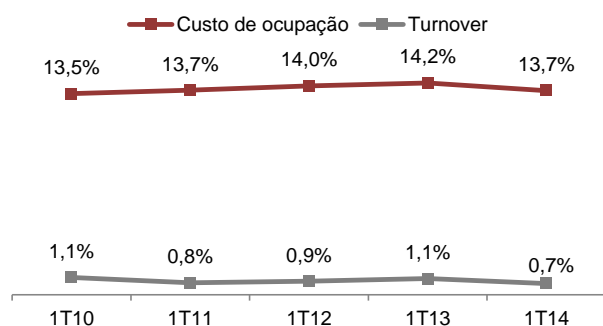
SSS de lojas Âncoras e Satélites

### 3.2 Indicadores Operacionais

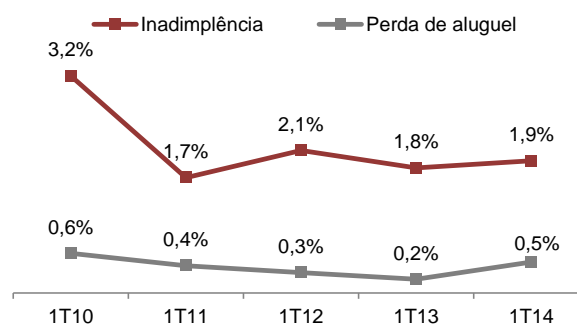
*Operações de qualidade se traduzem em indicadores saudáveis*

O custo de ocupação no 1T14 diminuiu 50 p.b. em comparação ao 1T13, para 13,7%, como resultado de vendas fortes no trimestre, e o *turnover* de ABL diminuiu de 1,1% no 1T13, para 0,7% no 1T14.

Os lojistas dos shopping centers da Multiplan apresentaram inadimplência (atraso no pagamento do aluguel superior a 25 dias) de 1,9% no 1T14 versus 1,8% no 1T13. A perda de aluguel foi de 0,5%, subindo de 0,2% no 1T13, permanecendo mesmo assim nos patamares mais baixos no histórico da companhia.



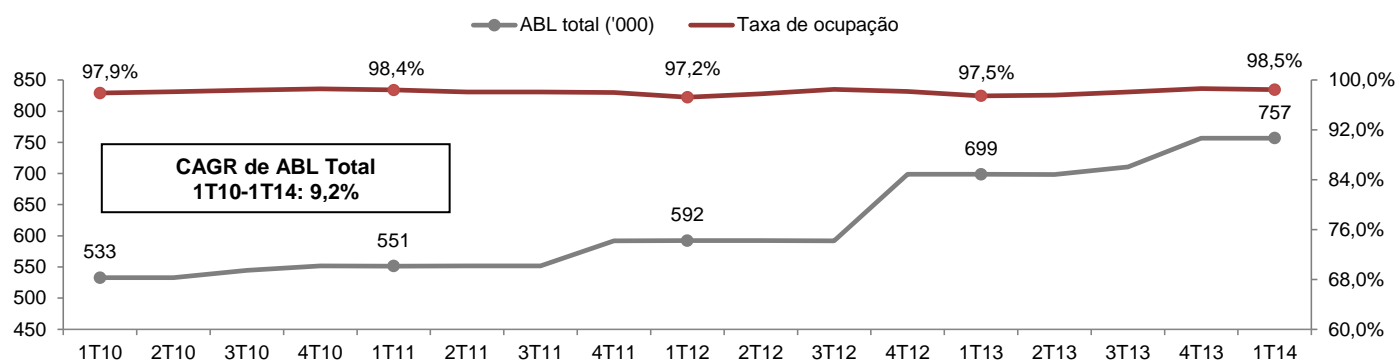
**Turnover histórico e custo de ocupação: 1T10-1T14**



**Histórico de inadimplência e perda de aluguel: 1T10-1T14**

*Maior taxa de ocupação em primeiros trimestres já registrada pela Companhia*

A taxa de ocupação média dos shopping centers no 1T14 foi de 98,5%, 100 p.b. maior do que no 1T13. Este número é o maior já registrado pela Multiplan em primeiros trimestres. É importante mencionar que a alta ocupação foi atingida e sustentada apesar da entrega de duas expansões e um novo shopping center em 2013.

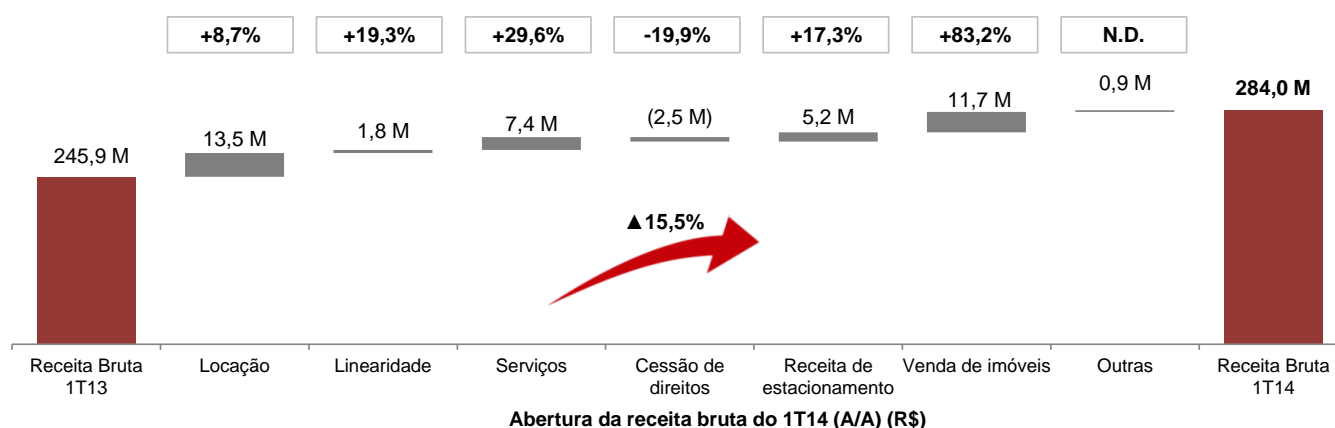
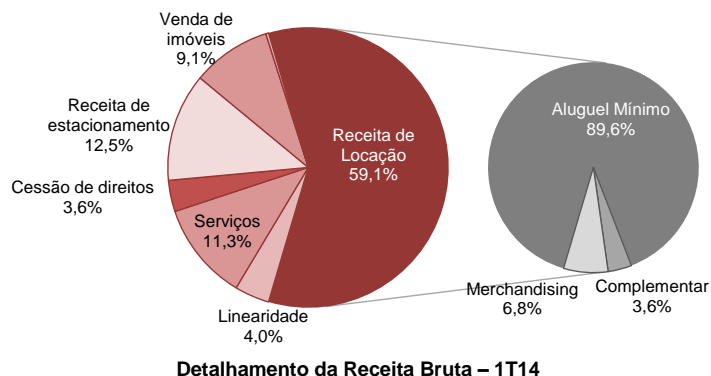


**ABL total de shopping centers e evolução da taxa de ocupação: 1T10 – 1T14**

#### 4. Receita Bruta

Receita bruta aumenta 15,5%, para R\$284,0 milhões no 1T14

A receita bruta da Multiplan totalizou R\$284,0 milhões no 1T14, um aumento de 15,5% em comparação ao 1T13. As receitas com vendas de imóveis, locação, serviços e estacionamento foram os principais destaques, adicionando juntas R\$32,2 milhões sobre a receita do 1T13. O maior componente da receita bruta no trimestre foi a receita de locação, representando 59,1%, seguida pela receita de estacionamento com 12,5% e receita de serviços, com 11,3%.



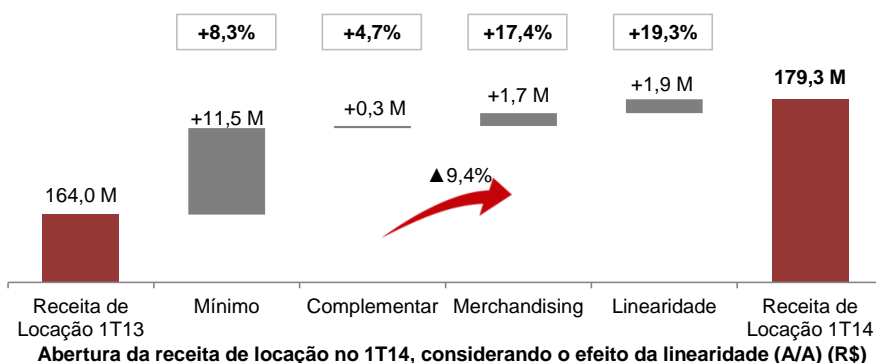
#### 5. Resultados da Participação em Propriedades

##### 5.1 Receita de Locação

Receita de locação atinge R\$167,9 milhões no 1T14, com aumento de 8,7%

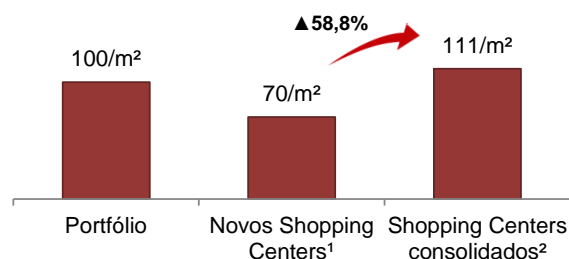
A receita de locação no trimestre aumentou 8,7% em comparação ao 1T13, alcançando R\$167,9 milhões. A receita de merchandising teve um forte aumento de 17,4%, registrado R\$11,4 milhões, e a receita de aluguel complementar atingiu R\$6,1 milhões, 4,7% maior do que no 1T13. A receita de aluguel mínimo foi de R\$150,4 milhões no 1T14, 8,3% maior do que no 1T13, de R\$138,9 milhões. É importante mencionar que uma receita não recorrente de R\$2,8 milhões foi registrada no 1T13, em consequência de um acordo de aluguel firmado com um lojista, que contribuiu na ocasião para uma maior receita de locação no 1T13, e distorcendo a comparação com o 1T14.

Se considerado o efeito da linearidade, que totalizou R\$11,4 milhões no trimestre, a receita de locação cresce 9,4%. O efeito da linearidade não representa uma entrada de caixa.



### Potencial de crescimento do portfólio

A média de aluguel mensal do portfólio de shopping centers atingiu R\$100/m<sup>2</sup> no 1T14. Considerando-se o portfólio consolidado, a taxa média mensal foi de R\$111/m<sup>2</sup> no trimestre, e é uma boa referência para o expressivo potencial de crescimento dos novos shopping centers, como mostrado no gráfico à direita. Dados suplementares podem ser encontrados na planilha de fundamentos que se encontra no site do departamento de Relações com Investidores da Multiplan ([www.multiplan.com.br/ir](http://www.multiplan.com.br/ir)).



#### Receita de locação por m<sup>2</sup>/mês no 1T14

<sup>1</sup>Shopping centers em operação há mais de 5 anos.  
<sup>2</sup>Shopping centers em operação há menos de 5 anos.

### Receita de locação cresce 8,7% no 1T14

A receita de locação atingiu R\$167,9 milhões no 1T14, 8,7% maior do que no 1T13, de R\$154,4 milhões.

O RibeirãoShopping reportou o maior aumento percentual de receita de locação no 1T14, atingindo R\$10,3 milhões, e impulsionado pela bem sucedida entrega das expansões VII e VIII em 2013.

O MorumbiShopping foi também destaque, com forte crescimento de 10,3%, beneficiado por relevantes aumentos de aluguel complementar (+18,7%) e merchandising (+40,5%), assim como pelo resultado da melhoria de mix.

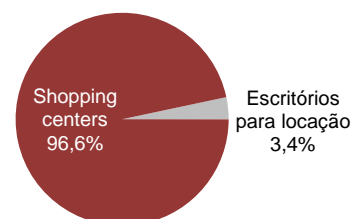
O BH Shopping decresceu 10,3% sua receita de locação no trimestre, em virtude do já comentado impacto não recorrente que beneficiou o 1T13, que fez o shopping center aumentar sua receita de locação em 27,2% no 1T13, em comparação ao 1T12.

O Shopping Vila Olímpia foi impactado pela recente troca de mix de lojistas e teve um aluguel 10,6% menor do que o 1T13. O shopping center, em consolidação, apresentou crescimento de vendas de 10,4% no trimestre.

### Aumentando: R\$5,6 milhões de receita no 1T14

O Morumbi Corporate, complexo de duas torres comerciais localizado em frente ao MorumbiShopping, registrou R\$5,6 milhões de receita de locação no 1T14. O projeto finalizou o trimestre com 48,0% da ABL locada e, em abril de 2014, esse total elevou-se para 55,0% da ABL.

Receita de Locação (R\$)	1T14	1T13	Var. %
BH Shopping	17,2 M	19,2 M	▼10,3%
RibeirãoShopping	10,3 M	8,6 M	▲20,2%
BarraShopping	20,2 M	18,8 M	▲7,9%
MorumbiShopping	23,1 M	20,9 M	▲10,3%
ParkShopping	10,5 M	10,1 M	▲3,4%
DiamondMall	9,0 M	8,7 M	▲3,5%
New York City Center	1,6 M	1,8 M	▼12,9%
Shopping Anália Franco	5,7 M	5,3 M	▲7,6%
ParkShoppingBarigüi	10,7 M	10,3 M	▲3,9%
Pátio Savassi	6,0 M	5,5 M	▲8,7%
Shopping Santa Úrsula	1,3 M	1,3 M	▼3,7%
BarraShoppingSul	11,2 M	10,9 M	▲3,3%
Shopping Vila Olímpia	4,1 M	4,6 M	▼10,6%
ParkShoppingSãoCaetano	9,4 M	8,6 M	▲8,7%
JundiaíShopping	6,3 M	6,3 M	▲0,1%
ParkShoppingCampoGrande	7,3 M	7,5 M	▼3,0%
VillageMall	6,1 M	6,0 M	▲1,0%
Parque Shopping Maceió	2,3 M	-	n.d.
Morumbi Corporate	5,6 M	-	n.d.
<b>Subtotal</b>	<b>167,9 M</b>	<b>154,4 M</b>	<b>▲8,7%</b>
Efeito da linearidade	11,4 M	9,5 M	▲19,3%
<b>Total</b>	<b>179,3 M</b>	<b>164,0 M</b>	<b>▲9,4%</b>

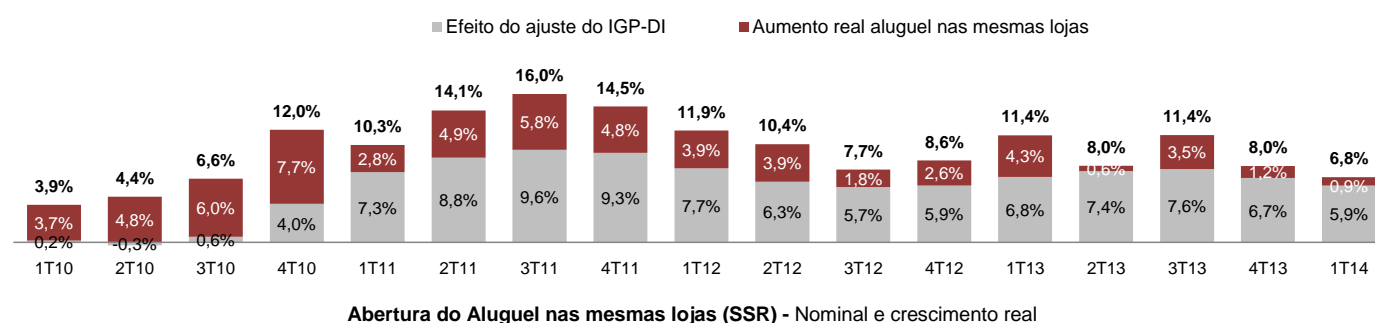


#### Abertura da receita de locação no 1T14

Apesar do peso de novos shoppings, Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) cresce 6,8% no 1T14

O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) aumentou 6,8% no 1T14, comparado ao 1T13. O efeito de ajuste do IGP-DI foi de 5,9% no trimestre, levado a um crescimento real de 0,9%. O Aluguel na Mesma Área (SAR) aumentou 6,3% no 1T14.

O JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e o VillageMall entraram em seu segundo ano de operação e suas lojas passam a fazer parte das métricas de mesmas-lojas. Dado que os novos shoppings estão em processo de consolidação, com aluguel/m<sup>2</sup> menor do que a média do portfólio, e têm apenas crescimentos nominais de aluguel no primeiro aniversário de contrato (sem aumentos reais), eles tecnicamente não contribuem com aumento real no índice de aluguel nas mesmas lojas. Na realidade, a adição de uma área relevante à métrica sem ajustes reais no primeiro ano, resulta em um enfraquecimento do impacto positivo de aumentos de aluguel em outros shopping centers. Sem considerar os novos shopping centers, o crescimento real teria sido de 1,2%, igualando o crescimento real registrado no 4T13.



## 5.2 Receita de Estacionamento

Novamente um forte resultado: receita de estacionamento cresce 17,3% para R\$35,5 milhões no 1T14

A receita de estacionamento atingiu R\$35,4 milhões no 1T14, um aumento de 17,3% no 1T14, quando comparado ao 1T13. A combinação de crescimento orgânico dos novos shopping centers (JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall) bem como o novo deck parking entregue no RibeirãoShopping e o Parque Shopping Maceió, contribuíram para este desempenho. A receita bruta de estacionamento cresceu pelo aumento de vagas disponíveis, maior tráfego de veículos e maior duração das visitas.

## 5.3 Despesas de Shopping Center

Como esperado, redução das despesas de shopping center como percentual das receitas de shopping center no 1T14

As despesas de shopping center aumentaram 2,6% no 1T14, de R\$24,9 milhões no 1T13 para R\$25,5 milhões no 1T14. Como percentual das receitas de shopping center, as despesas de shoppings caíram 90 p.b. no 1T14 quando comparado ao 1T13, atingindo 11,5%. Comparando o número do 1T14 com o do trimestre anterior, 4T13, as despesas de shopping center foram reduzidas em 33,6%, e registraram um percentual das receitas de shopping centers 270 p.b. menor do que no 4T13. O aumento temporário de taxas de corretagem e despesas de condomínio registrados no ano passado, em grande parte relacionados aos três novos shoppings e duas expansões inaugurados desde o 4T12, conforme mencionado no relatório trimestral do 4T13, apresentou queda. A Multiplan acredita que as novas operações, ao se consolidarem, deverão continuar melhorando as margens e convergindo para as dos shopping centers consolidados.



## 5.4 Despesas com torres comerciais para locação

*Mais da metade da ABL locada*

O Morumbi Corporate, complexo de duas torres comerciais localizado em frente ao MorumbiShopping, registrou R\$3,4 milhões em despesas no 1T14, relacionadas em parte à manutenção de áreas vagas. O projeto finalizou o trimestre com 48,0% da ABL locada, e em abril de 2014, esse patamar elevou-se para 55,0%.

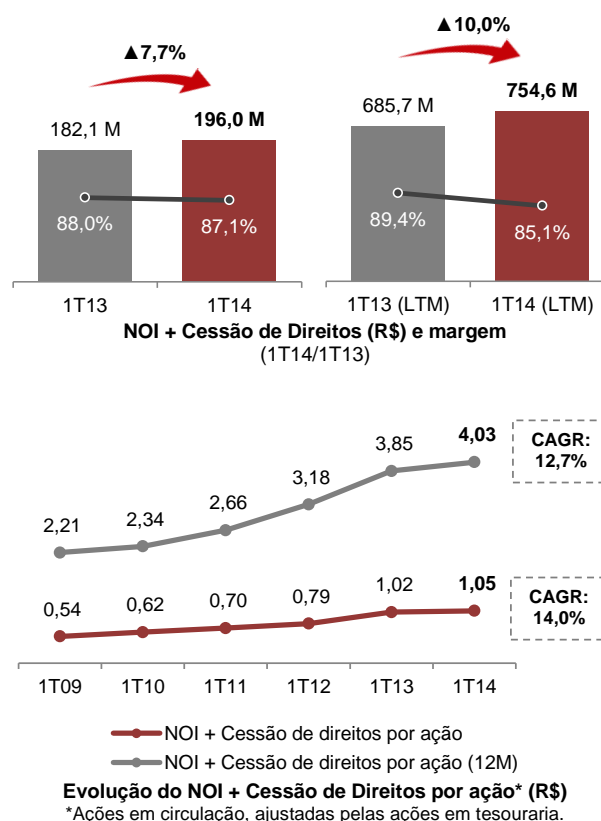
## 5.5 Resultado Operacional Líquido – NOI

*NOI + Cessão de Direitos aumentou 7,7% no 1T14, para R\$196,0 milhões*

A Multiplan registrou um Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$196,0 milhões no 1T14, 7,7% maior do que no 1T13, quando a métrica já havia aumentado 29,1% sobre o 1T12. A margem NOI + Cessão de Direitos foi de 87,1% no 1T14, 85 p.b. menor do que no 1T13. Nos últimos 12 meses, o NOI + Cessão de Direitos cresceu 10,0% para R\$754,6 milhões.

O NOI + Cessão de Direitos por ação atingiu R\$1,05 no 1T14, equivalente a um crescimento anual ponderado (CAGR) em cinco anos de 14,3%. Nos últimos 12 meses, o valor chegou a R\$4,03, representando um CAGR em cinco anos de 12,7%.

<b>Cálculo do NOI (R\$)</b>	<b>1T14</b>	<b>1T13</b>	<b>Var.%</b>
Locação de lojas	167,9 M	154,4 M	▲ 8,7%
Linearidade	11,3 M	9,5 M	▲ 17,9%
Receita de estacionamento	35,4 M	30,2 M	▲ 17,3%
<b>Receita operacional</b>	<b>214,7 M</b>	<b>194,2 M</b>	<b>▲ 10,6%</b>
Despesas de shopping centers	(25,5 M)	(24,9 M)	▲ 2,6%
Despesas com torres para locação	(3,4 M)	-	n.d.
<b>NOI</b>	<b>185,8 M</b>	<b>169,3 M</b>	<b>▲ 9,7%</b>
Margem NOI	86,5%	87,2%	▼ 67 p.b.
Cessão de direitos	10,3 M	12,8 M	▼ 19,9%
Receita operacional + CD	225,0 M	207,0 M	▲ 8,7%
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>196,0 M</b>	<b>182,1M</b>	<b>▲ 7,7%</b>
Margem NOI + Cessão de direitos	87,1%	88,0%	▼ 85 p.b.



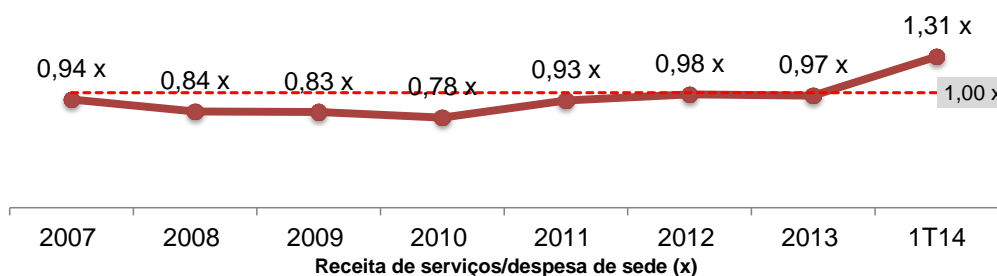
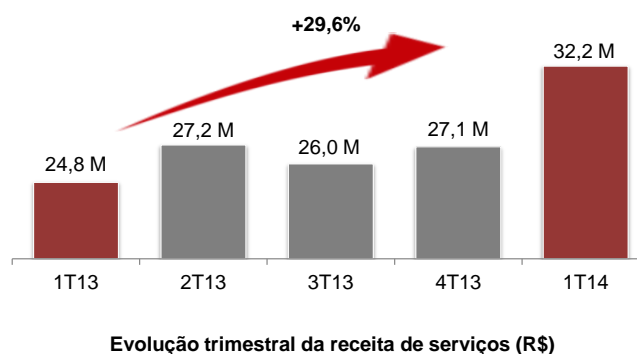
## 6. Resultados da Administração de Shopping Centers

### 6.1 Receita de Serviços

Aumento de 29,6% na receita de serviços no 1T14, a mais alta relação Serviços/Sede (1,31x) desde o IPO

A receita de serviços - composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência - apresentou um aumento de 29,6% no 1T14 comparado ao 1T13. O principal componente da maior receita de serviços no 1T14 foi um aumento de 35,0% na taxa de administração, impulsionado principalmente pela taxa de gerenciamento de obra.

No 1T14, a receita de serviços foi equivalente a 131,4% das despesas gerais e administrativas do trimestre, o mais alto nível desde o IPO, mostrando que essa linha de receita cobre todas as despesas gerais e administrativas (sede).

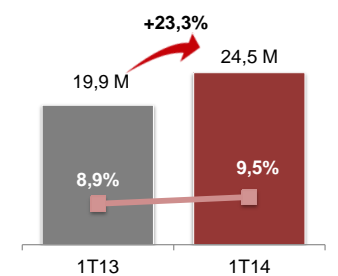
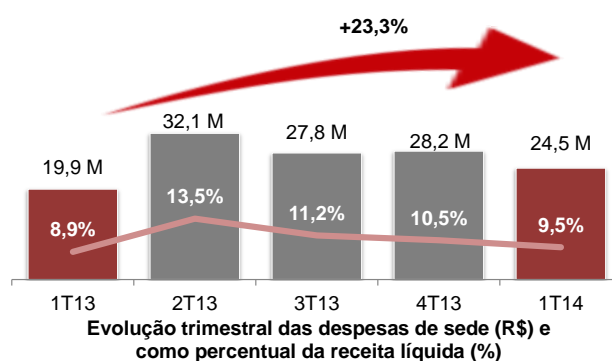


### 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

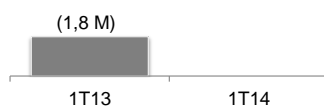
Despesa de Sede aumentou 23,3% no 1T14, equivalente a 9,5% da receita líquida

No 1T14, a despesa de sede aumentou 23,3% quando comparada com o 1T13, devido principalmente aos itens não recorrentes referentes a reversão de impostos e recuperação de despesas no 1T13.

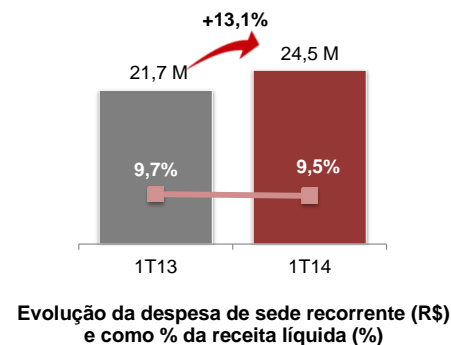
Excluindo-se o impacto dos itens não recorrentes, apenas para análise, as despesas de sede teriam aumentado 13,1% em relação ao 1T13. Mesmo com o impacto positivo não recorrente no 1T13, a margem da despesa de sede manteve-se abaixo de dois dígitos, atingindo 9,5% no 1T14.



(+)



=



## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

### 7.1 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos (R\$)	1T14	1T13	Var. %
Operacional (Recorrente)	1,3 M	1,7 M	▼24,9%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não recorrente)	9,0 M	11,1 M	▼19,1%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>10,3 M</b>	<b>12,8 M</b>	<b>▼19,9%</b>

Receita de cessão de direitos soma R\$10,3 milhões no 1T14

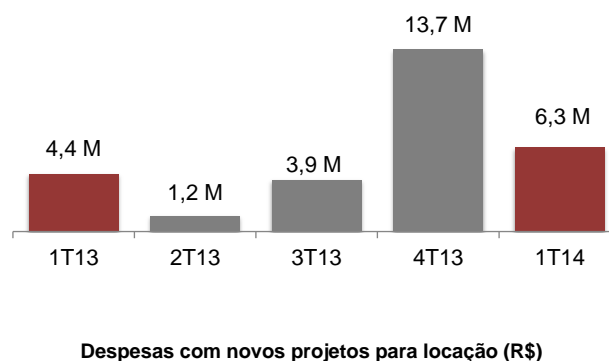
A apropriação de receita de cessão de direitos caiu 19,9% no 1T14 para R\$10,3 milhões, impactado pelo BarraShoppingSul que completou cinco anos de operação (período de apropriação da maioria dos contratos), parcialmente compensado pela receita de cessão de direitos de novas áreas (Parque Shopping Maceió e RibeirãoShopping Exp. VIII) entregues no 4T13.

A receita de cessão de direitos é composta por (i) receita recorrente ou operacional, relacionada à cessão de direitos reconhecida nos shopping centers que estão em operação há mais de cinco anos, e pela troca de lojas, quando a área é locada novamente, refletindo o esforço da Companhia para melhorar o mix de lojas em seus shopping centers, e (ii) receita não recorrente, relacionada à cessão de direitos de contratos de locação relativos a lojas novas em greenfields e expansões inauguradas nos últimos cinco anos.

### 7.2 Despesas com Novos Projetos para Locação

No 1T14, as despesas com novos projetos para locação cresceram 44,9% para R\$6,3 milhões, comparado com R\$4,4 milhões no 1T13. No 1T14, as despesas com novos projetos para locação foram compostas principalmente por desembolsos com projetos que a Companhia decidiu não dar continuidade, a inauguração do RibeirãoShopping Expansão VIII e com futuros projetos ainda não anunciados.

Essas despesas ocorrem principalmente nas fases de planejamento, lançamento e entrega de projetos, e são uma ferramenta importante para a implementação da estratégia da Companhia, que consiste em atrair os melhores lojistas para formar o mix mais apropriado para cada projeto.

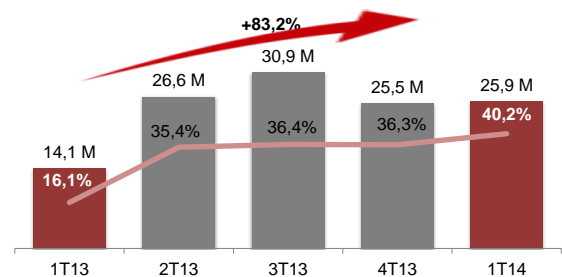


## 8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

### 8.1 Receita de Venda de Imóveis

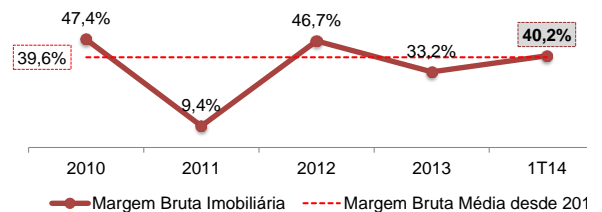
A Multiplan reportou receita de venda de imóveis de R\$25,9 milhões no 1T14, 83,2% superior ao 1T13. A apropriação da receita de venda de imóveis, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), foi composta principalmente pela apropriação de receitas dos projetos do complexo BarraShoppingSul, que inclui o prédio comercial Diamond Tower (93,0% vendido) e o residencial Résidence du Lac (99,5% vendido), ambos com as obras evoluindo de acordo com o planejado.

Por fim, a margem bruta imobiliária avançou 2.411 p.b. aumentando de 16,2% no 1T13, para 40,2% no 1T14 e em linha com a margem dos últimos cinco anos, que alcançou 39,6%.



**Evolução trimestral da receita de venda de imóveis (R\$) e margem bruta imobiliária\* (%)**

\* Não considera despesas com novos projetos para venda



**Evolução da margem bruta imobiliária (%)**

### 8.2 Custo de Imóveis Vendidos

A Companhia reportou custo de imóveis vendidos de R\$15,5 milhões no 1T14, em linha com a evolução da construção, e composta principalmente por custos com os projetos imobiliários localizados no complexo BarraShoppingSul.

### 8.3 Despesas com novos projetos para venda

As despesas com novos projetos para venda aumentaram para R\$3,7 milhões no 1T14, comparado a R\$2,5 milhões no 1T13. No 1T14, as despesas com novos projetos para venda foram compostas principalmente por (i) esforços de marketing, (ii) despesas com corretagem, (iii) impostos sobre propriedades ("IPTU") dos terrenos em estoque, e (iv) despesas com projetos futuros ainda não anunciados.

## 9. Equivalência Patrimonial e Outras Receitas (Despesas)

### *Equivalência Patrimonial beneficiada por acordo imobiliário*

No primeiro trimestre de 2014 a Multiplan reconheceu a importância de R\$11,3 milhões, proveniente de um acordo referente ao Royal Green Península, projeto imobiliário entregue em 2009.

### *Venda de potencial construtivo gera R\$10,4 milhões de resultado*

A Multiplan dispunha de um excedente de CEPACs oriundo do desenvolvimento (em 2009) e da aquisição de participação adicional (em 2012) no Shopping Vila Olímpia. Essas CEPACs foram vendidas no 1T14 gerando um resultado de R\$10,4 milhões.

## 10. Resultados Financeiros

### 10.1 EBITDA

*EBITDA Consolidado cresce 23,4% no 1T14, com crescimento de margem*

A margem EBITDA cresceu para 76,4% no 1T14, 515 p.b. maior que no 1T13, impactada positivamente pelo (i) crescimento de dois dígitos na receita líquida (+15,1%) e (ii) itens não recorrentes, detalhados no tópico 9.

<b>EBITDA Consolidado (R\$)</b>	<b>1T14</b>	<b>1T13</b>	<b>Var. %</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>257,2 M</b>	<b>223,5 M</b>	<b>▲ 15,1%</b>
Despesas de sede	(24,5 M)	(19,9 M)	▲ 23,3%
Despesas baseadas em opções de ações	(3,1 M)	(2,3 M)	▲ 32,8%
Despesas de shopping centers	(25,5 M)	(24,9 M)	▲ 2,6%
Despesas com escritórios para locação	(3,4 M)	-	n.d.
Despesas com novos projetos para locação	(6,3 M)	(4,4 M)	▲ 44,9%
Despesas com novos projetos para venda	(3,7 M)	(2,5 M)	▲ 48,0%
Custo de imóveis vendidos	(15,5 M)	(11,8 M)	▲ 30,6%
Resultado de equivalência patrimonial	11,0 M	(0,4 M)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	10,4 M	2,0 M	▲ 420,1%
<b>EBITDA</b>	<b>196,6 M</b>	<b>159,3 M</b>	<b>▲ 23,4%</b>
Margem EBITDA	76,4%	71,3%	▲ 515 p.b.

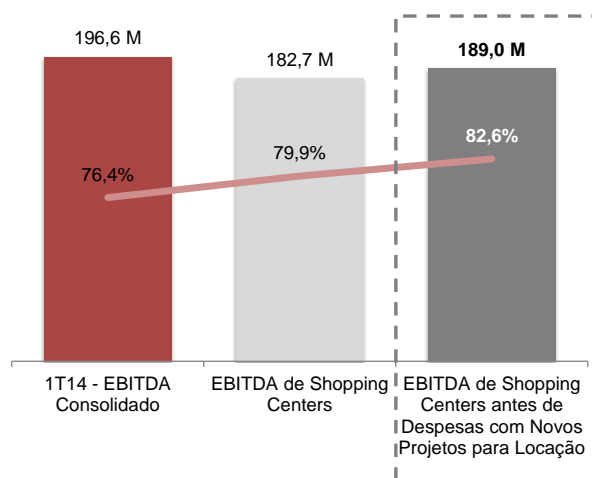
A margem de EBITDA Consolidado da Companhia é normalmente menor que a margem EBITDA de Shopping Centers porque reflete as margens mais baixas da atividade imobiliária para venda, quando comparada com a margem dos projetos para locação.

*Shopping Center EBITDA totaliza R\$182,7 milhões no 1T14*

No 1T14 a Multiplan apresentou um crescimento de 12,4% no EBITDA de Shopping Center, enquanto a receita de shopping center cresceu 8,5% no mesmo período. Entretanto, no 1T14, as despesas aumentaram 12,4%, devido principalmente à despesa de sede e novos projetos para locação, sendo totalmente compensadas pela linha de outras receitas operacionais (venda de potencial construtivo). Como resultado, a margem EBITDA Shopping Center subiu de 77,1% no 1T13 para 79,9% no 1T14.

Para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de Shopping Centers, a margem seria de 82,6% no 1T14 e 79,2% no 1T13.

<b>EBITDA de Shopping Center (R\$)</b>	<b>1T14</b>	<b>1T13</b>	<b>Var. %</b>
<b>Receita Bruta de Shopping Centers <sup>1</sup></b>	<b>252,5 M</b>	<b>231,8 M</b>	<b>▲ 8,9%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(23,7 M)	(21,1 M)	▲ 12,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>228,7 M</b>	<b>210,7 M</b>	<b>▲ 8,5%</b>
Despesas de sede <sup>2</sup>	(21,8 M)	(18,7 M)	▲ 16,3%
Despesas baseadas em opções de ações <sup>2</sup>	(2,7 M)	(2,2 M)	▲ 25,2%
Despesas de shopping centers	(25,5 M)	(24,9 M)	▲ 2,6%
Despesas com novos projetos para locação	(6,3 M)	(4,4 M)	▲ 44,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	10,4 M	2,0 M	▲ 420,1%
<b>EBITDA de Shopping Centers <sup>3</sup></b>	<b>182,7 M</b>	<b>162,5 M</b>	<b>▲ 12,4%</b>
Margem EBITDA de Shopping Centers	79,9%	77,1%	▲ 274 p.b.
(+) Despesas com novos projetos para locação	6,3 M	4,4 M	▲ 44,9%
<b>EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos <sup>4</sup></b>	<b>189,0 M</b>	<b>166,9 M</b>	<b>▲ 13,3%</b>
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	82,6%	79,2%	▲ 344 p.b.



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

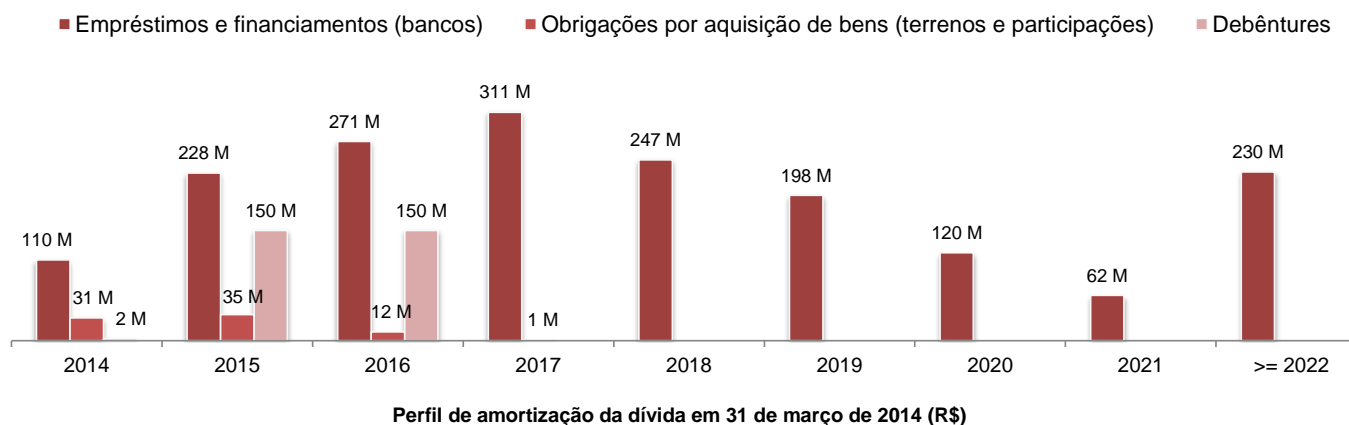
- (1) Receita Bruta de Shopping Center : não considera a receita com a venda de imóveis e torres comerciais para locação.
- (2) Despesa de sede e opções em ações: proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.
- (3) EBITDA de Shopping Center: não considera receitas, impostos, custos e despesas com operações imobiliárias para locação e venda.
- (4) EBITDA de Shopping Center antes de Despesas com Novos Projetos para Locação: mesma metodologia do EBITDA de Shopping Centers, desconsiderando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a projetos que ainda não estão em operação.

## 10.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan encerrou o 1T14 com uma dívida líquida de R\$1.904,5 milhões, comparada a R\$1.852,0 milhões no trimestre anterior. O número atual representa uma relação dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,94x. No 1T14, o saldo entre o rendimento do caixa investido e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$40,0 milhões.

	31 de março de 2014	31 de março de 2013	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>246,0 M</b>	<b>247,8 M</b>	<b>▼0,7%</b>
Empréstimos e financiamentos	202,5 M	203,2 M	▼0,4%
Debentures	2,4 M	9,7 M	▼75,4%
Obrigações por aquisição de bens	41,1 M	34,9 M	▲17,7%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>1.912,3 M</b>	<b>1.955,8 M</b>	<b>▼2,2%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.574,2 M	1.620,6 M	▼2,9%
Debentures	300,0 M	300,0 M	▲0,0%
Obrigações por aquisição de bens	38,1 M	35,1 M	▲8,3%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.158,3 M</b>	<b>2.203,6 M</b>	<b>▼2,1%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>253,8 M</b>	<b>351,5 M</b>	<b>▼27,8%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.904,5 M</b>	<b>1.852,0 M</b>	<b>▲2,8%</b>

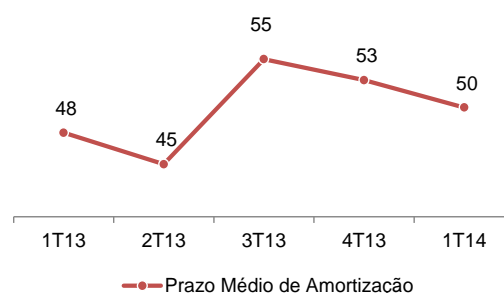
A posição de caixa e equivalentes no 1T14 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX de R\$90,4 milhões no período, (ii) pagamento de R\$45,0 milhões em juros sobre o capital próprio referentes ao ano fiscal de 2013 e (iii) amortização de R\$59,8 milhões referentes a empréstimos e financiamentos, compensados parcialmente pela (iv) geração de caixa das operações atuais.



O aumento do EBITDA nos últimos 12 meses (6,1% vs 2,8% dívida líquida) contribuiu para a mudança na relação dívida líquida/EBITDA (12M) de 3,03x no 4T13, para 2,94x no 1T14. Adicionalmente, a dívida líquida/valor justo permaneceu estável em 12,6% no 1T14. O prazo médio ponderado de amortização da Companhia no final do 1T14 era de 50 meses, comparado a 48 meses no 1T13, e 53 meses no 4T13.

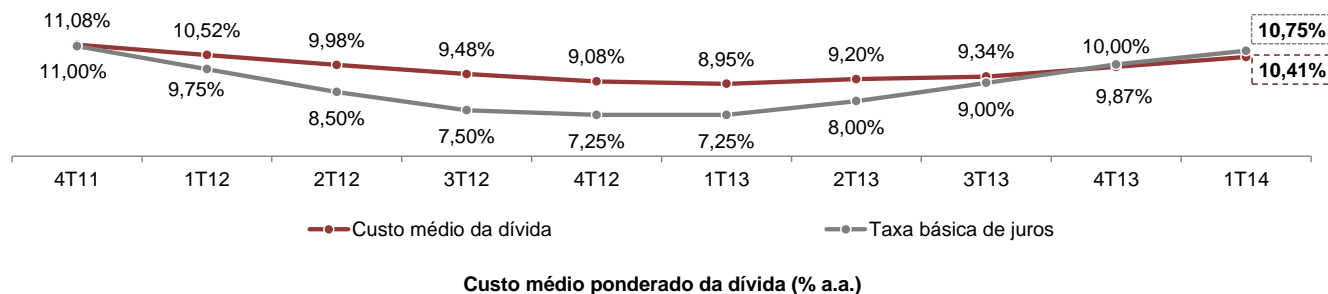
Indicadores Financeiros*	31/03/2014	31/12/2013
Dívida Líquida/EBITDA (12M)	2,94x	3,03x
Dívida Bruta/EBITDA (12M)	3,33x	3,61x
EBITDA/Despesa Financeira (12M)	3,76x	3,75x
Dívida Líquida/Valor Justo	12,6%	12,6%
Dívida Líquida/Patrimônio Líquido	48,9%	48,5%
Prazo Médio de Amortização (Meses)	50	53

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



### Custo de captação abaixo da Selic!

Enquanto a taxa básica de juros aumentou 75 p.b. no trimestre, o custo médio ponderado da dívida aumentou apenas 54 p.b. para 10,41% a.a. em 31 de março de 2014, de 9,87% a.a. em 31 de dezembro de 2013, aumentando o *spread* entre o custo médio ponderado da Companhia e a taxa básica de juros (Selic) para 34 p.b. no 1T14, de 13 p.b. no 4Q13.



Nos últimos 12 meses, o custo ponderado da dívida subiu 146 p.b., de 8,95% a.a. em 31 de março de 2013, enquanto a taxa básica de juros subiu 350 p.b., do menor nível histórico de 7,25% a.a. em 31 de março de 2013, para 10,75% a.a. em 31 de março de 2014, e 11,0% a.a. em 30 de abril de 2014.

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

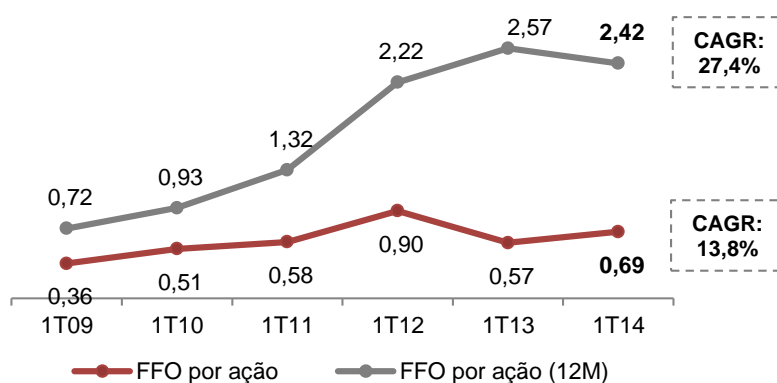
FFO atingiu R\$128,6 milhões no 1T14, um crescimento de 26,1%

No 1T14, o lucro líquido foi de R\$82,3 milhões, um crescimento de 16,8% em relação ao 1T13, devido principalmente a (i) itens não recorrentes citado no tópico 9 e (ii) ao crescimento de 15,1% da receita líquida, beneficiado pela receita de serviços e empreendimentos imobiliários. Este crescimento foi parcialmente reduzido pelo aumento (iii) das despesas financeiras e (iv) depreciação e amortização, dado a entrega de um shopping, duas expansões e uma torre comercial no segundo semestre de 2013.

O FFO atingiu R\$128,6 milhões no 1T14, 26,1% maior do que no 1T13. Adicionalmente, o FFO por ação (nos últimos 12 meses) foi de R\$2,42, representando um crescimento anual ponderado (CAGR) de 27,4% nos últimos cinco anos.

Cálculo do Lucro Líquido e FFO (R\$)	1T14	1T13	Var. %
Receita líquida	257,2 M	223,5 M	▲ 15,1%
Despesas operacionais	(60,7 M)	(64,3 M)	▼ 5,6%
Resultado financeiro	(40,0 M)	(30,4 M)	▲ 31,6%
Depreciação e amortização	(39,3 M)	(28,1 M)	▲ 39,8%
Imposto de renda e contribuição social	(28,0 M)	(26,9 M)	▲ 4,0%
Participações minoritárias	(0,0 M)	(0,0 M)	▲ 211,3%
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>89,3 M</b>	<b>73,9 M</b>	<b>▲ 20,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferido	(7,0 M)	(3,4 M)	▲ 102,5%
<b>Lucro líquido</b>	<b>82,3 M</b>	<b>70,4 M</b>	<b>▲ 16,8%</b>
Depreciação e amortização	39,3 M	28,1 M	▲ 39,8%
Imposto de renda e contribuição social diferido	7,0 M	3,4 M	▲ 102,5%
<b>Fluxo de caixa operacional</b>	<b>128,6 M</b>	<b>102,0 M</b>	<b>▲ 26,1%</b>
<b>Fluxo de caixa operacional por ação <sup>1</sup></b>	<b>0,69</b>	<b>0,57</b>	<b>▲ 19,8%</b>

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



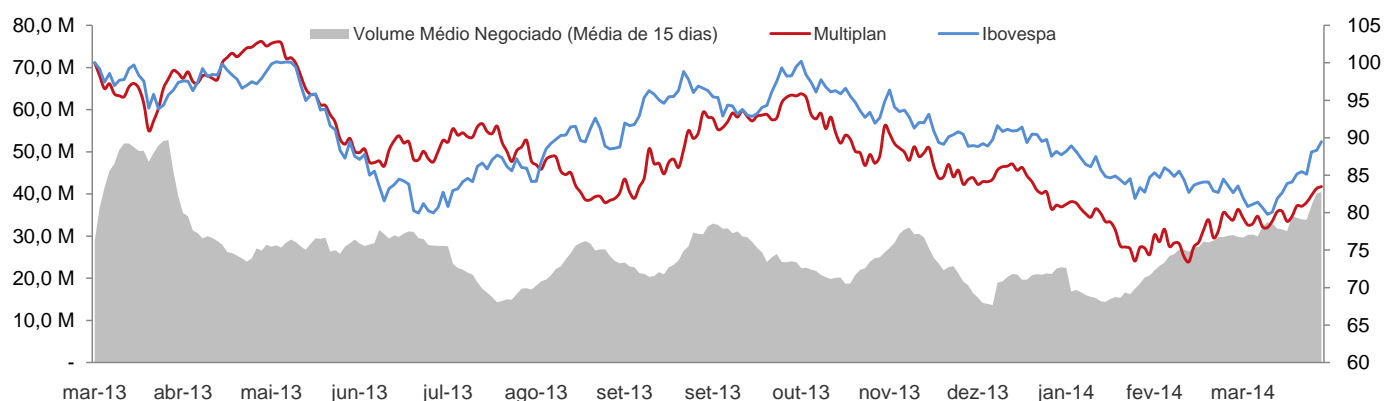
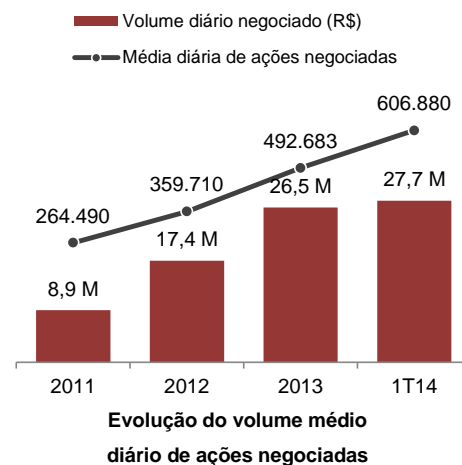
Evolução do FFO (R\$) por ação

## 11. MULT3 e Mercado de Ações

25,0% de aumento na média diária de ações negociadas no 1T14

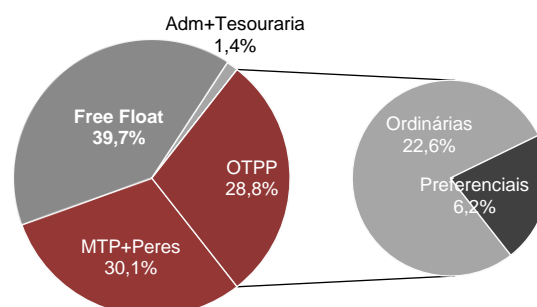
A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o primeiro trimestre de 2014 cotada a R\$48,42/ação, uma redução de 16,5% quando comparada ao mesmo período de 2013. No 1T14, o volume diário de ações negociadas foi de R\$27,7 milhões, em linha com o 1T13 (R\$27,9 milhões), quando o volume havia sido impactado por uma emissão de Follow On. Considerando-se a média diária de ações negociadas no 1T14, houve um aumento de 25,0% sobre o 1T13.

As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World Emerging Index, FTSE All World EX US Index Fund, MSCI Emerging Markets Index, MSCI BRIC Index Fund, SPL Total International Stock Index e S&P Global ex-US Property Index.



Em 31 de março de 2014, 30,1% 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 39,7%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizavam 1,4% das ações em circulação. O total de ações emitidas era de 189.997.214.

MULT3 na BM&FBOVESPA	1T14	1T13	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	45,80	57,89	▼20,9%
Preço de fechamento (R\$)	48,42	58,00	▼16,5%
Volume médio diário negociado (R\$)	27,7 M	27,9 M	▼0,6%
Valor de mercado (R\$)	9.199,7 M	10.393,4 M	▼11,5%



**Abertura da estrutura societária em 31 de março de 2014**  
 OTPP – Ontario Teachers' Pension Plan

## 12. Portfólio

Com a implementação do ERP Business Intelligence, a metodologia para calcular as vendas e aluguel por m<sup>2</sup> foi revisada e redefinida, conforme segue:

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

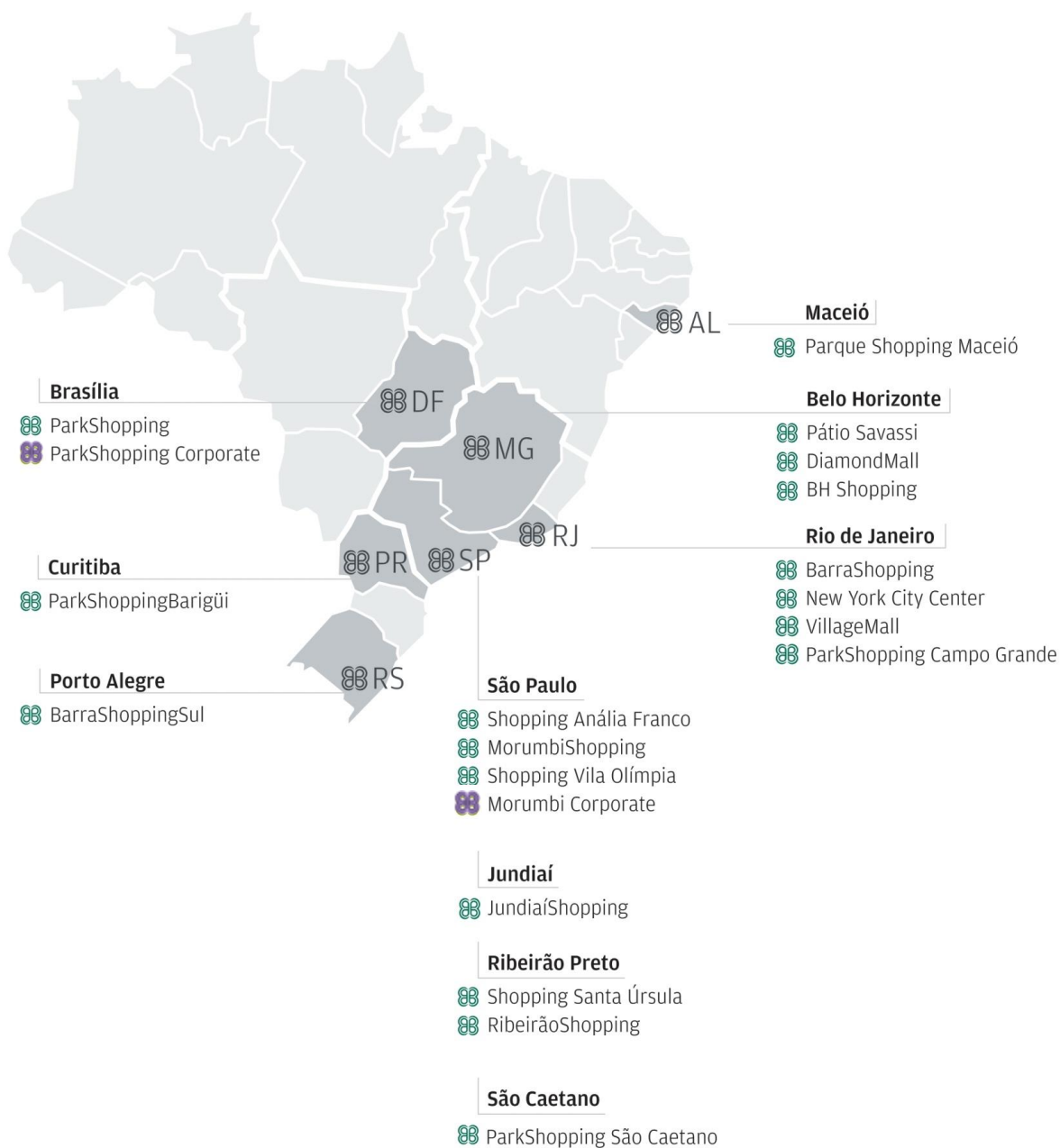
<sup>2</sup>Locação por m<sup>2</sup>: receita de locação (aluguel mínimo e complementar) cobrado dos lojistas dividido pela sua ABL. É válido notar que essa ABL inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar (i.e., lojas que estão sendo preparadas para a inauguração).

O indicador mais impactado foi o de locação por m<sup>2</sup>, dada a grande quantidade de áreas locadas recentemente. Conforme estas lojas comecem a pagar aluguel, este dado deverá convergir para o apresentado sob a antiga metodologia.

Portfólio – 1T14	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Locação (mês) <sup>1</sup>	Vendas (mês) <sup>2</sup>	Taxa de Ocupação média
<b>Em operação</b>							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.021 m <sup>2</sup>	149 R\$/m <sup>2</sup>	1.799 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
RibeirãoShopping	1981	SP	80,0%	68.656 m <sup>2</sup>	70 R\$/m <sup>2</sup>	913 R\$/m <sup>2</sup>	96,3%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	69.272 m <sup>2</sup>	179 R\$/m <sup>2</sup>	2.165 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	55.512 m <sup>2</sup>	188 R\$/m <sup>2</sup>	2.058 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.521 m <sup>2</sup>	110 R\$/m <sup>2</sup>	1.547 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	149 R\$/m <sup>2</sup>	2.072 R\$/m <sup>2</sup>	99,1%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	41 R\$/m <sup>2</sup>	890 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.005 m <sup>2</sup>	118 R\$/m <sup>2</sup>	1.418 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.390 m <sup>2</sup>	81 R\$/m <sup>2</sup>	1.330 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	17.398 m <sup>2</sup>	112 R\$/m <sup>2</sup>	1.546 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m <sup>2</sup>	28 R\$/m <sup>2</sup>	646 R\$/m <sup>2</sup>	96,6%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	69.048 m <sup>2</sup>	54 R\$/m <sup>2</sup>	1.080 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.371 m <sup>2</sup>	98 R\$/m <sup>2</sup>	1.049 R\$/m <sup>2</sup>	96,7%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.274 m <sup>2</sup>	79 R\$/m <sup>2</sup>	954 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	34.430 m <sup>2</sup>	63 R\$/m <sup>2</sup>	875 R\$/m <sup>2</sup>	95,1%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.819 m <sup>2</sup>	62 R\$/m <sup>2</sup>	663 R\$/m <sup>2</sup>	97,7%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.685 m <sup>2</sup>	84 R\$/m <sup>2</sup>	1.224 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.578 m <sup>2</sup>	46 R\$/m <sup>2</sup>	438 R\$/m <sup>2</sup>	95,4%
<b>Subtotal SCs em operação</b>			<b>73,9%</b>	<b>756.694 m<sup>2</sup></b>	<b>100 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.308 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,5%</b>
<b>Torre comercial em operação</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>	-	-	48,0%
<b>Subtotal torre comercial em operação</b>			<b>92,4%</b>	<b>87.558 m<sup>2</sup></b>			
<b>Expansões em desenvolvimento</b>							
BarraShopping Expansão VII	2014	RJ	51,1%	5.275 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal expansões em desenvolvimento</b>			<b>51,1%</b>	<b>5.275 m<sup>2</sup></b>			
<b>Torre comercial em desenvolvimento</b>							
BarraShopping Office	2014	RJ	51,1%	4.204 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal torres em desenvolvimento</b>			<b>51,1%</b>	<b>4.204 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,5%</b>	<b>853.731 m<sup>2</sup></b>			

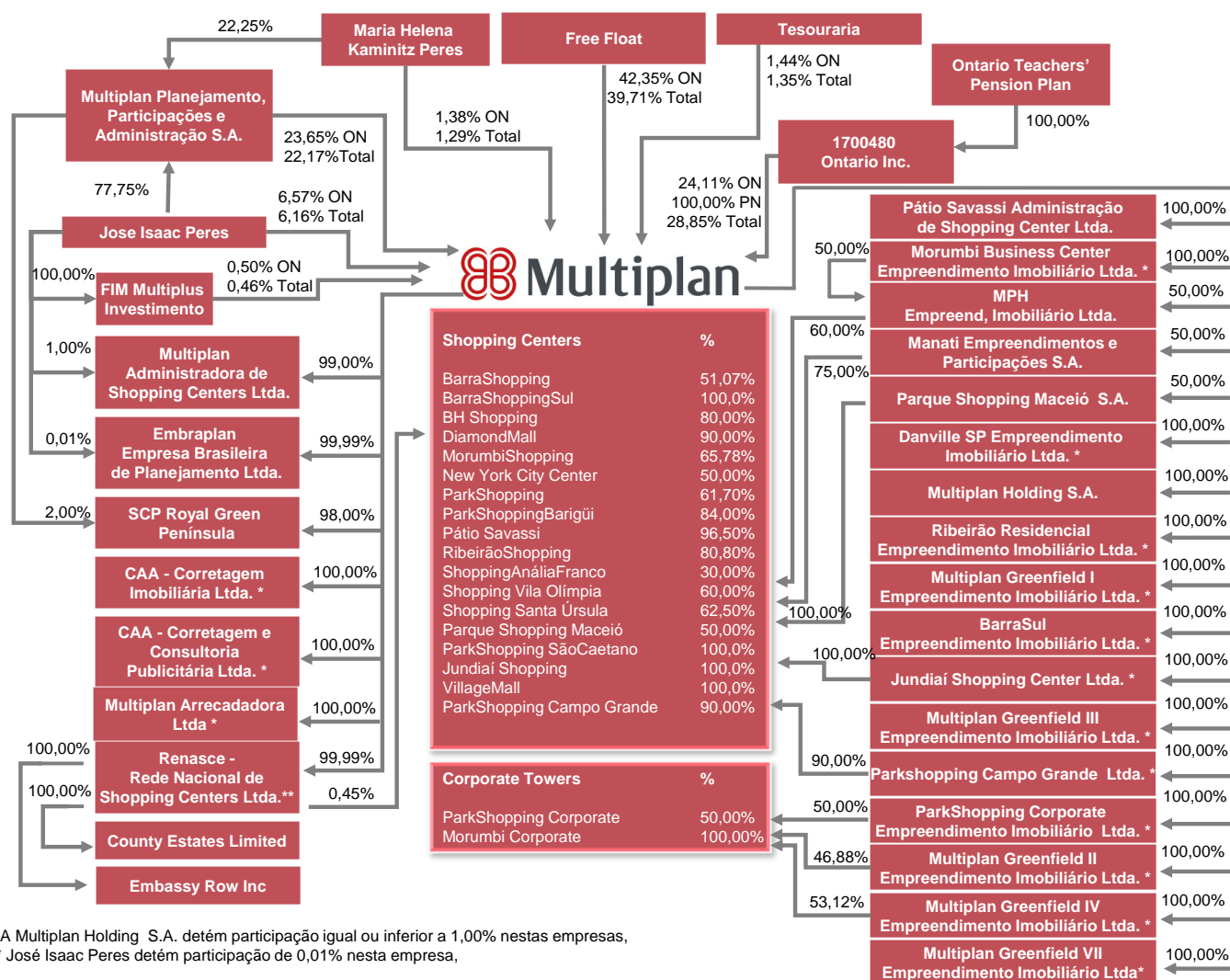
# Mapa de atuação

-  Torre para locação em operação
-  Shopping center em operação



## 13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 31 de março de 2014, está descrita no gráfico abaixo. De um total de 189.997.214 ações emitidas, 178.138.867 são ordinárias e 11.858.347 são preferenciais e detidas exclusivamente pela Ontario Teachers' Pension Plan e não são listadas nem negociadas em nenhuma bolsa de valores.



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

**MPH Empreendimentos 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, onde a Multiplan tem uma sociedade 50/50.

**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 possui 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. Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda., localizado na cidade de Jundiaí, SP.

**Park Shopping Campo Grande Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento do 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.

**Multiplan Greenfield VII Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projetos imobiliários 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.

**14. Dados Operacionais e Financeiros**
**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Desempenho</b>			
<b>Desempenho Financeiro (MTE %)</b>	<b>1T14</b>	<b>1T13</b>	<b>Var. %</b>
Receita bruta R\$'000	283.952	245.923	▲15,5%
Receita líquida R\$'000	257.249	223.547	▲15,1%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	469,0	439,6	▲6,7%
Receita líquida US\$/pé	19,2	20,2	▼5,0%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	179.332	163.982	▲9,4%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	327,0	322,4	▲1,4%
Receita de locação US\$/pé	13,4	14,8	▼9,7%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	103,7	101,0	▲2,7%
Receita de locação mensal US\$/pé	491,4	537,8	▼8,6%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	185.774	169.281	▲9,7%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	338,7	332,9	▲1,8%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	13,8	15,3	▼9,4%
Margem NOI	86,5%	87,2%	▼67 p.b.
NOI por ação R\$	0,99	0,95	▲4,3%
NOI + CD R\$'000	196.031	182.082	▲7,7%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	357,4	358,0	▼0,2%
NOI + CD US\$/pé	14,6	16,4	▼11,2%
Margem NOI + CD	87,1%	88,0%	▼85 p.b.
NOI + CD por ação R\$	1,05	1,02	▲2,3%
Despesas de sede R\$'000	24.495	19.860	▲23,3%
Despesas de sede/Receita líquida	9,5%	8,9%	▲64 p.b.
EBITDA R\$'000	196.560	159.287	▲23,4%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	358,4	313,2	▲14,4%
EBITDA US\$/pé	14,7	14,4	▲1,8%
Margem EBITDA	76,4%	71,3%	▲515 p.b.
EBITDA por ação R\$	1,05	0,89	▲17,3%
Lucro líquido ajustado R\$'000	89.259	73.865	▲20,8%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	162,7	145,2	▲12,0%
Lucro líquido ajustado US\$/pé	6,7	6,7	▼0,3%
Margem líquida ajustada	34,7%	33,0%	▲166 p.b.
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,48	0,41	▲14,8%
FFO R\$'000	128.551	101.969	▲26,1%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	234,4	200,5	▲16,9%
FFO US\$'000	56.581	50.425	▲12,2%
FFO US\$/pé	9,6	9,2	▲4,0%
Margem FFO	50,0%	45,6%	▲9,6%
FFO por ação R\$	0,69	0,57	▲19,8%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,2720	2,0222	▲12,4%

**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Desempenho</b>			
<b>Desempenho do Mercado</b>	<b>1T14</b>	<b>1T13</b>	<b>Var.%</b>
Número de ações	189.997.214	179.197.214	▲ 6,0%
Ações ordinárias	178.138.867	167.338.867	▲ 6,5%
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲ 0,0%
Preço médio da ação R\$	45,80	57,89	▼ 20,9%
Preço de fechamento da ação R\$	48,42	58,00	▼ 16,5%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	27.737	27.906	▼ 0,6%
Valor de mercado (R\$ '000)	9.199.665	10.393.438	▼ 11,5%
Dívida bruta (R\$ '000)	2.158.306	1.851.216	▲ 16,6%
Caixa (R\$ '000)	253.759	225.376	▲ 12,6%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.904.548	1.625.840	▲ 17,1%
P/FFO (Últimos 12 meses)	20,3 x	22,7 x	▼ 10,5%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	17,1 x	20,6 x	▼ 16,8%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,9 x	2,8 x	▲ 5,0%

<b>Desempenho</b>			
<b>Operacional (100%)</b>	<b>1T14</b>	<b>1T13</b>	<b>Var.%</b>
ABL Shopping Center total final (m <sup>2</sup> )	756.694	698.685	▲ 8,3%
ABL Shopping Center própria final (m <sup>2</sup> )	559.197	522.661	▲ 7,0%
ABL Shopping Center própria %	73,9%	74,8%	▼ 91 p.b.
ABL Shopping Center total ajustada (med.) <sup>1</sup> (m <sup>2</sup> )	742.219	684.622	▲ 8,4%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) <sup>1</sup> (m <sup>2</sup> )	548.500	508.567	▲ 7,9%
Vendas totais R\$'000	2.723.015	2.447.683	▲ 11,2%
Vendas totais R\$'000 R\$/m <sup>2</sup>	3.669	3.575	▲ 2,6%
Vendas totais US\$/pé	150	164	▼ 8,7%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲ 8,3%	▲ 8,1%	▲ 20 p.b.
Vendas na Mesma Área	▲ 9,3%	▲ 8,8%	▲ 50 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲ 6,8%	▲ 11,4%	▼ 460 p.b.
Aluguel na Mesma Área	▲ 6,3%	▲ 9,7%	▼ 340 p.b.
Custos de ocupação	13,7%	14,2%	▼ 52 p.b.
Aluguel como % das vendas	7,8%	8,1%	▼ 31 p.b.
Outros como % das vendas	5,9%	6,1%	▼ 21 p.b.
Turnover	0,7%	0,4%	▲ 30 p.b.
Taxa de ocupação	98,5%	97,5%	▲ 100 p.b.
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,9%	2,2%	▼ 30 p.b.
Perda de aluguel	0,5%	0,2%	▲ 30 p.b.

<sup>1</sup> ABL ajustado corresponde à ABL médio do período, excluindo a área de 14.400 m<sup>2</sup> do supermercado BIG no BarraShoppingSul.

**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
	CPC 19 R2	Gerencial	CPC 19 R2
	1T14	1T14	Diferença
Receita de Locação	164.803	167.921	3.118
Serviços	32.278	32.187	(91)
Cessão de direitos	9.833	10.256	423
Receita de estacionamento	35.123	35.416	293
Venda de imóveis	25.853	25.853	-
Apropriação de receita de aluguel linear	11.257	11.411	154
Outras	903	907	5
<b>Receita Bruta</b>	<b>280.050</b>	<b>283.952</b>	<b>3.901</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(26.493)	(26.703)	(210)
<b>Receita Líquida</b>	<b>253.557</b>	<b>257.249</b>	<b>3.691</b>
Despesas de sede	(24.465)	(24.495)	(30)
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(3.085)	(3.085)	-
Despesas de shopping centers	(24.123)	(25.544)	(1.421)
Despesas com escritórios para locação	(3.430)	(3.430)	-
Despesas com novos projetos para locação	(6.334)	(6.334)	-
Despesas com novos projetos para venda	(3.713)	(3.713)	-
Custo de imóveis vendidos	(15.459)	(15.459)	-
Resultado de equivalência patrimonial	11.807	11.009	(799)
Outras receitas (despesas) operacionais	10.363	10.364	1
<b>EBITDA</b>	<b>195.117</b>	<b>196.560</b>	<b>1.443</b>
Receitas financeiras	9.037	9.527	489
Despesas financeiras	(48.398)	(49.495)	(1.097)
Depreciações e amortizações	(38.374)	(39.292)	(918)
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>117.382</b>	<b>117.300</b>	<b>(82)</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.021)	(28.021)	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.081)	(6.974)	107
Participação dos acionistas minoritários	(20)	(20)	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>82.260</b>	<b>82.286</b>	<b>25</b>

Conforme mencionado nas páginas anteriores, as principais 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 1T14 são: (i) aumento de R\$3,1 M nas receitas de locação; (ii) aumento de R\$1,4 M nas despesas de shopping centers, (iii) aumento de R\$0,6 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$0,9 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima houve aumentos de R\$0,8 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		Efeito CPC 19 R2 Diferença
	CPC 19 R2 31/03/2014	Gerencial 31/03/2014	
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	154.519	161.582	7.063
Aplicações financeiras	92.177	92.177	-
Contas a receber	236.873	240.765	3.892
Terrenos e imóveis a comercializar	163.638	163.638	-
Partes relacionadas	2.640	2.640	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	2.841	14.206	11.365
Outros	63.744	64.649	905
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>716.432</b>	<b>739.657</b>	<b>23.225</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	54.139	54.204	65
Terrenos e imóveis a comercializar	350.506	350.506	-
Partes relacionadas	12.965	12.965	-
Depósitos judiciais	27.246	27.866	620
Imposto de renda e contribuição social diferidos	11.085	11.085	-
Outros	5.079	9.103	4.024
Investimentos	139.033	15.157	(123.876)
Propriedades para investimento	4.692.853	4.851.454	158.601
Imobilizado	35.202	35.202	-
Intangível	343.743	344.756	1.013
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5.671.851</b>	<b>5.712.298</b>	<b>40.447</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.388.283</b>	<b>6.451.955</b>	<b>63.672</b>

As principais diferenças referentes à participação de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$158,6 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$7,1 M em caixa e equivalentes a caixa.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$123,8 M no investimento, visto 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		Efeito
	CPC 19 R2 31/03/2014	Gerencial 31/03/2014	CPC 19 R2 Diferença
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	200.021	202.499	2.478
Debêntures	2.377	2.377	-
Contas a pagar	94.421	95.453	1.032
Obrigações por aquisição de bens	41.137	41.137	-
Impostos e contribuições a recolher	36.062	47.457	11.395
Dividendos a pagar	-	-	-
Receitas diferidas	40.637	40.728	91
Outros	1.906	1.989	83
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>416.561</b>	<b>431.644</b>	<b>15.083</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.532.404	1.574.240	41.836
Debêntures	300.000	300.000	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	136.677	137.115	438
Obrigações por aquisição de bens	38.054	38.054	-
Outros	557	557	-
Provisão para contingências	23.455	24.075	620
Receitas diferidas	41.800	48.010	6.210
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.072.947</b>	<b>2.122.051</b>	<b>49.104</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	967.039	967.039	-
Reserva de lucros	718.623	719.222	599
Gasto com emissão de ações	(38.628)	(38.628)	-
Ações em tesouraria	(128.799)	(128.799)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	82.268	81.154	(1.114)
Participação dos acionistas minoritários	206	206	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.898.775</b>	<b>3.898.260</b>	<b>(515)</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.388.283</b>	<b>6.451.955</b>	<b>63.672</b>

As principais diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$44,3 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\$6,3 M em receitas e custos diferidos.

Para os dados apresentados nas páginas seguintes, os impactos do CPC 19 (R2) não serão considerados.

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

IFRS com CPC 19 (R2)			
(R\$'000)	1T14	1T13	Var. %
Receita de Locação	164.803	153.627	▲7,3%
Serviços	32.278	24.934	▲29,5%
Cessão de direitos	9.833	12.717	▼22,7%
Receita de estacionamento	35.123	30.056	▲16,9%
Venda de imóveis	25.853	14.111	▲83,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	11.257	9.526	▲18,2%
Outras	903	6	n.d.
<b>Receita Bruta</b>	<b>280.050</b>	<b>244.977</b>	<b>▲14,3%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(26.493)	(22.283)	▲18,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>253.557</b>	<b>222.694</b>	<b>▲13,9%</b>
Despesas de sede	(24.465)	(19.835)	▲23,3%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(3.085)	(2.324)	▲32,8%
Despesas de shopping centers	(24.123)	(24.428)	▼1,2%
Despesas com escritórios para locação	(3.430)	-	n.d.
Despesas com novos projetos para locação	(6.334)	(3.488)	▲81,6%
Despesas com novos projetos para venda	(3.713)	(2.509)	▲48,0%
Custo de imóveis vendidos	(15.459)	(11.841)	▲30,6%
Resultado de equivalência patrimonial	11.807	(1.166)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	10.363	1.994	▲419,7%
<b>EBITDA</b>	<b>195.117</b>	<b>159.097</b>	<b>▲22,6%</b>
Receitas financeiras	9.037	9.496	▼4,8%
Despesas financeiras	(48.398)	(40.035)	▲20,9%
Depreciações e amortizações	(38.374)	(27.813)	▲38,0%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>117.382</b>	<b>100.745</b>	<b>▲16,5%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.021)	(26.888)	▲4,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.081)	(3.428)	▲106,6%
Participação dos acionistas minoritários	(20)	(7)	▲191,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>82.260</b>	<b>70.422</b>	<b>▲16,8%</b>

(R\$'000)	1T14	1T13	Var.%
<b>NOI</b>	<b>183.631</b>	<b>168.781</b>	<b>▲8,8%</b>
<i>Margem NOI</i>	87,0%	87,4%	▼40 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>193.464</b>	<b>181.498</b>	<b>▲6,6%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,5%	88,1%	▼60 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>180.502</b>	<b>163.062</b>	<b>▲10,7%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	80,2%	77,7%	▲251 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>195.117</b>	<b>159.097</b>	<b>▲22,6%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	77,0%	71,4%	▲551 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>82.260</b>	<b>70.422</b>	<b>▲16,8%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	32,4%	31,6%	▲82 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>89.341</b>	<b>73.850</b>	<b>▲21,0%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	35,2%	33,2%	▲207 p.b.
<b>FFO</b>	<b>127.715</b>	<b>101.663</b>	<b>▲25,6%</b>
<i>Margem FFO</i>	50,4%	45,7%	▲472 p.b.

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

(R\$'000)	1T14	1T13	Var. %
Receita de Locação	167.921	154.436	▲8,7%
Serviços	32.187	24.827	▲29,6%
Cessão de direitos	10.256	12.802	▼19,9%
Receita de estacionamento	35.416	30.196	▲17,3%
Venda de imóveis	25.853	14.111	▲83,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	11.411	9.546	▲19,5%
Outras	907	5	n.d.
<b>Receita Bruta</b>	<b>283.952</b>	<b>245.923</b>	<b>▲15,5%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(26.703)	(22.377)	▲19,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>257.249</b>	<b>223.547</b>	<b>▲15,1%</b>
Despesas de sede	(24.495)	(19.860)	▲23,3%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(3.085)	(2.324)	▲32,8%
Despesas de shopping centers	(25.544)	(24.897)	▲2,6%
Despesas com escritórios para locação	(3.430)	-	n.d.
Despesas com novos projetos para locação	(6.334)	(4.370)	▲44,9%
Despesas com novos projetos para venda	(3.713)	(2.510)	▲48,0%
Custo de imóveis vendidos	(15.459)	(11.841)	▲30,6%
Resultado de equivalência patrimonial	11.009	(450)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	10.364	1.993	▲420,1%
<b>EBITDA</b>	<b>196.560</b>	<b>159.287</b>	<b>▲23,4%</b>
Receitas financeiras	9.527	9.665	▼1,4%
Despesas financeiras	(49.495)	(40.038)	▲23,6%
Depreciações e amortizações	(39.292)	(28.104)	▲39,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>117.300</b>	<b>100.810</b>	<b>▲16,4%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(28.021)	(26.938)	▲4,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(6.974)	(3.443)	▲102,5%
Participação dos acionistas minoritários	(20)	(7)	▲211,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>82.286</b>	<b>70.422</b>	<b>▲16,8%</b>

(R\$'000)	1T14	1T13	Var, %
<b>NOI</b>	<b>185.774</b>	<b>169.281</b>	<b>▲9,7%</b>
<i>Margem NOI</i>	86,5%	87,2%	▼67 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>196.031</b>	<b>182.082</b>	<b>▲7,7%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,1%	88,0%	▼85 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>182.687</b>	<b>162.533</b>	<b>▲12,4%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	79,9%	77,1%	▲274 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>196.560</b>	<b>159.287</b>	<b>▲23,4%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	76,4%	71,3%	▲515 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>82.286</b>	<b>70.422</b>	<b>▲16,8%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	32,0%	31,5%	▲48 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>89.259</b>	<b>73.865</b>	<b>▲20,8%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	34,7%	33,0%	▲166 p.b.
<b>FFO</b>	<b>128.551</b>	<b>101.969</b>	<b>▲26,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	50,0%	45,6%	▲436 p.b.

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

<b>ATIVO</b>	<b>31/03/2014</b>	<b>31/12/2013</b>	<b>% Variação</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	161.582	230.422	▼29,9%
Aplicações financeiras	92.177	121.120	▼23,9%
Contas a receber	240.765	247.689	▼2,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	163.638	159.994	▲2,3%
Partes relacionadas	2.640	2.882	▼8,4%
Impostos e contribuições sociais a compensar	14.206	25.910	▼45,2%
Outros	64.649	51.790	▲24,8%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>739.657</b>	<b>839.807</b>	<b>▼11,9%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	54.204	56.387	▼3,9%
Terrenos e imóveis a comercializar	350.506	348.624	▲0,5%
Partes relacionadas	12.965	13.206	▼1,8%
Depósitos judiciais	27.866	27.549	▲1,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	11.085	-	n.d.
Outros	9.103	7.034	▲29,4%
Investimentos	15.157	4.149	▲265,3%
Propriedades para investimento	4.851.454	4.817.738	▲0,7%
Imobilizado	35.202	17.371	▲102,6%
Intangível	344.756	343.737	▲0,3%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5.712.298</b>	<b>5.635.795</b>	<b>▲1,4%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>6.451.955</b>	<b>6.475.602</b>	<b>▼0,4%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>31/03/2014</b>	<b>31/12/2013</b>	<b>% Variação</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	202.499	203.213	▼0,4%
Debêntures	2.377	9.658	▼75,4%
Contas a pagar	95.453	120.637	▼20,9%
Obrigações por aquisição de bens	41.137	34.947	▲17,7%
Impostos e contribuições a recolher	47.457	49.981	▼5,0%
Dividendos a pagar	-	38.386	n.d.
Receitas diferidas	40.728	53.738	▼24,2%
Outros	1.989	2.746	▼27,6%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>431.644</b>	<b>513.306</b>	<b>▼15,9%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.574.240	1.620.626	▼2,9%
Debêntures	300.000	300.000	▲0,0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	137.115	117.761	▲16,4%
Obrigações por aquisição de bens	38.054	35.130	▲8,3%
Outros	557	595	▼6,4%
Provisão para contingências	24.075	24.325	▼1,0%
Receitas diferidas	48.010	45.050	▲6,6%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.122.051</b>	<b>2.143.487</b>	<b>▼1,0%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	▲0,0%
Reserva de capital	967.039	963.954	▲0,3%
Reserva de lucros	719.222	717.861	▲0,2%
Gasto com emissão de ações	(38.628)	(38.628)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(128.796)	(122.626)	▲5,0%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros Acumulados	81.154	-	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	206	182	▲13,2%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.898.260</b>	<b>3.818.809</b>	<b>▲2,1%</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>6.451.955</b>	<b>6.475.602</b>	<b>▼0,4%</b>

## 17. Glossário

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**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.

**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.

**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, são deduzidos do resultado da mesma.

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

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

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

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

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

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

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

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

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






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

**Vendas na Mesma Área (na sigla em inglês SAS):** Aumento de vendas/m<sup>2</sup> de áreas que informaram vendas a mais de um ano.

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

**VGV (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.