



*40 anos*  
 **Multiplan**

## **4T15 Relatório de Resultados**

### **Teleconferência de Resultados**

**Data:** 25 de fevereiro de 2016 (quinta-feira)

**Português:** 11h00min (Brasília)

09h00min (EST Nova York)

**Inglês:** 12h30min (Brasília)

10h30min (EST Nova York)

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

### **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 ShoppingSantaÚrsula, 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 31 de dezembro 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 44 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.

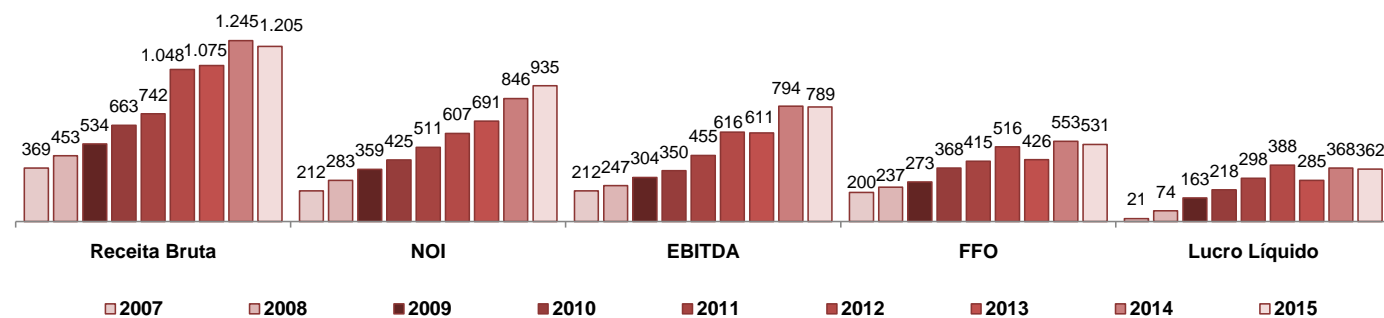
01. Demonstração de Resultados Consolidados – Gerencial.....	5
02. Valor Justo das Propriedades para Investimento - CPC 28.....	6
03. Indicadores Operacionais .....	8
04. Receita Bruta .....	15
05. Resultados da Participação em Propriedades .....	17
06. Resultados da Administração de Shopping Centers.....	22
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	23
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários.....	24
09. Resultados Financeiros .....	25
10. Desenvolvimento de Projetos .....	32
11. MULT3 e Mercado de Ações .....	36
12. Portfólio.....	38
13. Estrutura Societária .....	40
14. Dados Operacionais e Financeiros.....	42
15. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial .....	44
16. Anexos.....	47
17. Glossário.....	51

### Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

R\$ milhões	2007 (IPO) <sup>1</sup>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Variação % (2015/2007)	CAGR % (2015/2007)
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	▲226,8%	▲16,0%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	▲340,8%	▲20,4%
EBITDA	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	▲271,9%	▲17,8%
FFO	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	515,6	426,2	552,9	530,7	▲165,1%	▲13,0%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	▲1.611,9%	▲42,6%

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

-0po



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 4T15, a Multiplan detinha – com uma participação média de 73,8% - 18 shopping centers com ABL total de 770.270 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 857.828 m<sup>2</sup>.



# LUCRO LÍQUIDO ATINGE R\$138 MILHÕES E FFO SOMA R\$175 MILHÕES NO 4T15

**Forte conjunto de resultados operacionais e financeiros em 2015, mesmo com o cenário desafiador. Balanço patrimonial forte permite que a Multiplan permaneça atenta a oportunidades.**

**Vendas dos lojistas aumentam 4,5% e Vendas na Mesma Área crescem 3,3% em 2015** sobre a forte base de 2014. A diferença de 1,5% entre as Vendas na Mesma Área e Mesmas Lojas reflete as trocas positivas no mix de lojas.

**Taxa de ocupação média de 98,0% no 4T15 e 98,3% em 2015.**

**Custo de ocupação levemente abaixo no trimestre, em 11,6%, e no ano, em 12,6%,** como resultado da redução dos custos de condomínio, em contraste ao aumento da receita de locação.

**Aluguel nas Mesmas Lojas sobe 6,2% no trimestre, e 7,4% no ano,** indicando um aumento real de 2,4% em 2015. O resultado foi atingido sobre um forte crescimento de 8,8% do Aluguel nas Mesmas Lojas em 2014.

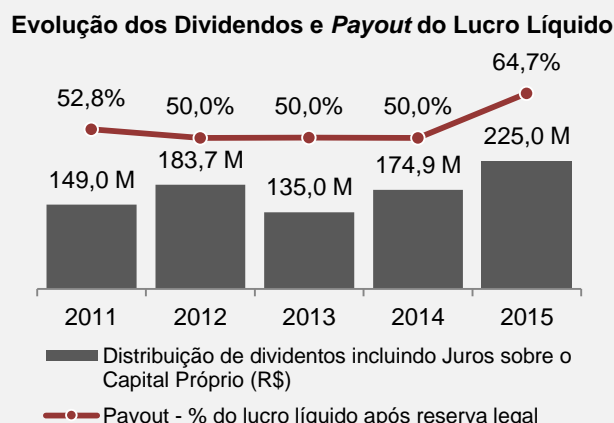
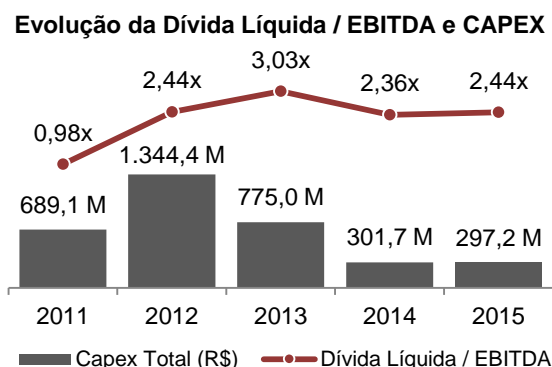
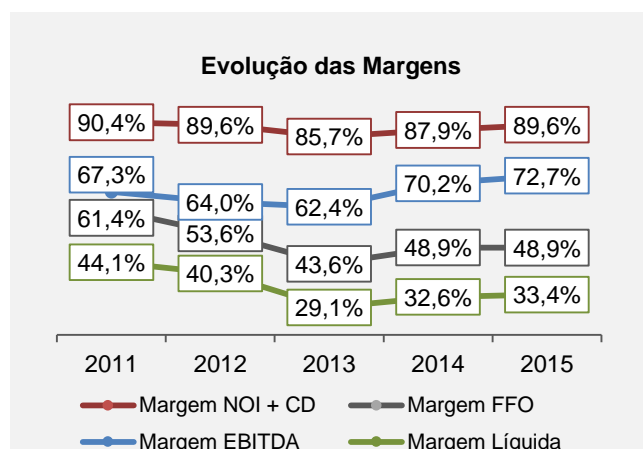
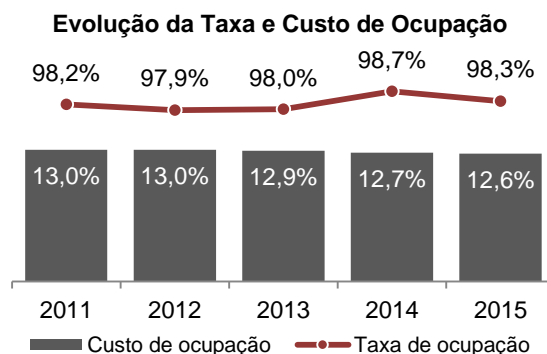
**Receita de locação aumenta 7,5% e receita de estacionamento cresce 12,2% em 2015,** levando a um aumento de 8,7% do NOI + Cessão de Direitos no período.

**Todas as despesas combinadas apresentaram queda de 26,7% no trimestre e 12,0% no ano,** resultando em um aumento de margens para a Companhia.

**A dívida líquida/EBITDA permaneceu estável em 2,4x e o custo da dívida foi de 13,09%, 116 p.b. abaixo da taxa Selic** ao fim de 2015. Por meio de uma gestão de passivos, dívidas que somam R\$262 milhões tiveram prazos estendidos, resultando em uma dívida de curto prazo equivalente a 25,6% do FFO de 2015 + posição de caixa.

**O lucro líquido aumentou 10,9% no 4T15, atingindo R\$137,7 milhões,** e o FFO foi de R\$175,2 milhões no trimestre. Em 2015, o lucro líquido foi de R\$362,2 milhões e o FFO atingiu R\$530,7 milhões, equivalente a R\$2,83 por ação.

**Payout de dividendos em 2015 de 64,7%.** Foram anunciados em 2015 um total de R\$225 milhões de dividendos na forma de Juros sobre Capital Próprio, a maior distribuição anual feita até o momento.



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

(R\$'000)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
Receita de locação	266.527	262.723	▲ 1,4%	861.647	801.340	▲ 7,5%
Receita de Serviços	27.777	29.309	▼ 5,2%	110.435	119.070	▼ 7,3%
Receita de Cessão de direitos	4.266	7.313	▼ 41,7%	24.914	36.835	▼ 32,4%
Receita de estacionamento	49.690	45.649	▲ 8,9%	176.757	157.570	▲ 12,2%
Venda de imóveis	1.467	32.508	▼ 95,5%	18.859	117.318	▼ 83,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(16.858)	(22.517)	▼ 25,1%	7.917	9.227	▼ 14,2%
Outras Receitas	718	491	▲ 46,2%	4.709	3.611	▲ 30,4%
<b>Receita Bruta</b>	<b>333.586</b>	<b>355.476</b>	<b>▼ 6,2%</b>	<b>1.205.238</b>	<b>1.244.970</b>	<b>▼ 3,2%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(34.005)	(32.978)	▲ 3,1%	(119.811)	(114.592)	▲ 4,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>299.581</b>	<b>322.497</b>	<b>▼ 7,1%</b>	<b>1.085.426</b>	<b>1.130.378</b>	<b>▼ 4,0%</b>
Despesas de sede	(33.422)	(31.335)	▲ 6,7%	(124.564)	(116.951)	▲ 6,5%
Despesas com opções de ações	(2.982)	(4.008)	▼ 25,6%	(12.794)	(14.679)	▼ 12,8%
Despesas de shopping centers	(27.654)	(29.267)	▼ 5,5%	(101.052)	(106.557)	▼ 5,2%
Despesas com escritórios para locação	(2.401)	(5.712)	▼ 58,0%	(10.451)	(15.436)	▼ 32,3%
Despesas com novos projetos para locação	(2.894)	(1.950)	▲ 48,4%	(14.796)	(13.148)	▲ 12,5%
Despesas com novos projetos para venda	(1.028)	(823)	▲ 24,9%	(4.204)	(8.808)	▼ 52,3%
Custo de imóveis vendidos	(2.098)	(20.110)	▼ 89,6%	(18.954)	(71.363)	▼ 73,4%
Resultado de equivalência patrimonial	(27)	(241)	▼ 88,6%	(2)	10.457	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	184	(5.237)	n.d.	(9.451)	(175)	▲ 5.290,0%
<b>EBITDA</b>	<b>227.259</b>	<b>223.815</b>	<b>▲ 1,5%</b>	<b>789.157</b>	<b>793.719</b>	<b>▼ 0,6%</b>
Receitas financeiras	18.118	13.518	▲ 34,0%	56.253	40.671	▲ 38,3%
Despesas financeiras	(65.766)	(56.812)	▲ 15,8%	(243.392)	(205.643)	▲ 18,4%
Depreciações e amortizações	(39.505)	(40.218)	▼ 1,8%	(157.645)	(161.564)	▼ 2,4%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>140.106</b>	<b>140.304</b>	<b>▼ 0,1%</b>	<b>444.372</b>	<b>467.182</b>	<b>▼ 4,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.416)	(17.308)	▼ 74,5%	(71.554)	(75.871)	▼ 5,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.989	1.175	▲ 69,3%	(10.859)	(23.264)	▼ 53,3%
Participação dos acionistas minoritários	24	33	▼ 29,2%	226	15	▲ 1.358,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137.703</b>	<b>124.204</b>	<b>▲ 10,9%</b>	<b>362.185</b>	<b>368.062</b>	<b>▼ 1,6%</b>

(R\$ '000)	4T15	4T14	Chg. %	2015	2014	Chg. %
<b>NOI</b>	<b>269.303</b>	<b>250.876</b>	<b>▲ 7,3%</b>	<b>934.817</b>	<b>846.144</b>	<b>▲ 10,5%</b>
Margem NOI	90,0%	87,8%	▲ 220 p.b.	89,3%	87,4%	▲ 194 p.b.
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>273.569</b>	<b>258.189</b>	<b>▲ 6,0%</b>	<b>959.731</b>	<b>882.980</b>	<b>▲ 8,7%</b>
Margem NOI + Cessão de Direitos	90,1%	88,1%	▲ 203 p.b.	89,6%	87,9%	▲ 173 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>232.149</b>	<b>220.679</b>	<b>▲ 5,2%</b>	<b>812.278</b>	<b>782.465</b>	<b>▲ 3,8%</b>
Margem EBITDA de Propriedades	77,8%	75,3%	▲ 252 p.b.	76,0%	76,4%	▼ 40 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>227.259</b>	<b>223.815</b>	<b>▲ 1,5%</b>	<b>789.157</b>	<b>793.719</b>	<b>▼ 0,6%</b>
Margem EBITDA	75,9%	69,4%	▲ 646 p.b.	72,7%	70,2%	▲ 249 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137.703</b>	<b>124.204</b>	<b>▲ 10,9%</b>	<b>362.185</b>	<b>368.062</b>	<b>▼ 1,6%</b>
Margem líquida	46,0%	38,5%	▲ 745 p.b.	33,4%	32,6%	▲ 81 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>135.714</b>	<b>123.030</b>	<b>▲ 10,3%</b>	<b>373.044</b>	<b>391.326</b>	<b>▼ 4,7%</b>
Margem líquida ajustada	45,3%	38,1%	▲ 715 p.b.	34,4%	34,6%	▼ 25 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional FFO</b>	<b>175.219</b>	<b>163.247</b>	<b>▲ 7,3%</b>	<b>530.689</b>	<b>552.891</b>	<b>▼ 4,0%</b>
Margem FFO	58,5%	50,6%	▲ 787 p.b.	48,9%	48,9%	▼ 2 p.b.

## 2. Valor Justo das Propriedades para investimentos de acordo com o 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) 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 nessas premissas, a Companhia estimou uma taxa de desconto média ponderada, nominal e desalavancada, de 15,47% em 31 de dezembro de 2015, como resultado de uma taxa de desconto base de 14,94%, calculada de acordo com o modelo CAPM, e um prêmio de risco médio ponderado de 51 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.

Custo de capital próprio	2015	2014	2013	2012
Taxa Livre de Risco ( <i>Risk Free Rate</i> )	3,45%	3,49%	3,53%	3,57%
Prêmio de risco de mercado	6,05%	6,11%	6,02%	5,74%
Beta ajustado	0,78	0,72	0,77	0,74
Risco país	232 p.b.	230 p.b.	205 p.b.	184 p.b.
Prêmio de risco adicional	51 p.b.	44 p.b.	43 p.b.	59 p.b.
<b>Custo de capital próprio – US\$ nominal</b>	<b>11,00%</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 (EUA)	2,40%	2,40%	2,30%	2,30%
<b>Custo de capital próprio – R\$ nominal</b>	<b>15,47%</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 os 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:

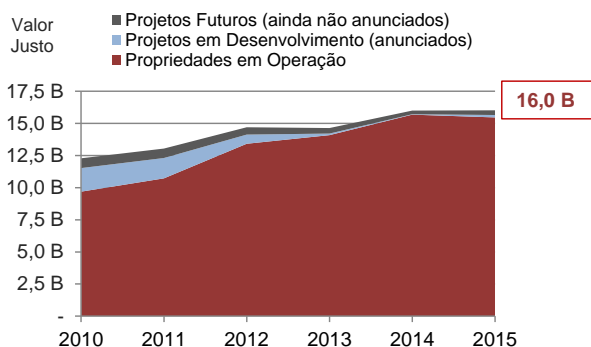
Valor Justo de Propriedades para Investimento	2015	2014	2013	2012
Shopping centers e torres comerciais em operação <sup>1,2,3</sup>	R\$ 15.465 M	R\$ 15.683 M	R\$ 14.089 M	R\$ 13.418 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados) <sup>1,2,3</sup>	R\$ 181 M	R\$ 32 M	R\$ 123 M	R\$ 715 M
Projetos futuros (ainda não anunciados)	R\$ 379 M	R\$ 284 M	R\$ 430 M	R\$ 569 M
<b>Total</b>	<b>R\$ 16.024 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, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall, ParkShopping Corporate e a Expansão VII do RibeirãoShopping foram concluídos e seus ativos transferidos de Projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

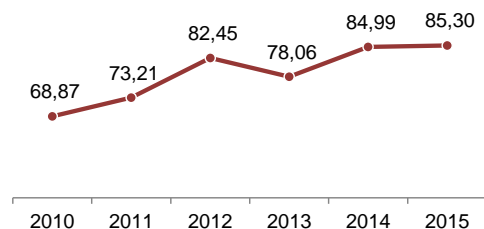
<sup>2</sup> Em 2013, os projetos Expansão VII e Expansão VIII do RibeirãoShopping e o Morumbi Corporate foram concluídos e seus ativos transferidos de Projetos em desenvolvimento para shopping centers e torres comerciais em operação.

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

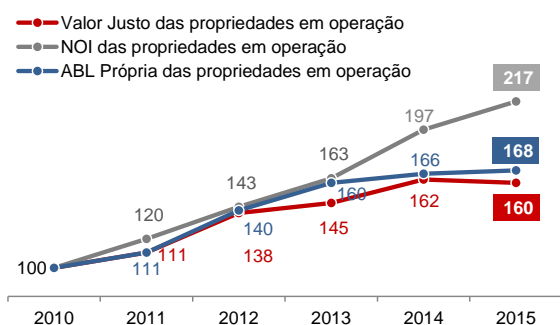
Seguindo o pronunciamento CPC 19 (R2) – Investimento em Coligada, emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), as participações de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e de 50,0% no projeto Parque Shopping Maceió através de Controladas em Conjunto não foram consideradas na avaliação do valor justo.



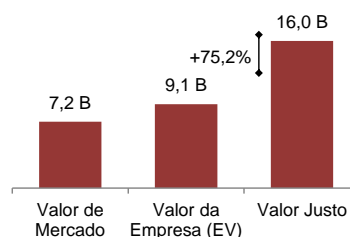
Evolução do Valor Justo¹ (R\$)



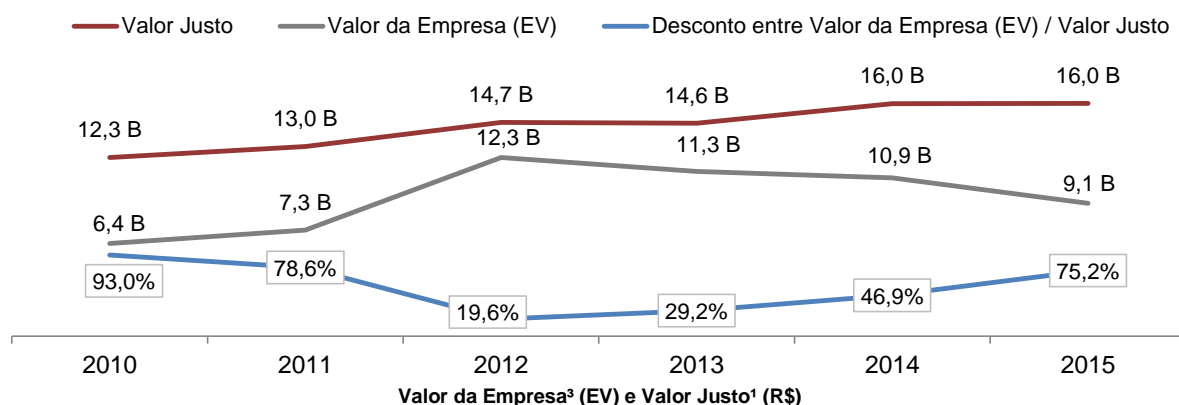
Valor Justo¹ por ação (R\$)



Crescimento do Valor Justo¹, NOI e ABL própria (Base 100: 2010)



Valor de Mercado² vs. Valor da Empresa³ (EV) vs. Valor Justo¹ – 31 de Dezembro de 2015



¹ Calculado de acordo com o CPC 28

² Baseado no valor da ação em 31 de Dezembro de 2015, de R\$38,00

³ A soma do Valor de Mercado e da Dívida Líquida

### 3. Indicadores Operacionais

- **Vendas** cresceram **4,5%** em **2015** apesar de condições desafiadoras no mercado brasileiro;
- **Gestão do mix de lojas** acrescentou **1,5%** às **vendas totais** em **2015**, baseado na diferença entre o SAS e SSS;
- Portfólio manteve **fortes métricas operacionais**, com **taxa de ocupação média** de **98,3%**, **inadimplência** de **1,9%** e um **custo de ocupação** estável em **12,6%**.

#### 3.1 Vendas

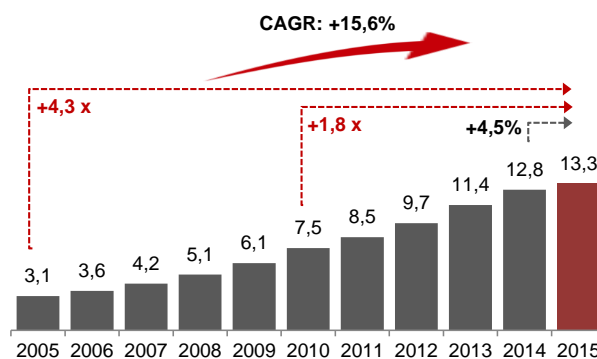
##### Resistindo à tempestade

**4T15:** As vendas subiram 4,1% sobre o mesmo período do ano passado, alcançando R\$4,2 bilhões, apesar do cenário desafiador. A melhoria contínua no mix de lojas, mostrada no estudo de caso na página 11, assim como a bem-sucedida campanha de marketing de fim de ano nos shopping centers da Multiplan contribuíram para os resultados.

**2015:** Para o ano, as lojas satélites nos shopping centers da Multiplan registraram vendas de R\$25.795/m<sup>2</sup>, ou US\$718 por pé quadrado (baseado em uma taxa de câmbio média de USD/BRL 3,33 em 2015).

As vendas alcançaram R\$13,3 bilhões, 4,5% acima de 2014, que por sua vez mostrou um crescimento de 12,1% sobre 2013.

Desde 2010 as vendas quase dobraram, de R\$7,5 bilhões para R\$13,3 bilhões. Durante o período de dez anos a partir de 2005, as vendas mais do que quadruplicaram sobre o valor original, adicionando R\$10,2 bilhões. A taxa composta de crescimento anual (CAGR) para o período foi de 15,6%.



Evolução das vendas dos lojistas (R\$ Bilhões)

Vendas Shopping Center (100%)	Abertura	4T15	4T14	Var.%	2015	2014	Var.%
BH Shopping	1979	352,3 M	362,0 M	▼2,7%	1.129,2 M	1.128,0 M	▲0,1%
RibeirãoShopping	1981	245,6 M	246,4 M	▼0,4%	769,7 M	772,7 M	▼0,4%
BarraShopping	1981	615,8 M	605,0 M	▲1,8%	1.931,0 M	1.857,3 M	▲4,0%
MorumbiShopping	1982	533,8 M	490,2 M	▲8,9%	1.671,7 M	1.572,6 M	▲6,3%
ParkShopping	1983	350,5 M	344,8 M	▲1,6%	1.120,3 M	1.067,6 M	▲4,9%
DiamondMall	1996	178,7 M	175,5 M	▲1,8%	595,3 M	594,9 M	▲0,1%
New York City Center	1999	59,3 M	60,3 M	▼1,7%	205,9 M	218,3 M	▼5,7%
Shopping Anália Franco	1999	333,7 M	314,8 M	▲6,0%	1.019,8 M	978,4 M	▲4,2%
ParkShoppingBarigüi	2003	290,1 M	266,0 M	▲9,1%	887,0 M	845,5 M	▲4,9%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	128,0 M	114,7 M	▲11,6%	395,3 M	367,1 M	▲7,7%
ShoppingSantaÚrsula	2008 <sup>2</sup>	50,0 M	54,3 M	▼7,9%	173,5 M	180,0 M	▼3,6%
BarraShoppingSul	2008	240,9 M	243,3 M	▼1,0%	765,5 M	748,3 M	▲2,3%
ShoppingVilaOlímpia	2009	119,9 M	110,6 M	▲8,4%	407,5 M	350,0 M	▲16,4%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	178,2 M	165,0 M	▲8,0%	549,0 M	521,1 M	▲5,4%
JundiaíShopping	2012	131,3 M	127,8 M	▲2,7%	427,3 M	402,5 M	▲6,2%
ParkShoppingCampoGrande	2012	148,4 M	145,0 M	▲2,3%	434,2 M	407,4 M	▲6,6%
VillageMall	2012	160,0 M	141,0 M	▲13,5%	506,8 M	481,9 M	▲5,2%
Parque Shopping Maceió	2013	111,1 M	95,5 M	▲16,3%	348,5 M	266,2 M	▲30,9%
<b>Total</b>		<b>4.227,3 M</b>	<b>4.062,2 M</b>	<b>▲4,1%</b>	<b>13.337,6 M</b>	<b>12.759,8 M</b>	<b>▲4,5%</b>

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

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

##### MorumbiShopping se destaca com crescimento de vendas de 8,9% no 4T15

No seu 34º ano de operação, o MorumbiShopping continua a apresentar fortes vendas mesmo em um ambiente desafiador no Brasil. As vendas do shopping cresceram 8,9% no 4T15, em cima de um forte aumento de 12,2% no 4T14, sustentado por um Natal positivo e fluxo resiliente de consumidores. Em 2015, o MorumbiShopping apresentou um crescimento de 6,3% nas

vendas, contribuindo para um impressionante crescimento de 21,0% em apenas dois anos, impulsionado por melhorias no mix de lojas promovidas ativamente pela Multiplan nos últimos anos.

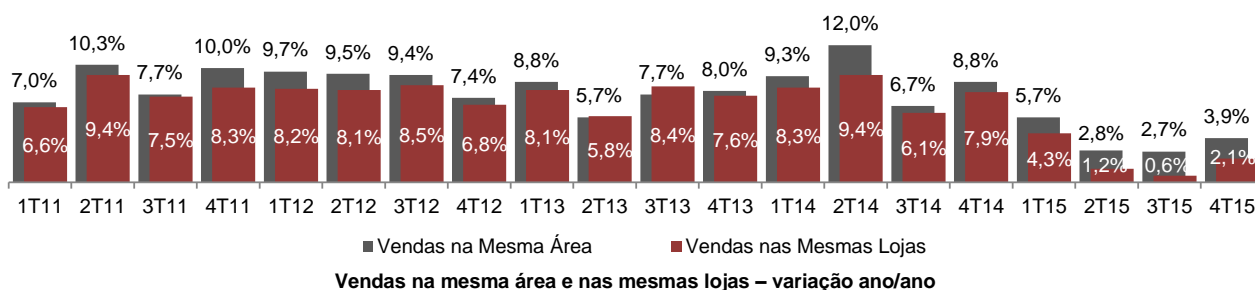
Continuando no estado de São Paulo, dois outros shopping centers – ShoppingVilaOlímpia e ParkShoppingSãoCaetano – também registraram fortes crescimentos de vendas, de 8,4% e 8,0% respectivamente no trimestre. Para o ShoppingVilaOlímpia, 2015 foi um bom ano, com vendas acelerando 16,4%, sobre um crescimento de 8,6% em 2014.

Em outros dois shopping centers foram observadas importantes recuperações: no Pátio Savassi, em Belo Horizonte, e no ParkShoppingBarigüi, em Curitiba. O primeiro inaugurou uma nova expansão em outubro de 2015, levando o Pátio Savassi a um crescimento de vendas de 11,6% no 4T15. O segundo, ParkShoppingBarigüi, respondeu bem às campanhas de marketing, o que resultou em um crescimento de vendas de 9,1% para o trimestre.

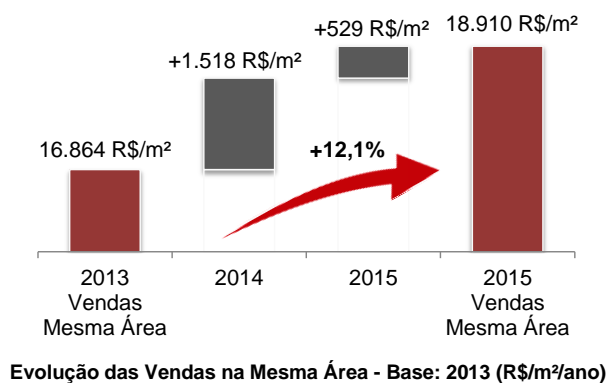
Entre os shoppings mais novos, o VillageMall voltou a crescer com um robusto aumento de vendas de 13,5% no 4T15 – sobre um crescimento de 53,9% no 4T14 – apesar de algumas novas operações inaugurarem somente no início de 2016. E o Parque Shopping Maceió, completando seu segundo aniversário, registrou um aumento de 16,3% no 4T15 e um notável crescimento de 30,9% em 2015.

*Crescimento nas Vendas na Mesma Área (SAS) de 12,1% em dois anos*

**4T15:** As Vendas na Mesma Área (SAS) aumentaram 3,9% no trimestre, comparadas ao mesmo período do ano anterior, acelerando sobre o 3T15, enquanto que as Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) cresceram 2,1% no mesmo período. SAS e SSS cresceram sobre aumentos de 8,8% e 7,9%, respectivamente, no ano anterior, destacando a força do portfólio da Multiplan em um ambiente desafiador. A diferença de 180 p.b. entre o SAS e SSS, uma das mais altas já registradas, ressalta o valor acrescentado ao portfólio pela estratégia bem-sucedida de troca de mix. Um estudo de caso está disponível na página 11.



**2015:** No ano, o SAS aumentou 3,3%, enquanto o SSS registrou um crescimento de 1,8%. É importante destacar que esse crescimento ocorreu a partir de uma forte base nos anos anteriores, levando a um crescimento de 12,1% no SAS em dois anos.



Segmento de serviços continua a entregar o maior crescimento de SSS

Os segmentos de Serviços e Artigos Diversos apresentaram os maiores crescimentos de SSS no 4T15, de 6,9% e 5,0% respectivamente. No segmento de Serviços, cinemas e farmácias registraram fortes aumentos, enquanto que o segmento de Artigos Diversos foi liderado pelo desempenho de joalherias, lojas de brinquedo e perfumaria e cosméticos.

Vendas nas Mesmas Lojas	4T15 x 4T14			2015 x 2014		
	Âncora	Satélite	Total	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/Áreas Gourmet	-	▲3,2%	▲3,2%	-	▲3,7%	▲3,7%
Vestuário	▼2,9%	▲0,7%	▼0,2%	▲2,5%	▼0,1%	▲0,5%
Artigos do Lar & Escritório	▼4,0%	▼0,0%	▼1,5%	▼11,3%	▼4,6%	▼7,1%
Artigos Diversos	▲8,5%	▲3,4%	▲5,0%	▲4,0%	▲4,2%	▲4,3%
Serviços	▲11,1%	▲6,2%	▲6,9%	▲11,7%	▲7,8%	▲8,6%
<b>Total</b>	<b>▲1,6%</b>	<b>▲2,2%</b>	<b>▲2,1%</b>	<b>▲1,4%</b>	<b>▲1,8%</b>	<b>▲1,8%</b>

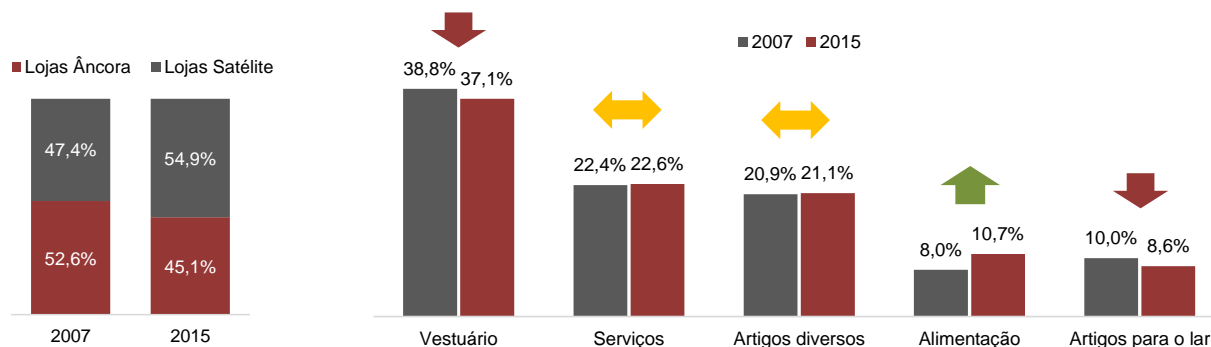
**Crescimento das Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) por segmento**

O segmento de Artigos do Lar & Escritório melhorou comparado aos trimestres anteriores, e registrou uma modesta diminuição de 1,5% no SSS do 4T15, após a queda de 13,7% no 2T15. As lojas satélites de vestuário, o maior segmento no portfólio, se recuperaram de uma queda de 1,9% no 3T15 e apresentaram um crescimento de 0,7% no trimestre. Como detalhado na próxima página, os desempenhos distintos no segmento de vestuário produziram oportunidades para a Multiplan aprimorar seu mix de lojas.

### Estudo de Caso: Renovação do mix de lojas adiciona 1,5% às vendas dos shopping centers

*O crescimento dos shopping centers bem localizados...*

Ao focar seus projetos em locais valorizados, a Multiplan desenvolve com custos iniciais mais altos, porém com chances maiores de inaugurações bem-sucedidas e crescimento de longo prazo. Ao longo de sua história, a Multiplan conseguiu capturar e alavancar esse crescimento, expandindo continuamente seus shopping centers e desenvolvendo projetos multiuso. Durante esse processo, novas tendências e formatos puderam ser incorporados ao mix dos shopping centers, aumentando a conveniência e reduzindo a área de lojas âncoras. O gráfico abaixo mostra essas constantes mudanças nos shoppings centers da Multiplan em um período mais recente, desde a abertura de capital da Companhia, em 2007.



**Distribuição % de ABL por tamanho em 2007 e 2015**

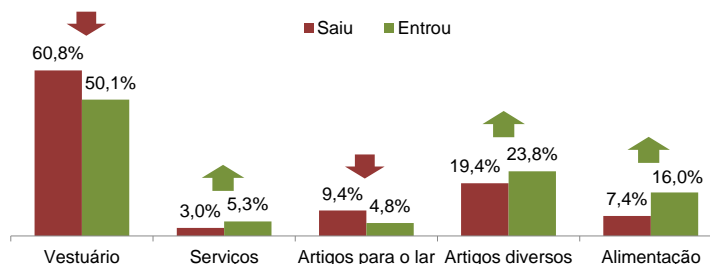
**Distribuição % de ABL por segmento em 2007 e 2015**

Como um exemplo, em 1999, uma cadeia de lojas âncora ocupava 12,4% da ABL total do portfólio da Companhia. No fim de 2015, ao passo que os shopping centers da Companhia estavam inseridos em grandes cidades e rodeados por projetos multiuso, a maior cadeia de lojas era responsável por apenas 6,9% da ABL de shopping centers. Enquanto o tamanho de alguns segmentos foi reduzido, outros aumentaram, como Alimentação e Serviços, de tal modo que ao fim de 2015 compunham 1/3 da ABL do portfólio. Em resumo: os shopping centers da Multiplan, após anos de investimentos e gestão, aprimoraram suas localizações, diversificaram suas receitas e apresentaram uma maior eficiência por metro quadrado.

*...e o benefício de sermos administradores dedicados de shopping centers*

A gestão de mix é uma atividade diária e durante 2015 seus benefícios foram colhidos novamente. Durante o ano, os segmentos com altos *tickets* médios e mais dependentes da disponibilidade de crédito foram mais afetados pelo arrocho de crédito no Brasil. Segmentos que são mais dependentes da moda também enfrentaram um ambiente desafiador, dado um comportamento mais cauteloso do consumidor.

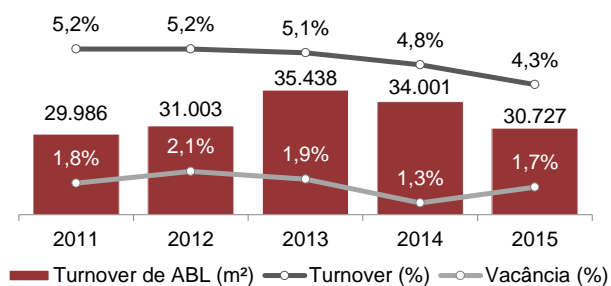
Visando as necessidades dos consumidores e as novas tendências ao longo do tempo, a Companhia buscou adequar a oferta de produtos e serviços em seus shopping centers, enquanto trabalha continuamente para atrair novos e melhores varejistas, aprimorando assim a conveniência e a experiência para o consumidor.



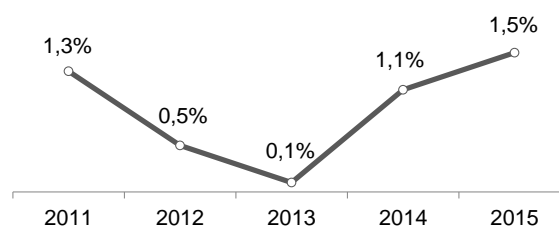
**Detalhamento do turnover da ABL de shopping center durante 2015, por segmento**

*A troca de mix equivale em ABL a um novo shopping center por ano*

As melhorias de mix foram executadas com uma troca de mix (*turnover*) de 4,3% em 2015, um número menor do que no ano anterior. Mesmo assim, vale destacar que a Companhia trocou 30.727 m<sup>2</sup> de ABL, área equivalente a um shopping center, locando-a com lojas mais eficientes. Como resultado, observa-se uma diferença de 1,5% entre as Vendas na Mesma Área (SAS) e Vendas nas Mesmas Lojas (SSS), representando um acréscimo de vendas de aproximadamente R\$200 milhões, um recorde de cinco anos.



**Turnover do ABL Como % da ABL total**



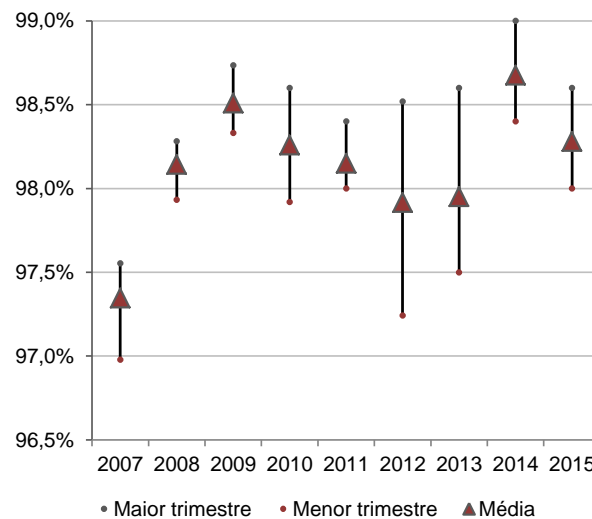
**Diferença entre SAS e SSS (%)**

### 3.2 Indicadores operacionais

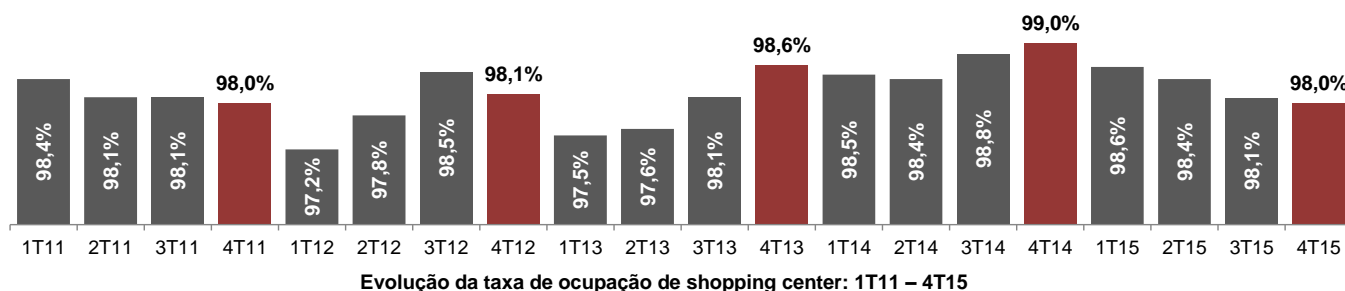
*Taxa de ocupação se mantém estável em 98,3% no ano*

**4T15:** Os shopping centers da Multiplan mantiveram uma taxa de ocupação média de 98,0%, em linha com o 3T15. A resiliência do portfólio é ainda mais evidente nos dez primeiros shopping centers, que registraram uma taxa de ocupação média de 99,0%, durante o quarto trimestre. Esta variação reforça a tese de que os shopping centers consolidados de alta produtividade são mais capazes de alcançar e manter taxas de ocupação mais elevadas na comparação com a média do mercado.

**2015:** A Companhia registrou uma taxa de ocupação média de 98,3%, perto do recorde histórico de 98,7% em 2014. Desde 2007, a maior e a menor taxa de ocupação média registrada foi de 99,0% em 4T14 e de 97,0% em 4T07, respectivamente, ressaltando as altas taxas de ocupação do 4T15 e de 2015 (gráfico a direita).

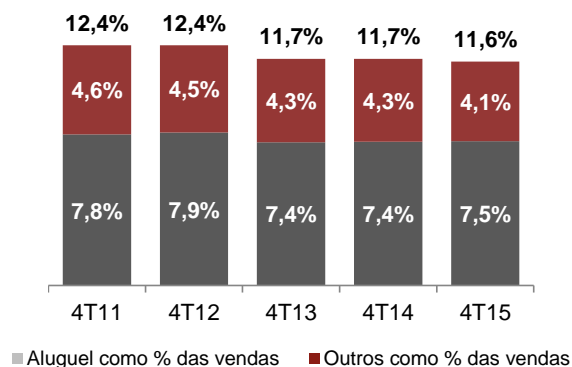


Taxa de ocupação: 2007 – 2015 (média trimestral e anual)

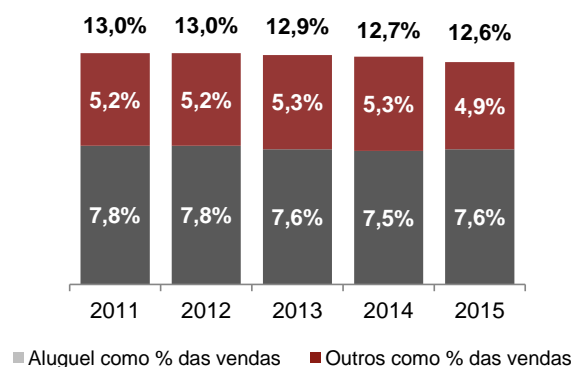


*Custo de ocupação levemente abaixo de 2014*

O custo de ocupação do 4T15 foi de 11,6%, menor em 10 p.b. quando comparado ao mesmo período do ano passado. O aluguel como % de vendas aumentou, enquanto que as outras despesas (condomínio e fundo de promoção) como % das vendas diminuíram, como resultado do esforço de redução das despesas de condomínio em 2015.



Abertura do custo de ocupação 4T11 – 4T15

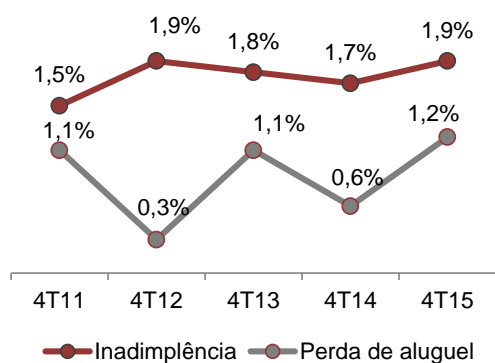


Abertura do custo de ocupação 2011 – 2015

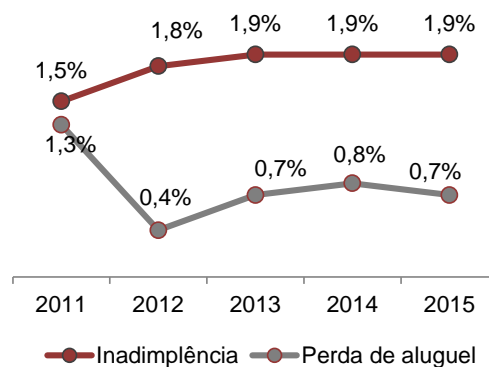
*Inadimplência estável nos últimos três anos*

**4T15:** A taxa de inadimplência dos shopping centers (atraso no pagamento de aluguel superior a 25 dias) foi de 1,9% no 4T15 contra 1,7% no 4T14 e continua abaixo da média histórica de 2,6% desde a abertura de capital da Companhia. No mesmo período, a taxa de perda de aluguel aumentou em 60 p.b. sobre o 4T14, alcançando 1,2%.

**2015:** A taxa de inadimplência foi de 1,9% e a perda de aluguel atingiu 0,7% no ano, permanecendo em linha com os últimos três anos.



Histórico de inadimplência e perda de aluguel: 4T11 – 4T15



Histórico de inadimplência e perda de aluguel: 2011 – 2015

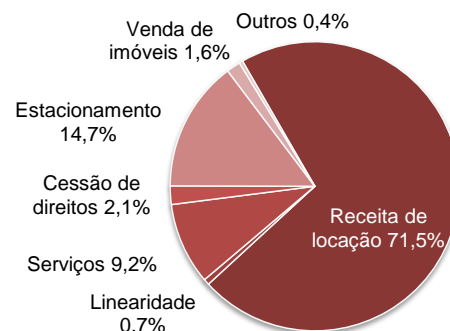
#### 4. Receita Bruta

- **Receita bruta** alcançou **R\$1.205,2 milhões** em 2015 liderada pela receita de locação, cujo crescimento foi de 7,5%;
- O não lançamento de **projetos imobiliários para venda** em 2015 reduziu a receita bruta em **R\$98,5 milhões**.

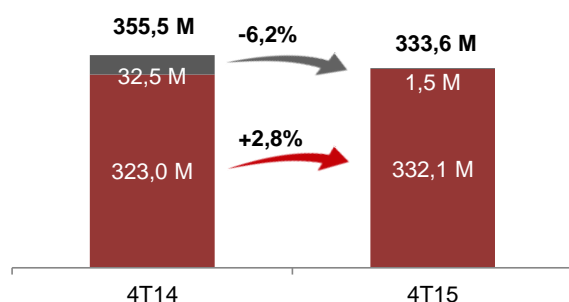
*Receita bruta cresce 5,2% em 2015, desconsiderando a receita de imóveis para venda*

**4T15:** A receita bruta totalizou R\$333,6 milhões no 4T15, uma queda de 6,2% quando comparada ao 4T14, devido à menor receita de imóveis para venda (-95,5%). Como mencionado em relatórios anteriores, a Companhia desenvolve projetos multiuso para venda com uma abordagem oportunista, buscando condições de mercado que maximizem margens e retornos. No ambiente econômico de 2015, a Companhia não identificou estas condições de mercado, fator que impossibilitou novos lançamentos e assim reduzindo a receita de imóveis para venda comparada aos anos anteriores.

**2015:** Excluindo as receitas de imóveis para venda, a receita bruta seria 5,2% maior, de R\$1.127,7 milhões em 2014 para R\$1.186,4 milhões em 2015. O principal componente foi a receita de locação, que aumentou R\$60,3 milhões, totalizando R\$861,6 milhões (+7,5%) durante o ano.

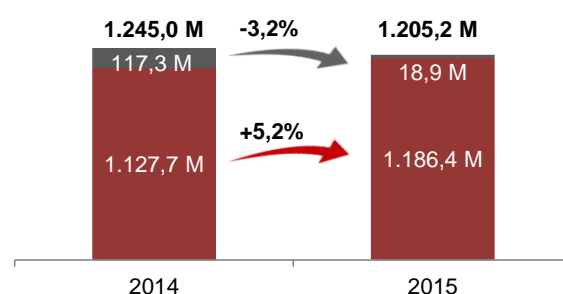


**Detalhamento da receita bruta – 2015**



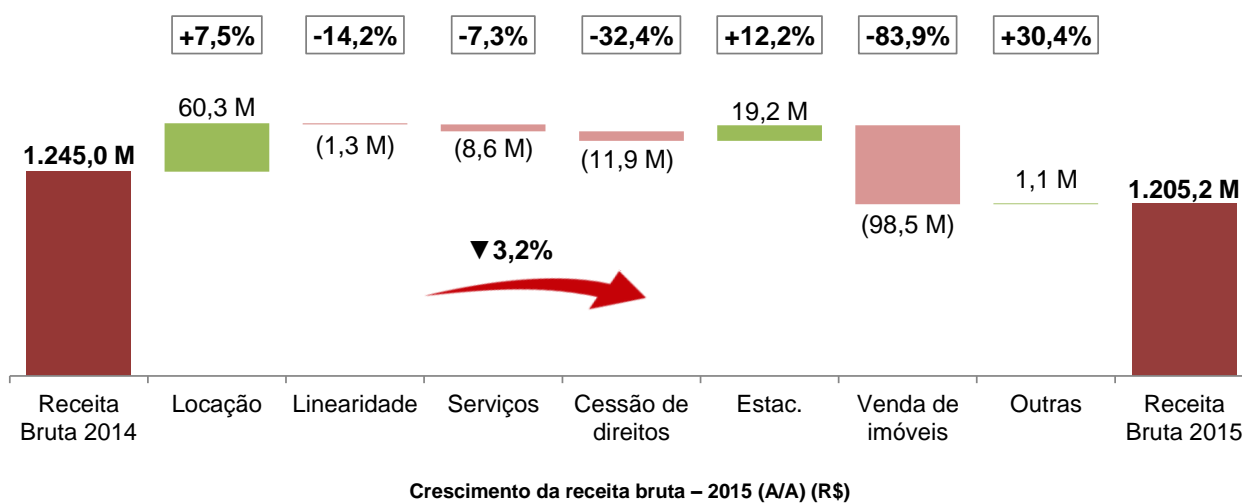
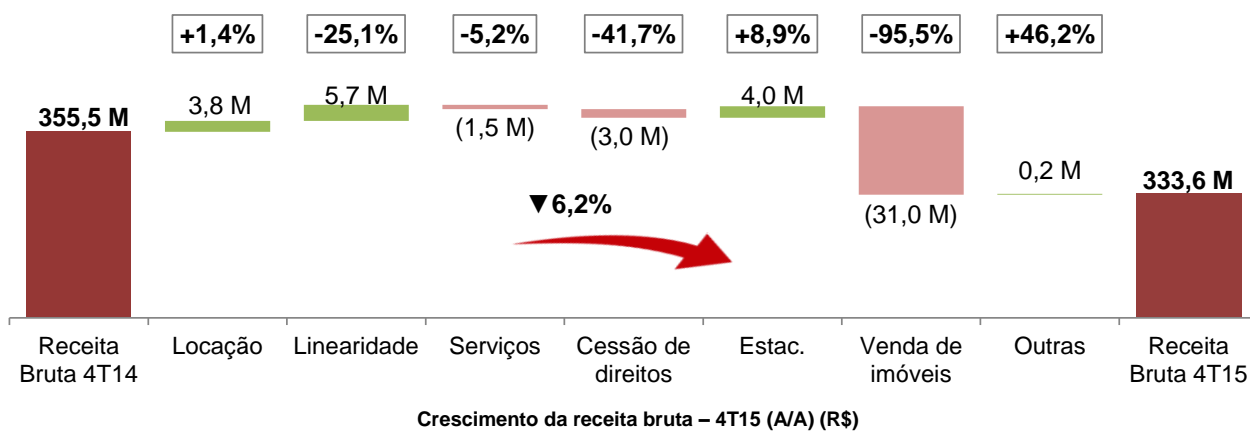
■ Receita de Imóveis para Venda  
 ■ Receita Bruta (subtotal)

**Crescimento da receita bruta (R\$)**



■ Receita de Imóveis para Venda  
 ■ Receita Bruta (subtotal)

**Crescimento da receita bruta (R\$)**



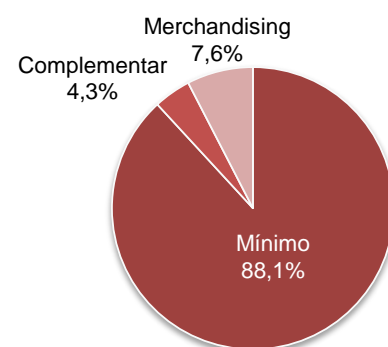
## 5. Resultados da Participação em Propriedades

- **Receita de locação** aumentou **7,5%** e levou a um crescimento de NOI de 10,5% em 2015;
- **Aluguel nas mesmas lojas (SSR)** cresceu **7,4%**, com aumento real de 2,4% no ano;
- **Receita de estacionamento** foi **12,2%** maior em 2015;
- **Despesas de shopping center e torres comerciais** caíram **5,2%** e **32,3%** no ano, respectivamente.
- **Morumbi Corporate** cresceu sua receita de locação em **63,1%** em 2015.

### 5.1 Receita de Locação

*Receita de locação totaliza R\$861,6 milhões em 2015, maior em 7,5%*

**4T15:** A receita de locação aumentou 1,4% na comparação com o 4T14, atingindo R\$266,5 milhões, mesmo com uma vacância 1,0% maior no trimestre e com um acréscimo de receita não recorrente no BarraShopping no 4T14. A receita de locação é composta pelo aluguel mínimo, merchandising e complementar, que no 4T15 representaram 88,1%, 7,6% e 4,3% da receita total, respectivamente. No 4T15, os principais destaques entre os shopping centers foram o MorumbiShopping, DiamondMall, ParkShoppingBarigüi, Pátio Savassi e Parque Shopping Maceió, que juntos apresentaram um crescimento na receita locação de 9,5% no trimestre. O Pátio Savassi cresceu 11,4% no 4T15, impulsionado por uma expansão aberta no quarto trimestre.



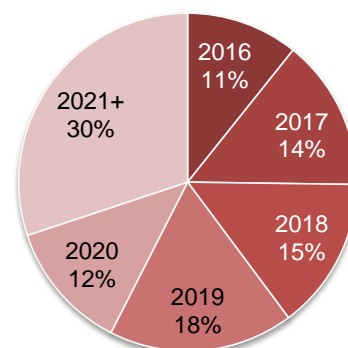
**Detalhamento da receita de locação - 4T15**

Alguns shopping centers foram afetados pela maior taxa de vacância como consequência da mudança de *mix*, como o JundiaíShopping, BH Shopping e ShoppingAnáliaFranco. BarraShoppingSul e VillageMall foram negativamente impactados pelo maior *turnover* no período, embora a rápida reposição de lojas tenha conservado as taxas de ocupação dos ativos. Na comparação trimestral, o BarraShopping foi negativamente impactado no 4T15 por uma receita não recorrente no 4T14, o que havia levado a um crescimento de 53,9% no 4T14.

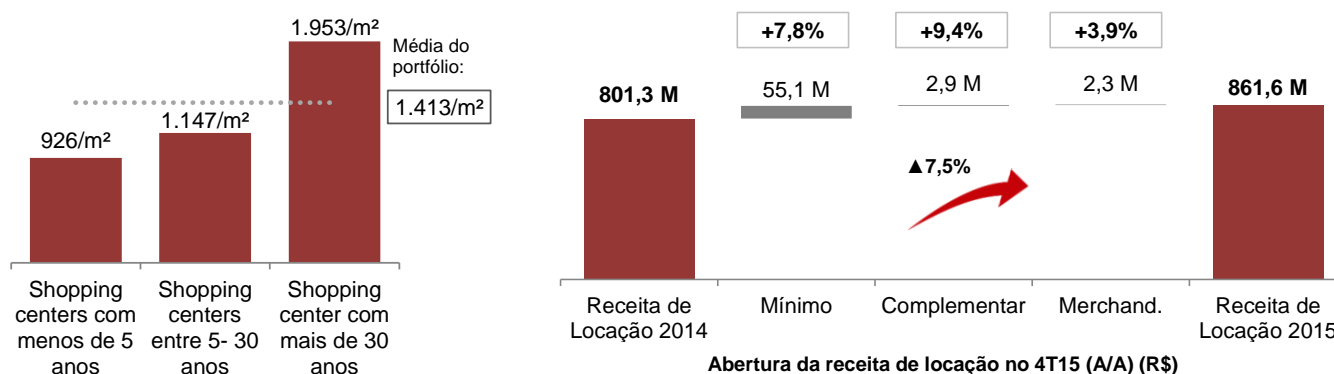
Dados complementares podem ser encontrados na planilha de fundamentos que se encontra no site do departamento de Relações com Investidores da Multiplan ([ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br)).

**2015:** A receita de locação cresceu 7,5% quando comparada a 2014, atingindo R\$861,1 milhões. O aluguel anual médio do portfólio foi de R\$1.365/m<sup>2</sup>, liderado pelo MorumbiShopping, BarraShopping, DiamondMall e BH Shopping, que juntos apresentaram uma média de R\$2.402/m<sup>2</sup>, e que apesar da alta produtividade, continuam crescendo.

O calendário de vencimentos dos contratos de locação em 2016 está abaixo da média para os próximos 10 anos (considerando um contrato padrão de cinco anos), com apenas 11% dos contratos (% do ABL) a expirar.



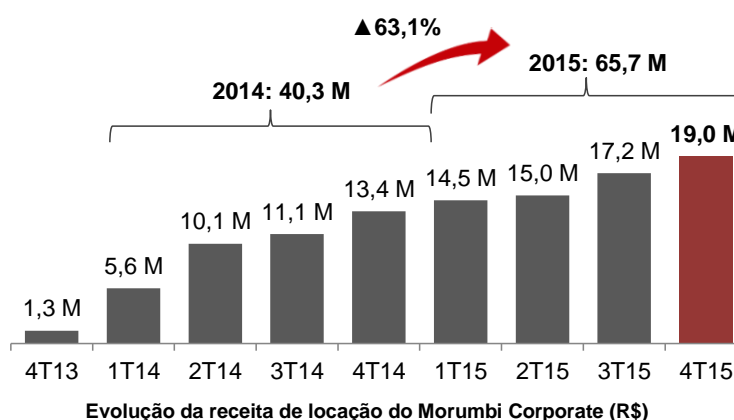
**Calendário de vencimentos dos contratos de locação (% da ABL)**



**Média da receita de locação do portfólio 2015 (R\$/m²)**

Receita de locação do Morumbi Corporate cresce 63,1% em comparação a 2014

O Morumbi Corporate, complexo de duas torres comerciais (Diamond Tower e Golden Tower) contíguas ao Morumbi Shopping, contribuiu com R\$19,0 milhões de aluguel no 4T15, um crescimento de 41,1% comparado com o 4T14. Em 2015, a receita de locação do Morumbi Corporate totalizou R\$65,7 milhões, um crescimento de 63,1% comparado com 2014. Em dezembro de 2015, 90,5% da área das torres já havia sido locada, um leve aumento em relação ao trimestre anterior.



Receita de locação (R\$)	Abertura	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
BH Shopping	1979	25,0 M	25,2 M	▼1,1%	81,4 M	77,7 M	▲4,7%
RibeirãoShopping	1981	15,5 M	15,6 M	▼1,0%	49,5 M	49,0 M	▲1,0%
BarraShopping	1981	32,1 M	40,2 M	▼20,2%	103,7 M	104,3 M	▼0,6%
MorumbiShopping	1982	34,2 M	31,2 M	▲9,7%	107,8 M	101,3 M	▲6,4%
ParkShopping	1983	16,3 M	15,7 M	▲3,7%	53,7 M	49,2 M	▲9,2%
DiamondMall	1996	13,5 M	12,6 M	▲7,1%	42,8 M	40,6 M	▲5,2%
New York City Center	1999	2,3 M	2,2 M	▲5,4%	7,8 M	7,4 M	▲6,2%
ShoppingAnáliaFranco	1999	8,2 M	8,4 M	▼2,8%	26,7 M	26,0 M	▲2,7%
ParkShoppingBarigüi	2003	17,2 M	16,0 M	▲7,5%	52,9 M	49,4 M	▲7,2%
Pátio Savassi	2007 <sup>1</sup>	9,4 M	8,5 M	▲11,4%	29,2 M	26,7 M	▲9,3%
ShoppingSantaÚrsula	2008 <sup>2</sup>	1,5 M	1,7 M	▼10,9%	5,3 M	5,7 M	▼7,2%
BarraShoppingSul	2008	17,5 M	19,0 M	▼7,8%	57,4 M	54,7 M	▲4,8%
ShoppingVilaOlímpia	2009	5,9 M	5,8 M	▲1,9%	19,5 M	19,3 M	▲0,5%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	13,5 M	12,7 M	▲5,9%	42,9 M	41,8 M	▲2,8%
JundiaíShopping	2012	9,9 M	10,0 M	▼1,7%	32,5 M	30,1 M	▲7,8%
ParkShoppingCampoGrande	2012	10,5 M	10,2 M	▲2,2%	34,0 M	32,2 M	▲5,7%
VillageMall	2012	10,8 M	10,8 M	▼0,1%	35,3 M	34,8 M	▲1,5%
Parque Shopping Maceió	2013	4,1 M	3,4 M	▲21,0%	12,9 M	10,7 M	▲20,4%
Morumbi Corporate	2013	19,0 M	13,4 M	▲41,1%	65,7 M	40,3 M	▲63,1%
ParkShopping Corporate	2014	0,3 M	-	n.d.	0,7 M	-	n.d.
<b>Total</b>		<b>266,5 M</b>	<b>262,7 M</b>	<b>▲1,4%</b>	<b>861,6 M</b>	<b>801,3 M</b>	<b>▲7,5%</b>

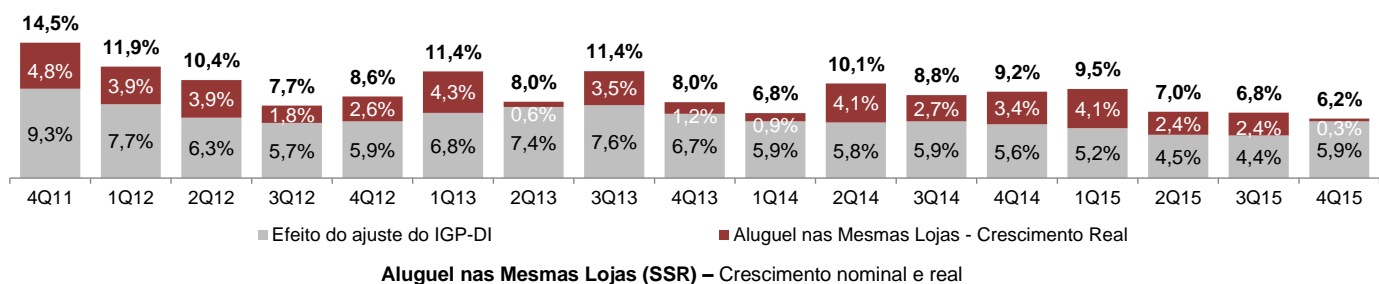
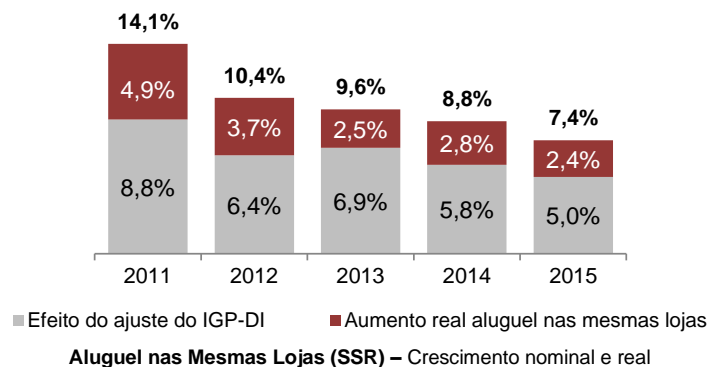
<sup>1</sup> O Pátio Savassi iniciou suas operações em 2004, e foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007.

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

SSR cresce 6,2% no 4T15

**4T15:** O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) apresentou uma média de R\$410/m<sup>2</sup>, um crescimento de 6,2% comparado ao 4T14, quando o SSR apresentou um crescimento de 9,2%. O efeito do ajuste do IGP-DI foi de 5,9% no trimestre, indicando um crescimento real de 0,3%.

**2015:** O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) aumentou 7,4%, comparado a 2014 e, considerando o efeito do ajuste do IGP-DI de 5,0%, o crescimento real foi de 2,4%. Em 2015, a média do SSR/m<sup>2</sup> atingiu R\$1.332/m<sup>2</sup>.



**Efeito do IGP-DI:** O IGP-DI é um dos índices utilizados para medir a inflação no Brasil e, para a Multiplan, um dos principais índices de ajuste dos contratos de locação em seus aniversários. Embora o IGP-DI acumulado em 12 meses tenha sido 10,7% em 2015, ao longo do ano o índice registrou taxas menores no acumulado de 12 meses, de até 3,5% nos 12 meses anteriores a março. A taxa média que impactou o Aluguel nas Mesmas Lojas do 4T15, ponderada pela quantidade de receita de locação reajustada a cada mês, foi de 5,9%, e nos próximos trimestres, devido ao maior patamar do IGP-DI atualmente, este efeito médio deverá aumentar.

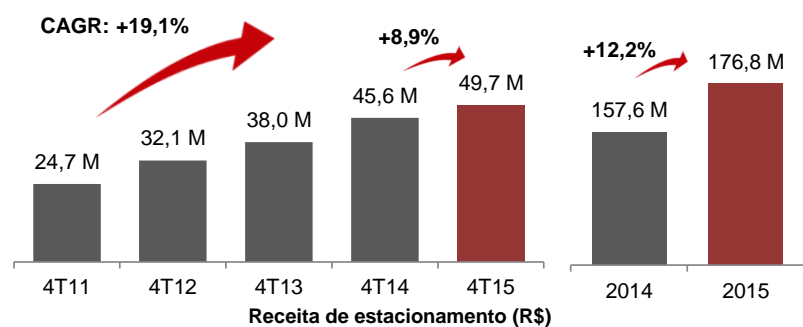
## 5.2 Receita de Estacionamento

Receita de estacionamento aumenta 8,9% para R\$49,7 milhões no 4T15

**4T15:** A receita de estacionamento alcançou R\$49,7 milhões no 4T15, um crescimento de 8,9% quando comparada ao 4T14.

**2015:** A receita de estacionamento foi de R\$176,8 milhões, 12,2% maior em relação a 2014.

Nos dois períodos mencionados acima, o crescimento foi impulsionado por um maior tempo de permanência dos clientes e um aumento nas tarifas em alguns shopping centers.



### 5.3 Despesas de Shopping Centers e Torres Comerciais

#### *Despesas de shopping centers reduzem 5,5% no 4T15*

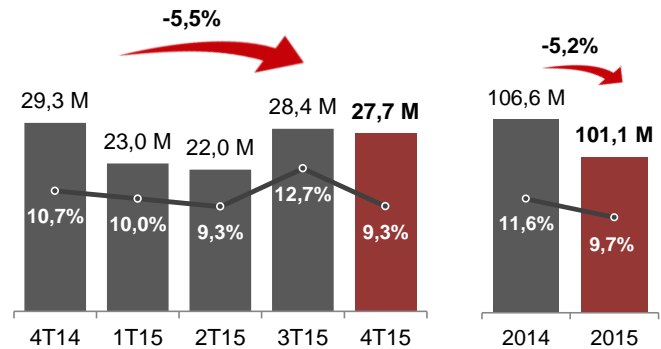
**4T15:** As despesas de shopping center totalizaram R\$27,7 milhões no 4T15, 5,5% menor em relação ao 4T14. A redução das despesas foi beneficiada pelo impacto das menores despesas do condomínio sobre as despesas de lojas vagas. No 4T15, mesmo com uma das mais eficazes campanhas de Natal realizadas pela Multiplan nos últimos anos, a Companhia manteve o patamar de despesas de marketing dos anos anteriores. Como percentual das receitas de shopping centers, as despesas de shopping centers diminuíram de 10,7% no 4T14 para 9,3% no 4T15.

**2015:** As despesas de shopping centers totalizaram R\$101,1 milhões, 5,2% menores em relação a 2014. Como percentual da receita, as despesas de shopping centers foram de 9,7% em 2015, 190 p.b. menos em relação a 2014.

#### *Queda nas despesas de torres comerciais no 4T15, como esperado*

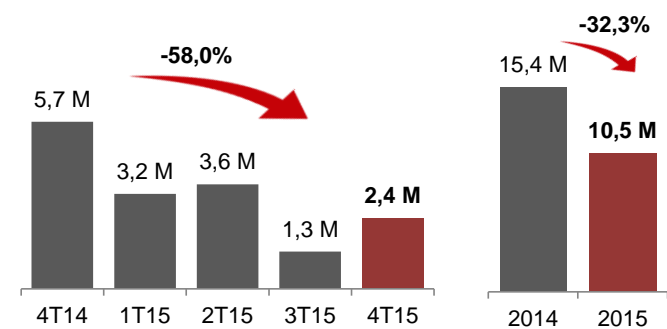
**4T15:** As despesas de torres comerciais totalizaram R\$2,4 milhões no 4T15, R\$3,3 milhões menor em relação ao 4T14. O Morumbi Corporate atualmente tem 90,5% de sua ABL locada, e à medida que a taxa de ocupação do projeto aumenta é esperado um aumento também na margem operacional.

**2015:** Despesas de torres comerciais caíram 32,3% quando comparadas a 2014.



**Evolução das despesas de shopping center (R\$) e como % das receitas de shopping centers<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>(receita de locação e estacionamento de shopping center)



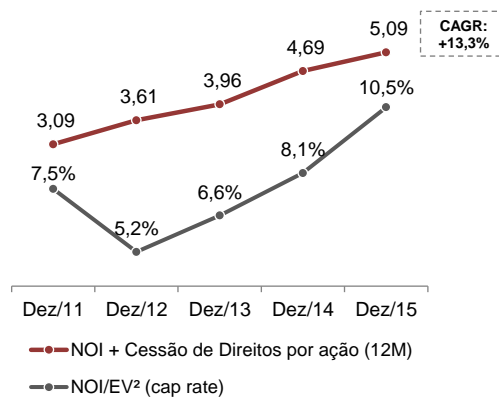
**Evolução das despesas de torres comerciais (R\$)**

### 5.4 Resultado Operacional Líquido (NOI)

Margem NOI + Cessão de Direitos de 90,1% no 4T15, mantendo altos patamares históricos

**4T15:** A Multiplan registrou um Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$273,6 milhões no 4T15, um aumento de 6,0% em relação ao 4T14. Receitas não recorrentes no BarraShopping no 4T14 e a maior taxa de vacância no 4T15 impactaram negativamente o crescimento do NOI em 2015. A margem NOI + Cessão de Direitos melhorou 203 p.b. para 90,1%, quando comparada ao 4T14, como resultado do crescimento das receitas de shopping center combinado com a redução das despesas de shopping center e torres comerciais no trimestre.

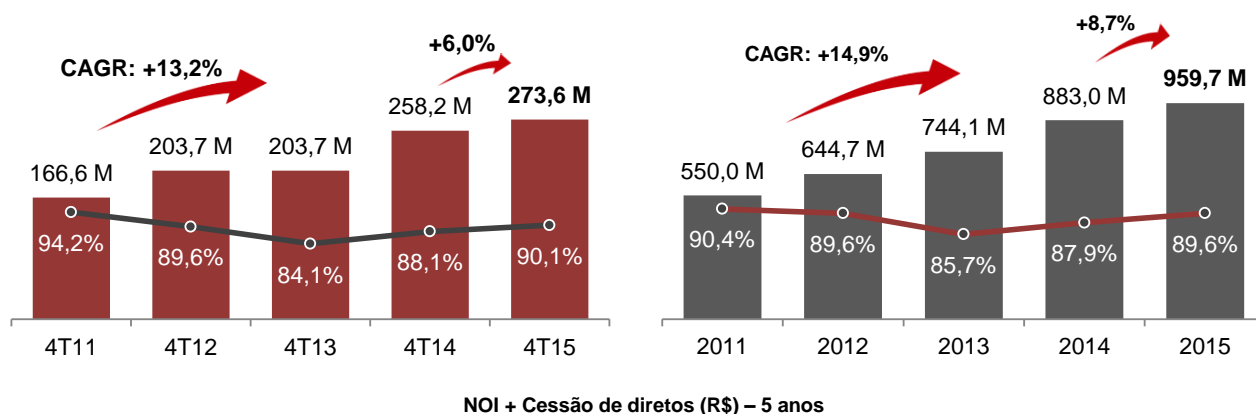
**2015:** NOI + Cessão de Direitos aumentou para R\$959,7 milhões, 8,7% maior do que em 2014, com uma margem de 89,6%, um aumento de 173 p.b. em relação a 2014. Na análise do ano, NOI + Cessão de Direitos por ação superou a marca de R\$5,00, atingindo R\$5,09, resultando em um CAGR de cinco anos de 13,3%, e um NOI *cap rate* de 10,5%, considerando a dívida líquida e o preço da ação do final de ano.



**Evolução do NOI + Cessão de Direitos por ação<sup>1</sup> (R\$) e NOI/EV (cap rate)<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Ações em circulação, ajustadas pelas ações em tesouraria  
<sup>2</sup>Enterprise Value considerando preço da ação no final de cada ano

Cálculo do NOI (R\$)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
Receita de locação	266,5 M	262,7 M	▲ 1,4%	861,6 M	801,3 M	▲ 7,5%
Linearidade	(16,9 M)	(22,5 M)	▼ 25,1%	7,9 M	9,2 M	▼ 14,2%
Receita de estacionamento	49,7 M	45,6 M	▲ 8,9%	176,8 M	157,6 M	▲ 12,2%
<b>Receita operacional</b>	<b>299,4 M</b>	<b>285,9 M</b>	<b>▲ 4,7%</b>	<b>1.046,3 M</b>	<b>968,1 M</b>	<b>▲ 8,1%</b>
Despesas de shopping centers	(27,7 M)	(29,3 M)	▼ 5,5%	(101,1 M)	(106,6 M)	▼ 5,2%
Despesas com torres para locação	(2,4 M)	(5,7 M)	▼ 58,0%	(10,5 M)	(15,4 M)	▼ 32,3%
<b>NOI</b>	<b>269,3 M</b>	<b>250,9 M</b>	<b>▲ 7,3%</b>	<b>934,8 M</b>	<b>846,1 M</b>	<b>▲ 10,5%</b>
Margem NOI	90,0%	87,8%	▲ 220 p.b.	89,3%	87,4%	▲ 194 p.b.
<b>Cessão de direitos</b>	<b>4,3 M</b>	<b>7,3 M</b>	<b>▼ 41,7%</b>	<b>24,9 M</b>	<b>36,8 M</b>	<b>▼ 32,4%</b>
Receita operacional + CD	303,6 M	293,2 M	▲ 3,6%	1.071,2 M	1.005,0 M	▲ 6,6%
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>273,6 M</b>	<b>258,2 M</b>	<b>▲ 6,0%</b>	<b>959,7 M</b>	<b>883,0 M</b>	<b>▲ 8,7%</b>
Margem NOI + Cessão de direitos	90,1%	88,1%	▲ 203 p.b.	89,6%	87,9%	▲ 173 p.b.



## 6. Resultados da Administração de Shopping Centers

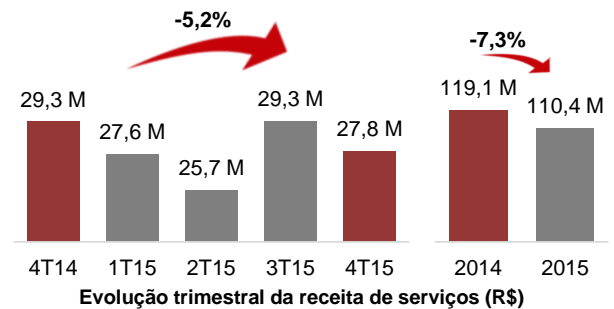
- Receita de **serviços** representou **88,7%** das despesas de **sede** em 2015;
- Despesas **anuais de sede cresceram menos** do que a **inflação** anual.

### 6.1 Receita de Serviços

Receita de serviços atinge R\$27,8 milhões no 4T15

**4T15:** A receita de serviços, composta principalmente por taxas de administração do portfólio, corretagem e transferência, totalizou R\$27,8 milhões no 4T15. As taxas de administração apresentaram uma pequena diminuição em comparação com o 4T14, devido ao recebimento de itens não recorrentes em 2014.

**2015:** No ano, a receita de serviços diminuiu 7,3%, como esperado, devido às menores taxas de gerenciamento de obras e condomínio, além de um menor *turnover*. A receita de serviços cobriu 88,7% das despesas de sede.

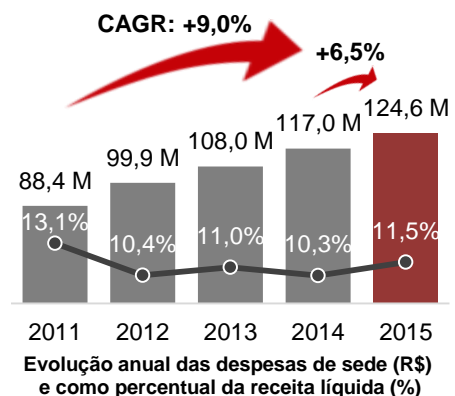
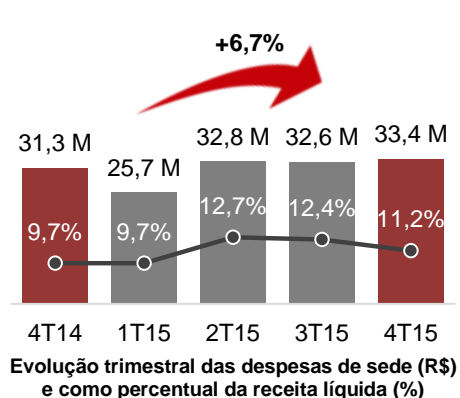


### 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Despesas de sede crescem abaixo da inflação em 2015

**4T15:** No trimestre, as despesas gerais e administrativas (Sede) da Multiplan cresceram 6,7% e representaram 11,2% da receita líquida.

**2015:** No ano as despesas de sede totalizaram R\$124,6 milhões, 6,5% maiores que no ano anterior, e abaixo da inflação de 10,7% medida pelo IPCA. O aumento foi devido principalmente ao aumento nos custos com pessoal (sobretudo o dissídio) e contingências trabalhistas. Como porcentagem da receita líquida, as despesas de sede representaram 11,5% no ano.



## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shoppings Centers

- Com o **lançamento do ParkShoppingCanoas** em 2015, despesas com novos projetos para locação atingiram o pico no 2T15, e reduziram posteriormente.

### 7.1 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos totaliza R\$24,9 milhões em 2015

**4T15:** O reconhecimento da receita de Cessão de Direitos diminuiu 41,7% para R\$4,3 milhões, impactado pelo ShoppingVilaOlímpia, que completou seus primeiros cinco anos de operação (o período de reconhecimento contábil para a maioria dos contratos de cessão de direitos de shopping), e levemente compensado pela Cessão de Direitos da Expansão VII do BarraShopping, entregue no final do 2T14.

**2015:** No ano, a Companhia reconheceu R\$24,9 milhões em Cessão de Direitos, uma redução de 32,4% comparada a 2014.

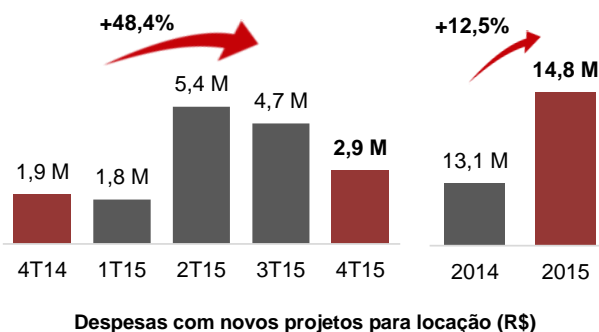
Receita de Cessão de Direitos (R\$)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
Operacional (Recorrente)	1,0 M	0,4 M	▲138,7%	5,5 M	3,8 M	▲44,2%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não recorrente)	3,2 M	6,9 M	▼53,1%	19,4 M	33,0 M	▼41,2%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>4,3 M</b>	<b>7,3 M</b>	<b>▼41,7%</b>	<b>24,9 M</b>	<b>36,8 M</b>	<b>▼32,4%</b>

### 7.2 Despesas com Novos Projetos para Locação

Despesas com novos projetos de R\$2,9 milhões no 4T15

**4T15:** As despesas pré-operacionais relacionadas a (i) estudos de viabilidade de novos projetos para locação, e (ii) impostos sobre propriedade (IPTU) de terrenos para projetos futuros, foram os principais responsáveis pelas despesas com novos projetos para locação de R\$2,9 milhões.

**2015:** No ano, as despesas com novos projetos para locação somaram R\$14,8 milhões, um crescimento de 12,5% quando comparadas com 2014, impulsionadas principalmente pelo lançamento do ParkShoppingCanoas em junho de 2015.



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

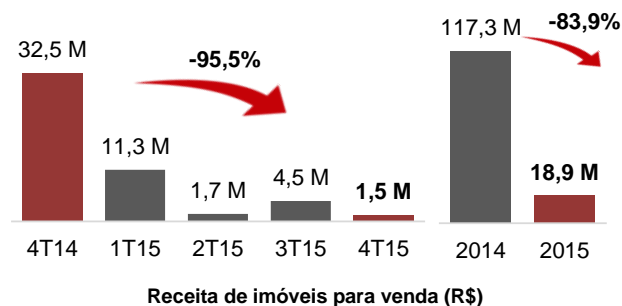
## 8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

- Duas **torres** foram **entregues** no **Complexo BarraShoppingSul** em 2015, e **R\$18,9 milhões de receitas** foram reconhecidas no ano através do método contábil PoC;
- As **torres registraram** uma **margem bruta** combinada de **34,8%** e **valor médio de vendas de R\$11.327/m²**.

Ao longo de 2015, a Multiplan entregou duas torres no Complexo BarraShoppingSul, a Résidence du Lac e a Diamond Tower. Seguindo o método contábil PoC (evolução física-financeira), as receitas, custos e despesas começaram a ser reconhecidas desde o lançamento dos projetos no fim de 2011. A fase final de construção gerou receitas de R\$18,9 milhões em 2015, enquanto em 2014 as receitas foram de R\$117,3 milhões.

Com a entrega do projeto, a margem bruta acumulada foi de 34,8% e a Companhia registrou um VGV médio de R\$11.327/m².

Despesas com novos projetos para venda, compostas principalmente por corretagem e impostos sobre propriedades (IPTU) decorrentes do banco de terrenos, caíram 52,3% em 2015, totalizando R\$4,2 milhões.



## 9. Resultados Financeiros

- **Maior margem EBITDA Consolidado** desde a abertura de capital;
- **Gestão de passivos soma R\$262,2 milhões:** renegociação de empréstimos levou endividamento de curto prazo a menos da **metade** do **FFO de 2015**;
- Recordes de **payout**, **dividend yield** e **FFO yield**.

### 9.1 EBITDA

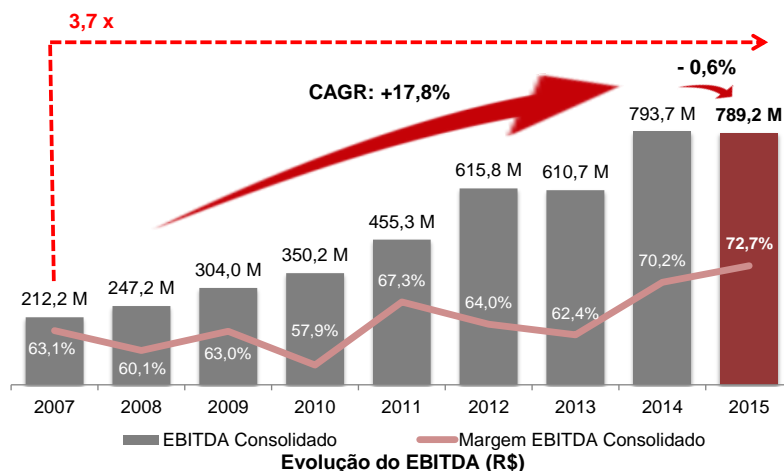
Recorde de margem EBITDA de 2014 é superado

**4T15:** O EBITDA Consolidado do trimestre apresentou crescimento de 1,5% sobre o 4T14, alcançando R\$227,3 milhões. A margem EBITDA aumentou 646 p.b., de 69,4% no 4T14 para 75,9% no 4T15. Esses resultados são devidos principalmente às diminuições do custo de imóveis vendidos (-89,6%) e despesas com escritórios para locação (-58,0%), decorrentes da entrega de todos os projetos imobiliários para venda remanescentes no 3T15 e do aumento da taxa de ocupação do Morumbi Corporate em comparação a 2014.

EBITDA Consolidado (R\$)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>299,6 M</b>	<b>322,5 M</b>	<b>▼7,1%</b>	<b>1.085,4 M</b>	<b>1.130,4 M</b>	<b>▼4,0%</b>
Despesas de sede	(33,4 M)	(31,3 M)	▲6,7%	(124,6 M)	(117,0 M)	▲6,5%
Despesas com opções de ações	(3,0 M)	(4,0 M)	▼25,6%	(12,8 M)	(14,7 M)	▼12,8%
Despesas de shopping centers	(27,7 M)	(29,3 M)	▼5,5%	(101,1 M)	(106,6 M)	▼5,2%
Despesas com escritórios para locação	(2,4 M)	(5,7 M)	▼58,0%	(10,5 M)	(15,4 M)	▼32,3%
Despesas com novos projetos para locação	(2,9 M)	(1,9 M)	▲48,4%	(14,8 M)	(13,1 M)	▲12,5%
Despesas com novos projetos para venda	(1,0 M)	(0,8 M)	▲24,9%	(4,2 M)	(8,8 M)	▼52,3%
Custo de imóveis vendidos	(2,1 M)	(20,1 M)	▼89,6%	(19,0 M)	(71,4 M)	▼73,4%
Resultado de equivalência patrimonial	(0,0 M)	(0,2 M)	▼88,6%	(0,0 M)	10,5 M	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	0,2 M	(5,2 M)	n.d.	(9,5 M)	(0,2 M)	▲5.290,0%
<b>EBITDA</b>	<b>227,3 M</b>	<b>223,8 M</b>	<b>▲1,5%</b>	<b>789,2 M</b>	<b>793,7 M</b>	<b>▼0,6%</b>
Margem EBITDA	75,9%	69,4%	▲646 p.b.	72,7%	70,2%	▲249 p.b.

**2015:** A Companhia apresentou a maior margem EBITDA desde o IPO, evoluindo de 70,2% em 2014 para 72,7% em 2015. Apesar da pequena diminuição do EBITDA Consolidado (-0,6% em comparação ao ano anterior), devido principalmente a uma redução de R\$98,5 milhões (-83,9%) nas vendas de imóveis, que levou a um decréscimo de 4,0% na receita líquida. A diminuição das despesas (-12,0% sobre 2014) contribuiu para o aumento da margem EBITDA.

Quando comparado a 2007 (abertura de capital da Companhia), o EBITDA Consolidado cresceu 3,7x, alcançando um CAGR de oito anos de 17,8%.



EBITDA de Propriedades de R\$232,1 milhões no 4T15 com margem de 77,8%

Com o objetivo de melhor apresentar os resultados da principal atividade da Companhia (propriedades para locação), desde o 2T15 a Multiplan introduziu o conceito de EBITDA de Propriedades. Essa métrica exclui a atividade imobiliária para venda e as despesas relacionadas com desenvolvimentos futuros.

**4T15:** O EBITDA de Propriedades cresceu 5,2% comparado ao 4T14, devido à diminuição das despesas com escritórios para locação (-58,0%) e despesas de shopping centers (-5,5%). A margem EBITDA de Propriedades aumentou 252 p.b., alcançando 77,8% no 4T15, contra 75,3% no mesmo período do ano anterior.

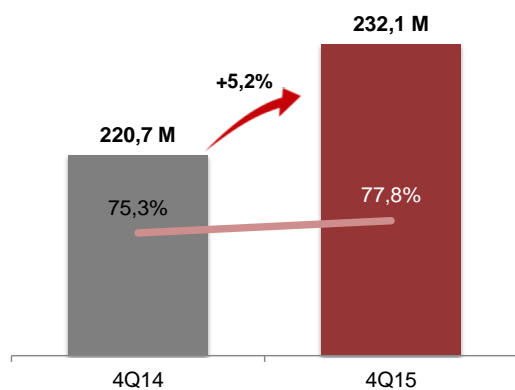
**2015:** Em 2015, o EBITDA de Propriedades alcançou R\$812,3 milhões, um crescimento de 3,8% quando comparado com 2014, enquanto que a margem EBITDA de Propriedades diminuiu 40 p.b., chegando a 76,0%.

EBITDA de Propriedades (R\$)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Receita Bruta de Propriedades</b> <sup>1</sup>	<b>332,1 M</b>	<b>323,0 M</b>	<b>▲ 2,8%</b>	<b>1.186,4 M</b>	<b>1.127,7 M</b>	<b>▲ 5,2%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados <sup>2</sup>	(33,9 M)	(30,0 M)	▲ 13,0%	(117,9 M)	(103,8 M)	▲ 13,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>298,3 M</b>	<b>293,0 M</b>	<b>▲ 1,8%</b>	<b>1.068,4 M</b>	<b>1.023,9 M</b>	<b>▲ 4,4%</b>
Despesas de sede <sup>2</sup>	(33,3 M)	(28,5 M)	▲ 16,9%	(122,6 M)	(105,9 M)	▲ 15,8%
Despesas com opções de ações <sup>2</sup>	(3,0 M)	(3,6 M)	▼ 18,5%	(12,6 M)	(13,3 M)	▼ 5,3%
Despesas de shopping centers	(27,7 M)	(29,3 M)	▼ 5,5%	(101,1 M)	(106,6 M)	▼ 5,2%
Despesas com escritórios para locação	(2,4 M)	(5,7 M)	▼ 58,0%	(10,5 M)	(15,4 M)	▼ 32,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,2 M	(5,2 M)	n.d.	(9,5 M)	(0,2 M)	▲ 5.290,0%
<b>EBITDA de Propriedades</b> <sup>3</sup>	<b>232,1 M</b>	<b>220,7 M</b>	<b>▲ 5,2%</b>	<b>812,3 M</b>	<b>782,5 M</b>	<b>▲ 3,8%</b>
Margem EBITDA de Propriedades	77,8%	75,3%	▲ 252 p.b.	76,0%	76,4%	▼ 40 p.b.

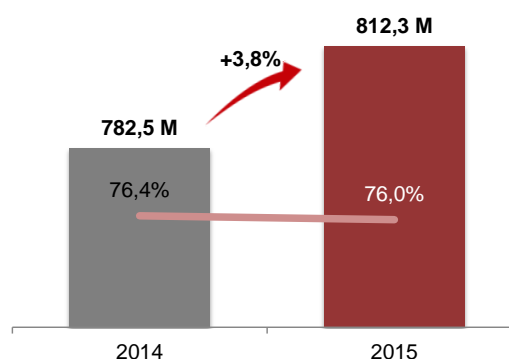
(1) Receita Bruta de Propriedades: não inclui a receita com a venda de imóveis.

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

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



EBITDA de Propriedades (R\$) e Margens (%) – 4T15



EBITDA de Propriedades (R\$) e Margens (%) – 2015

## 9.2 Resultados Financeiros, Endividamento e Disponibilidades

*Alavancagem permanece estável em 2,44x na relação dívida líquida/EBITDA*

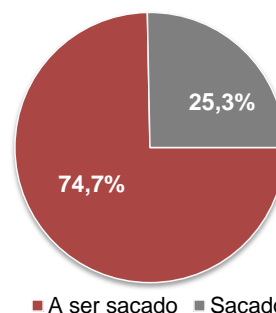
No fim de 2015 a Companhia manteve estável sua alavancagem em 2,44x na relação dívida líquida/EBITDA e sua dívida líquida em R\$1.925,8 milhões. Enquanto a dívida bruta teve um crescimento de 6,6%, atingindo R\$2.307,9 milhões, alguns empréstimos foram renegociados e seus prazos de amortização estendidos, levando a uma diminuição de 40,2% no passivo circulante, para R\$233,6 milhões.

Posição Financeira (R\$)	31/12/2015	30/09/2015	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>233,6 M</b>	<b>390,9 M</b>	<b>▼ 40,2%</b>
Empréstimos e financiamentos	168,6 M	313,6 M	▼ 46,2%
Debêntures	12,0 M	25,9 M	▼ 53,6%
Obrigações por aquisição de bens	53,0 M	51,4 M	▲ 3,0%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>2.074,3 M</b>	<b>1.773,6 M</b>	<b>▲ 17,0%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.636,1 M	1.326,8 M	▲ 23,3%
Debêntures	398,2 M	398,2 M	▲ 0,0%
Obrigações por aquisição de bens	40,0 M	48,6 M	▼ 17,6%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>2.307,9 M</b>	<b>2.164,5 M</b>	<b>▲ 6,6%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>382,1 M</b>	<b>263,4 M</b>	<b>▲ 45,1%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.925,8 M</b>	<b>1.901,1 M</b>	<b>▲ 1,3%</b>
<b>EBITDA (12M)</b>	<b>789,2 M</b>	<b>785,7 M</b>	<b>▲ 0,4%</b>
<b>Valor Justo das Propriedades para Investimento</b>	<b>16.024,5 M</b>	<b>15.870,3 M</b>	<b>▲ 1,0%</b>

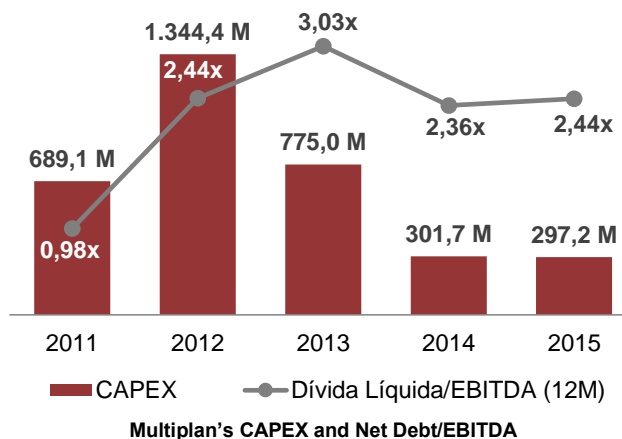
Caixa e equivalentes de caixa foram positivamente impactados principalmente por (i) novo empréstimo de R\$150,0 milhões, detalhado na página 29 e (ii) um crescimento de 7,3% do FFO em relação ao ano anterior. Em contrapartida, a geração de caixa foi compensada pelo (iii) CAPEX de R\$70,1 milhões no período.

Por último, mas não menos importante, R\$209,1 milhões de financiamento ainda serão sacados para o ParkShoppingCanoas, possibilitando a Companhia a continuar sua estratégia de longo prazo sem comprometer sua posição atual de caixa.

Em 2015, a Companhia manteve sua relação dívida líquida/EBITDA em um nível confortável, como resultado de um menor CAPEX comparado ao período entre 2012 e 2013, quando a Companhia estava desenvolvendo quatro *greenfields* (JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall e Parque Shopping Maceió) e dois projetos de torres comerciais (ParkShopping Corporate e Morumbi Corporate).



Financiamento do ParkShoppingCanoas  
(R\$280,0 milhões)

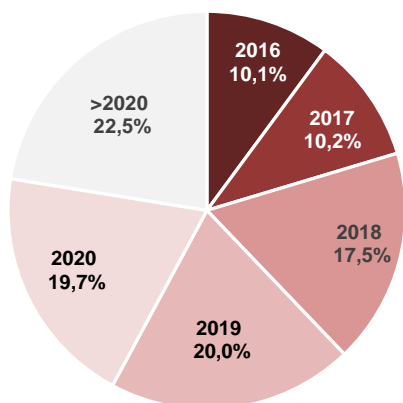


Enquanto a relação dívida líquida/EBITDA (12M) permaneceu praticamente estável do 3T15 para o 4T15, apresentando um pequeno aumento de 2,42x para 2,44x, a relação despesas financeiras/EBITDA (12M) diminuiu de 3,35x para 3,24x, devido a um crescimento de 18,4% nas despesas financeiras de 2015 comparadas com as de 2014, em consequência de um aumento de 250 p.b. na taxa básica de juros (de 11,75% a.a. em 31 de dezembro de 2014 para 14,25% a.a. em 31 de dezembro de 2015).

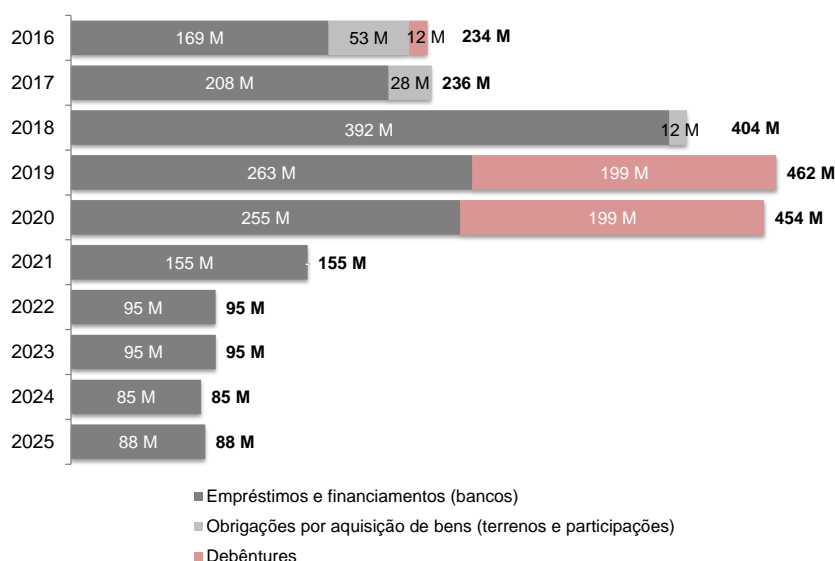
A dívida líquida foi equivalente a 12,0% do valor justo das propriedades.

Indicadores Financeiros <sup>1</sup>	31 Dez 2015	30 Set 2015
Dívida Líquida/EBITDA	2,44x	2,42x
Dívida Bruta/EBITDA	2,92x	2,75x
EBITDA/Despesas Financeiras	3,24x	3,35x
Dívida Líquida/Valor Justo	12,0%	12,0%
Dívida Líquida/Patrimônio Líquido	46,0%	45,5%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	26,7%	23,6%
Prazo Médio de Amortização (meses)	53	47

<sup>1</sup> EBITDA e Despesas Financeiras acumulados nos últimos 12 meses



Perfil de amortização da dívida em 31 de dezembro de 2015 (%)



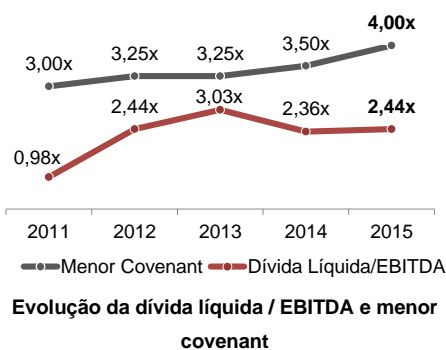
Perfil de amortização da dívida em 31 de dezembro de 2015 (R\$)

#### Gestão de passivos de R\$262,2 milhões

Multiplan renegociou alguns de seus empréstimos no 4T15. Em outubro de 2015, uma extensão de dois anos foi negociada para um empréstimo de R\$100,0 milhões já existente. Nessa transação, a Companhia reduziu a taxa de juros de 109,75% do CDI a.a. para 108,5% do CDI a.a. Além disso, em dezembro de 2015, dois outros acordos que somados representam R\$162,2 milhões também foram estendidos, mantendo as mesmas taxas e aumentando o *covenant* de relação dívida líquida/EBITDA de 3,5x para 4,0x. Como resultado dessa gestão de passivos, as dívidas de curto prazo (R\$233,6 milhões) representam somente 25,6% da soma do FFO e caixa e equivalentes de caixa.

Covenant <sup>1</sup>	Limite	Dez/15	Volume de Dívida	Status
Dívida Líquida/EBITDA	<= 4,00x	2,44x	1.228,1 M	Em conformidade
EBITDA/Resultados Financeiros	>= 2,00x	4,22x	768.1 M	Em conformidade
Dívida Total/Ativo Total	<= 0,50x	0,33x	123.9 M	Em conformidade
Margem EBITDA	>=20,0%	75,9%	123.9 M	Em conformidade
Dívida Total/Patrimônio Líquido	<= 1,00x	0,55%	65.5 M	Em conformidade
<b>Dívida total com covenants</b>			<b>1.352,0 M</b>	

<sup>1</sup> EBITDA e Resultados Financeiros são a soma dos últimos 12 meses.



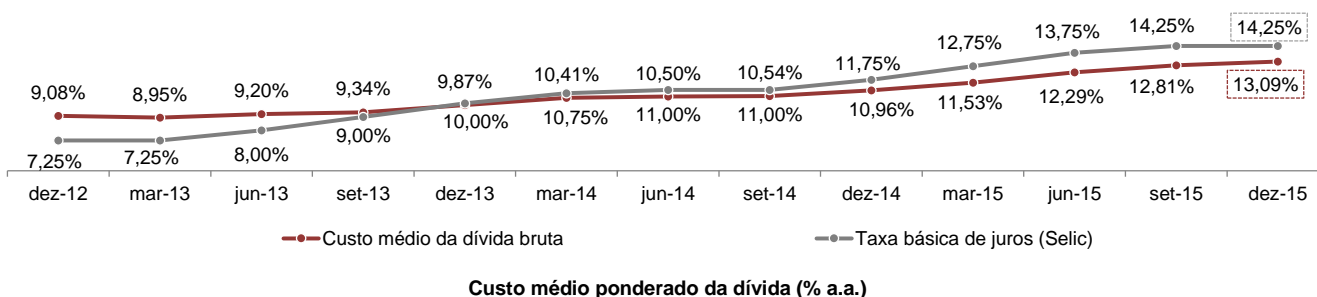
Evolução da dívida líquida / EBITDA e menor covenant

### Novo empréstimo de seis anos no valor de R\$150,0 milhões

Em outubro de 2015, Multiplan assinou um empréstimo de seis anos no valor de R\$150,0 milhões, a uma taxa de 110,0% do CDI a.a. Os juros serão pagos trimestralmente e o principal em cinco parcelas anuais, iniciando em dezembro de 2017.

### Custo da dívida 116 p.b. abaixo da Selic

No quarto trimestre, a taxa básica de juros permaneceu estável em 14,25% a.a. enquanto que o custo médio ponderado da dívida da Multiplan aumentou 28 p.b., encerrando o período em 13,09% a.a., devido ao novo empréstimo descrito acima e pequenos aumentos em outros índices, como TR e TJLP.

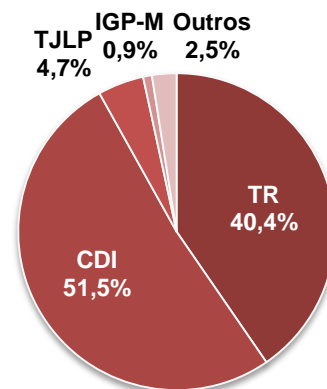


### Ausência de dívida em moeda estrangeira

O endividamento da Multiplan continua a apresentar uma grande variedade de índices, sendo 91,9% da dívida total vinculada aos índices CDI e TR.

A dívida em CDI representou 51,5% do endividamento total no 4T15, sendo que no 4T14 representava 45,4%. A dívida indexada à TR, que era equivalente a 42,7% no 4T14, representou 40,4% no 4T15. Essas mudanças se devem principalmente ao novo empréstimo de seis anos descrito acima e à amortização de financiamentos ao longo do ano.

A Companhia tem outras dívidas indexadas a TJLP, IGP-M e outros índices, sendo que todas as dívidas da Multiplan são em moeda local – Reais – deixando-a sem exposição a flutuações cambiais.



**Indexadores do endividamento da Multiplan em 31 de dezembro de 2015**

### Indexadores do endividamento em 31 de dezembro de 2015

	Desempenho do Indexador	Taxa de Juros Média <sup>1</sup>	Custo da Dívida	Saldo da Dívida (R\$)
TR <sup>2</sup>	1,80%	9,01%	10,81%	932,6 M
CDI	14,25%	1,02%	15,27%	1,189,3 M
TJLP	7,00%	3,25%	10,25%	108,2 M
IGP-M <sup>2</sup>	10,54%	1,16%	11,70%	20,0 M
IPCA <sup>2</sup>	10,67%	7,62%	18,29%	15,6 M
Outros	0,00%	8,03%	8,03%	42,2 M
<b>Total</b>	<b>8,56%</b>	<b>4,53%</b>	<b>13,09%</b>	<b>2.307,9 M</b>

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

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

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

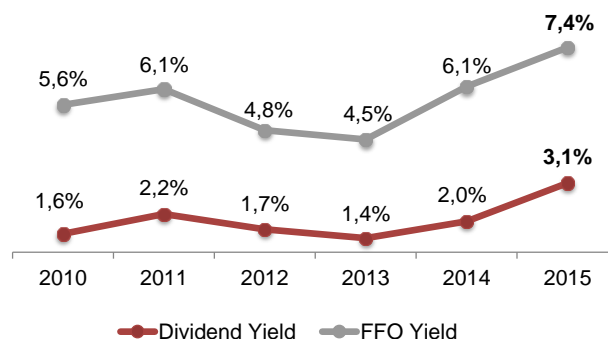
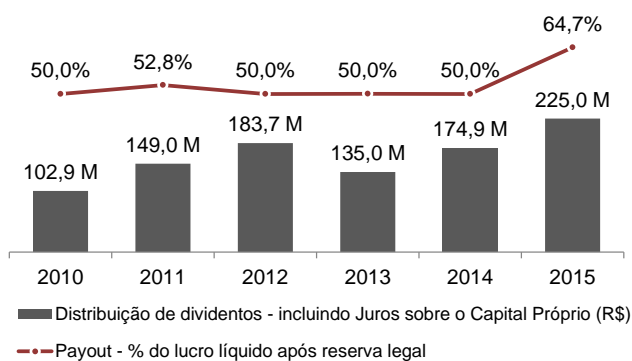
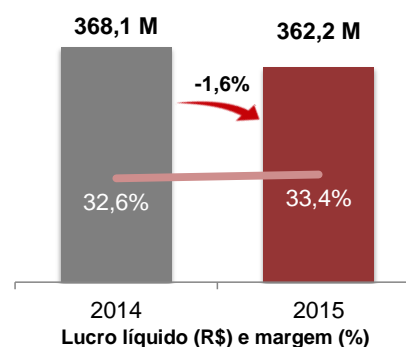
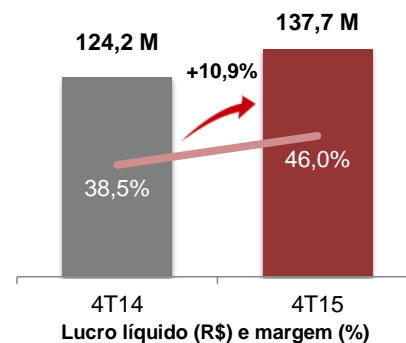
*Recordes em distribuição de dividendos, dividend yield e FFO yield*

**4T15:** Lucro líquido alcançou R\$137,7 milhões no 4T15, um crescimento de 10,9% sobre o 4T14, beneficiado pelos Juros sobre Capital Próprio de R\$135,0 milhões anunciados no 4T15.

**2015:** Lucro líquido registrou R\$362,2 milhões, uma diminuição de 1,6% comparado a 2014, devido principalmente à diminuição das receitas de venda de imóveis (-83,9%) e um crescimento em despesas financeiras (+18,4%).

A Companhia anunciou R\$225,0 milhões em Juros sobre Capital Próprio em 2015, levando a uma distribuição de 64,7% do lucro líquido após reserva legal. Essa é a maior quantia e percentual de dividendos sobre o lucro líquido na história da Companhia, como resultado de sua forte geração de caixa.

Baseado no preço de fechamento do ano, a Multiplan registrou um *Dividend Yield* de 3,1% em 2015, o que reafirma o compromisso da Companhia em gerar retorno aos investidores. O *FFO Yield* registrou 7,4% no mesmo período. Ambos indicadores são os mais altos já registrados.



**Distribuição de Dividendos**

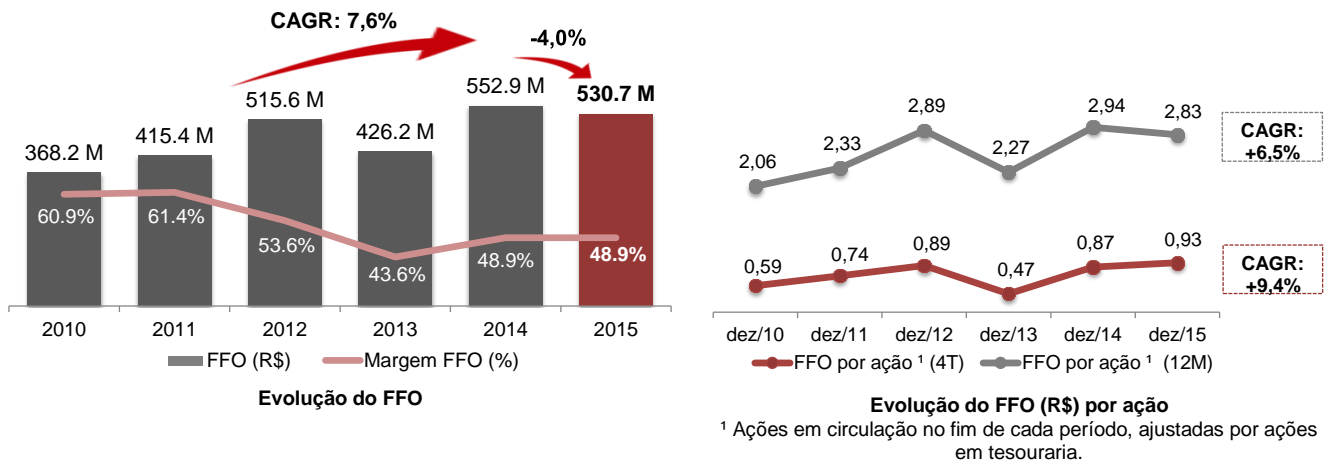
**Dividend e FFO Yields**  
Preço da ação do final de cada período

Cálculo do FFO & Lucro Líquido	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
Receita líquida	299,6 M	322,5 M	▼7,1%	1.085,4 M	1.130,4 M	▼4,0%
Despesas operacionais	(72,3 M)	(98,7 M)	▼26,7%	(296,3 M)	(336,7 M)	▼12,0%
Resultado financeiro	(47,6 M)	(43,3 M)	▲10,1%	(187,1 M)	(165,0 M)	▲13,4%
Depreciação e amortização	(39,5 M)	(40,2 M)	▼1,8%	(157,6 M)	(161,6 M)	▼2,4%
Imposto de renda e contribuição social	(4,4 M)	(17,3 M)	▼74,5%	(71,6 M)	(75,9 M)	▼5,7%
Participações minoritárias	0,0 M	0,0 M	▼29,2%	0,2 M	0,0 M	▲1.358,4%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>135,7 M</b>	<b>123,0 M</b>	<b>▲10,3%</b>	<b>373,0 M</b>	<b>391,3 M</b>	<b>▼4,7%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferido	2,0 M	1,2 M	▲69,3%	(10,9 M)	(23,3 M)	▼53,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137,7 M</b>	<b>124,2 M</b>	<b>▲10,9%</b>	<b>362,2 M</b>	<b>368,1 M</b>	<b>▼1,6%</b>
Depreciação e amortização	39,5 M	40,2 M	▼1,8%	157,6 M	161,6 M	▼2,4%
Imposto de renda e contribuição social diferido	(2,0 M)	(1,2 M)	▲69,3%	10,9 M	23,3 M	▼53,3%
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO)</b>	<b>175,2 M</b>	<b>163,2 M</b>	<b>▲7,3%</b>	<b>530,7 M</b>	<b>552,9 M</b>	<b>▼4,0%</b>

FFO por ação é o maior desde o IPO

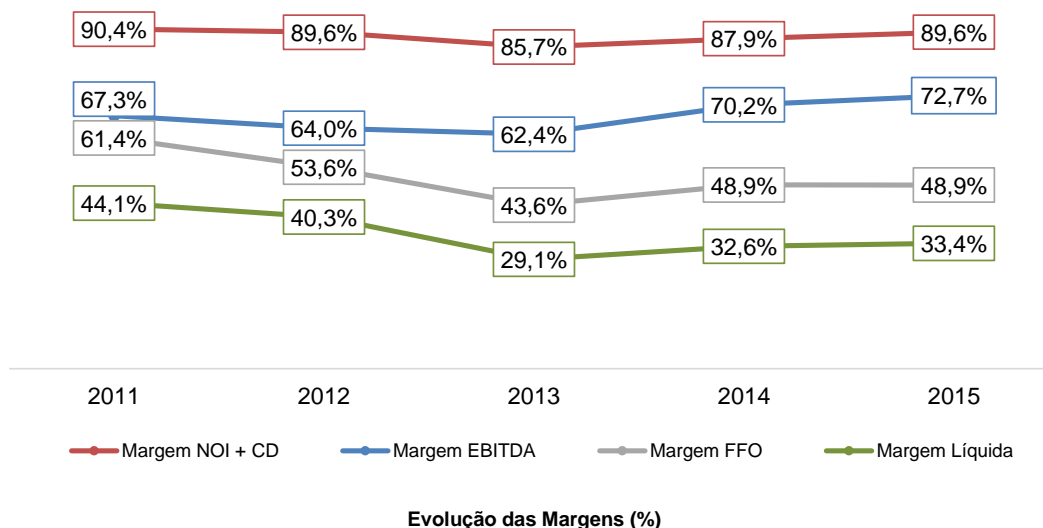
**4T15:** FFO atingiu R\$175,2 milhões no 4T15, 7,3% maior do que no 4T14, seguindo a tendência do lucro líquido, descrito na página anterior. FFO por ação alcançou R\$0,93 no 4T15, o maior valor para um quarto trimestre desde o IPO, levando a um CAGR de cinco anos de 9,4%.

**2015:** FFO diminuiu 4,0% em 2015, alcançando R\$530,7 milhões, resultando em um CAGR de cinco anos de 7,6%, apesar do aumento das taxas de juros no Brasil, que afetaram os resultados dos últimos trimestres.



### Crescimento das Margens

A margem FFO permaneceu estável quando comparada a 2014, em 48,9%. As outras margens operacionais cresceram em 2015, como indicado no gráfico abaixo. O EBITDA Consolidado da Multiplan, detalhado na seção 9.1, registrou crescimento de 249 p.b. em sua margem no período, chegando a 72,7%.



## 10. Desenvolvimento de Projetos

- 7.711 m<sup>2</sup> de ABL em **expansões** adicionados ao portfólio: MorumbiShopping, ShoppingAnáliaFranco, Pátio Savassi, ParkShoppingBarigüi e centro médico BarraShopping Medical Center;
- 48.000 m<sup>2</sup> de ABL de um **novo shopping center** em construção: ParkShoppingCanoas foi oficialmente lançado em jun/15;
- 23.760 m<sup>2</sup> de **imobiliário para venda entregue**: Diamond Tower (torre comercial) and Rêidence du Lac (residencial) entregues no 3T15.

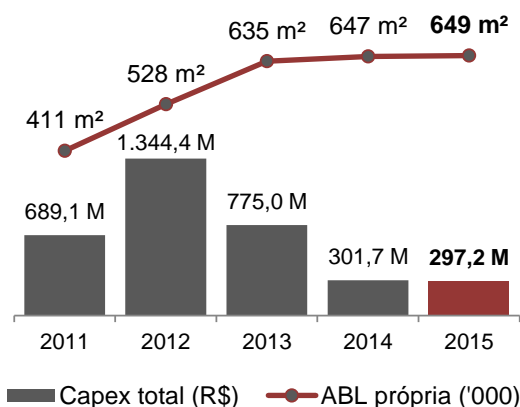
### 10.1 CAPEX

CAPEX da Multiplan totaliza R\$297,2 milhões durante 2015

A Multiplan investiu R\$70,1 milhões no quarto trimestre de 2015, dos quais R\$43,0 milhões foram investidos no desenvolvimento de shopping centers, sendo 61,3% dos investimentos do trimestre e 28,2% do total investido em 2015, alcançando R\$84,0 milhões. Os investimentos em *greenfields* foram impulsionados principalmente pelo desenvolvimento do ParkShoppingCanoas (foto e detalhes na seção 10.2). Os investimentos em expansões de shopping centers totalizaram R\$22,3 milhões no 4T15 e R\$68,5 milhões em 2015, e incluíram a fase final da expansão do centro médico do BarraShopping, pequenas expansões no Pátio Savassi (fase 1 e 2), no ParkShoppingBarigüi, no MorumbiShopping e no ShoppingAnáliaFranco.

Os investimentos em aquisições de terrenos e potencial construtivo totalizaram R\$112,4 milhões no ano, dos quais R\$58,3 milhões foram investidos em um terreno no Rio de Janeiro para a construção de um *greenfield*.

Os investimentos em revitalizações e TI totalizaram R\$2,3 milhões no 4T15 e R\$30,3 milhões em 2015. Este total como percentual do NOI de 2015 corresponde a 3,2% e considerando apenas a linha de renovações, seria equivalente a 2,0%, utilizando o mesmo NOI.



Evolução anual do CAPEX e ABL próprio ('000)

Investimento (R\$) <sup>1</sup>	4T15	% do total	2015	% do total
Novos Shopping Centers	43,0 M	61,3%	84,0 M	28,2%
Expansões	22,3 M	31,8%	68,5 M	23,1%
Torres para Locação	1,0 M	1,4%	2,0 M	0,7%
Revitalizações, TI e Outros	2,3 M	3,2%	30,3 M	10,2%
Compra de Terrenos e Potencial Construtivo	1,5 M	2,1%	112,4 M	37,8%
<b>Investimento</b>	<b>70,1 M</b>	<b>100,0%</b>	<b>297,2 M</b>	<b>100,0%</b>

<sup>1</sup> O CAPEX relacionado à aquisição de potencial construtivo foi reclassificado entre linhas para melhor refletir a natureza de seus investimentos.

## 10.2 Expansões de shopping centers

### *Expansão do centro médico do BarraShopping abrirá em breve*

No 4T15, a Multiplan desenvolveu novas áreas no Pátio Savassi (expansão 1) e no ParkShoppingBarigüi, e como resultado dessas expansões, marcas internacionais foram adicionadas. Ambas expansões foram entregues em outubro de 2015, adicionando 1.852 m<sup>2</sup> e 740 m<sup>2</sup> de ABL, respectivamente.

A expansão do centro médico do BarraShopping teve suas obras finalizadas e será entregue até o final do primeiro trimestre de 2016, adicionando 3.515 m<sup>2</sup> à área existente. O projeto encontra-se com 97,0% da área locada.

A Companhia tem projetos em dez shopping centers que totalizam 161.750 m<sup>2</sup> de ABL<sup>1</sup>. Além destes projetos, a Multiplan continuará buscando expansões e oportunidades rentáveis para atender à demanda dos consumidores e lojistas.



**Abertura da expansão do Pátio Savassi (out/15)**



**Ilustração<sup>1</sup> da expansão do Centro Médico do BarraShopping**

### **Ilustração artística do projeto preliminar**

<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.

### 10.3 Novos Shopping Centers

#### *ParkShoppingCanoas: obras em andamento*

ParkShoppingCanoas tem atualmente 71% da ABL locada. As obras estão avançando de acordo com o calendário previsto, e atingiram o percentual de conclusão de 30% no final do ano de 2015. A fase da fundação está completa e a fase de estruturação do shopping center foi iniciada. A fase de estruturação inclui: estruturas pré-moldadas de concreto, contenções, drenagem, painéis de concreto pré-moldado da fachada, impermeabilização e estruturas de metal. As obras de contrapartida de ampliação do acesso (Avenida Dr. Sezefredo de Azambuja Vieira e Avenida Farroupilha) foram iniciadas e a expansão do Parque Getúlio Vargas está em andamento.

**Sobre o ParkShoppingCanoas:** localizado no estado do Rio Grande do Sul, na cidade de Canoas, o projeto foi oficialmente anunciado em junho de 2015. O ParkShoppingCanoas é o 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. A Companhia terá participação de 80,0% na renda do ParkShoppingCanoas, e de 94,7% no custo de construção do empreendimento, o qual na participação da empresa deverá representar R\$359,3 milhões. A estimativa de NOI (Resultado Operacional Líquido) no 3º ano 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 em construção (Jan-16)

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

Multiplan possui atualmente 820.519 m<sup>2</sup> em terrenos para o desenvolvimento de futuros projetos multiuso

A Multiplan possui 820.519 m<sup>2</sup> em terrenos para projetos futuros. Com base em estudos internos dos projetos, a Companhia estima uma área privativa para venda potencial de 1,1 milhão de m<sup>2</sup>. Todas as áreas listadas abaixo são integradas aos shopping centers da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso, primariamente para venda.

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%
ShoppingAnáliaFranco	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** foi incluída nos índices **Ibovespa** e **IBrX50** em **2015**;
- **Maior** volume médio diário **histórico**.

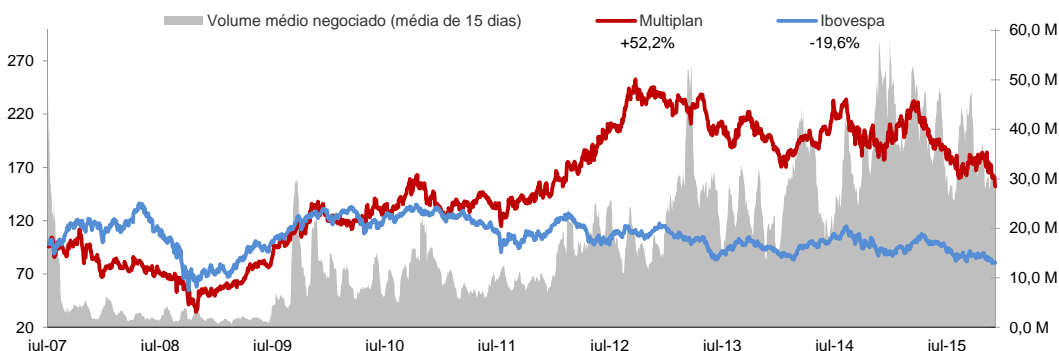
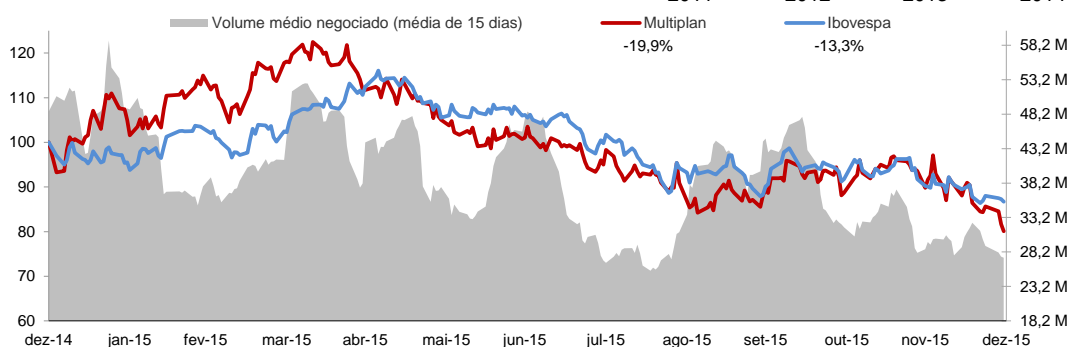
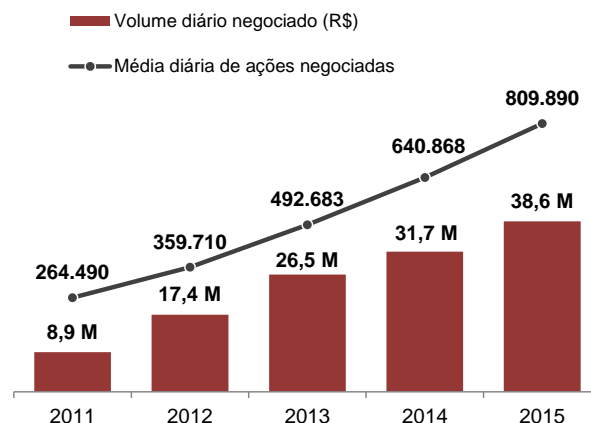
### Ações da Multiplan no Ibovespa e IBrX50

Em 2015, Multiplan juntou-se ao portfólio de dois importantes índices: Ibovespa no 1T15 e IBrX50 no 2T15, que destacam a ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) como uma das ações mais importantes em termos de liquidez, volume financeiro e presença em pregão da Bovespa.

### Volume médio diário negociado de R\$38,6 milhões em 2015

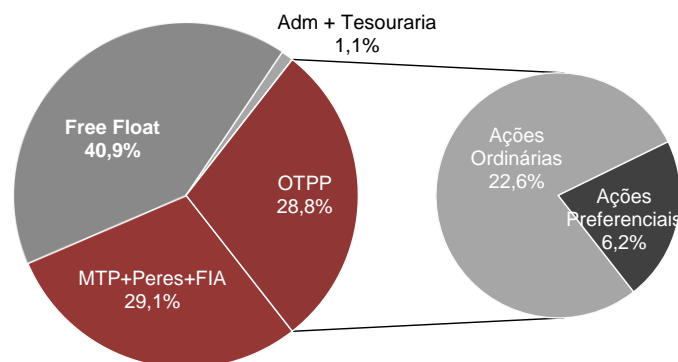
O volume médio diário negociado da Multiplan foi de R\$38,6 milhões em 2015, 21,5% maior do que o mesmo período do ano passado (R\$31,7 milhões). O número diário de ações negociadas em 2015 cresceu 36,4% sobre 2014, alcançando 809.890 ações. MULT3 foi cotada a R\$38,30/ação no final de 2015, 19,9% abaixo do que no fim de 2014.

As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: Ibovespa (IBOV), Índice Brasil (IBrX), Índice Brasil 50 (IbrX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Larg Cap (MLCX), Índice MSCI Brasil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global 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 e Market Vectors Brazil Index Price.



MULT3 na BM&FBOVESPA	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	43,48	48,81	▼10,9%	47,71	49,61	▼3,8%
Preço de fechamento (R\$)	38,00	47,44	▼19,9%	38,00	47,44	▼19,9%
Volume médio diário negociado (R\$)	31,8 M	39,3 M	▼19,3%	38,6 M	31,7 M	▲21,7%
Volume médio diário negociado (nº ações)	729.808	811.085	▼10,0%	809.890	640.868	▲26,4%
Valor de mercado (R\$)	7.219,9 M	9.013,5 M	▼19,9%	7.219,9 M	9.013,5 M	▼19,9%

Em 31 de dezembro de 2015, 29,1% das ações da Companhia eram detidas direta e indiretamente pelo Sr. e pela Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTTP) detinha 28,8% e o *free-float* era equivalente a 40,9%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizavam 1,1% das ações emitidas. O total de ações emitidas é de 189.997.214.



**Abertura da estrutura societária em 31 de dezembro de 2015.**  
 OTTP – Ontario Teachers' Pension Plan

**Evento recente:** Em linha com a estratégia de longo prazo da Multiplan, em Janeiro de 2016 a Companhia foi incluída no Índice Carbono Eficiente ("ICO2"), que é válido para o quadrimestre de Janeiro a Abril de 2016. O índice compreende 29 companhias participantes do índice IBrX-50 que tem a iniciativa de adotar práticas transparentes em relação às suas emissões com relação a suas emissões de gases efeito estufa (GEE).

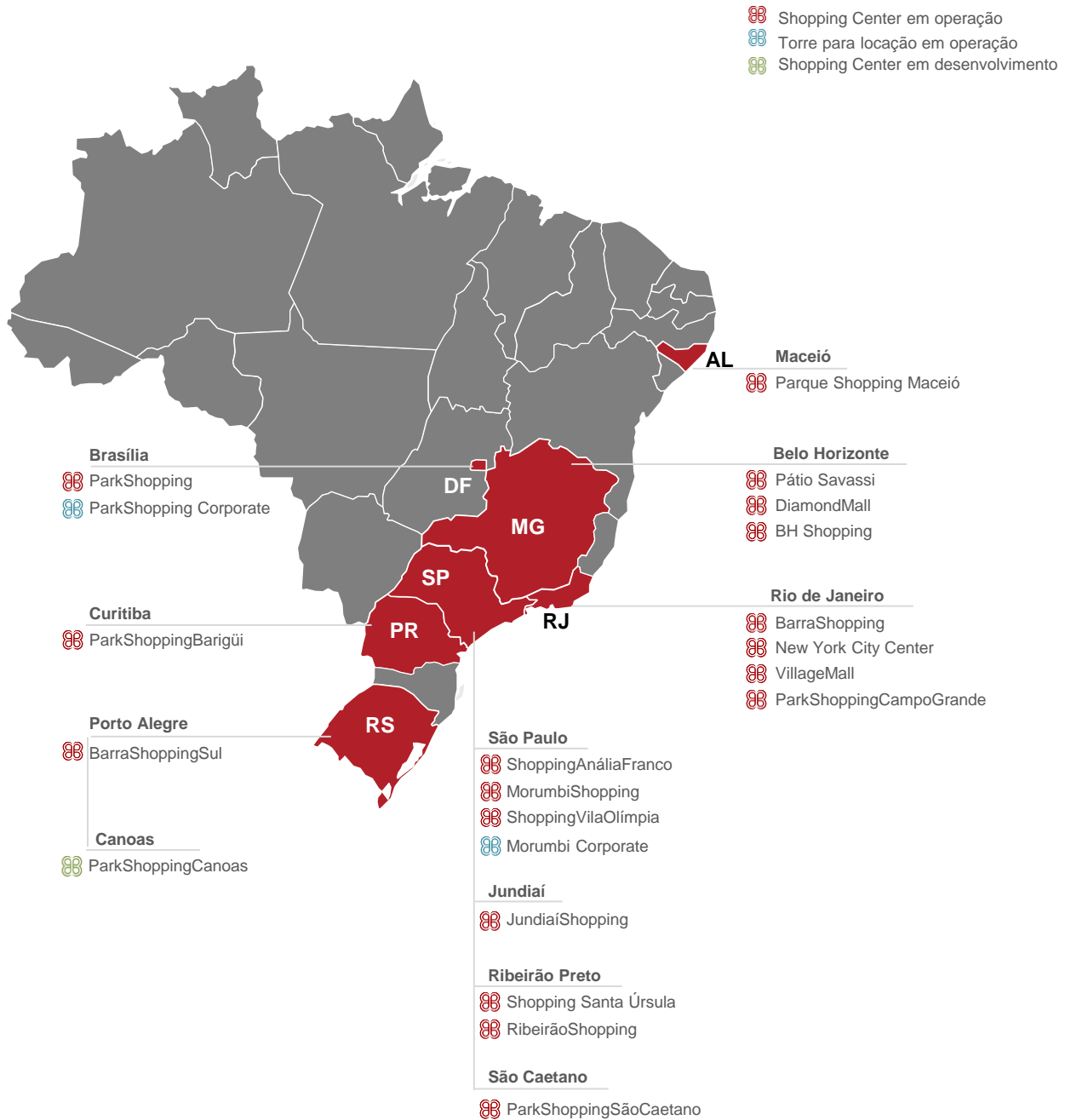
**12. Portfólio**

Portfólio – 2015	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total Média	Aluguel (ano) <sup>1</sup>	Vendas (ano) <sup>2</sup>	Taxa de Ocupação Média
<b>Shopping centers em operação</b>							
BH Shopping	1979	MG	80,0%	47.113 m <sup>2</sup>	2.079 R\$/m <sup>2</sup>	24.549 R\$/m <sup>2</sup>	98,8%
RibeirãoShopping	1981	SP	80,0%	68.619 m <sup>2</sup>	910 R\$/m <sup>2</sup>	12.286 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	74.721 m <sup>2</sup>	2.517 R\$/m <sup>2</sup>	28.734 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	55.980 m <sup>2</sup>	2.619 R\$/m <sup>2</sup>	30.828 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.524 m <sup>2</sup>	1.583 R\$/m <sup>2</sup>	22.041 R\$/m <sup>2</sup>	98,9%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	2.135 R\$/m <sup>2</sup>	28.353 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.267 m <sup>2</sup>	627 R\$/m <sup>2</sup>	9.560 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.419 m <sup>2</sup>	1.664 R\$/m <sup>2</sup>	21.019 R\$/m <sup>2</sup>	97,7%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.915 m <sup>2</sup>	1.149 R\$/m <sup>2</sup>	18.824 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	18.194 m <sup>2</sup>	1.593 R\$/m <sup>2</sup>	22.188 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m <sup>2</sup>	340 R\$/m <sup>2</sup>	8.200 R\$/m <sup>2</sup>	94,1%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	73.078 m <sup>2</sup>	753 R\$/m <sup>2</sup>	15.287 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
ShoppingVilaOlimpia	2009	SP	60,0%	28.370 m <sup>2</sup>	1.159 R\$/m <sup>2</sup>	15.829 R\$/m <sup>2</sup>	93,6%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.281 m <sup>2</sup>	1.045 R\$/m <sup>2</sup>	14.439 R\$/m <sup>2</sup>	98,6%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	34.385 m <sup>2</sup>	892 R\$/m <sup>2</sup>	13.055 R\$/m <sup>2</sup>	97,5%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.813 m <sup>2</sup>	870 R\$/m <sup>2</sup>	11.252 R\$/m <sup>2</sup>	94,0%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.662 m <sup>2</sup>	1.221 R\$/m <sup>2</sup>	21.050 R\$/m <sup>2</sup>	97,5%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.540 m <sup>2</sup>	688 R\$/m <sup>2</sup>	9.850 R\$/m <sup>2</sup>	97,6%
<b>Subtotal shopping centers em operação</b>			<b>73,8%</b>	<b>768.324 m<sup>2</sup></b>	<b>1.365 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>18.970 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,3%</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>			90,5%
<b>Subtotal torres comerciais</b>			<b>92,4%</b>	<b>87.558 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total propriedades para locação</b>			<b>75,7%</b>	<b>855.882 m<sup>2</sup></b>			
<b>Shopping centers em desenvolvimento</b>							
ParkShoppingCanoas	2017	RS	80,0%	48.000 m <sup>2</sup>			71,0%
<b>Subtotal shopping centers em desenvolvimento</b>			<b>80,0%</b>	<b>48.000 m<sup>2</sup></b>			
<b>Expansões em desenvolvimento</b>							
BarraShopping Medical Center Exp.	2016	RJ	51,1%	3.515 m <sup>2</sup>			97,0%
<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>907.397 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).

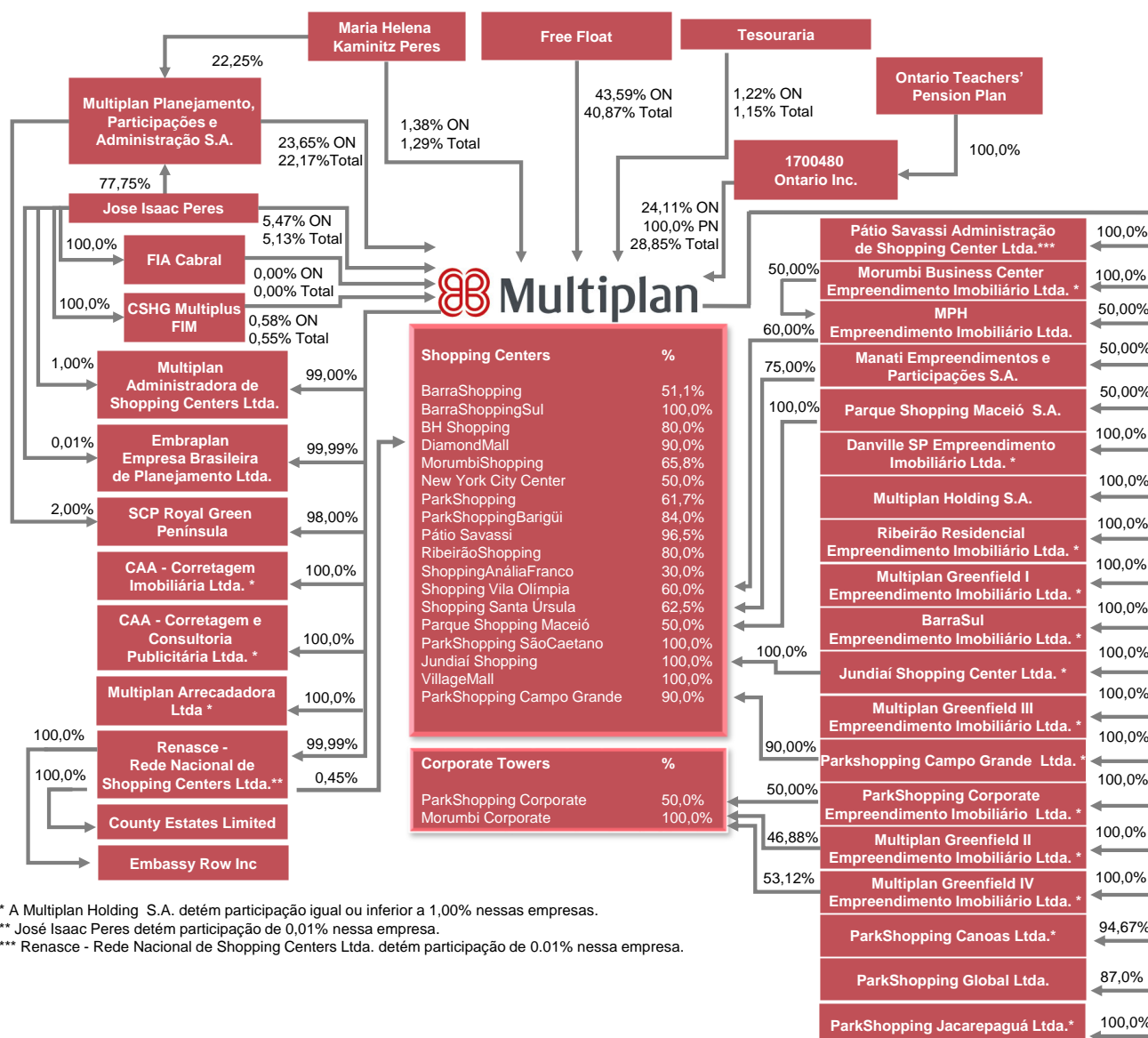
<sup>2</sup> **Vendas por m<sup>2</sup>:** O cálculo de vendas/m<sup>2</sup> considera apenas a ABL de lojas que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, uma vez que estas operações não estão incluídas na ABL total.

## Mapa de Operações



### 13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 31 de dezembro 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's 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% nessas empresas.

\*\* José Isaac Peres detém participação de 0,01% nessa empresa.

\*\*\* Renasce - Rede Nacional de Shopping Centers Ltda. detém participação de 0,01% nessa empresa.

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

**MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 60,0% de participação no ShoppingVilaOlímpia, 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 ShoppingSantaÚrsula, 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 ShoppingVilaOlímpia via 50,0% de participação na MPH, que por sua vez é detentora de 60,0% do ShoppingVilaOlímpia.

**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.

**Júndiaí Shopping Center Ltda.:** detém 100,0% de participação no JúndiaíShopping, localizado na cidade de Júndiaí, SP. A Multiplan possui 100,0% de participação na Júndiaí 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**
**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Performance</b>						
<b>Financeira (MTE %)</b>	<b>4T15</b>	<b>4T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	333.586	355.476	▼6,2%	1.205.238	1.244.970	▼3,2%
Receita líquida R\$'000	299.581	322.497	▼7,1%	1.085.426	1.130.378	▼4,0%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	540,0	583,6	▼7,5%	1.956,4	2.053,5	▼4,7%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	12,7	20,5	▼38,2%	45,9	72,1	▼36,3%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	249.669	240.206	▲3,9%	869.564	810.567	▲7,3%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	450,0	434,7	▲3,5%	1.567,3	1.472,5	▲6,4%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	10,6	15,3	▼30,8%	36,8	51,7	▼28,9%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	160,1	158,5	▲1,0%	129,4	121,3	▲6,7%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	3,8	5,6	▼32,5%	3,0	4,3	▼28,7%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	269.303	250.876	▲7,3%	934.817	846.144	▲10,5%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	485,4	454,0	▲6,9%	1684,9	1537,1	▲9,6%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	11,4	15,9	▼28,6%	39,5	54,0	▼26,7%
Margem NOI	90,0%	87,8%	▲220 p.b.	89,3%	87,4%	▲194 p.b.
NOI por ação R\$	1,43	1,33	▲7,6%	4,98	4,49	▲10,7%
NOI + CD R\$'000	273.569	258.189	▲6,0%	959.731	882.980	▲8,7%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	493,1	467,2	▲5,5%	1.729,8	1.604,0	▲7,8%
NOI + CD US\$/pé <sup>2</sup>	11,6	16,4	▼29,5%	40,6	56,3	▼27,9%
Margem NOI + CD	90,1%	88,1%	▲203 p.b.	89,6%	87,9%	▲173 p.b.
NOI + CD por ação R\$	1,46	1,37	▲6,2%	5,11	4,69	▲8,9%
Despesas de sede R\$'000	33.422	31.335	▲6,7%	124.564	116.951	▲6,5%
Despesas de sede/Receita líquida	11,2%	9,7%	▲144 p.b.	11,5%	10,3%	▲113 p.b.
EBITDA R\$'000	227.259	223.815	▲1,5%	789.157	793.719	▼0,6%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	409,6	405,0	▲1,1%	1.422,4	1.441,9	▼1,4%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	9,6	14,2	▼32,4%	33,4	50,6	▼34,1%
Margem EBITDA	75,9%	69,4%	▲646 p.b.	72,7%	70,2%	▲249 p.b.
EBITDA por ação R\$	1,21	1,19	▲1,8%	4,20	4,22	▼0,3%
Lucro líquido ajustado R\$'000	135.714	123.030	▲10,3%	373.044	391.326	▼4,7%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	244,6	222,6	▲9,9%	672,4	710,9	▼5,4%
Lucro líquido ajustado US\$/pé <sup>2</sup>	5,7	7,8	▼26,6%	15,8	25,0	▼36,8%
Margem líquida ajustada	45,3%	38,1%	▲715 p.b.	34,4%	34,6%	▼25 p.b.
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,72	0,65	▲10,6%	1,99	2,08	▼4,5%
FFO R\$'000	175.219	163.247	▲7,3%	530.689	552.891	▼4,0%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	315,8	295,4	▲6,9%	956,5	1.004,4	▼4,8%
FFO US\$'000	44.238	61.677	▼28,3%	133.985	208.890	▼35,9%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	7,4	10,4	▼28,6%	22,4	35,3	▼36,4%
Margem FFO	58,5%	50,6%	▲15,5%	48,9%	48,9%	▼0,0%
FFO por ação R\$	0,93	0,87	▲7,6%	2,83	2,94	▼3,8%
Dólar (US\$) final do trimestre	3,9608	2,6468	▲49,6%	3,9608	2,6468	▲49,6%

**Dados Operacionais e Financeiros**

<b>Destaque</b>						
<b>Market Performance</b>	<b>4T15</b>	<b>4T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>2015</b>	<b>2014</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\$	43,48	48,81	▼10,9%	47,71	49,61	▼3,8%
Preço de fechamento da ação R\$	38,00	47,44	▼19,9%	38,00	47,44	▼19,9%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	31.762	39.345	▼19,3%	38.556	31.677	▲21,7%
Valor de mercado (R\$ '000)	7.219.894	9.013.468	▼19,9%	7.219.894	9.013.468	▼19,9%
Dívida bruta (R\$ '000)	2.307.934	2.214.519	▲4,2%	2.307.934	2.214.519	▲4,2%
Caixa (R\$ '000)	382.106	338.322	▲12,9%	382.106	338.322	▲12,9%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.925.828	1.876.197	▲2,6%	1.925.828	1.876.197	▲2,6%
P/FFO (Últimos 12 meses)	13,6 x	16,3 x	▼16,5%	13,6 x	16,3 x	▼16,5%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	11,6 x	13,7 x	▼15,5%	11,6 x	13,7 x	▼15,5%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,4 x	2,4 x	▲3,2%	2,4 x	2,4 x	▲3,2%

<b>Destaque</b>						
<b>Operacional (100%)</b>	<b>4T15</b>	<b>4T14</b>	<b>Var.%</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Var.%</b>
ABL Shopping Center total final (m²)	770.270	766.868	▲0,4%	770.270	766.868	▲0,4%
ABL Shopping Center própria final (m²)	568.209	565.949	▲0,4%	568.209	565.949	▲0,4%
ABL Shopping Center própria %	73,8%	73,8%	▲0 p.b.	73,8%	73,8%	▲0 p.b.
ABL Shopping Center total ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	752.112	748.760	▲0,4%	752.112	745.901	▲0,8%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	554.814	552.585	▲0,4%	554.814	550.475	▲0,8%
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)	839.670	836.318	▲0,4%	839.670	836.318	▲0,4%
ABL própria final (m²)	635.692	633.463	▲0,4%	635.692	633.463	▲0,4%
Vendas totais R\$'000	4.228.667	4.062.174	▲4,1%	13.338.526	12.760.553	▲4,5%
Vendas totais R\$/m² <sup>2</sup>	5.986	5.757	▲4,0%	18.970	18.904	▲0,3%
Vendas totais US\$/pé² <sup>2</sup>	140	202	▼30,5%	445	664	▼32,9%
Vendas das lojas satélites R\$/m² <sup>2</sup>	8.206	8.095	▲1,4%	25.795	25.573	▲0,9%
Vendas das lojas satélites USD/pé² <sup>2</sup>	192	284	▼32,3%	605	898	▼32,6%
Aluguel total R\$/m²	421	444	▼5,2%	1.365	1.359	▲0,4%
Aluguel total USD/pé²	9,9	15,6	▼36,7%	32,0	47,7	▼32,9%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲2,1%	▲7,9%	▼581 p.b.	▲1,8%	▲7,9%	▼611 p.b.
Vendas na Mesma Área	▲3,9%	▲8,8%	▼492 p.b.	▲3,3%	▲9,0%	▼570 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲6,2%	▲9,2%	▼302 p.b.	▲7,4%	▲8,8%	▼138 p.b.
Aluguel na Mesma Área	▲4,6%	▲8,2%	▼358 p.b.	▲6,0%	▲7,3%	▼126 p.b.
Efeito IGP-DI	▲5,9%	▲5,6%	▲30 p.b.	▲5,0%	▲5,8%	▼80 p.b.
Custos de ocupação	11,6%	11,7%	▼15 p.b.	12,6%	12,7%	▼18 p.b.
Aluguel como % das vendas	7,5%	7,4%	▲2 p.b.	7,6%	7,5%	▲13 p.b.
Outros como % das vendas	4,1%	4,3%	▼17 p.b.	4,9%	5,3%	▼33 p.b.
Turnover	0,8%	0,5%	▲34 p.b.	4,3%	4,8%	▼53 p.b.
Taxa de ocupação	98,0%	99,0%	▼99 p.b.	98,3%	98,7%	▼39 p.b.
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,9%	1,7%	▲20 p.b.	1,9%	1,9%	▲5 p.b.
Perda de aluguel	1,2%	0,6%	▲66 p.b.	0,7%	0,8%	▼8 p.b.

<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
	4T15	4T15	Diferença	2015	2015	Diferença
Receita de Locação	261.522	266.527	5.005	845.547	861.647	16.100
Serviços	27.769	27.777	8	110.476	110.435	(41)
Cessão de direitos	3.906	4.266	360	23.308	24.914	1.606
Receita de estacionamento	48.885	49.690	804	173.929	176.757	2.828
Venda de imóveis	1.467	1.467	-	18.859	18.859	-
Apropriação de receita de aluguel linear	(17.510)	(16.858)	652	6.487	7.917	1.430
Outras	836	718	(118)	4.672	4.709	37
<b>Receita Bruta</b>	<b>326.874</b>	<b>333.586</b>	<b>6.713</b>	<b>1.183.277</b>	<b>1.205.238</b>	<b>21.961</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(33.406)	(34.005)	(599)	(118.247)	(119.811)	(1.565)
<b>Receita Líquida</b>	<b>293.467</b>	<b>299.581</b>	<b>6.114</b>	<b>1.065.030</b>	<b>1.085.426</b>	<b>20.397</b>
Despesas de sede	(33.420)	(33.422)	(2)	(124.497)	(124.564)	(67)
Despesas com opções de ações	(2.982)	(2.982)	-	(12.794)	(12.794)	-
Despesas de shopping centers	(26.351)	(27.654)	(1.304)	(96.201)	(101.052)	(4.851)
Despesas com escritórios para locação	(2.401)	(2.401)	-	(10.451)	(10.451)	-
Despesas com novos projetos para locação	(2.894)	(2.894)	-	(14.796)	(14.796)	-
Despesas com novos projetos para venda	(1.028)	(1.028)	-	(4.204)	(4.204)	-
Custo de imóveis vendidos	(2.098)	(2.098)	-	(18.954)	(18.954)	-
Resultado de equivalência patrimonial	3.524	(27)	(3.551)	7.730	(2)	(7.733)
Outras receitas (despesas) operacionais	184	184	-	(9.459)	(9.451)	7
<b>EBITDA</b>	<b>226.002</b>	<b>227.259</b>	<b>1.257</b>	<b>781.404</b>	<b>789.157</b>	<b>7.753</b>
Receitas financeiras	17.730	18.118	388	54.450	56.253	1.803
Despesas financeiras	(64.714)	(65.766)	(1.052)	(239.482)	(243.392)	(3.911)
Depreciações e amortizações	(38.548)	(39.505)	(958)	(153.842)	(157.645)	(3.803)
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>140.470</b>	<b>140.106</b>	<b>(365)</b>	<b>442.531</b>	<b>444.372</b>	<b>1.842</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.892)	(4.416)	476	(71.336)	(71.554)	(218)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.100	1.989	(111)	(9.236)	(10.859)	(1.624)
Participação dos acionistas minoritários	24	24	-	226	226	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137.703</b>	<b>137.703</b>	<b>-</b>	<b>362.185</b>	<b>362.185</b>	<b>-</b>

As diferenças entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 37,5% no ShoppingSantaÚrsula, 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 4T15 e 2015 são: (i) aumento de R\$5,0 M e R\$16,1 M na receita de locação; (ii) aumento de R\$1,3 M e R\$4,9 M nas despesas de shopping centers, (iii) aumento de R\$0,7 M e R\$2,1 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$1,0 M e R\$3,8 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima, houve diminuições de R\$3,6 M e R\$7,7 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	Gerencial	CPC 19 R2
	31/12/2015	31/12/2015	Diferença
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	159.000	168.794	9.794
Aplicações financeiras	213.312	213.312	-
Contas a receber	267.072	273.071	5.999
Terrenos e imóveis a comercializar	72.527	72.527	-
Partes relacionadas	3.873	3.873	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	10.149	10.149	-
Adiantamentos diversos	8.068	8.068	-
Custos diferidos	30.716	30.790	74
Outros	21.718	21.967	249
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>786.435</b>	<b>802.550</b>	<b>16.115</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	135.422	135.423	1
Terrenos e imóveis a comercializar	212.160	212.160	-
Partes relacionadas	12.657	12.657	-
Depósitos judiciais	12.521	13.151	630
Imposto de renda e contribuição social diferidos	16.375	18.443	2.068
Ativo diferido	77.361	77.700	339
Outros	21.348	21.415	67
Investimentos	127.997	2.797	(125.200)
Propriedades para investimento	5.230.704	5.385.981	155.277
Imobilizado	30.841	30.841	-
Intangível	350.438	351.419	981
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.227.824</b>	<b>6.261.986</b>	<b>34.163</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>7.014.259</b>	<b>7.064.536</b>	<b>50.277</b>

As principais diferenças referentes à participação de 37,5% no ShoppingSantaÚrsula e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$155,3 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$9,8 M em caixa e equivalentes a caixa; e (iii) aumento de R\$6,0 M nas contas a receber.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$125,2 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**

<b>PASSIVO</b> (R\$'000)	<b>IFRS com</b>		<b>Efeito</b>
	<b>CPC 19 R2</b> 31/12/2015	<b>Gerencial</b> 31/12/2015	<b>CPC 19 R2</b> Diferença
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	164.994	168.631	3.637
Debêntures	12.031	12.031	-
Contas a pagar	87.864	88.585	721
Obrigações por aquisição de bens	52.950	52.950	-
Impostos e contribuições a recolher	47.003	46.589	(414)
Dividendos a pagar	115.783	115.783	-
Receitas diferidas	52.190	52.283	94
Outros	7.443	7.497	55
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>540.258</b>	<b>544.350</b>	<b>4.092</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.597.816	1.636.071	38.255
Debêntures	398.223	398.223	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	167.406	170.548	3.142
Obrigações por aquisição de bens	40.027	40.027	-
Outros	597	597	-
Provisão para contingências	9.292	9.912	620
Receitas diferidas	73.239	77.407	4.168
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.286.600</b>	<b>2.332.785</b>	<b>46.185</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	972.873	972.873	-
Reserva de lucros	1.053.637	1.053.637	-
Gasto com emissão de ações	(39.003)	(39.003)	-
Ações em tesouraria	(104.314)	(104.314)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	-	-	-
Participação dos acionistas minoritários	6.142	6.142	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.187.401</b>	<b>4.187.401</b>	<b>-</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>7.014.259</b>	<b>7.064.536</b>	<b>50.277</b>

As diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$41,9 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\$4,3 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)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
Receita de Locação	261.522	258.373	▲1,2%	845.547	787.212	▲7,4%
Serviços	27.769	29.313	▼5,3%	110.476	119.266	▼7,4%
Cessão de direitos	3.906	6.933	▼43,7%	23.308	35.252	▼33,9%
Receita de estacionamento	48.885	45.060	▲8,5%	173.929	155.875	▲11,6%
Venda de imóveis	1.467	32.508	▼95,5%	18.859	117.318	▼83,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(17.510)	(22.770)	▼23,1%	6.487	8.567	▼24,3%
Outras	836	933	▼10,4%	4.672	3.539	▲32,0%
<b>Receita Bruta</b>	<b>326.874</b>	<b>350.350</b>	<b>▼6,7%</b>	<b>1.183.277</b>	<b>1.227.028</b>	<b>▼3,6%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(33.406)	(32.629)	▲2,4%	(118.247)	(113.574)	▲4,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>293.467</b>	<b>317.721</b>	<b>▼7,6%</b>	<b>1.065.030</b>	<b>1.113.454</b>	<b>▼4,3%</b>
Despesas de sede	(33.420)	(31.335)	▲6,7%	(124.497)	(116.919)	▲6,5%
Despesas com opções de ações	(2.982)	(4.008)	▼25,6%	(12.794)	(14.679)	▼12,8%
Despesas de shopping centers	(26.351)	(27.970)	▼5,8%	(96.201)	(102.031)	▼5,7%
Despesas com escritórios para locação	(2.401)	(5.712)	▼58,0%	(10.451)	(15.436)	▼32,3%
Despesas com novos projetos para locação	(2.894)	(1.950)	▲48,4%	(14.796)	(13.148)	▲12,5%
Despesas com novos projetos para venda	(1.028)	(823)	▲24,9%	(4.204)	(8.808)	▼52,3%
Custo de imóveis vendidos	(2.098)	(20.110)	▼89,6%	(18.954)	(71.363)	▼73,4%
Resultado de equivalência patrimonial	3.524	1.058	▲233,1%	7.730	15.837	▼51,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	184	(4.816)	n.d.	(9.459)	216	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>226.002</b>	<b>222.055</b>	<b>▲1,8%</b>	<b>781.404</b>	<b>787.124</b>	<b>▼0,7%</b>
Receitas financeiras	17.730	13.105	▲35,3%	54.450	39.056	▲39,4%
Despesas financeiras	(64.714)	(55.832)	▲15,9%	(239.482)	(201.507)	▲18,8%
Depreciações e amortizações	(38.548)	(39.204)	▼1,7%	(153.842)	(157.665)	▼2,4%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>140.470</b>	<b>140.124</b>	<b>▲0,2%</b>	<b>442.531</b>	<b>467.007</b>	<b>▼5,2%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.892)	(17.334)	▼71,8%	(71.336)	(75.897)	▼6,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.100	1.419	▲48,0%	(9.236)	(23.063)	▼60,0%
Participação dos acionistas minoritários	24	33	▼27,1%	226	15	▲1.358,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137.703</b>	<b>124.243</b>	<b>▲10,8%</b>	<b>362.185</b>	<b>368.062</b>	<b>▼1,6%</b>
<b>(R\$'000)</b>	<b>4T15</b>	<b>4T14</b>	<b>Var. %</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Var. %</b>
<b>NOI</b>	<b>264.145</b>	<b>246.981</b>	<b>▲6,9%</b>	<b>919.310</b>	<b>834.187</b>	<b>▲10,2%</b>
<i>Margem NOI</i>	90,2%	88,0%	▲218 p.b.	89,6%	87,7%	▲195 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>268.051</b>	<b>253.914</b>	<b>▲5,6%</b>	<b>942.618</b>	<b>869.439</b>	<b>▲8,4%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	90,3%	88,3%	▲202 p.b.	89,8%	88,1%	▲174 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>227.344</b>	<b>217.679</b>	<b>▲4,4%</b>	<b>796.842</b>	<b>770.729</b>	<b>▲3,4%</b>
<i>Margem EBITDA de Propriedades</i>	77,8%	75,5%	▲230 p.b.	76,0%	76,5%	▼51 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>226.002</b>	<b>222.055</b>	<b>▲1,8%</b>	<b>781.404</b>	<b>787.124</b>	<b>▼0,7%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	77,0%	69,9%	▲712 p.b.	73,4%	70,7%	▲268 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137.703</b>	<b>124.243</b>	<b>▲10,8%</b>	<b>362.185</b>	<b>368.062</b>	<b>▼1,6%</b>
<i>Margem Líquida</i>	46,9%	39,1%	▲782 p.b.	34,0%	33,1%	▲95 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>135.603</b>	<b>122.824</b>	<b>▲10,4%</b>	<b>371.421</b>	<b>391.125</b>	<b>▼5,0%</b>
<i>Margem de Líquida Ajustada</i>	46,2%	38,7%	▲755 p.b.	34,9%	35,1%	▼25 p.b.
<b>FFO</b>	<b>174.150</b>	<b>162.028</b>	<b>▲7,5%</b>	<b>525.263</b>	<b>548.790</b>	<b>▼4,3%</b>
<i>Margem FFO</i>	59,3%	51,0%	▲835 p.b.	49,3%	49,3%	▲3 p.b.

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

<b>Fluxo de Caixa (R\$'000)</b>	<b>4T15</b>	<b>2015</b>
Lucro antes dos impostos	140.472	442.531
Depreciações e amortizações	38.541	153.838
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	64.816	248.591
Outros ajustes ao lucro líquido	(20.894)	(26.606)
(Aumento) e redução de ativo circulante	(21.917)	(5.489)
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	(1.688)	(40.401)
(Aumento) e redução de passivo circulante	22.438	(116.351)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas operações</b>	<b>221.767</b>	<b>656.113</b>
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(93.758)	(215.622)
Adições em imobilizado	(282)	(3.224)
Adições em intangível	(2.926)	(8.120)
Aplicações financeiras	(87.139)	(58.301)
Outros	1.823	16.256
<b>Fluxo de caixa de investimento</b>	<b>(182.282)</b>	<b>(269.011)</b>
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	165.902	29.805
Recompra de ações para manutenção em tesouraria	-	(44.002)
Pagamento de encargos sobre debentures	(28.307)	(52.798)
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(53.623)	(177.386)
Dividendos pagos	(90.002)	(182.957)
Participação de não controladores	(17)	3.365
Outros	-	24.945
<b>Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento</b>	<b>(6.047)</b>	<b>(399.028)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	125.562	170.926
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	159.000	159.000
<b>Variação no caixa</b>	<b>33.438</b>	<b>(11.926)</b>

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

(R\$'000)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
Receita de locação	266.527	262.723	▲1,4%	861.647	801.340	▲7,5%
Receita de serviços	27.777	29.309	▼5,2%	110.435	119.070	▼7,3%
Receita de cessão de direitos	4.266	7.313	▼41,7%	24.914	36.835	▼32,4%
Receita de estacionamento	49.690	45.649	▲8,9%	176.757	157.570	▲12,2%
Venda de imóveis	1.467	32.508	▼95,5%	18.859	117.318	▼83,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(16.858)	(22.517)	▼25,1%	7.917	9.227	▼14,2%
Outras receitas	718	491	▲46,2%	4.709	3.611	▲30,4%
<b>Receita Bruta</b>	<b>333.586</b>	<b>355.476</b>	<b>▼6,2%</b>	<b>1.205.238</b>	<b>1.244.970</b>	<b>▼3,2%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(34.005)	(32.978)	▲3,1%	(119.811)	(114.592)	▲4,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>299.581</b>	<b>322.497</b>	<b>▼7,1%</b>	<b>1.085.426</b>	<b>1.130.378</b>	<b>▼4,0%</b>
Despesas de sede	(33.422)	(31.335)	▲6,7%	(124.564)	(116.951)	▲6,5%
Despesas com opções de ações	(2.982)	(4.008)	▼25,6%	(12.794)	(14.679)	▼12,8%
Despesas de shopping centers	(27.654)	(29.267)	▼5,5%	(101.052)	(106.557)	▼5,2%
Despesas com escritórios para locação	(2.401)	(5.712)	▼58,0%	(10.451)	(15.436)	▼32,3%
Despesas com novos projetos para locação	(2.894)	(1.950)	▲48,4%	(14.796)	(13.148)	▲12,5%
Despesas com novos projetos para venda	(1.028)	(823)	▲24,9%	(4.204)	(8.808)	▼52,3%
Custo de imóveis vendidos	(2.098)	(20.110)	▼89,6%	(18.954)	(71.363)	▼73,4%
Resultado de equivalência patrimonial	(27)	(241)	▼88,6%	(2)	10.457	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	184	(5.237)	n.d.	(9.451)	(175)	▲5.290,0%
<b>EBITDA</b>	<b>227.259</b>	<b>223.815</b>	<b>▲1,5%</b>	<b>789.157</b>	<b>793.719</b>	<b>▼0,6%</b>
Receitas financeiras	18.118	13.518	▲34,0%	56.253	40.671	▲38,3%
Despesas financeiras	(65.766)	(56.812)	▲15,8%	(243.392)	(205.643)	▲18,4%
Depreciações e amortizações	(39.505)	(40.218)	▼1,8%	(157.645)	(161.564)	▼2,4%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>140.106</b>	<b>140.304</b>	<b>▼0,1%</b>	<b>444.372</b>	<b>467.182</b>	<b>▼4,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(4.416)	(17.308)	▼74,5%	(71.554)	(75.871)	▼5,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.989	1.175	▲69,3%	(10.859)	(23.264)	▼53,3%
Participação dos acionistas minoritários	24	33	▼29,2%	226	15	▲1.358,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137.703</b>	<b>124.204</b>	<b>▲10,9%</b>	<b>362.185</b>	<b>368.062</b>	<b>▼1,6%</b>

(R\$'000)	4T15	4T14	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>NOI</b>	<b>269.303</b>	<b>250.876</b>	<b>▲7,3%</b>	<b>934.817</b>	<b>846.144</b>	<b>▲10,5%</b>
Margem NOI	90,0%	87,8%	▲220 b.p.	89,3%	87,4%	▲194 b.p.
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>273.569</b>	<b>258.189</b>	<b>▲6,0%</b>	<b>959.731</b>	<b>882.980</b>	<b>▲8,7%</b>
Margem NOI + Cessão de Direitos	90,1%	88,1%	▲203 b.p.	89,6%	87,9%	▲173 b.p.
<b>EBITDA de Propriedades</b>	<b>232.149</b>	<b>220.679</b>	<b>▲5,2%</b>	<b>812.278</b>	<b>782.465</b>	<b>▲3,8%</b>
Margem EBITDA de Propriedades	77,8%	75,3%	▲252 b.p.	76,0%	76,4%	▼40 b.p.
<b>EBITDA</b>	<b>227.259</b>	<b>223.815</b>	<b>▲1,5%</b>	<b>789.157</b>	<b>793.719</b>	<b>▼0,6%</b>
Margem EBITDA	75,9%	69,4%	▲646 b.p.	72,7%	70,2%	▲249 b.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>137.703</b>	<b>124.204</b>	<b>▲10,9%</b>	<b>362.185</b>	<b>368.062</b>	<b>▼1,6%</b>
Margem Líquida	46,0%	38,5%	▲745 b.p.	33,4%	32,6%	▲81 b.p.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>135.714</b>	<b>123.030</b>	<b>▲10,3%</b>	<b>373.044</b>	<b>391.326</b>	<b>▼4,7%</b>
Margem Líquida ajustada	45,3%	38,1%	▲715 b.p.	34,4%	34,6%	▼25 b.p.
<b>Fluxo de Caixa Operacional FFO</b>	<b>175.219</b>	<b>163.247</b>	<b>▲7,3%</b>	<b>530.689</b>	<b>552.891</b>	<b>▼4,0%</b>
Margem FFO	58,5%	50,6%	▲787 b.p.	48,9%	48,9%	▼2 b.p.

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

<b>ATIVO</b>	<b>31/12/2015</b>	<b>30/09/2015</b>	<b>Variação %</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	168.794	137.229	▲23,0%
Aplicações financeiras	213.312	126.173	▲69,1%
Contas a receber	273.071	236.123	▲15,6%
Terrenos e imóveis a comercializar	72.527	75.879	▼4,4%
Partes relacionadas	3.873	2.563	▲51,1%
Impostos e contribuições sociais a compensar	10.149	2.609	▲289,0%
Adiantamentos diversos	8.068	-	n.d.
Custos diferidos	30.790	-	n.d.
Outros	21.967	27.305	▼19,6%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>802.550</b>	<b>607.881</b>	<b>▲32,0%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	135.423	138.581	▼2,3%
Terrenos e imóveis a comercializar	212.160	228.241	▼7,0%
Partes relacionadas	12.657	11.423	▲10,8%
Depósitos judiciais	13.151	14.696	▼10,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	18.443	19.851	▼7,1%
Ativo diferido	77.700	-	n.d.
Outros	21.415	16.773	▲27,7%
Investimentos	2.797	2.825	▼1,0%
Propriedades para investimento	5.385.981	5.331.638	▲1,0%
Imobilizado	30.841	31.975	▼3,5%
Intangível	351.419	349.855	▲0,4%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>6.261.986</b>	<b>6.145.858</b>	<b>▲1,9%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>7.064.536</b>	<b>6.753.740</b>	<b>▲4,6%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>31/12/2015</b>	<b>30/09/2015</b>	<b>Variação %</b>
<b>Current Liabilities</b>			
Empréstimos e financiamentos	168.631	313.563	▼46,2%
Debêntures	12.031	25.919	▼53,6%
Contas a pagar	88.585	78.896	▲12,3%
Obrigações por aquisição de bens	52.950	51.415	▲3,0%
Impostos e contribuições a recolher	46.589	38.846	▲19,9%
Dividendos a pagar	115.783	77.583	▲49,2%
Receitas diferidas	52.283	23.940	▲118,4%
Outros	7.497	5.825	▲28,7%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>544.350</b>	<b>615.986</b>	<b>▼11,6%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.636.071	1.326.761	▲23,3%
Debêntures	398.223	398.223	▲0,0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	170.548	173.818	▼1,9%
Obrigações por aquisição de bens	40.027	48.583	▼17,6%
Outros	597	224	▲166,9%
Provisão para contingências	9.912	10.234	▼3,1%
Receitas diferidas	77.407	(2.317)	n.d.
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>2.332.785</b>	<b>1.955.526</b>	<b>▲19,3%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	▲0,0%
Reserva de capital	972.873	970.236	▲0,3%
Reserva de lucros	1.053.637	912.529	▲15,5%
Gasto com emissão de ações	(39.003)	(39.003)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(104.314)	(104.314)	▼0,0%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros Acumulados	-	138.554	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	6.142	6.159	▼0,3%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>4.187.401</b>	<b>4.182.227</b>	<b>▲0,1%</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>7.064.536</b>	<b>6.753.740</b>	<b>▲4,6%</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:** Percentual não recebido do aluguel vencido trimestralmente.

**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.