



Multiplan

Quarto Trimestre 2014

Relatório de Resultados

Teleconferência de Resultados

Data: 25 de fevereiro de 2014 (quarta-feira)

Português: 11h00min (Brasília)

09h00min (EDT Nova York)

Inglês: 12h30min (Brasília)

10h30min (EDT Nova York)

Webcast : www.multiplan.com.br/ri

Telefones de conexão:

Brasil: +55 (11) 3193-1001

+55 (11) 2820-4001

EUA: +1 (888) 700-0802

Outros países: +1 (786) 924-6977

Código de acesso: Multiplan

Aviso Legal

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

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

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

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

As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos.

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

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

Relatório Gerencial

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 para consultar suas Demonstrações Financeiras de acordo com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis – CPC.

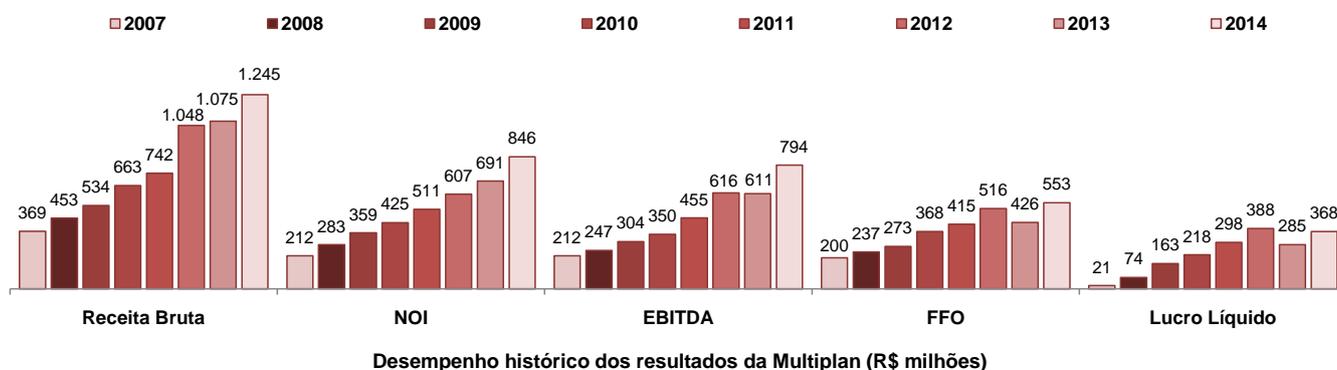
Favor consultar a página 38 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelos Pronunciamentos Contábeis CPC 18 (R2) e CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

01. Demonstração de Resultados Consolidados	6
02. Valor Justo das Propriedades para Investimento - CPC 28.....	7
03. Indicadores Operacionais	9
04. Receita Bruta	13
05. Resultados da Participação em Propriedades	14
06. Resultados da Administração de Shopping Centers.....	19
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers	20
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários.....	21
09. Resultados Financeiros	22
10. Desenvolvimento de Projetos	27
11. MULT3 e Mercado de Ações	30
12. Portfólio.....	32
13. Estrutura Societária	34
14. Dados Operacionais e Financeiros.....	36
15. Conciliação entre IFRs com CPC 19 (R2) e Gerencial	38
16. Anexos.....	41
17. Glossário.....	44

Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

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

¹ EBITDA de 2007 ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital.



Visão Geral

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil. A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. Ao fim de 2014, a Multiplan detinha – com uma participação média de 73,8% - 18 shopping centers com ABL total de 764.413 m², 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 m², com um ABL total de 851.971 m².

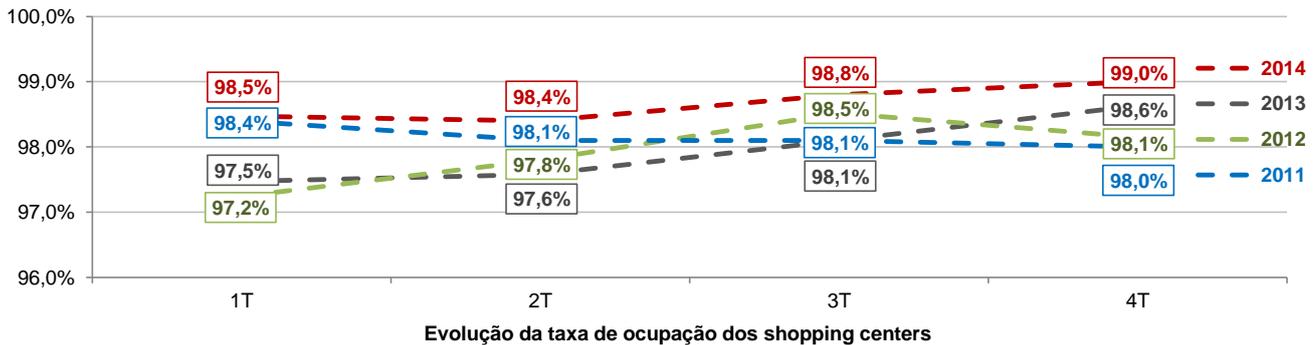


EBITDA do 4T14 cresce 61% para R\$224 milhões e Lucro Líquido aumenta 117% para R\$124 milhões

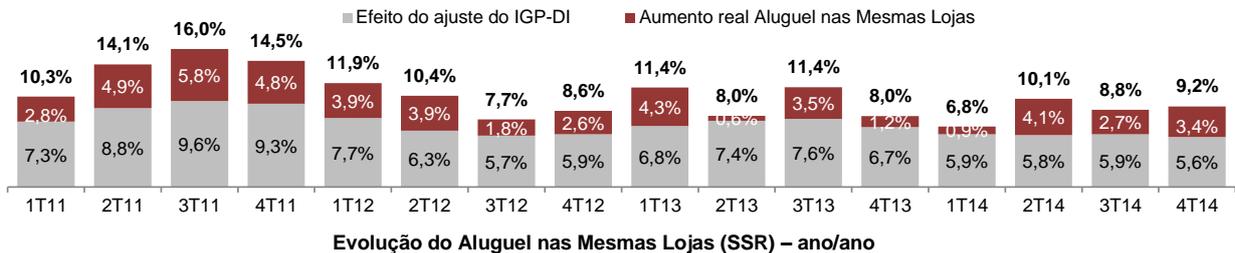
Rio de Janeiro, 24 de fevereiro de 2015 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do quarto trimestre e do ano de 2014. Durante o exercício de 2012, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu os seguintes pronunciamentos que afetam as atividades da Companhia e suas controladas, dentre outros: (i) CPC 18 (R2) - Investimento em Coligada, em Controlada e em Empreendimento Controlado em Conjunto; (ii) CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto. Esses pronunciamentos passaram a ter sua aplicação requerida para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. Tais pronunciamentos determinam, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Nesse caso, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Manati Empreendimentos e Participações S.A., empresa detentora de 75% do Shopping Santa Úrsula, e os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome. Este relatório possui caráter gerencial e, por essa razão, não considera a aplicação dos CPCs 18 (R2) e 19 (R2). Dessa forma, as informações e/ou análises de desempenho constantes deste relatório consideram a consolidação proporcional da Manati Empreendimentos e Participações S.A., e da Parque Shopping Maceió S.A. Para informações adicionais, favor consultar a nota 9.4 das Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2014.

Destques

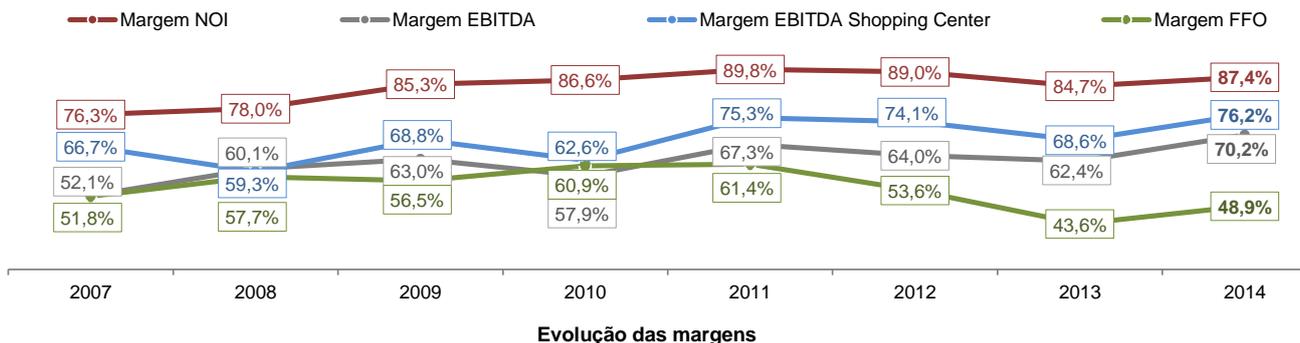
Contínua Busca Pela Qualidade Leva a Altas Taxas de Ocupação...



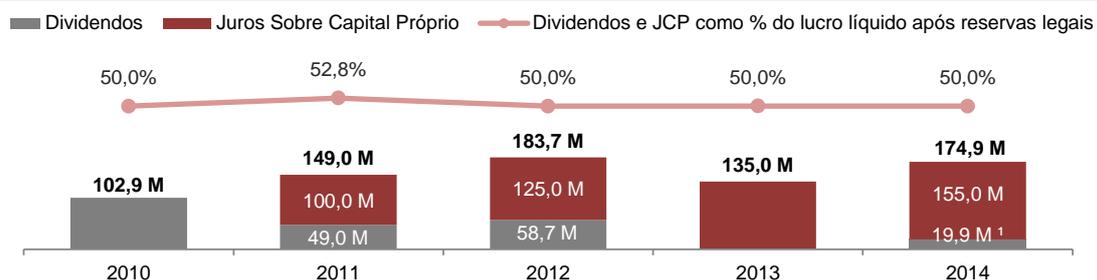
...Resiliência Operacional...



...Aumento da Eficiência...



...e Geração de Valor aos Acionistas.



¹ O dividendo de R\$19,9M referente a 2014 foi proposto pela administração em 20 de fevereiro de 2015 e será deliberado em AGO

	Destaques					
	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	NOI + Cessão de Direitos	EBITDA	Lucro Líquido	FFO
4T14 (R\$)	4.062,2 M	262,7 M	258,2 M	223,8 M	124,2 M	163,2 M
4T14 vs. 4T13	+11,3%	+21,2%	+26,7%	+61,2%	+117,3%	+84,0%
2014 (R\$)	12.760,6 M	801,3 M	883,0 M	793,7 M	368,1 M	552,9 M
2014 vs. 2013	+12,1%	+18,0%	+18,7%	+30,0%	+29,3%	+29,7%

DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

☞ O **Aluguel nas Mesmas Lojas** aumentou **9,2%** no 4T14, e **8,8%** em **2014**, registrando **crescimentos reais** de **3,4%** e **2,8%** respectivamente. A receita de **locação** **creceu 18,0%** atingindo **R\$801,3 milhões** em **2014**.

☞ Conforme anunciado na prévia operacional, as **vendas** dos shopping centers foram de **R\$12,8 bilhões** em **2014**, **12,1%** maiores do que em 2013. As **Vendas na Mesma Área** cresceram **9,0%**, o maior patamar dos últimos quatro anos. As **Vendas nas Mesmas Lojas** aumentaram **7,9%** no trimestre e refletiram o forte desempenho operacional registrado no fim de 2014.

☞ A **taxa de ocupação** no fim de 2014 foi de **99,0%**, a maior marca registrada desde a abertura de capital. Os shopping centers em operação há mais de cinco anos registraram uma taxa média de **ocupação de 99,5%** no 4T14.

☞ A **receita bruta** aumentou **20,5%** no 4T14, alcançando **R\$355,5 milhões**. Em **2014**, a receita bruta **atingiu R\$1.245,0 milhões**, um **crescimento de 15,9%** sobre 2013.

☞ O Resultado Operacional Líquido (**NOI**) + Cessão de Direitos (**CD**) foi de **R\$258,2 milhões** no 4T14, um **aumento de 26,7%** com **margem de 88,1%** (+394 p.b.). **No ano o valor chegou a R\$883,0 milhões** (+18,7%), com uma **margem de 87,9%**. O **NOI + CD por ação**¹ em 2014 foi de **R\$4,72**, resultando em um **crescimento médio anual de 16,7%** nos últimos cinco anos.

☞ O **EBITDA de Shopping Centers** aumentou **55,2%** no 4T14, para **R\$213,6 milhões**, com uma **margem de 76,1%**, e em **2014 atingiu R\$752,4 milhões**, **23,4%** maior do que no ano anterior, com **margem de 76,2%**. O **EBITDA Consolidado** **creceu 30,0%** em 2014, para **R\$793,7 milhões**, e registrou uma **margem recorde** no histórico da Multiplan: **70,2%**.

☞ O **custo médio do endividamento** da Multiplan aumentou 42 p.b. para **10,96% a.a.**, enquanto a taxa básica de juros (SELIC) **creceu 75 p.b.** no trimestre, para **11,75%**. A relação **dívida líquida-EBITDA** foi de **2,36x** ao fim de 2014, **diminuindo de 3,03x** registrado no fim do ano anterior.

☞ O **Lucro Líquido** e Fluxo de Caixa Operacional (**FFO**) apresentaram **fortes crescimentos** no 4T14, **de 117,3% e 84,0%** respectivamente, atingindo **R\$124,2 milhões** e **R\$163,2 milhões**. Em **2014** o **Lucro Líquido** foi de **R\$368,1 milhões** (+29,3%) enquanto o **FFO atingiu R\$552,9 milhões** (+29,7%). O **FFO por ação**¹ alcançou **R\$2,94 no ano**, levando a um **CAGR** de cinco anos de **13,8%**.

EVENTOS RECENTES

☞ **Multiplan entra no Ibovespa**: a ação da **Companhia** foi **adicionada** ao novo portfólio do **Ibovespa**, válido para o quadrimestre iniciado em janeiro de 2015, com a **47ª posição mais representativa** do índice, dentre um total de 68 ações.

☞ **Dividendos adicionais**: Em 20 de fevereiro de 2015, o **Conselho de Administração** da Multiplan **propôs** o pagamento de **dividendos complementares** no valor de **R\$19,9 milhões**, **totalizando** sobre o resultado de 2014, incluindo os Juros sobre Capital Próprio declarados, o montante de **R\$174,9 milhões**. A proposta será submetida à Assembleia Geral Ordinária em 2015.

☞ As **vendas nos shopping centers** da Multiplan **aumentaram 11,5%** em **janeiro** de 2015, comparado com janeiro de 2014.

¹ Total de ações em 31 de dezembro de 2014, líquido de ações em tesouraria.

1. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial

(R\$'000)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Receita de Locação	262.723	216.686	▲21,2%	801.340	679.048	▲18,0%
Serviços	29.309	27.085	▲8,2%	119.070	105.147	▲13,2%
Cessão de direitos	7.313	12.935	▼43,5%	36.835	52.860	▼30,3%
Receita de estacionamento	45.649	37.977	▲20,2%	157.570	131.605	▲19,7%
Venda de imóveis	32.508	25.461	▲27,7%	117.318	97.130	▲20,8%
Apropriação de receita de aluguel linear	(22.517)	(25.435)	▼11,5%	9.227	5.179	▲78,2%
Outras	491	333	▲47,4%	3.611	3.588	▲0,6%
Receita Bruta	355.476	295.042	▲20,5%	1.244.970	1.074.557	▲15,9%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(32.978)	(26.447)	▲24,7%	(114.592)	(96.344)	▲18,9%
Receita Líquida	322.497	268.595	▲20,1%	1.130.378	978.213	▲15,6%
Despesas de sede	(31.335)	(28.200)	▲11,1%	(116.951)	(108.026)	▲8,3%
Despesas com opções de ações	(4.008)	(3.209)	▲24,9%	(14.679)	(11.034)	▲33,0%
Despesas de shopping centers	(29.267)	(38.443)	▼23,9%	(106.557)	(124.575)	▼14,5%
Despesas com escritórios para locação	(5.712)	-	nd	(15.436)	-	nd
Despesas com novos projetos para locação	(1.950)	(13.726)	▼85,8%	(13.148)	(23.488)	▼44,0%
Despesas com novos projetos para venda	(823)	(3.767)	▼78,1%	(8.808)	(12.322)	▼28,5%
Custo de imóveis vendidos	(20.110)	(16.213)	▲24,0%	(71.363)	(64.912)	▲9,9%
Resultado de equivalência patrimonial	(241)	(331)	▼27,1%	10.457	(532)	nd
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.237)	(25.869)	▼79,8%	(175)	(22.633)	▼99,2%
EBITDA	223.815	138.837	▲61,2%	793.719	610.691	▲30,0%
Receitas financeiras	13.518	12.770	▲5,9%	40.671	50.001	▼18,7%
Despesas financeiras	(56.812)	(48.495)	▲17,1%	(205.643)	(162.664)	▲26,4%
Depreciações e amortizações	(40.218)	(36.164)	▲11,2%	(161.564)	(124.928)	▲29,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	140.304	66.948	▲109,6%	467.182	373.100	▲25,2%
Imposto de renda e contribuição social	(17.308)	(14.369)	▲20,5%	(75.871)	(71.826)	▲5,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.175	4.583	▼74,4%	(23.264)	(16.654)	▲39,7%
Participação dos acionistas minoritários	33	(14)	nd	15	(50)	nd
Lucro Líquido	124.204	57.148	▲117,3%	368.062	284.570	▲29,3%

(R\$'000)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
NOI	250.876	190.785	▲31,5%	846.144	691.257	▲22,4%
<i>Margem NOI</i>	87,8%	83,2%	▲453 p.b	87,4%	84,7%	▲267 p.b
NOI + Cessão de Direitos	258.189	203.720	▲26,7%	882.980	744.117	▲18,7%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,1%	84,1%	▲394 p.b	87,9%	85,7%	▲220 p.b
EBITDA de Shopping Centers	213.584	137.641	▲55,2%	752.441	609.765	▲23,4%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	76,1%	56,4%	▲1.970 p.b	76,2%	68,6%	▲759 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	223.815	138.837	▲61,2%	793.719	610.691	▲30,0%
<i>Margem EBITDA</i>	69,4%	51,7%	▲1.771 p.b	70,2%	62,4%	▲779 p.b
Lucro Líquido	124.204	57.148	▲117,3%	368.062	284.570	▲29,3%
<i>Margem Líquida</i>	38,5%	21,3%	▲1.724 p.b	32,6%	29,1%	▲347 p.b
Lucro Líquido Ajustado	123.030	52.565	▲134,1%	391.326	301.224	▲29,9%
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	38,1%	19,6%	▲1.858 p.b	34,6%	30,8%	▲383 p.b
FFO	163.247	88.729	▲84,0%	552.891	426.152	▲29,7%
<i>Margem FFO</i>	50,6%	33,0%	▲1.759 p.b	48,9%	43,6%	▲535 p.b

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

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa futuros utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM, Capital Asset Pricing Model. Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em (i) estudos realizados e publicados por “Aswath Damodaran” (professor da New York University), (ii) de desempenho das ações da Companhia (Beta), além de (iii) projeções macroeconômicas publicadas no Relatório Focus do Banco Central, e (iv) dados sobre o prêmio de risco do mercado nacional (Risco País, medido pelo Emerging Markets Bond Index Plus Brazil). Baseado nestas premissas, a Companhia estimou uma taxa de desconto média ponderada, nominal e desalavancada, de 15,11% em 31 de dezembro de 2014, como resultado de uma taxa de desconto base de 14,66%, calculada de acordo com o modelo CAPM, e um prêmio de risco médio ponderado de 44 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	2014	2013	2012
Taxa Livre de Risco (Risk Free Rate)	3,49%	3,53%	3,57%
Prêmio de risco de mercado	6,11%	6,02%	5,74%
Beta ajustado	0,72	0,77	0,74
Risco país	230 p.b.	205 p.b.	184 p.b.
Prêmio de risco adicional	44 p.b.	43 p.b.	59 p.b.
Custo de capital próprio - US\$ nominal	10,65%	10,66%	10,25%
Premissas de inflação			
Inflação (Brasil)	6,53%	5,98%	5,47%
Inflação (USA)	2,40%	2,30%	2,30%
Custo de capital próprio – R\$ nominal	15,11%	14,64%	13,66%

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

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

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

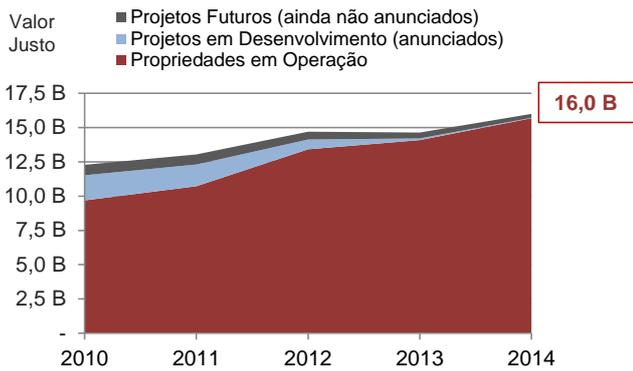
Valor Justo de Propriedades para Investimento	2014	2013	2012
Shopping Centers e torres comerciais em operação ^{1 2 3}	R\$ 15.683 M	R\$ 14.089 M	R\$ 13.418 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados) ^{1 2 3}	R\$ 32 M	R\$ 123 M	R\$ 715 M
Projetos futuros (ainda não anunciados)	R\$ 284 M	R\$ 430 M	R\$ 569 M
Total	R\$ 15.999 M	R\$ 14.642 M	R\$ 14.702 M

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

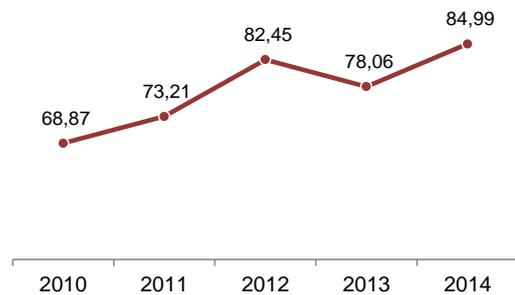
² Em 2013, os projetos Expansão VII e Expansão VIII do Ribeirão Shopping, e o Morumbi Corporate foram concluídos e seus ativos transferidos Projetos em desenvolvimento para Shopping Centers e torres comerciais em operação.

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

As participações de 37,5% no shopping Santa Úrsula e de 50,0% no projeto Parque Shopping Maceió através de Controladas em Conjunto não foram consideradas na avaliação do valor justo.



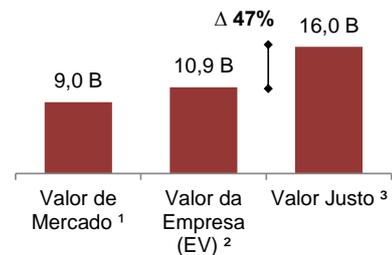
Evolução do Valor Justo (R\$)



Valor justo por ação (R\$)



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



Valor de Mercado vs. Valor da Empresa (EV) vs. Valor Justo – 2014

¹ Baseado no valor da ação em 31 de dezembro de 2014

² A soma do Valor de Mercado e da Dívida Líquida

³ Calculado de acordo com o CPC 28

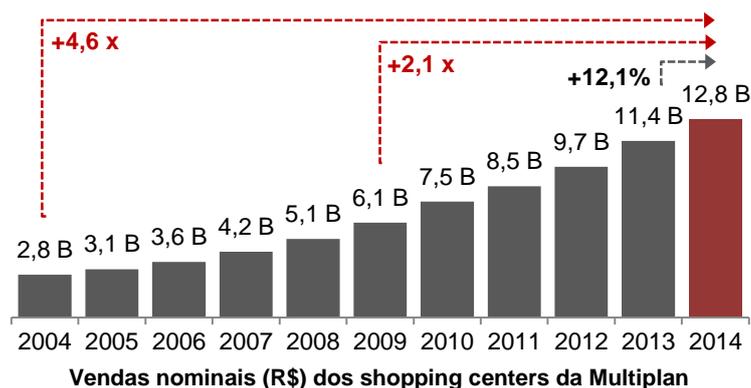
3. Indicadores Operacionais

3.1 Vendas

As vendas aumentaram 12,1% em 2014, demonstrando a resiliência de um portfólio de qualidade

4T14 – As vendas totais no trimestre atingiram R\$4,1 bilhões, um aumento de 11,3% quando comparadas ao mesmo período do ano anterior, refletindo o maior volume das vendas no fim do ano. Embora todos os meses tenham apresentado forte crescimento nas vendas, o destaque foi para novembro, com o *Black Friday*, evento que está se tornando cada vez mais popular entre os lojistas e consumidores no Brasil.

2014 – As vendas totais nos shopping centers alcançaram R\$12,8 bilhões em 2014, um aumento de 12,1% sobre 2013. Nos últimos cinco anos, as vendas mais que dobraram, de R\$6,1 bilhões em 2009 até o presente número. Em um período de dez anos, desde 2004, a Multiplan dobrou a quantidade de shoppings em seu portfólio, e adicionou R\$10,0 bilhões ao total de vendas, um aumento de 4,6 vezes em relação ao montante inicial.



Vendas (100%)	Abertura	4T14	4T13	Var.%	2014	2013	Var.%
BH Shopping	(1979)	362,0 M	335,0 M	▲8,1%	1,128,1 M	1.070,2 M	▲5,4%
RibeirãoShopping	(1981)	246,4 M	221,4 M	▲11,3%	772,7 M	676,4 M	▲14,2%
BarraShopping	(1981)	605,0 M	559,6 M	▲8,1%	1,857,6 M	1.728,2 M	▲7,5%
MorumbiShopping	(1982)	490,2 M	436,8 M	▲12,2%	1,572,6 M	1.381,4 M	▲13,8%
ParkShopping	(1983)	344,8 M	318,3 M	▲8,3%	1,067,5 M	985,7 M	▲8,3%
DiamondMall	(1996)	175,5 M	169,9 M	▲3,3%	594,9 M	551,1 M	▲8,0%
New York City Center	(1999)	60,3 M	58,9 M	▲2,3%	218,3 M	219,3 M	▼0,5%
Shopping Anália Franco	(1999)	314,8 M	297,8 M	▲5,7%	978,4 M	914,3 M	▲7,0%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	266,0 M	250,2 M	▲6,3%	845,5 M	815,9 M	▲3,6%
Pátio Savassi	(2007) ¹	114,7 M	105,7 M	▲8,6%	367,2 M	347,9 M	▲5,5%
Shopping Santa Úrsula	(2008) ²	54,3 M	54,8 M	▼0,9%	180,0 M	186,9 M	▼3,7%
BarraShoppingSul	(2008)	243,3 M	217,6 M	▲11,8%	748,2 M	690,6 M	▲8,3%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	110,6 M	97,5 M	▲13,4%	350,1 M	322,5 M	▲8,6%
ParkShoppingSãoCaetano	(2011)	165,0 M	154,7 M	▲6,7%	521,1 M	481,5 M	▲8,2%
JundiaíShopping	(2012)	127,8 M	108,9 M	▲17,3%	402,8 M	331,2 M	▲21,6%
ParkShoppingCampoGrande	(2012)	145,0 M	126,3 M	▲14,8%	407,4 M	350,9 M	▲16,1%
VillageMall	(2012)	141,0 M	91,6 M	▲53,9%	481,9 M	286,1 M	▲68,5%
Parque Shopping Maceió	(2013) ³	95,5 M	44,2 M	▲116,1%	266,3 M	44,2 M	▲502,4%
Total		4.062,2 M	3.649,1 M	▲11,3%	12.760,6 M	11.384,3 M	▲12,1%

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

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

³ O Parque Shopping Maceió iniciou suas operações em novembro de 2013.

Os shoppings da Multiplan apresentaram um forte aumento de vendas ao longo do ano. O resultado foi alcançado através do crescimento sustentável das vendas nos shoppings consolidados, demonstrado pelo aumento de 9,5% nas vendas dos shoppings com mais de 30 anos em operação, e alavancado pelo crescimento de 44,2% dos shopping centers com menos de cinco anos de operação, que continuam a incrementar suas vendas e apresentaram forte resultado.

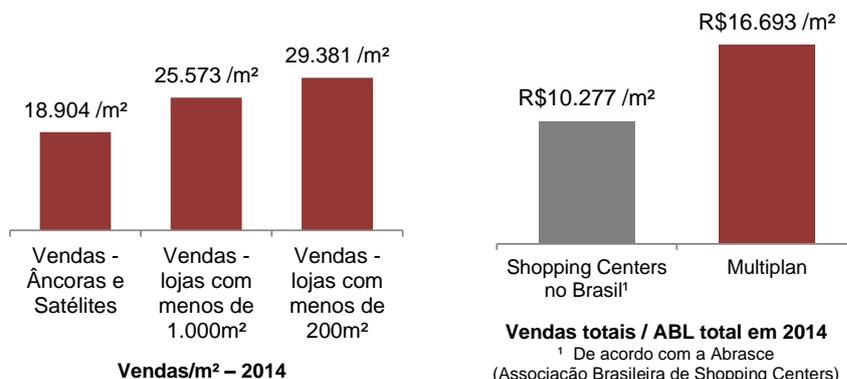
Shopping centers abertos em 2012 registraram vendas de R\$1,3 bilhão em 2014

O VillageMall, JundiaíShopping e ParkShoppingCampoGrande, abertos durante o 4T12, progrediram com um robusto crescimento de vendas em 2014, de 68,5%, 21,6% e 16,1%, respectivamente. O forte aumento das vendas demonstra o processo contínuo de consolidação dos novos shopping centers.

Análise de vendas/m² no portfólio

Em 2014, as vendas/m² do portfólio foram de R\$18.904/m². Lojas com menos de 1.000 m² registraram vendas de R\$25.573/m² enquanto a maioria das lojas, com menos de 200 m², tiveram vendas de R\$29.381/m².

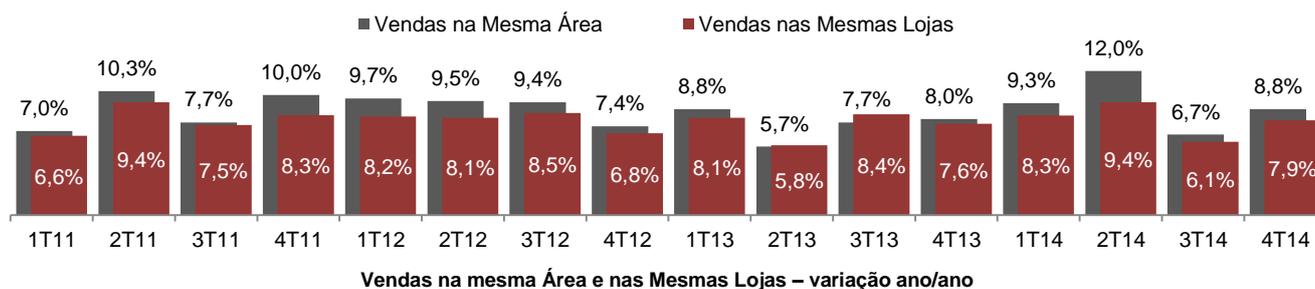
O cálculo de vendas/m² desconsidera áreas que não informam vendas, assim como vendas de quiosques, por estes não comporem a ABL total.



O dado de vendas totais por ABL, calculado sem os ajustes mencionados acima para tornar a métrica comparável ao dado divulgado pela ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Centers), aponta uma diferença de 62,4% entre as vendas por ABL da Multiplan e a média da indústria de shopping centers no Brasil, como pode ser observado no gráfico acima à direita.

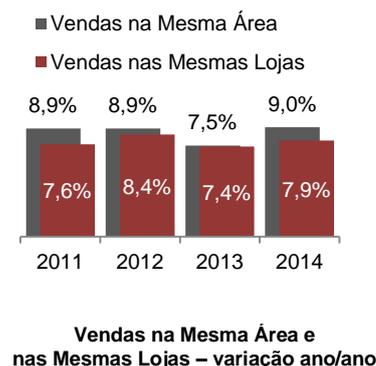
Os maiores SAS e SSS de quarto trimestre dos últimos três anos

4T14 - Apesar do cenário econômico desafiador, os índices Vendas na Mesma Área (SAS) e Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) apresentaram maiores resultados quando comparados ao 4T13 e ao 4T12. O SAS aumentou 8,8% no 4T14, comparado com o 4T13 e ultrapassou o SSS. O crescimento reflete novamente a positiva troca no mix das lojas. As Vendas nas Mesmas Lojas aumentaram em 7,9% no 4T14 em relação ao mesmo período do ano anterior.



O maior crescimento das Vendas na Mesma Área em quatro anos

2014 - As Vendas na Mesma Área em 2014 atingiram o maior crescimento dos últimos quatro anos, de 9,0%. Este aumento representa uma significativa conquista em um ano de baixo crescimento econômico, com eventos não recorrentes, reforçando o sucesso da estratégia de melhoria de mix de lojas e alavancando o ritmo de crescimento em shopping centers da Multiplan. As Vendas nas Mesmas Lojas cresceram 7,9% em 2014, um forte resultado obtido sobre uma já elevada base de comparação de vendas/m² em 2013.



SSS do segmento de Alimentação & Áreas Gourmet foi de 12,0%

As Vendas nas Mesmas Lojas de operações satélite aumentaram 7,8% no 4T14, lideradas pelas operações de Alimentação & Áreas Gourmet, que cresceram de forma resiliente ao longo de 2014. O resultado do ano teve também como destaque um crescimento de 9,6% no segmento de Artigos Diversos e um aumento de 7,6% nas lojas de Vestuário. É importante mencionar também o bom desempenho das lojas âncora no 4T14, impulsionado pelo forte crescimento do segmento Vestuário, de 15,3% no 4T14.

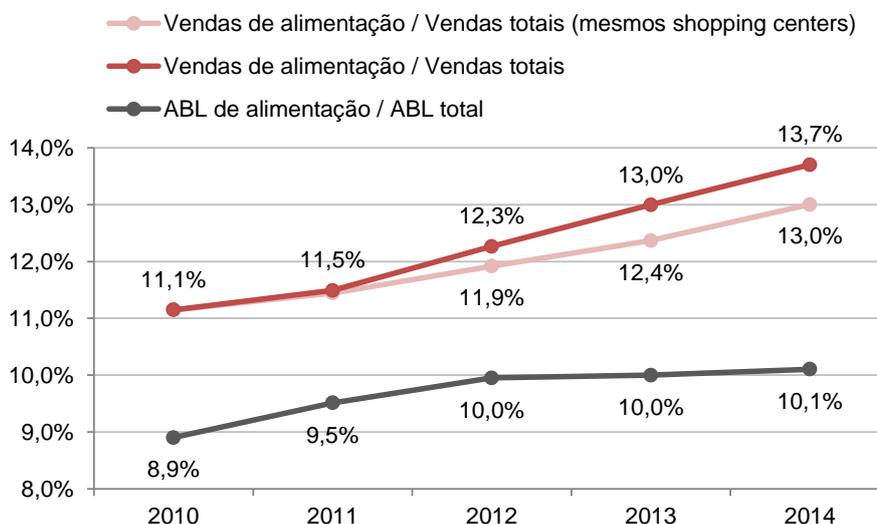
Vendas nas Mesmas Lojas	4T14 x 4T13			2014 x 2013		
	Âncora	Satélite	Total	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	▲ 12,0%	▲ 12,0%	-	▲ 12,0%	▲ 12,0%
Vestuário	▲ 15,3%	▲ 5,7%	▲ 8,1%	▲ 9,3%	▲ 7,0%	▲ 7,6%
Artigos do Lar & Escritório	▼ 6,2%	▼ 2,8%	▼ 3,8%	▲ 1,0%	▲ 1,9%	▲ 1,6%
Artigos diversos	▲ 6,0%	▲ 10,9%	▲ 9,5%	▲ 4,2%	▲ 11,9%	▲ 9,6%
Serviços	▲ 1,6%	▲ 12,9%	▲ 9,3%	▲ 0,2%	▲ 3,8%	▲ 3,1%
Total	▲ 8,3%	▲ 7,8%	▲ 7,9%	▲ 5,4%	▲ 8,7%	▲ 7,9%

Detalhamento do crescimento das Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Segmento de alimentação aumenta apetite por espaços no portfólio da Multiplan

A crescente busca pela conveniência em grandes cidades, evidenciada pelo sucesso de projetos multiuso, sobretudo nos últimos anos, continua a estimular o interesse de consumidores por opções de alimentação, intensificando a procura da Multiplan por novas operações de alimentação para os seus shopping centers.

A Companhia buscou em sua história antecipar tendências e identificar desejos de seus consumidores e, desta forma, diferentes modelos de espaços para alimentação foram testados ao longo dos anos, com destaque para o MorumbiShopping, que hoje abriga 26 prestigiados restaurantes da cidade de São Paulo, além de uma numerosa oferta de operações *fast-food*.



Evolução da ABL e vendas do segmento de Alimentação no portfólio da Multiplan
A análise "mesmos shopping centers" considera os ativos inaugurados até 2009

O gráfico acima mostra a evolução do segmento de Alimentação & Áreas Gourmet como um percentual do total de vendas desde 2010, refletindo esta tendência.

É válido destacar os novos shopping centers (no gráfico considerados na linha vermelha) que nascem incorporando novas tendências, e assim já inauguram com percentuais de área de alimentação mais elevados, com o objetivo de oferecer uma diversificação de operações, atendendo desde o consumidor que busca refeições rápidas, até o cliente que aprecia restaurantes sofisticados.

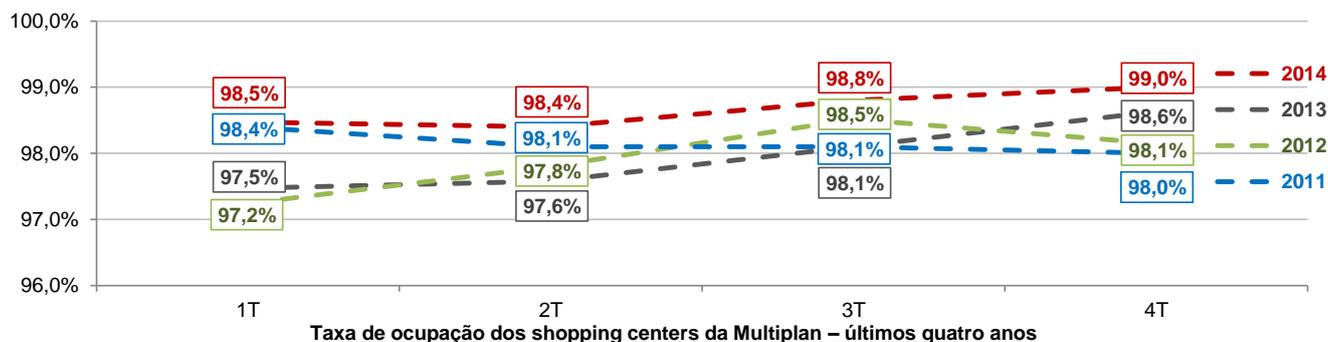
3.2 Indicadores Operacionais

A maior taxa de ocupação anual desde o IPO em 2007

O portfólio de shopping centers da Multiplan encerrou o ano de 2014 com uma taxa de ocupação de 99,0%, a maior taxa final registrada em seu histórico de Companhia aberta. A Multiplan registrou também a maior taxa média de ocupação em 2014, de 98,7% e no 4T14, de 99,0%, adicionando 51,7 mil m² de ABL total em dois anos, com a abertura de duas expansões - RibeirãoShopping Expansão VIII, BarraShopping Expansão VII, além de um novo shopping center, o Parque Shopping Maceió.

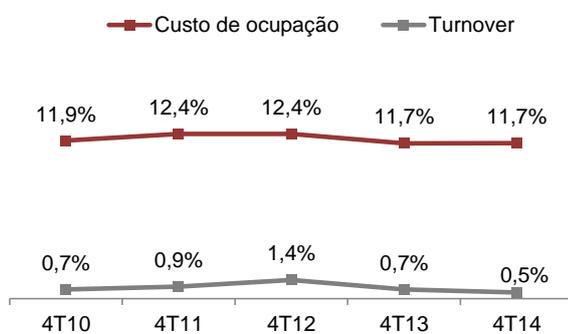
Ao fim do ano, três shopping centers estavam totalmente ocupados, oito com mais de 99,0% de taxa de ocupação e, considerando apenas shopping centers com mais de cinco anos em operação, a taxa média seria de 99,5%. A menor taxa de ocupação do portfólio foi de 95,7%.

A alta taxa de ocupação ressalta a forte demanda por espaços no portfólio da Multiplan. Os destaques foram o Shopping Vila Olímpia, o RibeirãoShopping e o ParkShoppingSãoCaetano, que tiveram um crescimento significativo na taxa de ocupação comparado ao 3T14, atingindo 98,0%, 99,0% e 98,9%, respectivamente.

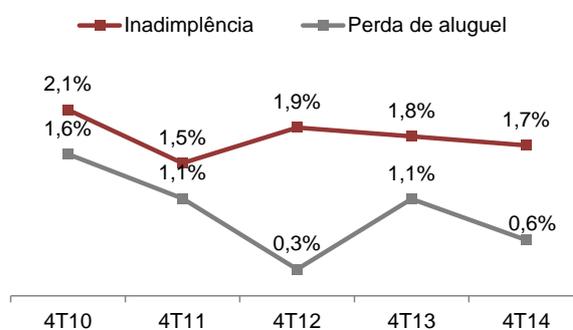


Indicadores saudáveis refletem ativos de qualidade

O custo de ocupação no 4T14 foi de 11,7%, em linha com o 4T13. Após uma mudança estratégica no mix das lojas, o *turnover*, medido pelo percentual da ABL, caiu de 1,4% em 4T12 e 0,7% em 4T13 para 0,5% no 4T14. Apesar do aumento de ABL no ano passado, os shopping centers da Multiplan apresentaram uma taxa de inadimplência (atraso no pagamento de aluguel superior a 25 dias) de 1,7% no 4T14, em linha com o mesmo período em 2013, que foi de 1,8%. A perda de aluguel foi de 0,6% no 4T14, permanecendo em um dos mais baixos patamares no histórico da Companhia.



Turnover histórico e custo de ocupação: 4T10-4T14



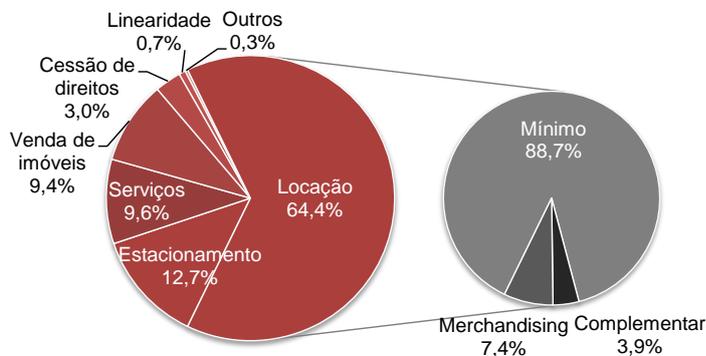
Histórico de inadimplência e perda de aluguel: 4T10-4T14

4. Receita Bruta

Receita bruta aumenta 20,5% no 4T14, para R\$355,5 milhões

4T14 – A receita bruta acumulou R\$355,5 milhões no 4T14, um aumento de 20,5% sobre o 4T13. Os principais fatores para o desempenho foram a receita de locação (+21,2%), receita de estacionamento (+20,2%) e receita com venda de imóveis (+27,7%).

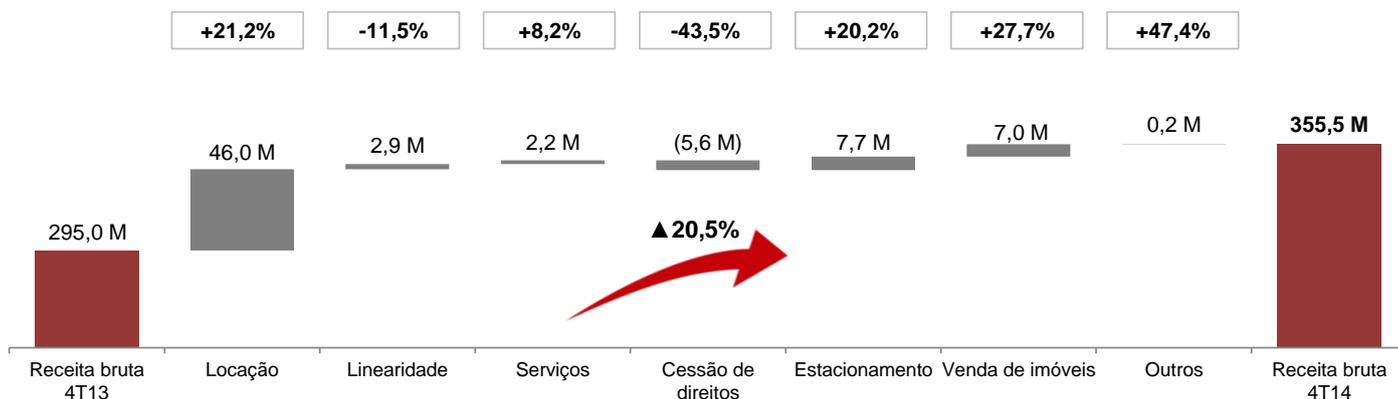
2014 – Em 2014, a receita bruta atingiu R\$1.245,0 milhões, representando um crescimento de 15,9% quando comparada com o ano anterior. O principal componente foi a receita de locação, que aumentou R\$122,3 milhões para um total de R\$801,3 milhões (+18,0%) no ano.



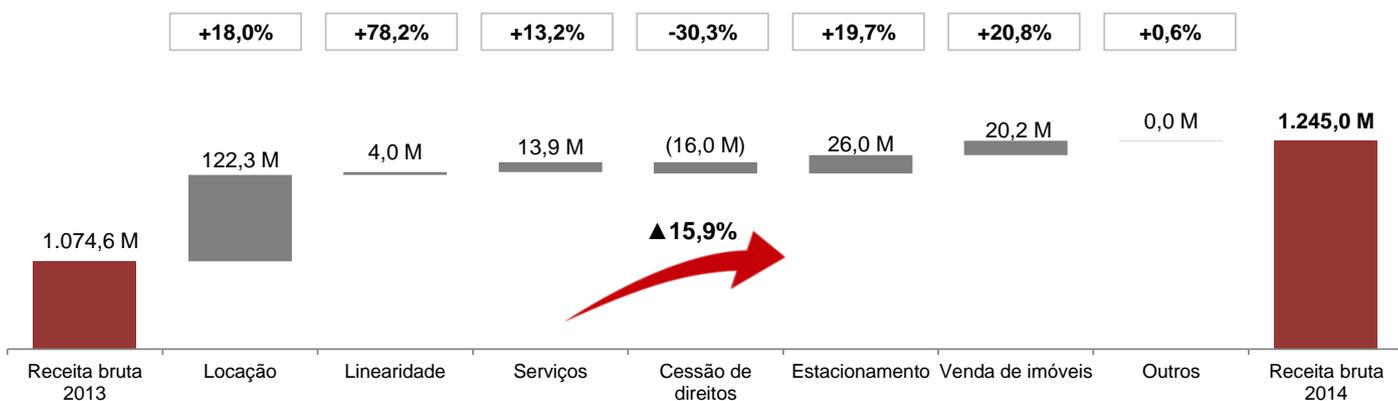
Detalhamento da Receita Bruta – 2014

A receita de locação é composta por receita de aluguel mínimo, merchandising e receita de aluguel complementar, que representam 88,7%, 7,4% e 3,9% da receita de locação, respectivamente.

Em cinco anos, de 2009 a 2014, a Companhia conseguiu mais do que dobrar sua receita bruta, que aumentou de R\$534,4 milhões em 2009 para R\$1.245,0 milhões em 2014.



Crescimento da Receita Bruta – 4T14 (A/A) (R\$)



Crescimento da Receita Bruta – 2014 (A/A) (R\$)

5. Resultados da Participação em Propriedades

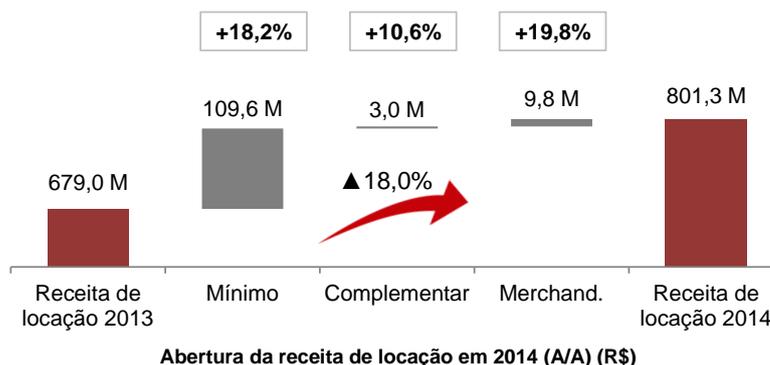
5.1 Receita de Locação

Aluguel mínimo (fixo) aumenta 21,2% para R\$232,3 milhões no 4T14

A receita de locação cresceu 21,2% no 4T14 sobre o 4T13, para R\$262,7 milhões. Em 2014, a receita de locação aumentou 18,0%, atingindo R\$801,3 milhões.

O aluguel mínimo registrou um forte crescimento no 4T14 e em 2014, de 21,2% e 18,2% respectivamente, sobre os mesmos períodos no ano anterior.

Se considerado o efeito da linearidade, que correspondeu a um impacto negativo de R\$22,5 milhões no 4T14 e um saldo positivo de R\$9,2 milhões em 2014, o aumento da receita de locação teria sido de 25,6% no trimestre e 18,5% no ano. É válido mencionar que a linearidade não representa um efeito caixa.

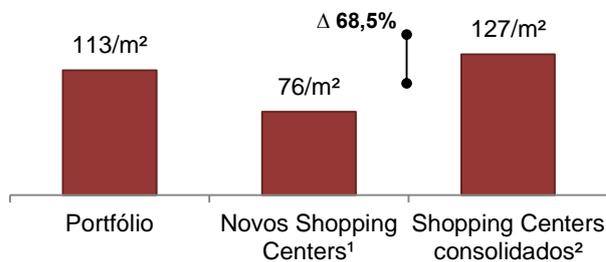


Novos shopping centers mantêm crescimento

A receita de locação do portfólio da Multiplan atingiu R\$147/m² por mês no 4T14, ou R\$113/m² por mês em 2014.

Para o portfólio consolidado (shopping centers operando há mais de cinco anos), a receita mensal foi de R\$167/m² no trimestre, ou R\$127/m² no ano, representando um potencial de crescimento significativo para os novos shopping centers (menos de cinco anos em operação), que apresentaram uma receita de locação mensal de R\$94/m² no 4T14 e R\$76/m² em 2014.

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



¹Shopping centers em operação há mais de 5 anos.
²Shopping centers em operação há menos de 5 anos.

Shopping centers com mais de 30 anos de operação aumentam receita de locação em 22,2% no 4T14

Os cinco shopping centers em operação há mais de 30 anos registraram um crescimento de receita de locação combinado de 22,2% no 4T14, e 13,9% em 2014. O principal destaque foi o BarraShopping, com um crescimento de 53,9% na receita do trimestre, impulsionado pela abertura da sétima expansão e pela celebração de novos contratos, em decorrência de acordo judicial.

O RibeirãoShopping também apresentou um forte crescimento de 18,6% no 4T14 e 23,6% em 2014, alavancado pela bem-sucedida entrega de duas expansões ao longo de 2013.

Os shopping centers mais recentes, com menos de cinco anos de operação aumentaram 10,6% no 4T14 e um forte 16,0% em 2014, liderados pelo aumento de produtividade do VillageMall e pelo crescimento generalizado de aluguel no ParkShoppingSãoCaetano, que completou o terceiro ano de operação em 2014.

Receita de Locação (R\$)	Abertura	4T14	4T13	Var.%	2014	2013	Var.%
BH Shopping	(1979)	25,2 M	22,1 M	▲ 14,3%	77,7 M	75,0 M	▲ 3,7%
RibeirãoShopping	(1981)	15,6 M	13,2 M	▲ 18,6%	49,0 M	39,6 M	▲ 23,6%
BarraShopping	(1981)	40,2 M	26,1 M	▲ 53,9%	104,3 M	83,3 M	▲ 25,2%
MorumbiShopping	(1982)	31,2 M	28,6 M	▲ 9,2%	101,3 M	91,3 M	▲ 11,0%
ParkShopping	(1983)	15,7 M	14,7 M	▲ 6,6%	49,2 M	45,8 M	▲ 7,4%
DiamondMall	(1996)	12,6 M	11,8 M	▲ 6,3%	40,6 M	38,0 M	▲ 6,8%
New York City Center	(1999)	2,2 M	2,4 M	▼ 6,4%	7,4 M	7,8 M	▼ 5,7%
Shopping Anália Franco	(1999)	8,4 M	7,6 M	▲ 11,0%	26,0 M	24,0 M	▲ 8,2%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	16,0 M	14,8 M	▲ 8,5%	49,4 M	46,8 M	▲ 5,4%
Pátio Savassi	(2007) ¹	8,5 M	7,6 M	▲ 11,5%	26,7 M	24,4 M	▲ 9,3%
Shopping Santa Úrsula	(2008) ²	1,7 M	1,9 M	▼ 6,4%	5,7 M	6,1 M	▼ 5,7%
BarraShoppingSul	(2008)	19,0 M	16,9 M	▲ 12,4%	54,7 M	49,9 M	▲ 9,7%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	5,8 M	6,4 M	▼ 8,9%	19,3 M	19,4 M	▼ 0,3%
ParkShoppingSãoCaetano	(2011)	12,7 M	12,4 M	▲ 2,5%	41,8 M	37,7 M	▲ 10,8%
JundiaíShopping	(2012)	10,0 M	9,0 M	▲ 11,2%	30,1 M	28,5 M	▲ 5,6%
ParkShoppingCampoGrande	(2012)	10,2 M	9,8 M	▲ 4,9%	32,2 M	31,7 M	▲ 1,4%
VillageMall	(2012)	10,8 M	9,1 M	▲ 18,3%	34,8 M	27,2 M	▲ 28,2%
Parque Shopping Maceió	(2013) ³	3,4 M	1,2 M	▲ 187,1%	10,7 M	1,2 M	▲ 814,9%
Morumbi Corporate	(2013) ⁴	13,4 M	1,3 M	▲ 941,2%	40,3 M	1,3 M	▲ 3.019,6%
Subtotal		262,7 M	216,7 M	▲ 21,2%	801,3 M	679,0 M	▲ 18,0%
Efeito da linearidade		(22,5 M)	(25,4 M)	▼ 11,5%	9,2 M	5,2 M	▲ 78,2%
Total		240,2 M	191,3 M	▲ 25,6%	810,6 M	684,2 M	▲ 18,5%

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

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

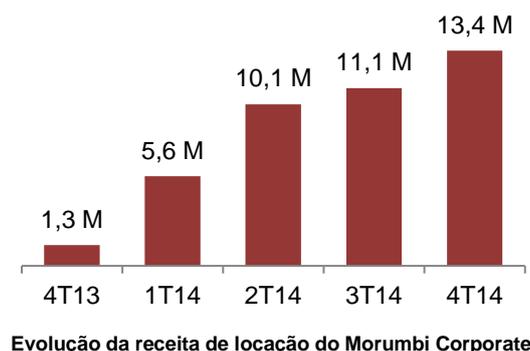
³ O Parque Shopping Maceió iniciou suas operações em novembro de 2013.

⁴ O Morumbi Corporate foi concluído em setembro de 2013.

Morumbi Corporate tem receita de locação de R\$40,3 milhões em 2014

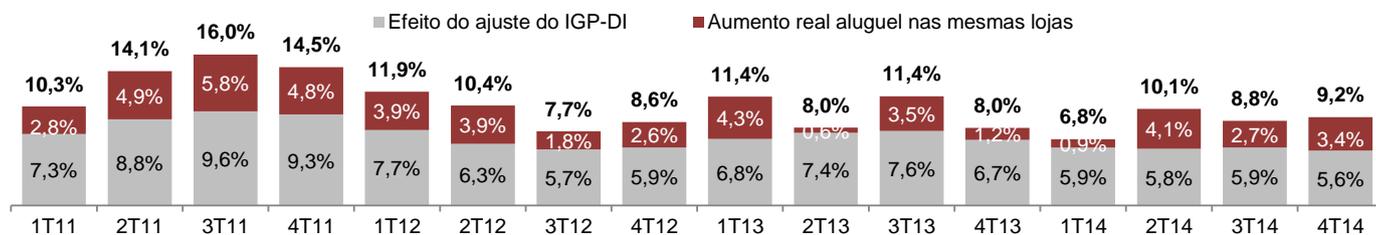
O Morumbi Corporate, complexo com duas torres de escritório localizado em frente ao MorumbiShopping, contribuiu com R\$13,4 milhões em receita de locação no 4T14, um crescimento de 21,2% sobre o 3T14.

Em 2014, a receita de locação do projeto somou R\$40,3 milhões, e o complexo encerrou o ano com 67,0% da área locada. Em fevereiro de 2015, as torres contavam com uma locação de 74,3% da ABL total.



Aluguel nas Mesmas Lojas cresce 9,2% no trimestre, resultando em um aumento real de 3,4%

4T14 – O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) alcançou uma média mensal no 4T14 de R\$134/m², um aumento de 9,2% sobre a métrica no 4T13, quando o SSR havia apresentado um crescimento de 8,0% sobre o ano anterior. Considerando o efeito do ajuste dos contratos de locação pelo IGP-DI de 5,6%, o crescimento no 4T14 foi de 3,4%. O Aluguel na Mesma Área (SAR) aumentou 8,2% no 4T14.

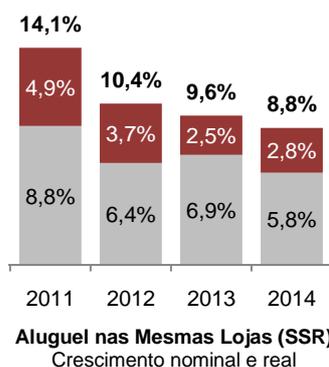


Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) – Crescimento nominal e real

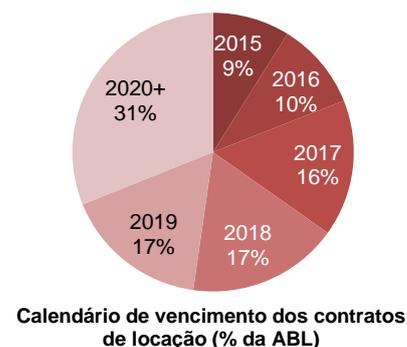
Crescimento de SSR de 8,8% no ano

2014 – Em 2014 o Aluguel nas Mesmas Lojas aumentou 8,8%, com crescimento real de 2,8%. O efeito do ajuste do IGP-DI foi de 5,8% no ano, e o valor mensal de aluguel alcançou R\$108/m² no ano.

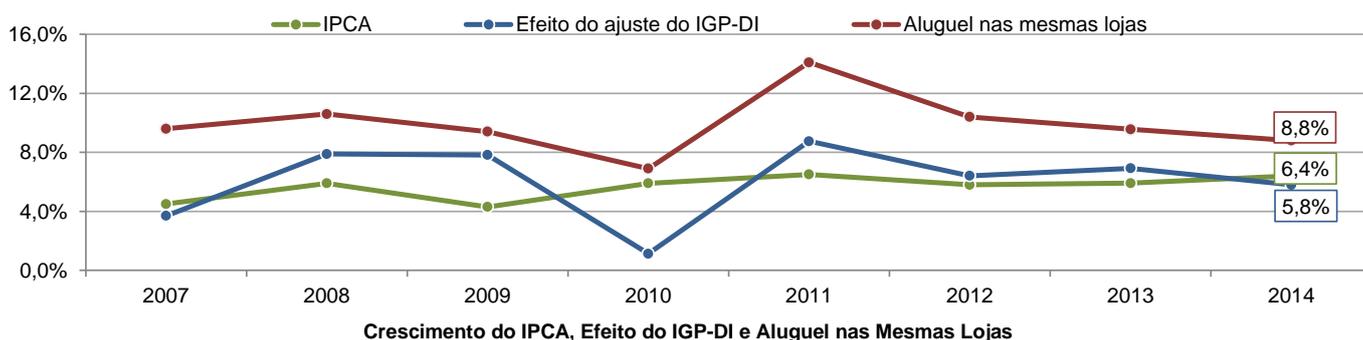
Devido às modificações profundas no mix de lojistas que a Multiplan ativamente executou em trimestres passados, o prazo médio de vencimento dos contratos de locação foi postergado e apenas 9% dos contratos (% da ABL) deverão expirar durante 2015.



Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) Crescimento nominal e real



Calendário de vencimento dos contratos de locação (% da ABL)



Crescimento do IPCA, Efeito do IGP-DI e Aluguel nas Mesmas Lojas

5.2 Receita de Estacionamento

Receita de estacionamento aumenta 20,2% para R\$45,6 milhões no 4T14

A receita de estacionamento atingiu R\$45,6 milhões no 4T14, um crescimento de 20,2% quando comparada com o mesmo período do ano anterior. Em 2014, a receita de estacionamento aumentou 19,7%, para R\$157,6 milhões.

Os principais fatores que contribuíram para este desempenho foram: novos estacionamentos no BarraShopping e no RibeirãoShopping, aumento de tráfego como resultado da consolidação de novos shopping centers, e crescimento orgânico.

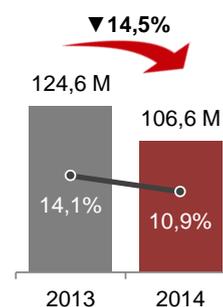
5.3 Despesas de Shopping Center e de Escritórios

Despesas de Shopping Centers reduzem 23,9% no 4T14

4T14 – As despesas de shopping centers totalizaram R\$29,3 milhões no 4T14, uma queda de 23,9% quando comparadas com o 4T13. A redução foi obtida mesmo com a entrega de novas áreas, e foi impulsionada pela queda das despesas com condomínio e taxas de corretagem, que haviam aumentado temporariamente em 2013. Como percentual da receita líquida de shopping center, as despesas de shopping reduziram 450 p.b., de 14,2% no 4T13 para 9,7% no 4T14.

2014 – Em 2014, as despesas de shopping centers foram R\$106,6 milhões, 14,5% a menos do que em 2013. As despesas de shopping centers como percentual da receita líquida de shopping centers foram de 10,9% em 2014, 320 p.b. melhor do que em 2013.

As despesas relacionadas às torres para locação somaram R\$5,7 milhões no 4T14 e R\$15,4 milhões em 2014. O Morumbi Corporate conta com 74,3% da ABL locada, e à medida que a taxa de ocupação melhora, a margem operacional deverá aumentar.



Evolução das despesas de shopping centers (R\$) e como % das receitas líquidas de shopping centers ¹
¹(excluindo-se receitas de vendas de imóveis e impostos, e o efeito da linearidade)

5.4 Resultado Operacional Líquido (NOI)

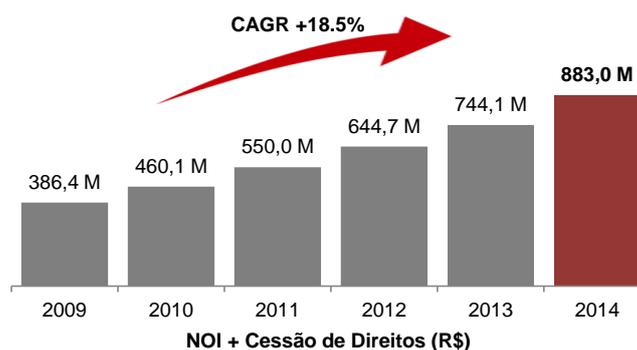
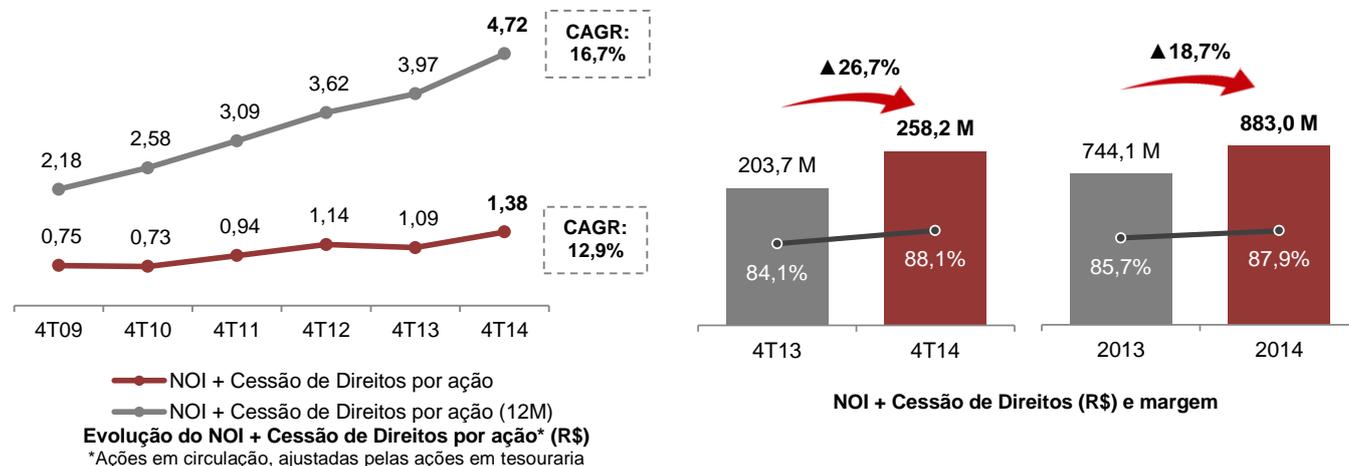
NOI + Cessão de Direitos cresce 26,7% no 4T14, com margem de 88,1%

A Multiplan registrou um Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$258,2 milhões no 4T14, um aumento de 26,7% sobre o 4T13. A margem NOI + CD expandiu 394 p.b. para 88,1%, como resultado do forte crescimento das receitas de shopping centers no trimestre.

Cálculo do NOI (R\$)	4T14	4T13	Var.%	2014	2013	Var.%
Receita de locação	262,7 M	216,7 M	▲21,2%	801,3 M	679,0 M	▲18,0%
Linearidade	(22,5 M)	(25,4 M)	▼11,5%	9,2 M	5,2 M	▲78,2%
Receita de estacionamento	45,6 M	38,0 M	▲20,2%	157,6 M	131,6 M	▲19,7%
Receita operacional	285,9 M	229,2 M	▲24,7%	968,1 M	815,8 M	▲18,7%
Despesas de shopping centers	(29,3 M)	(38,4 M)	▼23,9%	(106,6 M)	(124,6 M)	▼14,5%
Despesas com torres para locação	(5,7 M)	-	▲0,0%	(15,4 M)	-	▲0,0%
NOI	250,9 M	190,8 M	▲31,5%	846,1 M	691,3 M	▲22,4%
Margem NOI	87,8%	83,2%	▲453 p.b.	87,4%	84,7%	▲267 p.b.
Cessão de direitos	7,3 M	12,9 M	▼43,5%	36,8 M	52,9 M	▼30,3%
Receita operacional + CD	293,2 M	242,2 M	▲21,1%	1.005,0 M	868,7 M	▲15,7%
NOI + Cessão de direitos	258,2 M	203,7 M	▲26,7%	883,0 M	744,1 M	▲18,7%
Margem NOI + Cessão de direitos	88,1%	84,1%	▲394 p.b.	87,9%	85,7%	▲220 p.b.

Em 2014 o NOI + CD aumentou para R\$883,0 milhões, 18,7% maior do que em 2013, com margem de 87,9%.

O NOI + CD por ação atingiu R\$1,38 no 4T14, apresentando uma taxa de crescimento anual ponderada (CAGR) de 12,9%. No ano de 2014, o NOI + CD foi de R\$4,72 por ação, equivalente a um CAGR de cinco anos de 16,7%.



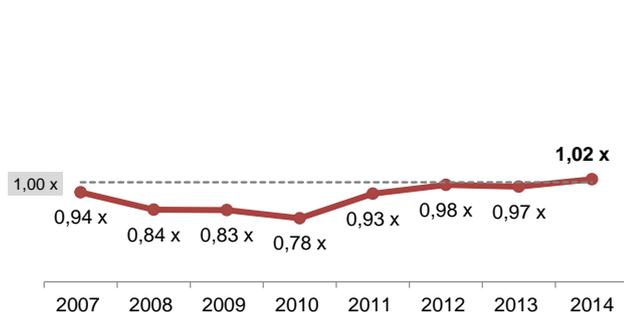
6. Resultados da Administração de Shopping Centers

6.1 Receita de Serviços

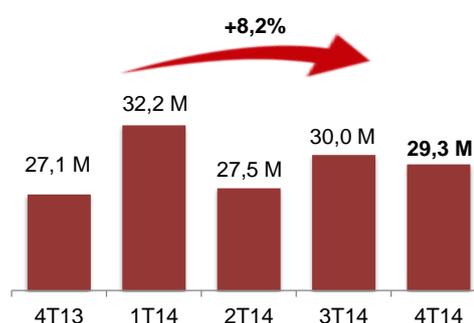
Receita de serviços cobre todas as despesas de sede em 2014

A receita de serviços, composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, de corretagem e de transferência, apresentou um aumento de 8,2% no 4T14, e de 13,2% em 2014. A receita de serviços foi equivalente no ano a 101,8% das despesas de sede.

O aumento da receita de serviços é relacionado principalmente ao crescimento de taxas de administração dos shopping centers e mudanças no mix de lojistas.



Receita de serviços/despesa de sede



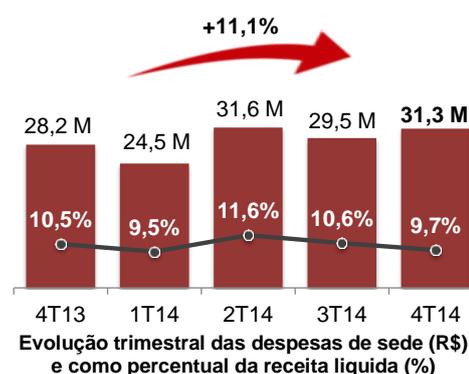
Evolução trimestral da receita de serviços (R\$)

6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Despesas de sede como percentual da receita líquida reduzem 70 p.b. para 10,3% em 2014, o menor nível desde o IPO

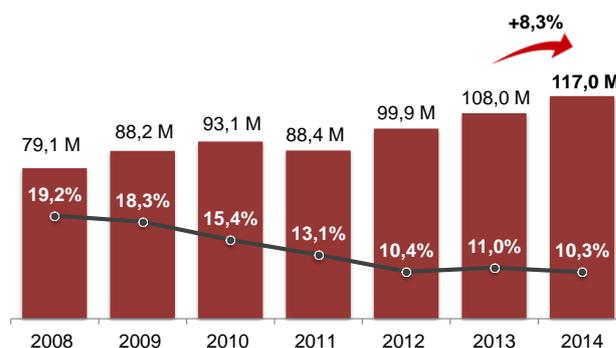
As despesas de sede aumentaram 11,1% no 4T14, em comparação com o 4T13, principalmente devido ao crescimento das despesas com pessoal, que foram compensadas parcialmente pela redução das despesas de marketing e com viagens.

Como percentual da receita líquida, as despesas de sede caíram 80 p.b. para 9,7% no trimestre.



Evolução trimestral das despesas de sede (R\$) e como percentual da receita líquida (%)

Em 2014, as despesas de sede cresceram 8,3% sobre 2013. Como percentual da receita líquida, foram equivalentes a 10,3%, o menor patamar desde o IPO da Companhia em 2007, como resultado do controle de despesas e do ganho de escala gerado pelo crescimento orgânico e por meio de novas áreas, mesmo seguindo sua estratégia de expansão.



Evolução anual das despesas de sede (R\$) e como percentual da receita líquida (%)

7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

7.1 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos de R\$36,8 milhões em 2014

A apropriação da receita de Cessão de Direitos caiu 43,5% no 4T14, para R\$7,3 milhões, e diminuiu 30,3% em 2014, para R\$36,8 milhões, impactada pela menor contribuição do BarraShoppingSul, que completou cinco anos de operação (o período de reconhecimento de receita de Cessão de Direitos para a maioria dos contratos). A queda foi parcialmente compensada pela apropriação de receita de Cessão de Direitos de um novo shopping center (Parque Shopping Maceió, entregue no 4T13), e de três expansões (expansões VII e VIII do RibeirãoShopping e expansão VII do BarraShopping, entregues no 3T13, 4T13 e 2T14, respectivamente).

Receita de Cessão de Direitos (R\$)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Operacional (Recorrente)	0,4 M	1,4 M	▼69,2%	3,8 M	7,2 M	▼46,9%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não recorrente)	6,9 M	11,5 M	▼40,3%	33,0 M	45,7 M	▼27,7%
Receita de Cessão de Direitos	7,3 M	12,9 M	▼43,5%	36,8 M	52,9 M	▼30,3%

7.2 Despesas com Novos Projetos para Locação

Despesas com novos projetos para locação reduzem 85,8% no 4T14

No 4T14 as despesas com novos projetos para locação somaram R\$2,0 milhões, uma queda de 85,8% em comparação ao 4T13. Em 2014, estas despesas totalizaram R\$13,2 milhões, reduzindo 44,0% contra o ano anterior. As despesas com novos projetos para locação são relacionadas com a fase pré-operacional de projetos para locação em desenvolvimento, assim como à abertura da expansão VII do BarraShopping.



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

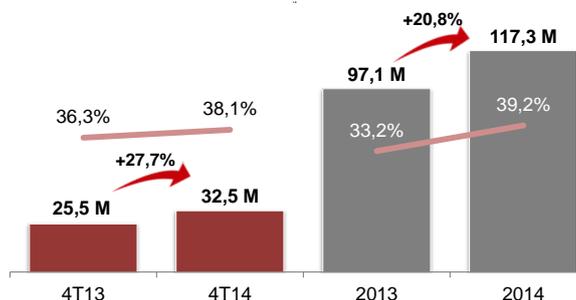
8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

8.1 Receita

Aumento de dois dígitos no 4T14 e 2014

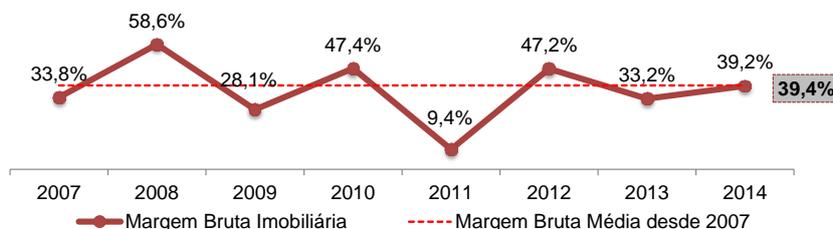
Quando lançado no 4T11, o valor geral de venda (VGV) do complexo BarraShoppingSul era de R\$223,5 milhões ou R\$9.385/m². Próximo à entrega do empreendimento, considerando 98% das unidades vendidas, a Companhia espera alcançar uma média de R\$11.173/m² (VGV de R\$265,5 milhões), representando um aumento de 19,0% frente ao alto valor inicial.

A Multiplan reportou uma receita de venda de imóveis de R\$32,5 milhões no 4T14, devido principalmente às receitas dos projetos mencionados acima, e equivalente a uma margem bruta de 38,1%. Em 2014, a receita de venda de imóveis aumentou 20,8%, alcançando R\$117,3 milhões quando comparada com 2013, com uma margem bruta de 39,2%, 600 p.b. acima do ano anterior e em linha com a margem média dos últimos oito anos.



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

* Não considera despesas com novos projetos para venda



8.2 Custo de Imóveis Vendidos e Despesas com Novos Projetos para Venda

Queda nas despesas com novos projetos para a venda

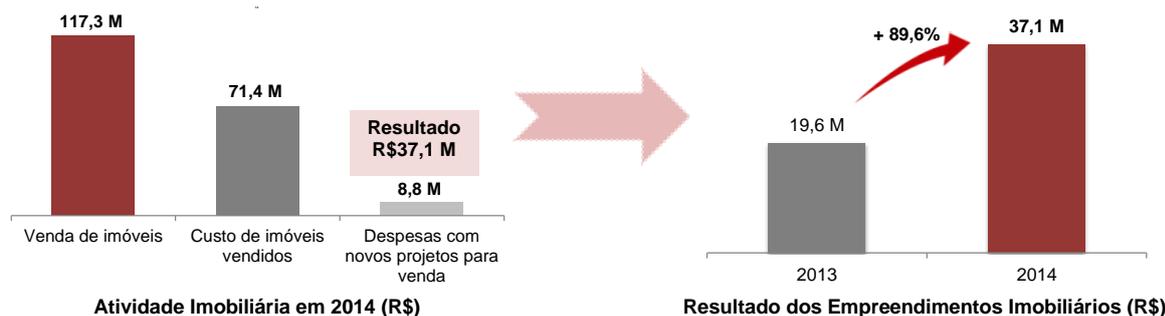
A Companhia registrou um custo de imóveis vendidos de R\$20,1 milhões no 4T14, e R\$71,4 milhões em 2014, em linha com a evolução da construção e composta principalmente por custos com os projetos imobiliários localizados no complexo BarraShoppingSul, em ambos os períodos.

As despesas com novos projetos para venda foram reduzidas para R\$0,8 milhão no 4T14 e R\$8,8 milhões em 2014, comparadas com R\$3,8 milhões no 4T13 e R\$12,3 milhões em 2013. No 4T14, as despesas com novos projetos para venda foram compostas principalmente por despesas com corretagem e impostos sobre propriedades ("IPTU") dos terrenos em estoque (apresentado no tópico 10.3).

8.3 Resultados de Empreendimentos Imobiliários para Venda

Resultado da atividade imobiliária quase dobrou em 2014

Em 2014, a atividade imobiliária adicionou R\$37,1 milhões ao resultado da Companhia, impulsionada principalmente pelo complexo do BarraShoppingSul, alcançando um crescimento robusto de 89,6% quando comparado com o ano anterior.



9. Resultados Financeiros

9.1 EBITDA

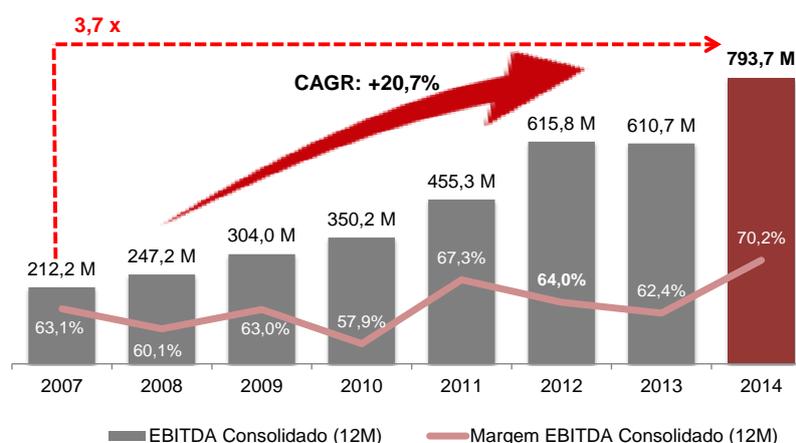
Maior margem EBITDA Consolidado desde o IPO

O EBITDA Consolidado apresentou um forte aumento (+61,2%) no 4T14, quando comparado com o 4T13, impactado por (i) um crescimento de dois dígitos na receita líquida (+20,1%), com destaque para a receita de locação que representou 76,2% do crescimento da receita bruta, (ii) uma queda de 16,3% nas linhas de despesa e (iii) uma redução nas despesas não recorrentes, resultando em um forte aumento de 1.771 p.b. na margem EBITDA Consolidado quando comparado com o 4T13, de 51,7% para 69,4% no 4T14.

Em 2014, a margem EBITDA Consolidado alcançou o maior patamar desde o IPO em 2007, aumentando para 70,2%, ante 62,4% em 2013, impulsionada pelo forte crescimento de 30,0% no EBITDA Consolidado, para R\$793,7 milhões.

EBITDA Consolidado (R\$)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Receita Líquida	322,5 M	268,6 M	▲20,1%	1.130,4 M	978,2 M	▲15,6%
Despesas de sede	(31,3 M)	(28,2 M)	▲11,1%	(117,0 M)	(108,0 M)	▲8,3%
Despesas com opções de ações	(4,0 M)	(3,2 M)	▲24,9%	(14,7 M)	(11,0 M)	▲33,0%
Despesas de shopping centers	(29,3 M)	(38,4 M)	▼23,9%	(106,6 M)	(124,6 M)	▼14,5%
Despesas com escritórios para locação	(5,7 M)	-	nd	(15,4 M)	-	nd
Despesas com novos projetos para locação	(1,9 M)	(13,7 M)	▼85,8%	(13,1 M)	(23,5 M)	▼44,0%
Despesas com novos projetos para venda	(0,8 M)	(3,8 M)	▼78,1%	(8,8 M)	(12,3 M)	▼28,5%
Custo de imóveis vendidos	(20,1 M)	(16,2 M)	▲24,0%	(71,4 M)	(64,9 M)	▲9,9%
Resultado de equivalência patrimonial	(0,2 M)	(0,3 M)	▼27,1%	10,5 M	(0,5 M)	nd
Outras receitas (despesas) operacionais	(5,2 M)	(25,9 M)	▼79,8%	(0,2 M)	(22,6 M)	▼99,2%
EBITDA Consolidado	223,8 M	138,8 M	▲61,2%	793,7 M	610,7 M	▲30,0%
<i>Margem EBITDA Consolidado</i>	69,4%	51,7%	▲1.771 p.b	70,2%	62,4%	▲779 p.b

O EBITDA Consolidado aumentou quase cinco vezes quando comparado com 2007, alcançando uma taxa anual de crescimento composto (CAGR) de sete anos de 20,7% e atingindo a maior margem desde o IPO, como mencionado acima. Este resultado foi gerado pela consolidação do portfólio, combinado com um contínuo controle das despesas, mostrado pelo aumento 715 p.b. na margem EBITDA Consolidado quando comparado com 2007, de 63,1%, para 70,2% em 2014.



Evolução do EBITDA Consolidado

Mesmo com as altas margens de projetos imobiliários para venda da Multiplan, a margem EBITDA Consolidado tende a ser menor do que a margem EBITDA de Shopping Center, como demonstrado na próxima página.

Margem EBITDA Shopping Center também atinge o maior patamar desde o IPO

A Multiplan registrou um crescimento robusto de 55,2% do EBITDA Shopping Center no 4T14, devido principalmente (i) ao crescimento de 15,0% da receita líquida de shopping centers, beneficiado pelo crescimento orgânico da receita de locação e a abertura da sétima expansão do BarraShopping; e (ii) uma forte redução (-36,9%) nas despesas. Como resultado, a margem EBITDA Shopping Center passou de 56,4% no 4T13, para 76,1% no 4T14. Em 2014, a margem EBITDA Shopping Center aumentou para 76,2%, ante 68,6% em 2013, alcançando o maior patamar desde o IPO.

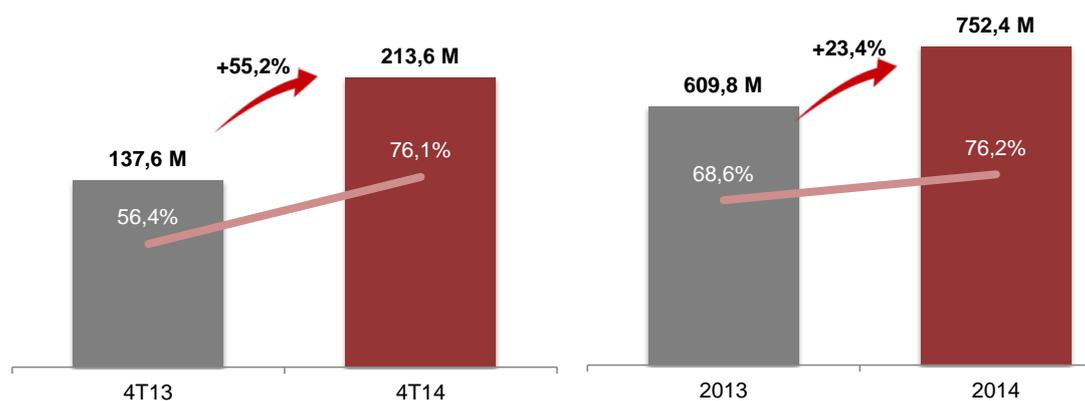
EBITDA Shopping Center (R\$)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Receita Bruta de Shopping Centers ¹	309,5 M	268,3 M	▲15,4%	1.087,4 M	976,1 M	▲11,4%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(28,7 M)	(24,0 M)	▲19,4%	(100,1 M)	(87,5 M)	▲14,4%
Receita Líquida	280,8 M	244,2 M	▲15,0%	987,3 M	888,6 M	▲11,1%
Despesas de sede ²	(27,3 M)	(25,6 M)	▲6,4%	(102,1 M)	(98,1 M)	▲4,1%
Despesas com opções de ações ²	(3,5 M)	(2,9 M)	▲19,6%	(12,8 M)	(10,0 M)	▲27,9%
Despesas de shopping centers	(29,3 M)	(38,4 M)	▼23,9%	(106,6 M)	(124,6 M)	▼14,5%
Despesas com novos projetos para locação	(1,9 M)	(13,7 M)	▼85,8%	(13,1 M)	(23,5 M)	▼44,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5,2 M)	(25,9 M)	▼79,8%	(0,2 M)	(22,6 M)	▼99,2%
EBITDA de Shopping Centers ³	213,6 M	137,6 M	▲55,2%	752,4 M	609,8 M	▲23,4%
Margem EBITDA de Shopping Centers	76,1%	56,4%	▲1.970 p.b	76,2%	68,6%	▲759 p.b
(+) Despesas com novos projetos para locação	1,9 M	13,7 M	▼85,8%	13,1 M	23,5 M	▼44,0%
EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos ⁴	215,5 M	151,4 M	▲42,4%	765,6 M	633,3 M	▲20,9%
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	76,8%	62,0%	▲1.478 p.b	77,5%	71,3%	▲628 p.b

(1) Receita bruta de Shopping Center: não considera a receita com a venda de imóveis e torres comerciais para locação.

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

(3) EBITDA de Shopping Center: não considera receitas, impostos, custos e despesas com operações imobiliárias para locação e venda.

(4) EBITDA de Shopping Center antes de despesas com novos projetos para locação: mesma metodologia do EBITDA de Shopping Centers, desconsiderando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a projetos que ainda não estão em operação.



EBITDA de Shopping Center (R\$) e Margens (%)

Para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de Shopping Centers, a margem aumentaria para 77,5% em 2014, 628 p.b. maior do que em 2013. No 4T14 o aumento foi ainda maior, atingindo 1.478 p.b. acima do 4T13, de 62,0% para 76,8%.

9.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidade

A Multiplan encerrou 2014 com uma dívida líquida de R\$1.876,2 milhões. A posição atual representa uma relação de dívida líquida/EBITDA de 2,36x, uma redução significativa frente ao 3,03x registrado no ano anterior. Além disso, a dívida líquida representa apenas 11,7% do valor justo das propriedades para investimento.

No 4T14, as receitas financeiras alcançaram R\$13,5 milhões, sendo superadas pelas despesas financeiras que atingiram R\$56,8 milhões, gerando um resultado financeiro negativo de R\$43,3 milhões.

Posição Financeira (R\$)	31 de dezembro de 2014	30 de setembro de 2014	Var. %
Passivo Circulante	248,6 M	397,4 M	▼ 37,4%
Empréstimos e financiamentos	206,5 M	207,1 M	▼ 0,3%
Debêntures	9,7 M	152,3 M	▼ 93,6%
Obrigações por aquisição de bens	32,4 M	38,0 M	▼ 14,8%
Passivo não Circulante	1.965,9 M	1.666,1 M	▲ 18,0%
Empréstimos e financiamentos	1.550,2 M	1.494,7 M	▲ 3,7%
Debêntures	398,2 M	150,0 M	▲ 165,5%
Obrigações por aquisição de bens	17,5 M	21,4 M	▼ 18,1%
Dívida Bruta	2.214,5 M	2.063,5 M	▲ 7,3%
Caixa e Equivalentes de Caixa	338,3 M	213,0 M	▲ 58,8%
Dívida Líquida	1.876,2 M	1.850,5 M	▲ 1,4%
EBITDA (12 M)	793,7 M	708,7 M	▲ 12,0%
Valor Justo das Propriedades para Investimento ¹	15.999,3 M	15.821,0 M	▲ 1,1%

¹ Valor Justo das propriedades é baseado na avaliação feita pela Companhia. Para mais informações, favor consultar o tópico 2.

A posição de caixa no 4T14 foi impactada principalmente por saídas de caixa (i) de CAPEX, no montante de R\$78,5 milhões, (ii) o pagamento de juros sobre capital próprio (líquido de imposto) de R\$59,9 milhões, e (iii) amortização de R\$48,8 milhões referentes a dívidas de curto prazo. As saídas de caixa foram integralmente compensadas pela (iv) adição de um novo contrato de financiamento para o desenvolvimento da sétima expansão do BarraShopping (R\$100,0 milhões), (v) o resultado entre o pré-pagamento da segunda debenture e a conclusão da terceira emissão de debenture (R\$100,0 milhões); e (vi) recursos provenientes da geração de caixa operacional.

Como resultado da gestão do endividamento mencionada acima, a Multiplan estendeu o prazo de amortização da dívida (como demonstrado na próxima página), mantendo uma saudável posição de caixa.



Perfil de amortização da dívida em 31 de dezembro de 2014 (R\$)

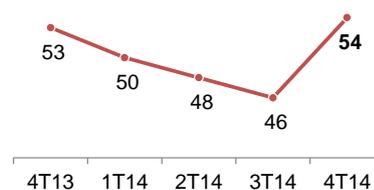
Desalavancagem causada pelo aumento da geração de caixa

A diferença entre o EBITDA 2014 e o EBITDA dos últimos 12 meses em 30 de setembro de 2014, de 12,0%, foi mais forte do que a evolução da dívida líquida (+1,4%) no mesmo período de comparação, resultando na redução do indicador dívida líquida/EBITDA 12 meses de 2,61x em 30 de setembro de 2014, para 2,36x em 31 de dezembro de 2014.

Como resultado do novo contrato de financiamento e as mudanças nas debêntures, o prazo médio ponderado da dívida da empresa aumentou em oito meses no 4T14, para 54 meses, comparando com 46 meses no 3T14.

Indicadores Financeiros*	31/12/2014	30/09/2014
Dívida Líquida/EBITDA (12M)	2,36x	2,61x
Dívida Bruta/EBITDA (12M)	2,79x	2,91x
EBITDA/Despesa Financeira (12M)	3,86x	3,59x
Dívida Líquida/Valor Justo	11,7%	11,7%
Dívida Líquida/Patrimônio Líquido	46,1%	45,9%
Prazo Médio de Amortização (Meses)	54	46

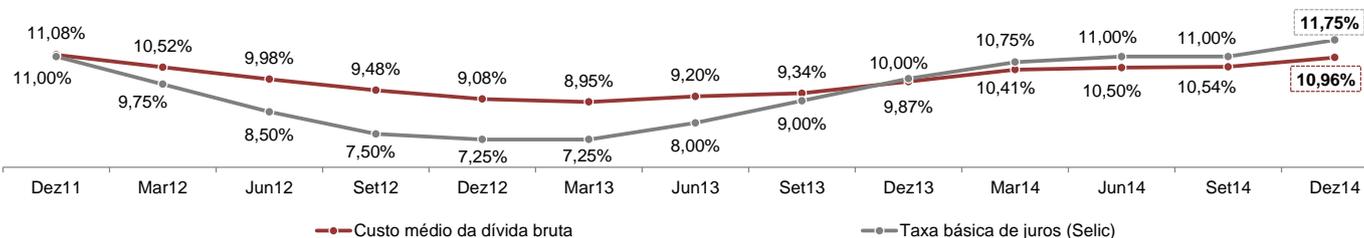
* EBITDA e Despesas Financeiras acumulado nos últimos 12 meses.



Prazo médio de amortização (meses)

Custo de captação aumenta o desconto frente à taxa Selic

Enquanto a taxa básica de juros aumentou 75 p.b. no trimestre, para 11,75%, o custo médio ponderado da dívida aumentou apenas 42 p.b. para 10,96% em 31 de dezembro de 2014, ante 10,54% em 30 de setembro de 2014, expandindo assim a diferença entre o custo médio ponderado da dívida bruta da Companhia e a taxa Selic, de 46 para 79 p.b..



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

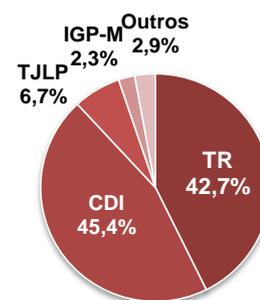
O custo médio ponderado da dívida bruta da Multiplan permaneceu abaixo da Selic pelo quinto trimestre consecutivo, como consequência da estratégia financeira implementada desde o 2T13, aumentando a participação da TR na dívida bruta, de 30,9% no 2T13 para 42,7%, no 4T14.

Indexadores do endividamento em 31 de dezembro de 2014

	Desempenho do Indexador	Taxa de Juros Média ¹	Custo da Dívida	Saldo da Dívida (R\$)
TR ²	0,86%	8,95%	9,85%	946,3 M
CDI	11,75%	1,00%	12,75%	1004,6 M
TJLP	5,00%	3,25%	8,30%	148,8 M
IGP-M ²	3,69%	1,77%	5,46%	50,2 M
IPCA ²	6,41%	7,62%	14,03%	18,8 M
Outros	0,00%	8,03%	8,03%	45,8 M
Total	6,17%	4,77%	10,96%	2.214,5 M

¹ Média ponderada da taxa de juros anual.

² Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.



Indexadores do endividamento da Multiplan em 31 de dezembro de 2014

9.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Lucro líquido mais do que dobra no 4T14, impulsionado por um sólido resultado operacional

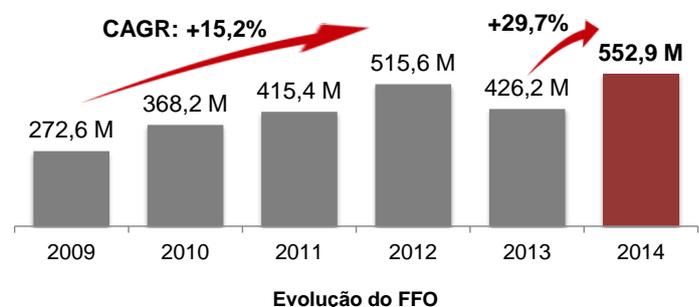
O lucro líquido mais do que dobrou no 4T14, subindo 117,3% para R\$124,2 milhões, como resultado da melhoria do resultado operacional da Companhia, devido principalmente ao (i) crescimento de dois dígitos (20,1%) da receita líquida, combinado com (ii) a queda de 23,9% nas despesas operacionais. Portanto, a margem líquida aumentou para 38,5% no 4T14 de 21,3% no 4T13, crescendo 1.724 p.b. Em 2014, o lucro líquido alcançou um sólido crescimento de 29,3% quando comparado com o ano anterior, adicionando R\$83,5 milhões ao resultado final da Companhia.

Cálculo do Lucro Líquido e FFO (R\$)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Receita líquida	322,5 M	268,6 M	▲20,1%	1.130,4 M	978,2 M	▲15,6%
Despesas operacionais	(98,7 M)	(129,8 M)	▼23,9%	(336,7 M)	(367,5 M)	▼8,4%
Resultado financeiro	(43,3 M)	(35,7 M)	▲21,2%	(165,0 M)	(112,7 M)	▲46,4%
Depreciação e amortização	(40,2 M)	(36,2 M)	▲11,2%	(161,6 M)	(124,9 M)	▲29,3%
Imposto de renda e contribuição social	(17,3 M)	(14,4 M)	▲20,5%	(75,9 M)	(71,8 M)	▲5,6%
Participações minoritárias	0,0 M	(0,0 M)	nd	0,0 M	(0,1 M)	nd
Lucro líquido ajustado	123,0 M	52,6 M	▲134,1%	391,3 M	301,2 M	▲29,9%
Imposto de renda e contribuição social diferido	1,2 M	4,6 M	▼74,4%	(23,3 M)	(16,7 M)	▲39,7%
Lucro líquido	124,2 M	57,1 M	▲117,3%	368,1 M	284,6 M	▲29,3%
Depreciação e amortização	40,2 M	36,2 M	▲11,2%	161,6 M	124,9 M	▲29,3%
Imposto de renda e contribuição social diferido	(1,2 M)	(4,6 M)	▼74,4%	23,3 M	16,7 M	▲39,7%
Fluxo de caixa operacional	163,2 M	88,7 M	▲84,0%	552,9 M	426,2 M	▲29,7%
Fluxo de caixa operacional por ação ¹	0,87	0,47	▲83,5%	2,94	2,27	▲29,3%

¹ Ações em circulação no final de cada período, ajustadas por ações em tesouraria.

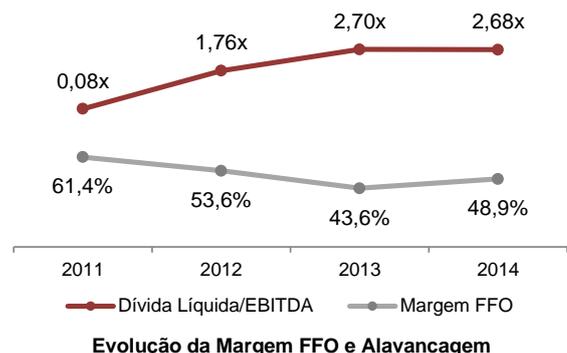
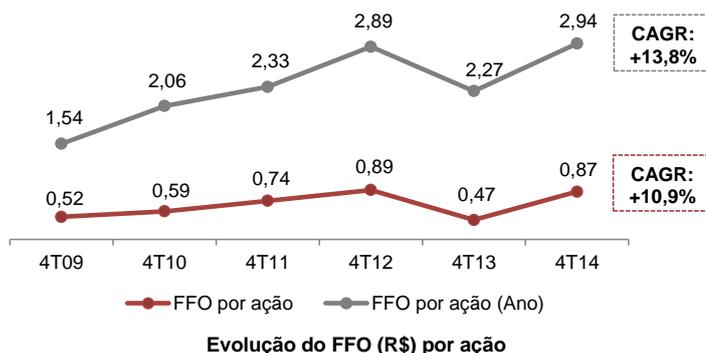
FFO registra um CAGR de cinco anos de 15,2% em 2014

O Fluxo de Caixa Operacional (FFO) alcançou R\$163,2 milhões no 4T14, 84,0% maior do que no 4T13. Em 2014, o FFO atingiu R\$552,9 milhões, representando um CAGR de cinco anos de 15,2%, e um aumento de 29,7% quando comparado com 2013.



FFO por ação atinge o maior patamar desde o IPO

No 4T14, o FFO por ação quase dobrou quando comparado com o 4T13, alcançando um CAGR de cinco anos de 10,9%. Para o ano encerrado em dezembro de 2014, o FFO por ação foi de R\$2,94, o maior patamar desde o IPO, representando um CAGR de cinco anos de 13,8%.



10. Desenvolvimento de Projetos

O CAPEX total investido em 2014 pela Multiplan foi de R\$301,7 milhões

4T14 - A Multiplan investiu R\$78,5 milhões no quarto trimestre de 2014, dos quais R\$29,1 milhões foram para expansões de shopping centers, R\$20,1 milhões para desenvolvimento de shoppings, R\$19,5 milhões para revitalizações, TI e outros, R\$6,0 milhões para aquisição de terrenos e R\$3,8 milhões para torres comerciais.

2014 - Em 2014, um total de R\$301,7 milhões foram investidos, dos quais 44,4% foram direcionados para expansões, como a fase final da expansão do BarraShopping e pequenas expansões no BarraShoppingSul, Pátio Savassi e MorumbiShopping.

Nos últimos cinco anos o CAPEX total investido foi de R\$3,6 bilhões.

Investimento (R\$)	4T14	% total	2014	% total
Shopping Centers	20,1 M	25,6%	36,0 M	11,9%
Expansões	29,1 M	37,0%	133,9 M	44,4%
Torres para Locação	3,8 M	4,9%	11,3 M	3,7%
Revitalizações, TI e Outros	19,5 M	24,8%	72,2 M	23,9%
Compra de terrenos	6,0 M	7,6%	48,3 M	16,0%
Investimento	78,5 M	100,0%	301,7 M	100,0%

10.1 Novos Shopping Centers

ParkShoppingCanoas: construção iniciada

A Multiplan iniciou a construção do ParkShoppingCanoas, seu 19º shopping center, localizado em Canoas, no estado do Rio Grande do Sul. O ParkShoppingCanoas, atualmente em fase de pré-locação, terá um projeto de arquitetura inovador e ampla área de entretenimento e serviços, distribuídos em 258 lojas, com uma Área Bruta Locável (ABL) de 48,0 mil m². O empreendimento oferecerá hipermercado, pista de patinação no gelo, academia, parque de diversões indoor, cinco salas de cinema categoria *stadium*, seis restaurantes com varanda para o parque municipal Getúlio Vargas, e praça de alimentação, com 28 operações.

Além disso, contará com 2.500 vagas de estacionamento, das quais aproximadamente 1.000 serão cobertas. O empreendimento permite também o desenvolvimento futuro de projetos multiuso. A Multiplan terá uma participação de 80,0% no shopping center. Devido a um acordo de permuta, a participação da Companhia no custo de construção do empreendimento (CAPEX) será de 94,7%.



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

10.2 Multiuso: Comercial e residencial para a venda

Torres no BarraShoppingSul somam R\$265,5 milhões de VGV

O Résidence du Lac, um edifício residencial, com 9.960m², concluiu 100% das vendas dos seus apartamentos, com um preço médio de R\$12.190/m². A Diamond Tower, uma torre de escritórios, está com 97% das suas unidades vendidas com um preço médio de R\$10.440/m². Os projetos têm entrega prevista para o primeiro trimestre de 2015 e um Valor Geral de Vendas (VGV) estimado em R\$265,5 milhões.

Torres para venda							
Projeto	Localização	Tipo	Inauguração	Área	%Mult.	VGV ¹	Preço Médio/m ²
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritório	1T15	13.800 m ²	100,0%	144,1 M	10.440
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	1T15	9.960 m ²	100,0%	121,4 M	12.190
Total				23.760 m²	100,0%	265,5 M	11.173

¹ Valor Geral de Vendas



Cristal Tower
(entrega no 3T11)



Diamond Tower
(entrega prevista para 1T15)



Résidence du Lac
(entrega prevista para 1T15)

10.3 Banco de terrenos e futuros projetos multiuso

Atualmente a Multiplan detém 874 mil m² de terrenos para o desenvolvimento futuros de projetos multiuso

A Multiplan possui 873,8 mil m² em terrenos para projetos futuros. Com base em estudos internos dos projetos, a Companhia estima uma área privativa potencial para venda¹ de 1,0 milhão de m². Todas as áreas listadas abaixo são integradas aos shopping centers da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso, primariamente para a venda¹. A Companhia também tem um potencial de crescimento de ABL de aproximadamente 150 mil m² por meio de novas expansões, que não está incluído na tabela abaixo.

Localização	Área do terreno (100%)	Área privativa (100%)	Tipo de projeto	% Multiplan
BarraShoppingSul	159.587 m ²	304.515 m ²	Hotel, Apart-Hotel, Escritório e Residencial	100%
JundiaíShopping	4.500 m ²	11.616 m ²	Escritório	100%
ParkShoppingBarigüi	28.214 m ²	43.376 m ²	Apart-Hotel e Escritório	94%
ParkShoppingCampoGrande	317.755 m ²	92.774 m ²	Escritório e Residencial	90%
ParkShoppingCanoas	18.721 m ²	22.457 m ²	Hotel, Apart-Hotel e Escritório	nd.
ParkShoppingSãoCaetano	36.948 m ²	138.000 m ²	Escritório	100%
Parque Shopping Maceió	140.000 m ²	164.136 m ²	Escritório e Residencial	50%
RibeirãoShopping	102.295 m ²	138.749 m ²	Hotel, Apart-Hotel, Escritório e Residencial	100%
Shopping AnáliaFranco	29.800 m ²	89.600 m ²	Residencial	36%
VillageMall	36.000 m ²	36.077 m ²	Escritório	100%
Total	873.819 m²	1.041.299 m²		86%



Ilustração do projeto multiuso no ParkShoppingBarigüi
 Ilustração artística do projeto preliminar – sujeito a modificação sem aviso prévio

¹ Estas informações têm caráter informativo para o melhor entendimento do potencial de crescimento da Companhia, não constituindo uma obrigação de executá-la, além de poderem ser modificados ou cancelados sem qualquer aviso prévio

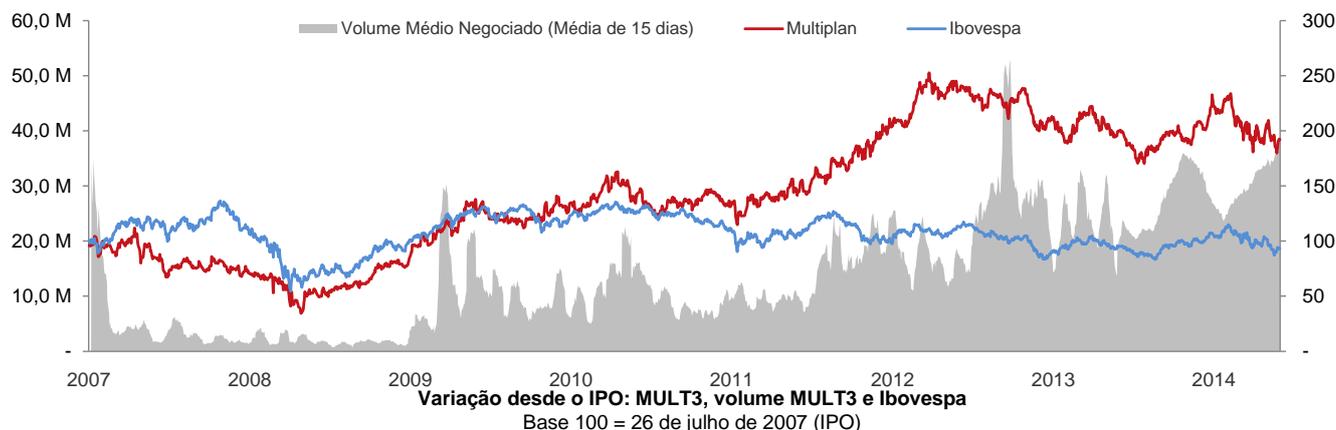
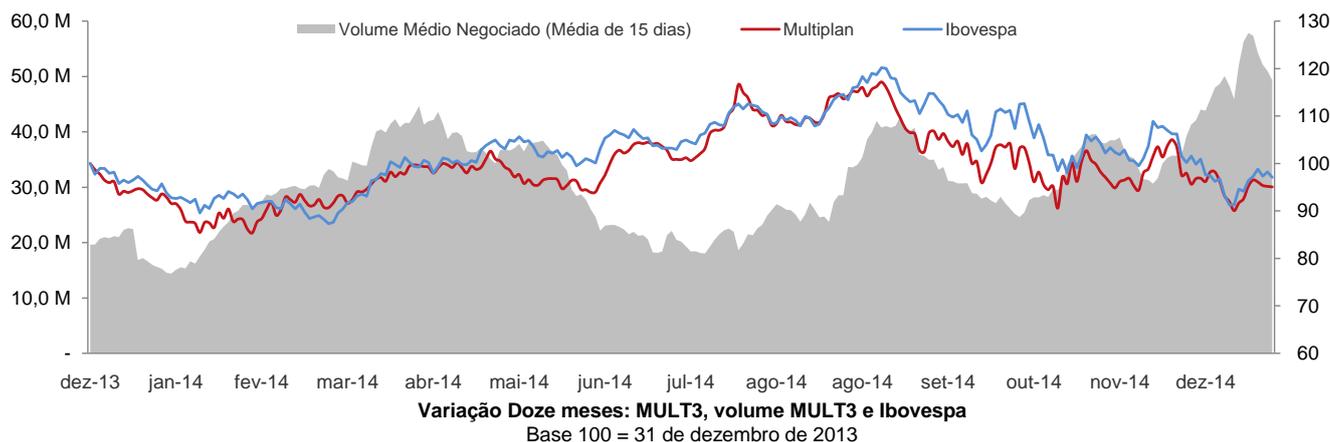
11. MULT3 e Mercado de Ações

Aumento de 75,3% no volume médio diário negociado no 4T14

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o ano de 2014 cotada a R\$47,44/ação, uma redução de 4,9% quando comparada com o fim de 2013. O volume médio diário de ações negociadas foi de R\$39,3 milhões no 4T14 e R\$31,7 milhões em 2014, ficando 19,3% acima de 2013 (R\$26,5 milhões). Considerando-se a média diária de ações negociadas em 2014, houve um aumento de 30,1% sobre 2013.

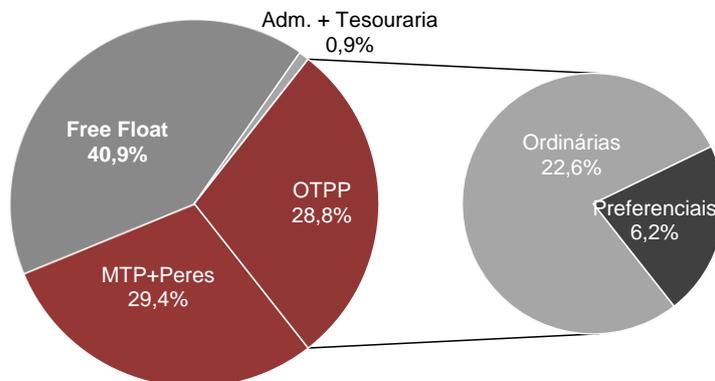
As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: Ibovespa, Índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All

World Emerging Index, FTSE All World EX US Index Fund, MSCI Emerging Markets Index, MSCI BRIC Index Fund, SPL Total International Stock Index, S&P Global ex-US Property Index, Market Vectors Brazil Index Total Return e Market Vectors Brazil Index Price.



MULT3 na BM&FBOVESPA	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	48,81	51,80	▼5,8%	49,61	53,98	▼8,1%
Preço de fechamento (R\$)	47,44	49,90	▼4,9%	47,44	49,90	▼4,9%
Volume médio diário negociado (R\$)	39,3 M	22,4 M	▲75,3%	31,7 M	26,5 M	▲19,3%
Valor de mercado (R\$)	9.013,5 M	9.480,9 M	▼4,9%	9.013,5 M	9.480,9 M	▼4,9%

Em 31 de dezembro de 2014, 29,4% das ações da Companhia eram detidas direta e indiretamente pelo Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 28,8% e o *free-float* era equivalente a 40,9%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizavam 0,9% das ações emitidas. O total de ações emitidas é de 189.997.214.



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

Evento Recente

Multiplan passa a integrar o Ibovespa

A Companhia ingressou na nova carteira do Ibovespa, válida para o quadrimestre de janeiro a abril de 2015, com participação de 0,414%, equivalente à 47ª posição mais representativa do índice, de um total de 68 ativos listados. O Ibovespa é o mais importante indicador do desempenho médio das cotações dos ativos de maior negociabilidade e representatividade do mercado de ações brasileiro. O índice é composto pelas ações de companhias listadas na BM&FBOVESPA que atendem a critérios de liquidez, volume financeiro e presença no pregão.

12. Portfólio

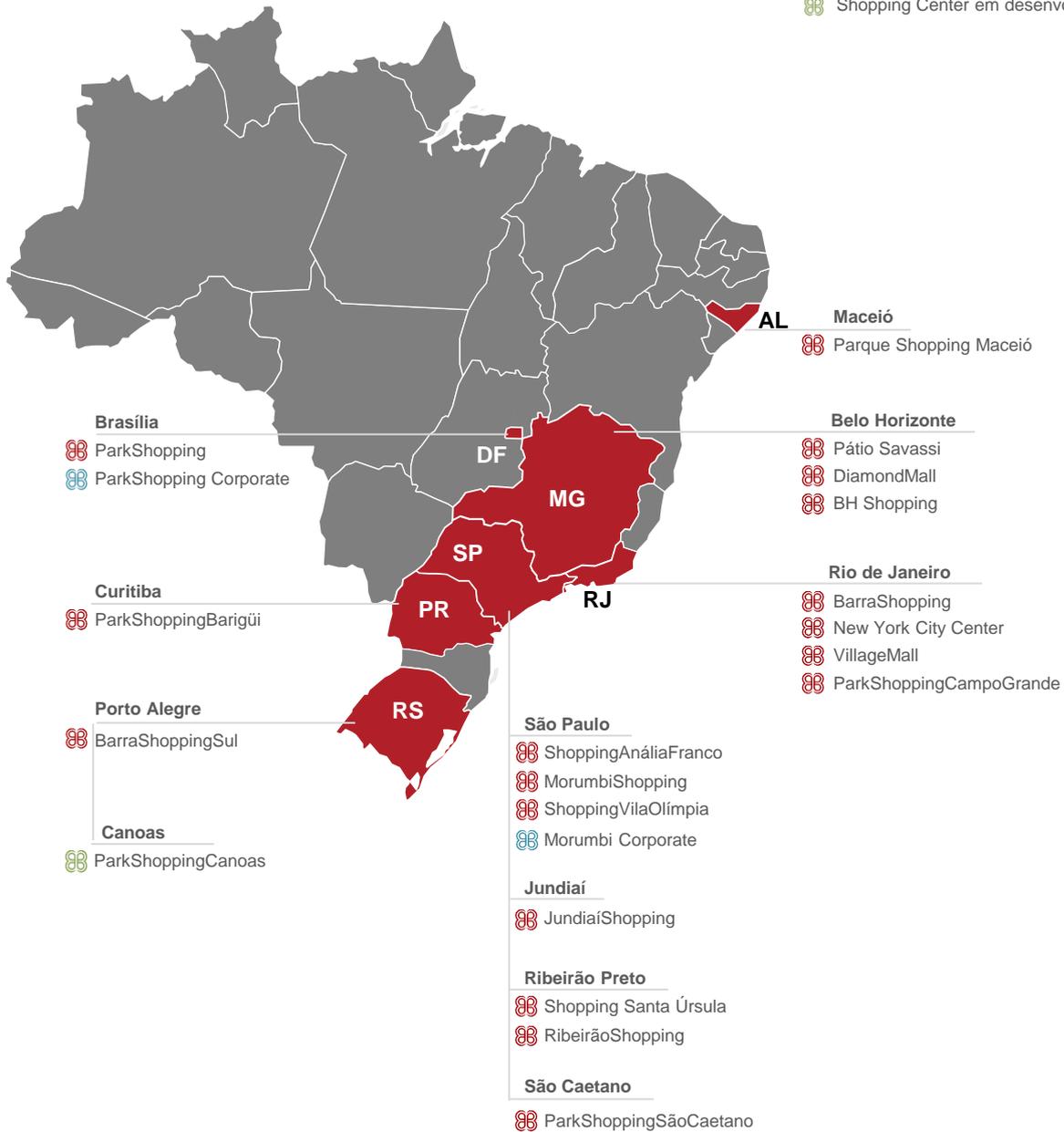
Portfólio – 4T14	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Aluguel (mês) ¹	Vendas (mês) ²	Taxa de Ocupação Média
Shopping Centers em operação							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.092 m ²	207 R\$/m ²	2.603 R\$/m ²	99,7%
RibeirãoShopping	1981	SP	80,0%	68.656 m ²	93 R\$/m ²	1.323 R\$/m ²	99,7%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	74.739 m ²	333 R\$/m ²	3.031 R\$/m ²	99,7%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	55.512 m ²	255 R\$/m ²	3.047 R\$/m ²	99,5%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.509 m ²	156 R\$/m ²	2.281 R\$/m ²	99,6%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m ²	205 R\$/m ²	2.759 R\$/m ²	99,9%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m ²	59 R\$/m ²	924 R\$/m ²	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.005 m ²	163 R\$/m ²	2.186 R\$/m ²	98,8%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.674 m ²	114 R\$/m ²	1.897 R\$/m ²	100,0%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	17.649 m ²	156 R\$/m ²	2.162 R\$/m ²	100,0%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m ²	34 R\$/m ²	845 R\$/m ²	95,7%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	70.504 m ²	88 R\$/m ²	1.622 R\$/m ²	99,7%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.492 m ²	108 R\$/m ²	1.390 R\$/m ²	98,0%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.274 m ²	105 R\$/m ²	1.479 R\$/m ²	98,9%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	34.389 m ²	90 R\$/m ²	1.282 R\$/m ²	98,5%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.819 m ²	87 R\$/m ²	1.231 R\$/m ²	96,2%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.685 m ²	125 R\$/m ²	1.902 R\$/m ²	99,7%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.701 m ²	59 R\$/m ²	879 R\$/m ²	96,2%
Subtotal Shopping Centers em operação			73,8%	764.413 m²	147 R\$/m²	1.919 R\$/m²	99,0%
Torre Comercial							
ParkShopping Corporate	2012	DF	50,0%	13.360 m ²	-	-	Em locação
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198 m ²	-	-	74,3%
Subtotal Torre Comercial			92,4%	87.558 m²			
Shopping Centers em desenvolvimento							
ParkShoppingCanoas	TBA	RS	80,0%	48.000 m ²			
Subtotal Shopping Centers em desenvolvimento			80,0%	48.000 m²			
Expansões em desenvolvimento							
Expansão Centro Médico BarraShopping	2015	RJ	51,1%	3.522 m ²			
Subtotal expansões em desenvolvimento			51,1%	3.522 m²			
Total portfólio			75,8%	903.493 m²			

¹Vendas por m²: vendas de lojas que informam vendas divididas pelas respectivas ABL.

²Aluguel por m²: 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).

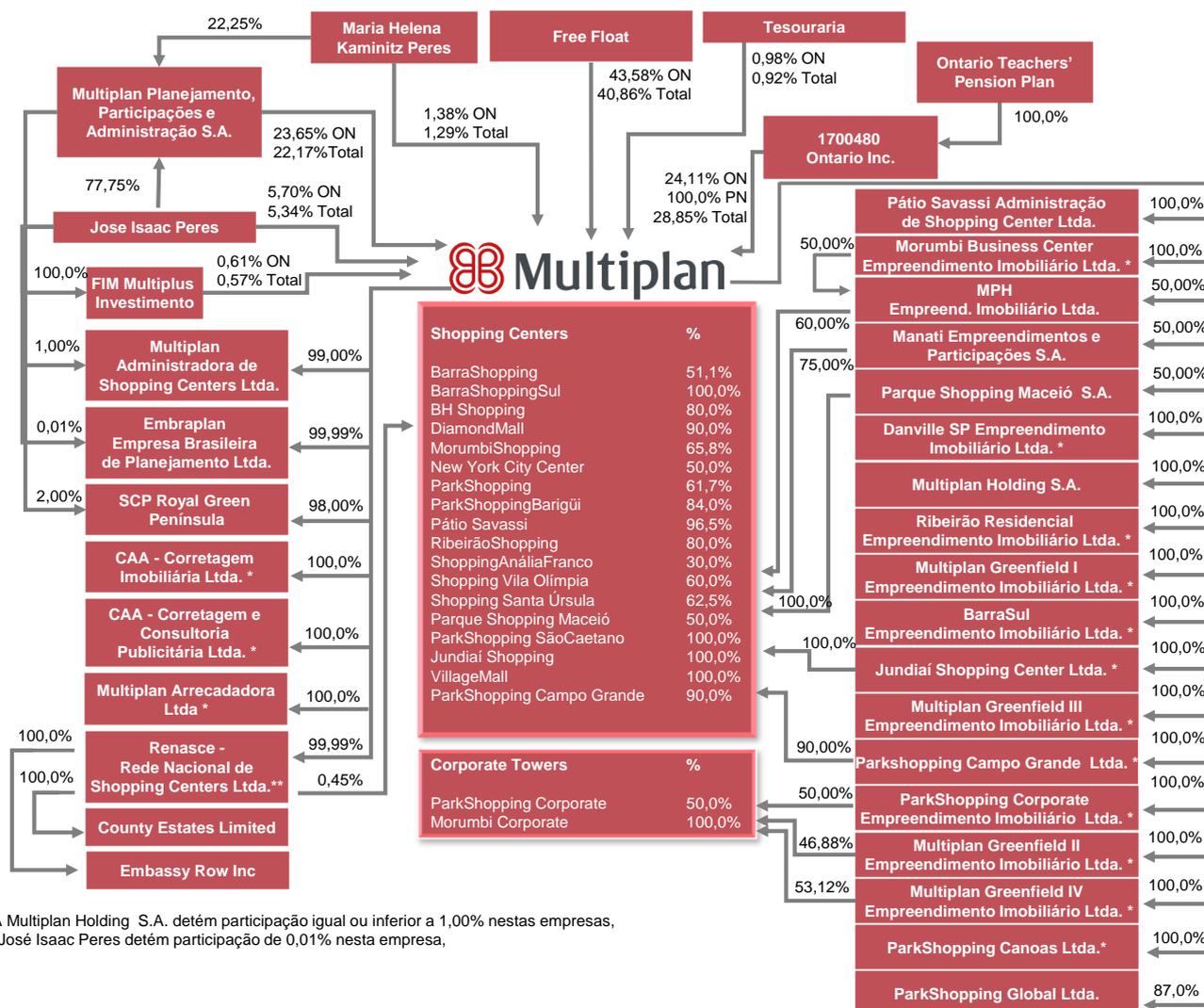
Mapa de Operações

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



13. Estrutura Societária

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14. Dados Operacionais e Financeiros
Destques Operacionais e Financeiros

Desempenho¹						
Desempenho Financeiro (MTE %)	4T14	4T13	Var.%	2014	2013	Var.%
Receita bruta R\$'000	355.476	295.042	▲20,5%	1.244.970	1.074.557	▲15,9%
Receita líquida R\$'000	322.497	268.595	▲20,1%	1.130.378	978.213	▲15,6%
Receita líquida R\$/m ²	583,6	504,9	▲15,6%	2.053,5	1.883,9	▲9,0%
Receita líquida US\$/pé ²	20,5	19,9	▲3,2%	72,1	74,1	▼2,7%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	240.206	191.251	▲25,6%	810.567	684.227	▲18,5%
Receita de locação R\$/m ²	434,7	359,5	▲20,9%	1.472,5	1.317,7	▲11,7%
Receita de locação US\$/pé ²	15,3	14,1	▲7,9%	51,7	51,8	▼0,3%
Receita de locação mensal R\$/m ²	158,5	135,8	▲16,7%	121,3	109,0	▲11,3%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	5,6	5,3	▲4,2%	4,3	4,3	▼0,7%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	250.876	190.785	▲31,5%	846.144	691.257	▲22,4%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	454,0	358,6	▲26,6%	1.537,1	1.331,3	▲15,5%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	15,9	14,1	▲13,0%	54,0	52,4	▲3,0%
Margem NOI	87,8%	83,2%	▲453 p.b	87,4%	84,7%	▲267 p.b
NOI por ação R\$	1,33	1,02	▲31,0%	4,49	3,69	▲22,0%
NOI + CD R\$'000	258.189	203.720	▲26,7%	882.980	744.117	▲18,7%
NOI + CD R\$/m ²	467,2	382,9	▲22,0%	1.604,0	1.433,1	▲11,9%
NOI + CD US\$/pé ²	16,4	15,1	▲8,9%	56,3	56,4	▼0,1%
Margem NOI + CD	88,1%	84,1%	▲394 p.b	87,9%	85,7%	▲220 p.b
NOI + CD por ação R\$	1,37	1,09	▲26,3%	4,69	3,97	▲18,2%
Despesas de sede R\$'000	31.335	28.200	▲11,1%	116.951	108.026	▲8,3%
Despesas de sede/Receita líquida	9,7%	10,5%	▼78 p.b	10,3%	11,0%	▼70 p.b
EBITDA R\$'000	223.815	138.837	▲61,2%	793.719	610.691	▲30,0%
EBITDA R\$/m ²	405,0	261,0	▲55,2%	1.441,9	1.176,1	▲22,6%
EBITDA US\$/pé ²	14,2	10,3	▲38,5%	50,6	46,3	▲9,4%
Margem EBITDA	69,4%	51,7%	▲1.771 p.b	70,2%	62,4%	▲779 p.b
EBITDA por ação R\$	1,19	0,74	▲60,6%	4,22	3,26	▲29,5%
Lucro líquido ajustado R\$'000	123.030	52.565	▲134,1%	391.326	301.224	▲29,9%
Lucro líquido ajustado R\$/m ²	222,6	98,8	▲125,3%	710,9	580,1	▲22,5%
Lucro líquido ajustado US\$/pé ²	7,8	3,9	▲101,1%	25,0	22,8	▲9,4%
Margem líquida ajustada	38,1%	19,6%	▲1.858 p.b	34,6%	30,8%	▲383 p.b
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,65	0,28	▲133,2%	2,08	1,61	▲29,4%
FFO R\$'000	163.247	88.729	▲84,0%	552.891	426.152	▲29,7%
FFO R\$/m ²	295,4	166,8	▲77,1%	1.004,4	820,7	▲22,4%
FFO US\$'000	61.677	37.564	▲64,2%	208.890	180.412	▲15,8%
FFO US\$/pé ²	10,4	6,6	▲58,1%	35,3	32,3	▲9,2%
Margem FFO	50,6%	33,0%	▲53,2%	48,9%	43,6%	▲12,3%
FFO por ação R\$	0,87	0,47	▲83,3%	2,94	2,27	▲29,3%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,6468	2,3621	▲12,1%	2,6468	2,3621	▲12,1%

¹Valores em R\$/m² e US\$/pé consideram a ABL próprio ajustada de shopping center.

Destques Operacionais e Financeiros

Performance						
Desempenho do Mercado	4T14	4T13	Var.%	2014	2013	Var.%
Número de ações	189.997.214	189.997.214	-	189.997.214	189.997.214	-
Ações ordinárias	178.138.867	178.138.867	-	178.138.867	178.138.867	-
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	-	11.858.347	11.858.347	-
Preço médio da ação R\$	48,81	51,80	▼5,8%	49,61	53,98	▼8,1%
Preço de fechamento da ação R\$	47,44	49,90	▼4,9%	47,44	49,90	▼4,9%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	39.345	22.439	▲75,3%	31.677	26.543	▲19,3%
Valor de mercado (R\$ '000)	9.013.468	9.480.861	▼4,9%	9.013.468	9.480.861	▼4,9%
Dívida bruta (R\$ '000)	2.214.519	2.203.574	▲0,5%	2.214.519	2.203.574	▲0,5%
Caixa (R\$ '000)	338.322	351.542	▼3,8%	338.322	351.542	▼3,8%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.876.197	1.852.032	▲1,3%	1.876.197	1.852.032	▲1,3%
P/FFO (Últimos 12 meses)	16,3 x	22,2 x	▼26,6%	16,3 x	22,2 x	▼26,6%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	13,7 x	18,6 x	▼26,2%	13,7 x	18,6 x	▼26,2%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,4 x	3,0 x	▼21,2%	2,4 x	3,0 x	▼21,2%
Valor Justo por ação R\$	84,99	78,06	▲8,9%	84,99	78,06	▲8,9%

Desempenho						
Operacional (100%)	4T14	4T13	Var.%	2014	2013	Var.%
ABL Shopping Center total final (m ²)	766.868	749.834	▲2,3%	766.868	749.834	▲2,3%
ABL Shopping Center própria final (m ²)	565.949	554.103	▲2,1%	565.949	554.103	▲2,1%
ABL Shopping Center própria %	73,8%	73,9%	▼10 p.b	73,8%	73,9%	▼10 p.b
ABL Shopping Center total ajustada (med.) ¹ (m ²)	748.760	716.215	▲4,5%	745.901	694.862	▲7,3%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) ¹ (m ²)	552.585	531.987	▲3,9%	550.475	519.241	▲6,0%
ABL total final (m ²)	854.426	837.392	▲2,0%	854.426	837.392	▲2,0%
ABL própria final (m ²)	646.827	634.981	▲1,9%	646.827	634.981	▲1,9%
Vendas totais R\$'000	4.062.174	3.650.580	▲11,3%	12.760.553	11.385.720	▲12,1%
Vendas totais R\$/m ² ²	5.757	5.616	▲2,5%	18.904	17.617	▲7,3%
Vendas totais US\$/pé ² ²	202	221	▼8,5%	664	693	▼4,2%
Vendas das lojas satélites R\$/m ² ²	8.095	7.638	▲6,0%	25.573	23.935	▲6,8%
Vendas das lojas satélites USD/pé ² ²	284	300	▼5,4%	898	941	▼4,6%
Aluguel total R\$/m ²	444	405	▲9,6%	1.359	1.304	▲4,2%
Aluguel total USD/pé ²	15,6	15,9	▼2,2%	47,7	51,3	▼7,0%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲7,9%	▲7,6%	▲30 p.b	▲7,9%	▲7,4%	▲50 p.b
Vendas na Mesma Área	▲8,8%	▲8,0%	▲80 p.b	▲9,0%	▲7,5%	▲150 p.b
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲9,2%	▲8,0%	▲120 p.b	▲8,8%	▲9,6%	▼80 p.b
Aluguel na Mesma Área	▲8,2%	▲7,3%	▲90 p.b	▲7,3%	▲8,7%	▼140 p.b
Efeito IGP-DI	▲5,6%	▲6,7%	▼110 p.b	▲5,8%	▲7,1%	▼133 p.b
Custos de ocupação	11,7%	11,7%	▲1 p.b	12,7%	12,9%	▼16 p.b
Aluguel como % das vendas	7,4%	7,4%	▲3 p.b	7,5%	7,6%	▼10 p.b
Outros como % das vendas	4,3%	4,3%	▼2 p.b	5,3%	5,3%	▼5 p.b
Turnover	0,5%	0,7%	▼23 p.b	4,8%	5,1%	▼30 p.b
Taxa de ocupação	99,0%	98,6%	▲40 p.b	98,7%	98,1%	▲60 p.b
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,7%	1,8%	▼10 p.b	1,9%	1,9%	▼5 p.b
Perda de aluguel	0,6%	1,1%	▼50 p.b	0,8%	0,7%	▲5 p.b

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

² 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
	4T14	4T14	Diferença	2014	2014	Diferença
Receita de Locação	258.373	262.723	4.350	787.212	801.340	14.128
Serviços	29.313	29.309	(4)	119.266	119.070	(196)
Cessão de direitos	6.933	7.313	380	35.252	36.835	1.583
Receita de estacionamento	45.060	45.649	589	155.875	157.570	1.695
Venda de imóveis	32.508	32.508	-	117.318	117.318	-
Apropriação de receita de aluguel linear	(22.770)	(22.517)	253	8.567	9.227	661
Outras	933	491	(442)	3.539	3.611	71
Receita Bruta	350.350	355.476	5.126	1.227.028	1.244.970	17.942
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(32.629)	(32.978)	(349)	(113.574)	(114.592)	(1.018)
Receita Líquida	317.721	322.497	4.776	1.113.454	1.130.378	16.924
Despesas de sede	(31.335)	(31.335)	-	(116.919)	(116.951)	(32)
Despesas com opções de ações	(4.008)	(4.008)	-	(14.679)	(14.679)	-
Despesas de shopping centers	(27.970)	(29.267)	(1.297)	(102.031)	(106.557)	(4.526)
Despesas com escritórios para locação	(5.712)	(5.712)	-	(15.436)	(15.436)	-
Despesas com novos projetos para locação	(1.950)	(1.950)	-	(13.148)	(13.148)	-
Despesas com novos projetos para venda	(823)	(823)	-	(8.808)	(8.808)	-
Custo de imóveis vendidos	(20.110)	(20.110)	-	(71.363)	(71.363)	-
Resultado de equivalência patrimonial	1.058	(241)	(1.299)	15.837	10.457	(5.380)
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.816)	(5.237)	(420)	216	(175)	(391)
EBITDA	222.055	223.815	1.760	787.124	793.719	6.595
Receitas financeiras	13.105	13.518	413	39.056	40.671	1.615
Despesas financeiras	(55.832)	(56.812)	(980)	(201.507)	(205.643)	(4.135)
Depreciações e amortizações	(39.204)	(40.218)	(1.014)	(157.665)	(161.564)	(3.899)
Lucro Antes do Imposto de Renda	140.124	140.304	180	467.007	467.182	175
Imposto de renda e contribuição social	(17.334)	(17.308)	26	(75.897)	(75.871)	26
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.419	1.175	(244)	(23.063)	(23.264)	(201)
Participação dos acionistas minoritários	33	33	-	15	15	-
Lucro Líquido	124.243	124.204	(38)	368.062	368.062	-

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

As principais variações no 4T14 e 2014 são: (i) aumento de R\$4,4 M e R\$14,1 M nas receitas de locação; (ii) aumento de R\$1,3 M e R\$4,6 M nas despesas de shopping centers, (iii) aumento de R\$0,6 M e R\$2,0 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$1,0 M e R\$3,9 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima, houve aumentos de R\$1,3 M e R\$5,4 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 31/12/2014	Gerencial 31/12/2014	CPC 19 R2 Diferença
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	170.926	183.311	12.385
Aplicações financeiras	155.011	155.011	-
Contas a receber	345.182	350.423	5.241
Terrenos e imóveis a comercializar	156.420	156.420	-
Partes relacionadas	2.486	2.486	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	2.661	2.661	-
Adiantamentos diversos	20.945	20.945	-
Outros	18.030	18.660	630
Total do Ativo Circulante	871.661	889.917	18.256
Ativo não Circulante			
Contas a receber	51.517	51.543	26
Terrenos e imóveis a comercializar	193.784	193.784	-
Partes relacionadas	12.422	12.422	-
Depósitos judiciais	13.369	14.000	631
Imposto de renda e contribuição social diferidos	16.045	18.453	2.408
Outros	17.134	19.992	2.858
Investimentos	135.127	6.670	(128.457)
Propriedades para investimento	4.971.154	5.128.894	157.740
Imobilizado	32.476	32.476	-
Intangível	348.527	349.532	1.005
Total do Ativo não Circulante	5.791.555	5.827.764	36.209
Total Ativo	6.663.216	6.717.681	54.465

As principais diferenças referentes à participação de 37,5% no Shopping Santa Úrsula e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$157,7 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$12,4 M em caixa e equivalentes a caixa.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$128,5 M na conta de investimento, visto que ativos e passivos dessas empresas passaram a ser apresentados nesta conta de acordo com o CPC 19 (R2).

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

PASSIVO (R\$ '000)	IFRS com		Efeito CPC 19 R2 Diferença
	CPC 19 R2 31/12/2014	Gerencial 31/12/2014	
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	203.138	206.481	3.343
Debêntures	9.735	9.735	-
Contas a pagar	89.416	90.113	697
Obrigações por aquisição de bens	32.378	32.378	-
Impostos e contribuições a recolher	45.176	45.228	52
Dividendos a pagar	73.059	73.059	-
Receitas diferidas	33.541	33.673	132
Outros	5.590	5.614	24
Total Passivo Circulante	492.033	496.281	4.248
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.507.955	1.550.173	42.218
Debêntures	398.223	398.223	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	157.840	159.699	1.859
Obrigações por aquisição de bens	17.529	17.529	-
Outros	5	5	-
Provisão para contingências	15.322	15.942	620
Receitas diferidas	4.655	10.175	5.520
Total do Passivo não Circulante	2.101.529	2.151.746	50.217
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.388.062	2.388.062	-
Reserva de capital	966.084	966.084	-
Reserva de lucros	932.424	932.424	-
Gasto com emissão de ações	(38.993)	(38.993)	-
Ações em tesouraria	(90.704)	(90.704)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	-	-	-
Participação dos acionistas minoritários	2.777	2.777	-
Total do Patrimônio Líquido	4.069.654	4.069.654	-
Total Passivo	6.663.216	6.717.681	54.465

As diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$45,6 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\$5,7 M em receitas e custos diferidos.

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

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Receita de Locação	258.373	214.447	▲20,5%	787.212	674.265	▲16,8%
Serviços	29.313	27.159	▲7,9%	119.266	105.449	▲13,1%
Cessão de direitos	6.933	12.636	▼45,1%	35.252	52.382	▼32,7%
Receita de estacionamento	45.060	37.730	▲19,4%	155.875	130.877	▲19,1%
Venda de imóveis	32.508	25.461	▲27,7%	117.318	97.130	▲20,8%
Apropriação de receita de aluguel linear	(22.770)	(25.325)	▼10,1%	8.567	5.179	▲65,4%
Outras	933	332	▲181,0%	3.539	3.585	▼1,3%
Receita Bruta	350.350	292.440	▲19,8%	1.227.028	1.068.867	▲14,8%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(32.629)	(26.268)	▲24,2%	(113.574)	(95.813)	▲18,5%
Receita Líquida	317.721	266.172	▲19,4%	1.113.454	973.054	▲14,4%
Despesas de sede	(31.335)	(28.206)	▲11,1%	(116.919)	(107.998)	▲8,3%
Despesas com opções de ações	(4.008)	(3.207)	▲25,0%	(14.679)	(11.034)	▲33,0%
Despesas de shopping centers	(27.970)	(36.506)	▼23,4%	(102.031)	(121.113)	▼15,8%
Despesas com escritórios para locação	(5.712)	-		(15.436)	-	
Despesas com novos projetos para locação	(1.950)	(13.300)	▼85,3%	(13.148)	(21.474)	▼38,8%
Despesas com novos projetos para venda	(823)	(3.756)	▼78,1%	(8.808)	(12.312)	▼28,5%
Custo de imóveis vendidos	(20.110)	(16.214)	▲24,0%	(71.363)	(64.912)	▲9,9%
Resultado de equivalência patrimonial	1.058	(1.221)	nd	15.837	(2.212)	nd
Outras receitas (despesas) operacionais	(4.816)	(25.871)	▼81,4%	216	(22.634)	nd
EBITDA	222.055	137.891	▲61,0%	787.124	609.365	▲29,2%
Receitas financeiras	13.105	12.660	▲3,5%	39.056	49.031	▼20,3%
Despesas financeiras	(55.832)	(48.388)	▲15,4%	(201.507)	(162.347)	▲24,1%
Depreciações e amortizações	(39.204)	(35.429)	▲10,7%	(157.665)	(123.344)	▲27,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda	140.124	66.734	▲110,0%	467.007	372.705	▲25,3%
Imposto de renda e contribuição social	(17.334)	(14.234)	▲21,8%	(75.897)	(71.406)	▲6,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.419	4.652	▼69,5%	(23.063)	(16.690)	▲38,2%
Participação dos acionistas minoritários	33	(15)	nd	15	(55)	nd
Lucro Líquido	124.243	57.137	▲117,4%	368.062	284.554	▲29,3%

(R\$'000)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
NOI	246.981	190.346	▲29,8%	834.187	689.208	▲21,0%
<i>Margem NOI</i>	88,0%	83,9%	▲409 p.b	87,7%	85,1%	▲260 p.b
NOI + Cessão de Direitos	253.914	202.982	▲25,1%	869.439	741.590	▲17,2%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,3%	84,8%	▲353 p.b	88,1%	86,0%	▲214 p.b
EBITDA de Shopping Centers	210.608	137.606	▲53,1%	740.787	610.162	▲21,4%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	76,3%	56,9%	▲1.939 p.b	76,3%	69,1%	▲727 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	222.055	137.891	▲61,0%	787.124	609.365	▲29,2%
<i>Margem de EBITDA</i>	69,9%	51,8%	▲1.808 p.b	70,7%	62,6%	▲807 p.b
Lucro Líquido	124.243	57.137	▲117,4%	368.062	284.554	▲29,3%
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	39,1%	21,5%	▲1.764 p.b	33,1%	29,2%	▲381 p.b
Lucro Líquido Ajustado	122.824	52.485	▲134,0%	391.125	301.244	▲29,8%
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	38,7%	19,7%	▲1.894 p.b	35,1%	31,0%	▲417 p.b
FFO	162.028	87.914	▲84,3%	548.790	424.588	▲29,3%
<i>Margem FFO</i>	51,0%	33,0%	▲1.797 p.b	49,3%	43,6%	▲565 p.b

16.2 Demonstração de Resultados Consolidados – Relatório Gerencial

(R\$'000)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
Receita de Locação	262.723	216.686	▲21,2%	801.340	679.048	▲18,0%
Serviços	29.309	27.085	▲8,2%	119.070	105.147	▲13,2%
Cessão de direitos	7.313	12.935	▼43,5%	36.835	52.860	▼30,3%
Receita de estacionamento	45.649	37.977	▲20,2%	157.570	131.605	▲19,7%
Venda de imóveis	32.508	25.461	▲27,7%	117.318	97.130	▲20,8%
Apropriação de receita de aluguel linear	(22.517)	(25.435)	▼11,5%	9.227	5.179	▲78,2%
Outras	491	333	▲47,4%	3.611	3.588	▲0,6%
Receita Bruta	355.476	295.042	▲20,5%	1.244.970	1.074.557	▲15,9%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(32.978)	(26.447)	▲24,7%	(114.592)	(96.344)	▲18,9%
Receita Líquida	322.497	268.595	▲20,1%	1.130.378	978.213	▲15,6%
Despesas de sede	(31.335)	(28.200)	▲11,1%	(116.951)	(108.026)	▲8,3%
Despesas com opções de ações	(4.008)	(3.209)	▲24,9%	(14.679)	(11.034)	▲33,0%
Despesas de shopping centers	(29.267)	(38.443)	▼23,9%	(106.557)	(124.575)	▼14,5%
Despesas com escritórios para locação	(5.712)	-	nd	(15.436)	-	nd
Despesas com novos projetos para locação	(1.950)	(13.726)	▼85,8%	(13.148)	(23.488)	▼44,0%
Despesas com novos projetos para venda	(823)	(3.767)	▼78,1%	(8.808)	(12.322)	▼28,5%
Custo de imóveis vendidos	(20.110)	(16.213)	▲24,0%	(71.363)	(64.912)	▲9,9%
Resultado de equivalência patrimonial	(241)	(331)	▼27,1%	10.457	(532)	nd
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.237)	(25.869)	▼79,8%	(175)	(22.633)	▼99,2%
EBITDA	223.815	138.837	▲61,2%	793.719	610.691	▲30,0%
Receitas financeiras	13.518	12.770	▲5,9%	40.671	50.001	▼18,7%
Despesas financeiras	(56.812)	(48.495)	▲17,1%	(205.643)	(162.664)	▲26,4%
Depreciações e amortizações	(40.218)	(36.164)	▲11,2%	(161.564)	(124.928)	▲29,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	140.304	66.948	▲109,6%	467.182	373.100	▲25,2%
Imposto de renda e contribuição social	(17.308)	(14.369)	▲20,5%	(75.871)	(71.826)	▲5,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.175	4.583	▼74,4%	(23.264)	(16.654)	▲39,7%
Participação dos acionistas minoritários	33	(14)	nd	15	(50)	nd
Lucro Líquido	124.204	57.148	▲117,3%	368.062	284.570	▲29,3%

(R\$'000)	4T14	4T13	Var. %	2014	2013	Var. %
NOI	250.876	190.785	▲31,5%	846.144	691.257	▲22,4%
<i>Margem NOI</i>	87,8%	83,2%	▲453 p.b	87,4%	84,7%	▲267 p.b
NOI + Cessão de Direitos	258.189	203.720	▲26,7%	882.980	744.117	▲18,7%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,1%	84,1%	▲394 p.b	87,9%	85,7%	▲220 p.b
EBITDA de Shopping Centers	213.584	137.641	▲55,2%	752.441	609.765	▲23,4%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	76,1%	56,4%	▲1.970 p.b	76,2%	68,6%	▲759 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	223.815	138.837	▲61,2%	793.719	610.691	▲30,0%
<i>Margem de EBITDA</i>	69,4%	51,7%	▲1.771 p.b	70,2%	62,4%	▲779 p.b
Lucro Líquido	124.204	57.148	▲117,3%	368.062	284.570	▲29,3%
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	38,5%	21,3%	▲1.724 p.b	32,6%	29,1%	▲347 p.b
Lucro Líquido Ajustado	123.030	52.565	▲134,1%	391.326	301.224	▲29,9%
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	38,1%	19,6%	▲1.858 p.b	34,6%	30,8%	▲383 p.b
FFO	163.247	88.729	▲84,0%	552.891	426.152	▲29,7%
<i>Margem FFO</i>	50,6%	33,0%	▲1.759 p.b	48,9%	43,6%	▲535 p.b

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

ATIVO	31/12/2014	30/09/2014	% Variação
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	183.311	142.920	▲28,3%
Aplicações financeiras	155.011	70.112	▲121,1%
Contas a receber	350.423	277.998	▲26,1%
Terrenos e imóveis a comercializar	156.420	157.647	▼0,8%
Partes relacionadas	2.486	2.538	▼2,0%
Impostos e contribuições sociais a compensar	2.661	3.356	▼20,7%
Adiantamentos diversos	20.945	33.571	▼37,6%
Outros	18.660	28.010	▼33,4%
Total do Ativo Circulante	889.917	716.152	▲24,3%
Ativo não Circulante			
Contas a receber	51.543	51.982	▼0,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	193.784	365.193	▼46,9%
Partes relacionadas	12.422	12.570	▼1,2%
Depósitos judiciais	14.000	22.640	▼38,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	18.453	16.768	▲10,0%
Outros	19.992	19.552	▲2,3%
Investimentos	6.670	9.067	▼26,4%
Propriedades para investimento	5.128.894	4.914.089	▲4,4%
Imobilizado	32.476	32.971	▼1,5%
Intangível	349.532	348.216	▲0,4%
Total do Ativo não Circulante	5.827.764	5.793.048	▲0,6%
Total Ativo	6.717.681	6.509.200	▲3,2%
PASSIVO	31/12/2014	30/09/2014	% Variação
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	206.481	207.097	▼0,3%
Debêntures	9.735	152.291	▼93,6%
Contas a pagar	90.113	77.125	▲16,8%
Obrigações por aquisição de bens	32.378	38.014	▼14,8%
Impostos e contribuições a recolher	45.228	38.612	▲17,1%
Dividendos a pagar	73.059	59.971	▲21,8%
Receitas diferidas	33.673	37.480	▼10,2%
Outros	5.614	2.014	▲178,7%
Total Passivo Circulante	496.281	612.605	▼19,0%
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.550.173	1.494.713	▲3,7%
Debêntures	398.223	150.000	▲165,5%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	159.699	158.406	▲0,8%
Obrigações por aquisição de bens	17.530	21.410	▼18,1%
Outros	5	372	▼98,7%
Provisão para contingências	15.942	21.921	▼27,3%
Receitas diferidas	10.175	13.948	▼27,1%
Total do Passivo não Circulante	2.151.746	1.860.770	▲15,6%
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.388.062	2.388.062	▲0,0%
Reserva de capital	966.085	962.077	▲0,4%
Reserva de lucros	932.423	719.224	▲29,6%
Gasto com emissão de ações	(38.993)	(38.771)	▲0,6%
Ações em tesouraria	(90.704)	(77.998)	▲16,3%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros Acumulados	-	170.599	nd
Participação dos acionistas minoritários	2.777	2.628	▲5,6%
Total do Patrimônio Líquido	4.069.654	4.035.825	▲0,8%
Total Passivo	6.717.681	6.509.200	▲3,2%

17. Glossário

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

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

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

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.

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.

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

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

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

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

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

Greenfield: Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

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

Lojas Âncora: Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do shopping center. As lojas devem ter mais de 1.000 m² 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/m² de áreas que informaram vendas a mais de um ano.

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

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

Segmentos de Shopping Centers:

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