



ESTUDO DE CASO

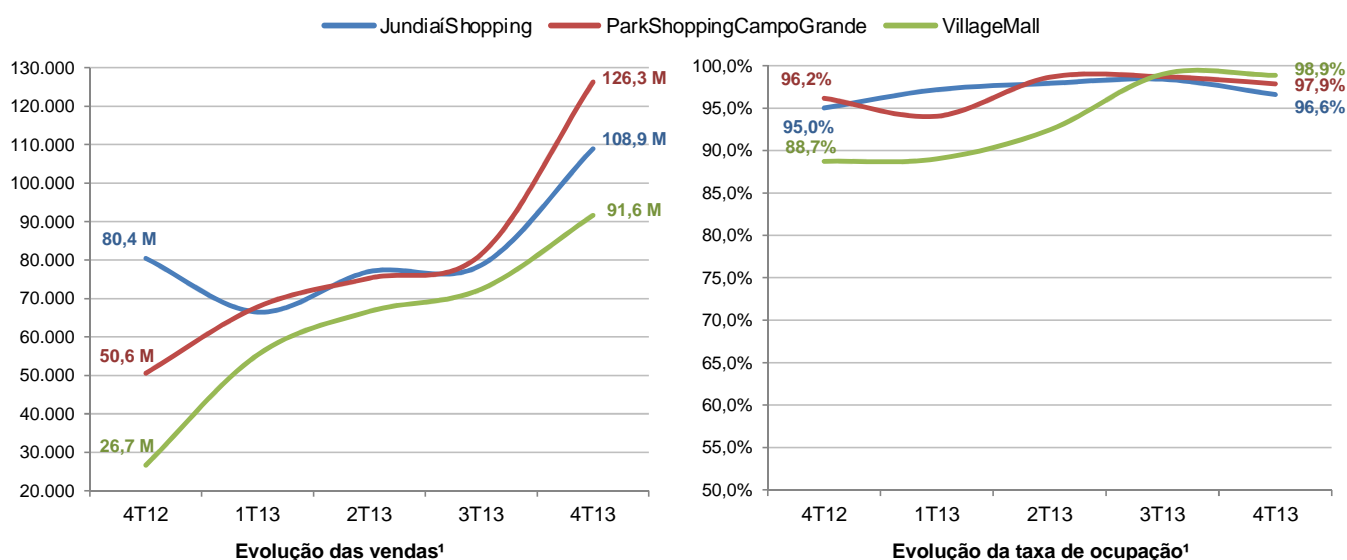
JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall:

Análise do primeiro ano de operação

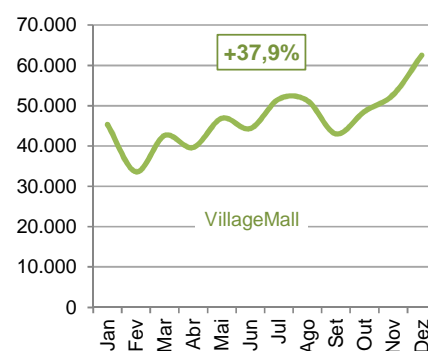
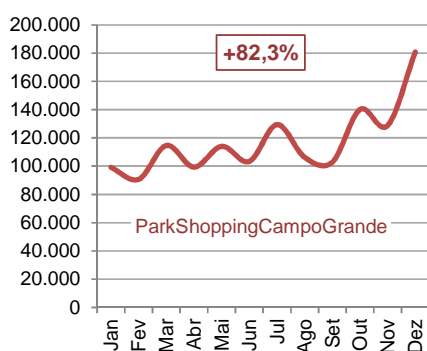
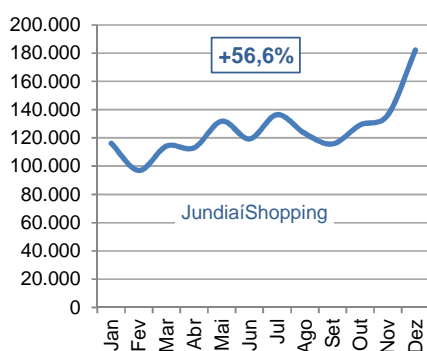
Destaques de um começo bem-sucedido

Um ano se passou desde o 4T12, que foi um marco para a Multiplan, quando três shopping centers foram inaugurados. As entregas do JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall em um único trimestre reforçam a inclinação da curva de crescimento da Companhia desde a abertura de capital, em 2007. Muito foi feito nesse curto espaço de tempo. Um portfólio antes considerado consolidado foi rejuvenescido e seu potencial de crescimento, alavancado pelas áreas novas quando comparadas às propriedades mais consolidadas, torna-se um componente importante da perspectiva de crescimento da Multiplan.

No que diz respeito aos dados de 2013 para os três shopping centers entregues 4T12, os resultados operacionais vieram fortes e, como mencionado anteriormente, devem crescer ainda mais à medida que os shopping centers forem sendo consolidados. Os dados coletados e apresentados neste estudo de caso resumido exemplificam o sucesso do desempenho do primeiro ano do JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall – bem como dos respectivos potenciais de crescimento.



¹ Data de abertura: JundiaíShopping: 17 de outubro de 2012; ParkShoppingCampoGrande: 28 de novembro de 2012; VillageMall: 3 de dezembro de 2012.

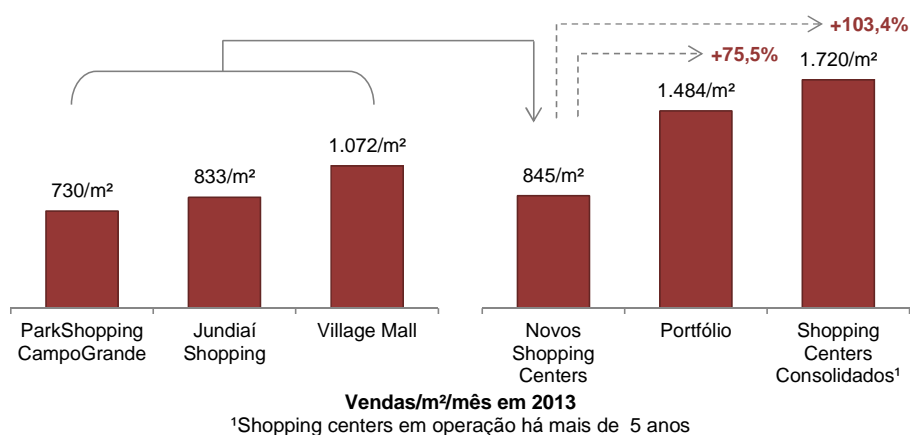


Evolução do fluxo de veículos - 2013

Maior fluxo de consumidores, promissor crescimento operacional

Além da taxa de ocupação, vendas de lojistas e receita de locação, o fluxo de consumidores representa uma métrica vital para a avaliação do momento operacional de um shopping center, em particular nos seus primeiros anos. Essa medida contribui para uma análise simples, objetiva, que revela o ritmo de consolidação de um shopping center e o sucesso dos ajustes operacionais implantados. A série anterior de gráficos mostram os incrementos no fluxo de consumidores em 2013 – aqui mensurado pelo número de veículos em circulação por mês no JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall.

As vendas dos lojistas nos três novos *malls* cresceram fortemente ao longo do ano de 2013, como mostra o gráfico Evolução das Vendas, na página anterior, beneficiando-se também do crescimento na taxa de ocupação como está no gráfico Evolução da Taxa de Ocupação, também na página anterior. No entanto, as vendas por metro quadrado dos três shopping centers combinados é menor do que a metade da média para o portfólio de shopping centers consolidados (potencial de crescimento de 103,4%), aqui considerados aqueles com mais de cinco anos em operação.



A locação por metro quadrado apresentada tem um potencial de crescimento semelhante, apesar da já elevada média de aluguel por m² para os três novos *malls* de 72/m²/mês. Comparado aos mais consolidados, com mais de cinco anos em operação, há uma diferença de 78,5%.

