

Relatório de resultados do terceiro trimestre de 2012 da **Multiplan**

Relações com Investidores | ri@multiplan.com.br | Tel: +55 21 3031-5224



3T12

Teleconferência (Em português)

Data: 8 de novembro de 2012 (quinta-feira)

Horário: 11h00min (horário de Brasília)

8h00min (EST Nova York)

Telefone de conexão:

+55 (11) 4688-6361

Código de acesso: Multiplan

Replay: www.multiplan.com.br/ri



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. Essas projeções incluem afirmações a respeito das intenções e expectativas atuais de nossa administração.

Os leitores/investidores devem estar cientes de que muitos fatores podem afetar nossos resultados fazendo com que sejam materialmente diferentes das projeções contidas nesse relatório. A companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações.

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

As projeções referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles expressos ou sugeridos em tais projeções. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou expectativa da companhia. O leitor/investidor é encorajado a não se basear totalmente nas informações acima.

Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão se tornar diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos.

Índice

01. Demonstração de Resultados Consolidados	5
02. Desenvolvimento de Projetos	8
03. Indicadores Operacionais	17
04. Receita Bruta	20
05. Resultado da Participação em Shopping Centers	21
06. Resultados da Administração de Shopping Centers	26
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers	27
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários	28
09. Resultados Financeiros	29
10. Portfólio.....	34
11. Estrutura Societária	35
12. Indicadores MULT3 e Mercado de Ações	37
13. Anexos.....	38

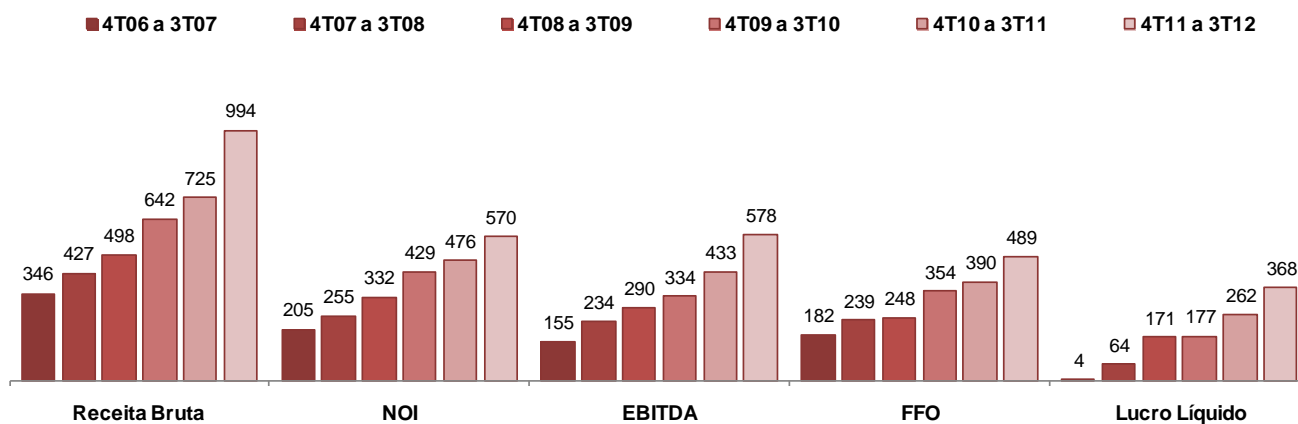
Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras disponíveis no nosso site de Relações com Investidores www.multiplan.com.br/ri.

Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

Milhões de R\$	2006	2007 (IPO) ¹	2008	2009	2010	2011	Variação % (2011/2006) ²	CAGR % (2011/2006) ²
Receita Bruta	276,5	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	▲168,4%	▲21,8%
NOI	169,6	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	▲201,2%	▲24,7%
EBITDA	143,8	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	▲216,6%	▲25,9%
FFO	116,8	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	▲107,5%	▲28,9%
Lucro Líquido	(32,2)	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	▲1.309,4%	▲93,8%

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

² Para os cálculos de variação e CAGR do lucro líquido, a tabela compara o ano de 2011 com 2007.



Desempenho Histórico dos Resultados da Multiplan Acumulados para os Últimos 12 meses (Em Milhões de Reais)

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 país. A companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. No final do 3T12, a Multiplan detinha – com uma média de participação de 71,0% – e administrava 14 shopping centers com ABL total de 591.945 m², mais de 3.800 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 159 milhões. Após o encerramento do 3T12, a Multiplan inaugurou o seu 15º shopping center, o JundiaíShopping, localizado na cidade de Jundiaí, estado de São Paulo, com ABL de 34,5 mil m² e 189 lojas.



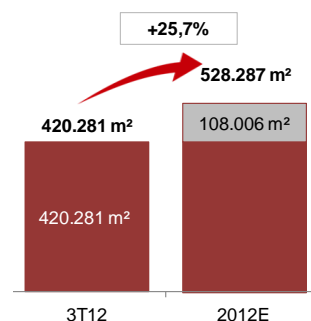
EBITDA Consolidado da Multiplan sobe 19% alcançando R\$133 milhões

Rio de Janeiro, 7 de novembro de 2012 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do terceiro trimestre de 2012. As informações trimestrais consolidadas foram elaboradas e estão apresentadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem as normas e pronunciamentos emitidos pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), em conformidade com as normas internacionais de contabilidade (IFRS) aplicáveis a entidades de incorporação imobiliária no Brasil e aprovadas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC).

Destaques (R\$)

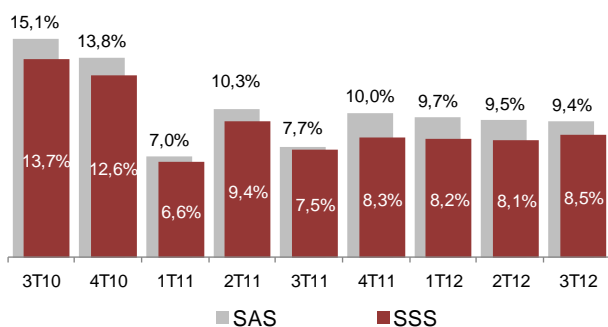
Uma fase de entregas de sucesso inicia-se com ...

A abertura do JundiaíShopping... e com as inaugurações do VillageMall, ParkShoppingCampoGrande e ParkShopping Corporate, irá resultar em um aumento de 25,7% na ABL própria no 4T12

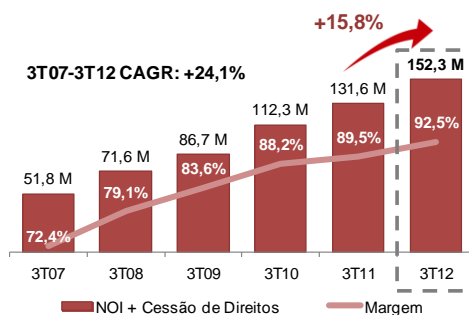


Um Portfólio de Qualidade Resulta em...

Forte desempenho operacional, com o SSS acelerando para 8,5% no trimestre

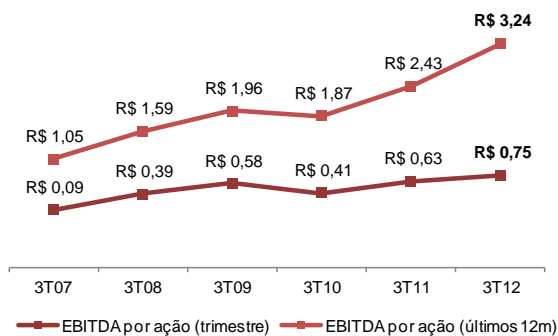


Aumento de 15,8% no NOI + Cessão de Direitos, para R\$152,3 milhões

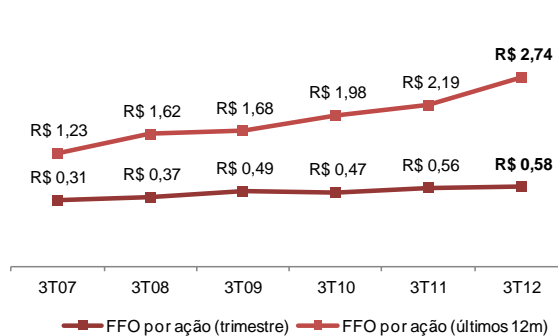


Retornos Sólidos Confirmados por...

EBITDA por ação 19,3% maior no 3T12, com CAGR 5 anos (últimos 12 meses) de 52,8%



FFO por ação 2,7% maior no 3T12, com CAGR 5 anos (últimos 12 meses) de 13,3%



Destaques de Desempenho

	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	NOI + CD	EBITDA	Lucro Líquido
3T12 (R\$)	2.241,5 M	124,2 M	152,3 M	133,2 M	72,0 M
3T12 vs. 3T11	+14,9%	+11,6%	+15,8%	+19,4%	+10,3%

ENTREGAS E CRESCIMENTO FUTURO

☞ **Shopping center altamente demandado:** A **expansão VI**, primeira de três expansões que estão em desenvolvimento no RibeirãoShopping, possui **90,2%** das 41 lojas disponíveis para locação, **contratadas** até o final do 3T12. Esta primeira etapa irá adicionar 4,1 mil m² de ABL e deve abrir em novembro de 2012.

☞ **Contribuição adicional de imobiliário para venda:** As duas torres que estão sendo construídas em torno do **BarraShoppingSul**, Diamond Tower e Résidence du Lac, atingiram uma importante marca de comercialização. A primeira torre, de escritórios, apresentou **74,7% das unidades vendidas**, enquanto a segunda, um prédio residencial, atingiu **75,0%**.

☞ **Dois shopping centers serão entregues no próximo trimestre:** é esperado que o VillageMall e o ParkShoppingCampoGrande, que possuem um ABL de 67,9 mil m², sejam entregues, no Rio de Janeiro, em meados do 4T12.

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

☞ **Crescimento do SSS acelera no 3T12** quando comparado ao 2T12: Mais um trimestre de forte desempenho operacional com um **aumento do SSS de 8,5%** e **SAS de 9,4%**. As **vendas** nos shopping centers da Multiplan **atingiram R\$2,2 bilhões** e apresentaram forte **crescimento de 14,9%**, no 3T12 vs. 3T11. No 9M12, as vendas totais foram de R\$6,5 bilhões, 14,7% maior do que no 9M11.

☞ **A taxa de ocupação foi de 98,5%, alta de 70 p.b.** em relação ao 2T12: Os destaques foram o Shopping Santa Úrsula, o ParkShoppingSãoCaetano e o Shopping Vila Olímpia, que melhoraram 1.030 p.b., 260 p.b. e 230 p.b., respectivamente.

☞ **Crescimento real robusto do SSR:** 7,7% de crescimento do SSR, representando um aumento real de 1,8%, acima do efeito do ajuste do IGP-DI de 5,7%. A **receita de locação aumentou 11,6%** e atingiu R\$124,2 milhões no 3T12. **No 9M12, a receita de locação aumentou 14,7%**, somando R\$373,1 milhões.

☞ **Aumento de 15,8% no Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD)**, atingindo R\$152,3 milhões: **Margem NOI + CD aumentou 292 p.b.** para 92,5%. **NOI + CD por ação atingiu R\$0,85**, representando um **CAGR de 5 anos de 19,5%**. No 9M12, o NOI + CD totalizou R\$441,0 milhões, 15,0% maior do que no 9M11 e a margem aumentou 68 p.b. para 89,5%.

☞ **O EBITDA consolidado aumentou 19,4% no 3T12 para R\$133,2 milhões.** No 9M12, o EBITDA consolidado foi R\$444,4 milhões, 38,2% maior do que no 9M11.

☞ Nos últimos doze meses o **FFO por ação atingiu R\$2,74**, resultando num **CAGR de cinco anos de 17,3%**. No 3T12 o **lucro líquido atingiu R\$72,0 milhões**, um **aumento de 10,3%**, quando comparado ao 3T11. No 9M12 o lucro líquido foi R\$259,6 milhões, **alta de 36,6%** quando comparado ao 9M11.

EVENTOS RECENTES

☞ **O 15º shopping center da Multiplan foi inaugurado, na data programada**, no dia 17 de outubro de 2012, na cidade de Jundiaí, estado de São Paulo com uma área bruta locável (ABL) de 34,5 mil m². É estimada uma taxa interna de retorno (**TIR**) **para este projeto é de 16,4%**, real e desalavancada, e retorno (**NOI yield 3º ano**) **de 13,0%**.

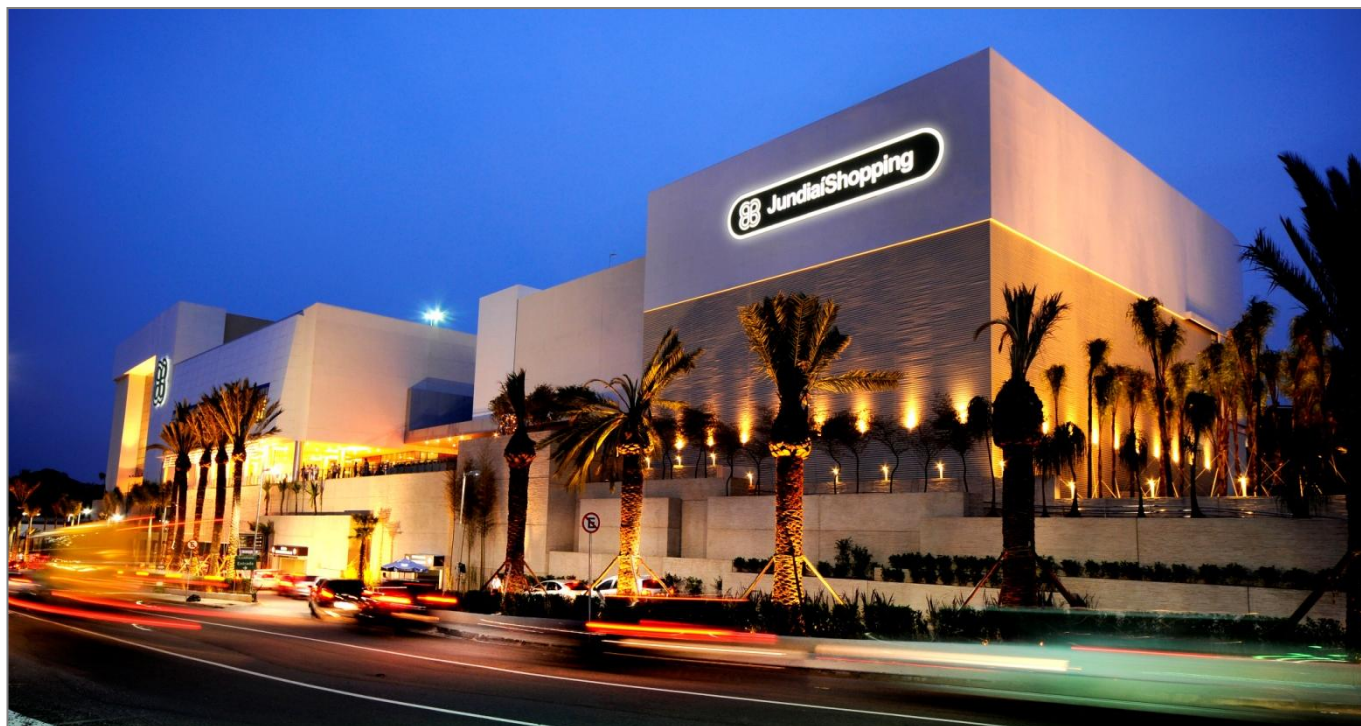
1. Demonstração de Resultados Consolidados

(R\$'000)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
Locação de lojas	124.240	111.301	▲11,6%	373.098	325.202	▲14,7%
Serviços	22.920	23.644	▼3,1%	69.959	64.056	▲9,2%
Cessão de direitos	8.773	9.802	▼10,5%	27.220	29.009	▼6,2%
Receita de estacionamento	25.580	19.775	▲29,4%	73.211	57.374	▲27,6%
Venda de imóveis	35.521	10.515	▲237,8%	217.158	32.575	▲566,6%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.119	6.050	▲1,1%	18.932	19.807	▼4,4%
Outras	538	731	▼26,4%	1.718	1.453	▲18,2%
Receita Bruta	223.691	181.818	▲23,0%	781.296	529.476	▲47,6%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(18.329)	(16.160)	▲13,4%	(60.808)	(47.323)	▲28,5%
Receita Líquida	205.362	165.658	▲24,0%	720.488	482.153	▲49,4%
Despesas de sede	(29.173)	(20.955)	▲39,2%	(75.904)	(62.652)	▲21,2%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.324)	(2.040)	▲13,9%	(7.206)	(5.549)	▲29,9%
Despesas de shopping centers	(12.423)	(15.378)	▼19,2%	(51.501)	(48.054)	▲7,2%
Despesas com novos projetos para locação	(7.013)	(2.537)	▲176,4%	(20.563)	(9.278)	▲121,6%
Despesas com novos projetos para venda	(4.216)	(4.497)	▼6,2%	(13.573)	(6.973)	▲94,7%
Custo de imóveis vendidos	(18.421)	(9.852)	▲87,0%	(111.515)	(33.234)	▲235,5%
Resultado de equivalência patrimonial	72	141	▼48,9%	922	1.523	▼39,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.349	1.020	▲32,3%	3.205	3.614	▼11,3%
EBITDA	133.213	111.560	▲19,4%	444.353	321.550	▲38,2%
Receitas financeiras	10.895	18.406	▼40,8%	48.802	65.112	▼25,0%
Despesas financeiras	(19.125)	(9.593)	▲99,4%	(70.244)	(37.128)	▲89,2%
Depreciações e amortizações	(17.721)	(15.134)	▲17,1%	(52.640)	(44.392)	▲18,6%
Lucro Antes do Imposto de Renda	107.262	105.239	▲1,9%	370.271	305.142	▲21,3%
Imposto de renda e contribuição social	(22.371)	(17.313)	▲29,2%	(64.873)	(57.867)	▲12,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(12.862)	(19.329)	▼33,5%	(44.508)	(49.144)	▼9,4%
Participação dos acionistas minoritários	(17)	(3.329)	▼99,5%	(1.284)	(8.069)	▼84,1%
Lucro Líquido	72.012	65.268	▲10,3%	259.606	190.062	▲36,6%

(R\$'000)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
NOI	143.516	121.748	▲17,9%	413.740	354.329	▲16,8%
<i>Margem NOI</i>	92,0%	88,8%	▲325 p.b	88,9%	88,1%	▲87 p.b
NOI + Cessão de Direitos	152.289	131.550	▲15,8%	440.960	383.338	▲15,0%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	92,5%	89,5%	▲292 p.b	89,5%	88,9%	▲68 p.b
EBITDA de Shopping Centers	123.168	116.188	▲6,0%	368.262	330.570	▲11,4%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	71,3%	74,4%	▼314 p.b	70,8%	73,1%	▼227 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	133.213	111.560	▲19,4%	444.353	321.550	▲38,2%
<i>Margem de EBITDA</i>	64,9%	67,3%	▼248 p.b	61,7%	66,7%	▼502 p.b
Lucro Líquido	72.012	65.268	▲10,3%	259.606	190.062	▲36,6%
<i>Margem de lucro líquido</i>	35,1%	39,4%	▼433 p.b	36,0%	39,4%	▼339 p.b
Lucro Líquido Ajustado	84.874	84.597	▲0,3%	304.114	239.206	▲27,1%
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	41,3%	51,1%	▼974 p.b	42,2%	49,6%	▼740 p.b
FFO	102.595	99.731	▲2,9%	356.754	283.598	▲25,8%
<i>Margem FFO</i>	50,0%	60,2%	▼1.024 p.b	49,5%	58,8%	▼930 p.b

JundiaíShopping

Evento Recente – Com foco nas classes A e B, o JundiaíShopping – 15º shopping center da Multiplan – foi inaugurado no dia 17 de outubro, na cidade de Jundiaí, estado de São Paulo. Na primeira semana em operação, o shopping center recebeu 150 mil pessoas e 40 mil veículos.



JundiaíShopping (em outubro de 2012)

Com ABL de 34,5 mil m², o JundiaíShopping abriu com 97,9% de suas lojas locadas. No total, o shopping tem 189 lojas, das quais 82 inéditas na cidade, assim como 14 lojas-âncoras e 2.000 vagas de estacionamento. O empreendimento, projetado com o que há de mais avançado na indústria de shopping centers, já nasce com infraestrutura preparada para receber uma futura expansão de aproximadamente 12,5 mil m² de ABL, e duas torres comerciais integradas ao shopping center, com cerca de 11,6 mil m² de área. Com ampla oferta de entretenimento, serviços, lojas e alimentação, o JundiaíShopping representa um conjunto de conveniências e benefícios único, com o padrão de sofisticação e qualidade da Multiplan.



JundiaíShopping (em outubro de 2012)



A Multiplan tem 100% de participação no empreendimento, cujo investimento bruto foi de R\$317,7 milhões, e receita de cessão de direitos de R\$25,0 milhões. A estimativa de resultado operacional líquido (NOI) para o primeiro ano é de R\$33,9 milhões e, para o terceiro ano, R\$38,0 milhões, resultando em um retorno esperado (NOI yield) no terceiro ano de 13,0%. A taxa interna de retorno (TIR) estimada do projeto é de 16,4%, real e desalavancada.



JundiaíShopping (em outubro de 2012)

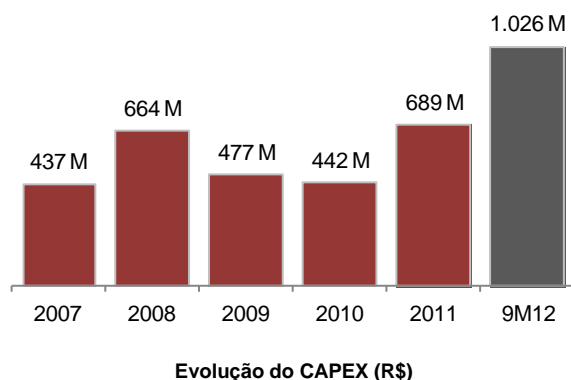


2. Desenvolvimento de Projetos

R\$1 bilhão investido nos 9M12

A construção de dez projetos para locação levou a Multiplan a investir R\$382,5 milhões durante o 3T12. Deste total, (i) R\$267,6 milhões foram destinados a quatro novos shopping centers e à estrutura de suas futuras expansões, assim como a investimentos em *greenfields* futuros, (ii) R\$61,4 milhões investidos em projetos de expansão de shopping centers, (iii) R\$37,7 milhões alocados na construção de dois projetos de torres comerciais para locação, e (iv) R\$15,7 milhões utilizados na revitalização de shopping centers, tecnologia da informação, entre outros investimentos.

Nos 9M12, a Companhia investiu R\$1,0 bilhão, do qual 60,7% foram alocados para novos shopping centers. A tabela abaixo à esquerda mostra a série histórica no CAPEX.

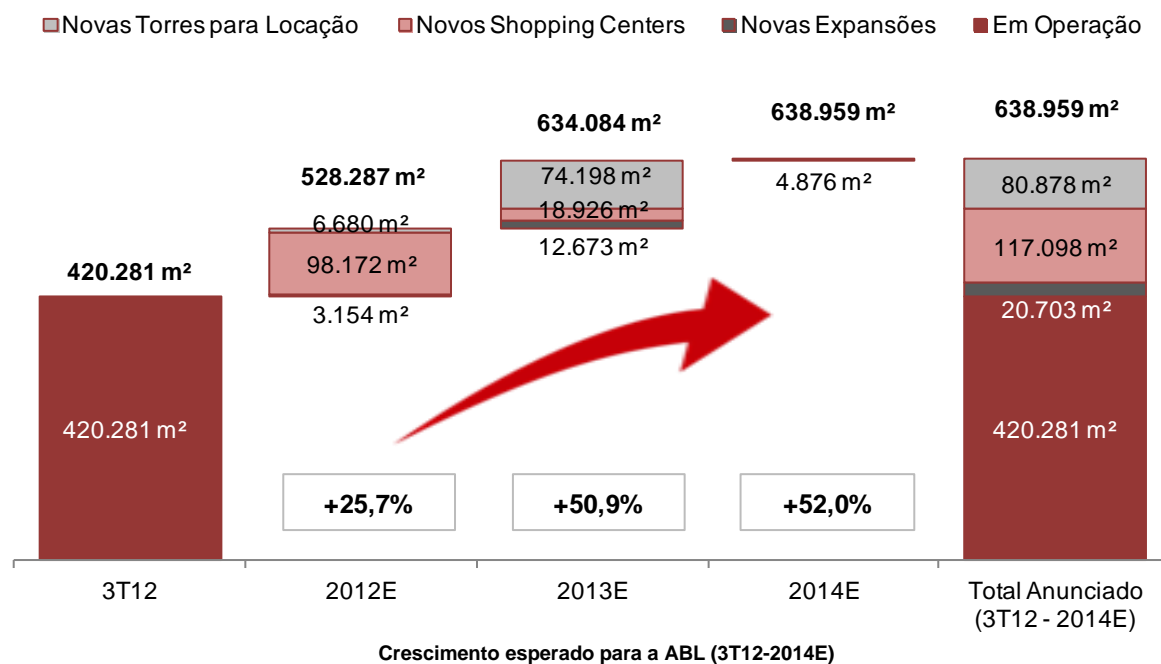


CAPEX (R\$)	3T12	9M12
Novos Shopping Centers	267,6 M	622,7 M
Novas Expansões	61,4 M	115,3 M
Novas Torres para Locação	37,7 M	73,8 M
Revitalizações, TI e Outros	15,7 M	38,8 M
Aquisição de Participação Minoritária	-	175,0 M
CAPEX Total	382,5 M	1.025,5 M

Abertura do investimento no período

ABL própria prestes a crescer 25,7% no próximo trimestre

A Companhia possui atualmente dez projetos para locação em construção: quatro shopping centers, quatro expansões e dois projetos de prédios comerciais. A ABL própria deverá crescer 108,0 mil m² até o fim do 4T12, equivalente a 25,7% do portfólio atual. Em 2013, o crescimento da ABL própria deverá ser de 50,9%, para 634,1 mil m², apenas considerando-se projetos anunciados ao mercado.



2.1 Shopping Centers em Construção

4T12: Três grandes aberturas; portfólio prestes a expandir para 17 shopping centers de qualidade até o fim do ano

Menos de dois anos após o início das construções, a Companhia inaugura três novos shopping centers. JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, e VillageMall adicionarão 91,2 mil m² de ABL própria, representando um crescimento de 23,4% do portfólio atual. Estes shopping centers, combinados, acrescentarão R\$127,5 milhões de NOI no terceiro ano de operação, equivalente a 22,4% do NOI da Multiplan nos últimos doze meses, de R\$570,2 milhões. Um CAPEX de R\$1,1 bilhão foi investido nos três empreendimentos e o *yield* de retorno de NOI no 3º ano deverá ser de 12,7%.

A variação de 7,1% no CAPEX de VillageMall no 3T12, em comparação ao trimestre anterior, reflete (i) o aumento do uso de luz natural no shopping centers através da utilização de mais painéis de vidro no teto, (ii) novos acessos ao shopping center e investimentos na malha viária do entorno, (iii) construção de um novo deck externo que será utilizado em eventos, (iv) a criação de um *lounge* de 300 m², com diversos serviços exclusivos tais como *personal shoppers* e salas de reunião, (v) o atendimento de exigências ambientais, e (vi) inflação nos custos de construção (INCC).

Em Relação ao ParkShoppingCampoGrande, o aumento de 7,7% do CAPEX desde o 2T12 é explicado por (i) investimentos com paisagismo e mobiliário devido ao aumento da área da praça de alimentação, (ii) melhorias em tecnologia no estacionamento, que inclui um sistema de controle e indicação de vagas livres aos consumidores, (iii) a construção de uma praça pública no bairro de Campo Grande como obra de contrapartida, (iv) novo acesso ao shopping center e investimentos na malha viária do entorno, (v) o atendimento de exigências ambientais, e (vi) inflação nos custos de construção (INCC).

A Multiplan possui ainda um shopping center previsto para inaugurar em 2013, o Parque Shopping Maceió, no estado de Alagoas, nordeste do País. Aproximadamente 78,0% da área bruta locável do shopping center encontra-se locada, e o empreendimento deverá acrescentar 37,9 mil m² de ABL total ao portfólio da Companhia.

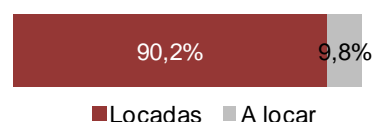
Mais informação a respeito dos projetos *greenfields* está disponível nas próximas páginas.

Shopping centers em construção			Participação Multiplan (R\$)							
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX ¹	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 1º ano	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano (%)	TIR
1 JundiaíShopping - ENTREGUE	17/10/12	34.535 m ²	100,0%	317,7 M	89,4%	25,0 M	33,9 M	38,0 M	13,0%	16,4%
2 ParkShoppingCampoGrande ²	28/11/12	42.342 m ²	90,0%	300,1 M	88,0%	42,4 M	37,0 M	41,7 M	16,2%	21,8%
3 VillageMall	03/12/12	25.529 m ²	100,0%	497,7 M	89,1%	41,4 M	40,9 M	47,8 M	10,5%	13,0%
4 Parque Shopping Maceió	3T13	37.851 m ²	50,0%	104,7 M	51,7%	8,6 M	11,0 M	14,4 M	14,9%	17,4%
Total		140.258 m²	83,5%	1.220,3 M	85,7%	117,3 M	122,8 M	141,9 M	12,9%	16,4%

¹ Considera apenas os custos da primeira fase destes projetos (sem considerar expansões futuras).

² A Multiplan irá investir 100% do CAPEX.

Shopping Center	Status de Locação
ParkShoppingCampoGrande	96,1%
VillageMall	92,4%
Parque ShoppingMaceió ³	78,0%



Evolução da Locação (em outubro de 2012)

³ Refere-se à ABL locada

Status de locação dos shopping centers em desenvolvimento (em outubro de 2012)

VillageMall

Data de inauguração: 3 de dezembro de 2012



VillageMall – Construção (em outubro de 2012)

Com foco em moda, cultura, serviço e gastronomia, o VillageMall terá consagradas marcas de luxo internacionais e nacionais. A construção começou em outubro de 2010 e tem inauguração prevista para 3 de dezembro de 2012. A obra do shopping center gerou 1.000 empregos e, após inaugurado, 2.500 vagas deverão ser criadas.



VillageMall – Construção (em outubro de 2012)

Um dos destaques do shopping são os serviços exclusivos. Para o lazer, um teatro com capacidade para mais de 1.000 pessoas terá vão livre e palco amplos, possibilitando a montagem de grandes espetáculos internacionais e nacionais. Quatro salas VIPs de cinema, totalizando 396 lugares, utilizarão tecnologia de ponta. Haverá, ainda, uma área para eventos de 1.800 m² com amplo terraço voltado para a Lagoa da Tijuca, e uma área gastronômica.

Com mais de oito mil m² de vidros utilizados no teto, o projeto prevê amplas áreas com grande aproveitamento da luz natural: duas entradas serão formadas por átrios de vidro de 20 metros de altura.

ParkShoppingCampoGrande

Data de inauguração: 28 de novembro de 2012



ParkShoppingCampoGrande – Construção (em outubro de 2012)

O ParkShopping Campo Grande está localizado na Zona Oeste do Rio de Janeiro, começou a ser construído em março de 2011 e será inaugurado em 28 de novembro de 2012. Serão 259 lojas, sendo 19 âncoras e megalojas, seis restaurantes, sete salas de cinema, área gourmet externa e 3.000 vagas de estacionamento. O shopping já tem 96,1% de suas lojas locadas. Aproximadamente 1.000 empregos foram criados durante a construção do shopping center e mais de 5.000 deverão criados após a inauguração.



ParkShoppingCampoGrande – Construção (em outubro de 2012)

Com público potencial de 650 mil pessoas em sua área de influência (bairros localizados a até 20 minutos de distância percorrida por carro ou ônibus), o shopping atenderá ao consumidor regional, formado predominantemente pelas classes B e C. Segundo o IBGE, o bairro possui cerca de 300 mil habitantes, e deverá ser fortemente beneficiado por obras de infraestrutura que estão sendo feitas para a realização da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos.

Parque Shopping Maceió

Data de inauguração: 3º trimestre de 2012



Parque Shopping Maceió – Construção (em outubro de 2012)

Com inauguração prevista para o terceiro trimestre de 2013, o primeiro shopping center da Multiplan no Nordeste do Brasil teve sua comercialização iniciada em 2011 e já atingiu percentual de locação de 78,0% da ABL disponível. O investimento total da obra é de R\$104,7 milhões e estima-se que serão gerados cerca de 2.400 empregos diretos, durante as obras, e 3.600 postos de trabalho quando o shopping entrar em funcionamento. As obras do shopping tiveram início em janeiro de 2012. Este é um projeto em conjunto com a Aliance Shopping Center S.A., que é encarregada da construção, locação e administração.

Ocupando uma área privilegiada no vetor de crescimento da capital alagoana, o novo shopping terá 183 lojas, muitas delas inéditas na cidade, além de praça de alimentação, restaurantes independentes, modernas salas de cinema e cerca de 2.000 vagas de estacionamento, totalizando mais de 37.800 m² de Área Bruta Locável (ABL). Empreendimento de padrão internacional, o centro de compras irá integrar-se futuramente com o Boulevard Parque, um complexo imobiliário de 140.000 m² com torres residenciais e empresariais.



Parque Shopping Maceió – Construção (em outubro de 2012)

2.2 Expansões de Shopping Centers

Expansão VI do RibeirãoShopping 90,2% locada

Das três expansões em desenvolvimento no RibeirãoShopping, a primeira delas – Expansão VI – tinha 90,2% das 41 lojas disponíveis locadas ao fim do 3T12. A construção agregará 4,1 mil m² de ABL ao shopping center e deverá ser inaugurada em novembro de 2012.

O RibeirãoShopping ganhará ainda outras duas expansões, em complemento à revitalização que vem sendo executada no shopping center, incluindo um deck parking de 1.200 vagas. A expansão VII somará 6,2 mil m² de ABL e trará 23 lojas ao shopping center além de uma academia. Esta nova área deverá ser inaugurada em maio de 2013. A expansão VIII aumentará a ABL em 10,0 mil m², contará com 65 lojas e tem entrega prevista para novembro de 2013.



Expansão VI RibeirãoShopping – Construção (outubro 2012)

As três expansões somam 20,3 mil m² de ABL total e deverão gerar um NOI no 3º ano de R\$16,9 milhões, com um *yield* de 10,3%, e uma taxa interna de retorno de 14,3%, real e desalavancada.

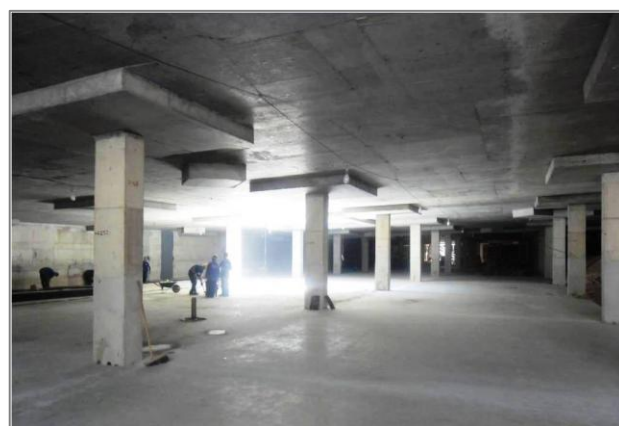
Expansão VII do BarraShopping tem construção iniciada

Anunciada em maio de 2012, a sétima expansão do BarraShopping já está em construção. Ela deverá adicionar 9,5 mil m² de ABL total com 45 novas lojas e 4,2 mil m² de escritórios para locação, aumentando o tamanho do complexo BarraShopping, que inclui o New York City Center, para 101,2 mil m² de ABL.

A abertura está prevista para maio de 2014, e a Companhia estima um resultado operacional líquido (NOI), no terceiro ano de operação, de R\$14,2 milhões, resultando em um *NOI yield* de 20,5% no terceiro ano. A taxa interna de retorno (TIR) estimada para o projeto é de 23,5% a.a., real e desalavancada.



Expansão VII BarraShopping – Construção (outubro 2012)



Expansão VII BarraShopping – Novo estacionamento (outubro 2012)

Expansões em construção			Participação da Multiplan (R\$)						
Projeto	Abertura	ABL (100%)	% Mult.	CAPEX	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 3º ano	NOI Yield 3º Ano	TIR
1 RibeirãoShopping Exp. VI, VII, VIII	Nov-13 ¹	20.303 m ²	76,2%	176,8 M	43,3%	11,9 M	16,9 M	10,3%	14,3%
2 BarraShopping Exp. VII	Mai-14	9.479 m ²	51,0%	101,7 M	25,3%	32,2 M	14,2 M	20,5%	23,5%
Total		29.783 m²	68,2%	278,5 M	36,7%	44,1 M	31,1 M	13,3%	17,6%

¹ Expansão VI está planejada para abrir em novembro de 2012, expansão VII em maio de 2013 e expansão VIII em novembro de 2013.

2.3 Multi-uso: Torres Comerciais para Locação

ParkShopping Corporate se aproxima da entrega

Com a proximidade da inauguração, marcada para novembro de 2012, a Multiplan está pronta para locar os espaços do ParkShopping Corporate, composto por duas torres de escritórios, integradas ao ParkShopping, em Brasília. Estima-se que o projeto adicionará um resultado líquido operacional (NOI) estabilizado de R\$7,1 milhões, representando um NOI *yield* de 16,4%.



ParkShopping Corporate (em outubro de 2012)

A construção encontra-se em estágio avançado no Morumbi Corporate, um projeto de 74,2 mil m² de ABL composto por duas torres para locação, e com entrega prevista para setembro de 2013. Localizado em frente ao MorumbiShopping, em São Paulo, o empreendimento deverá gerar um NOI anual de R\$92,1 milhões, resultando em um NOI *yield* de 19,8%.



Morumbi Corporate – Ilustração e obras (em outubro de 2012)

Torres para Locação			Participação Multiplan (R\$)					
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX	CAPEX Investido	NOI Estabilizado	NOI Yield Estabilizado	TIR
ParkShopping Corporate	Nov-12	13.360 m ²	50,0%	43,2 M	74,7%	7,1 M	16,4%	20,8%
Morumbi Corporate	Set-13	74.198 m ²	100,0%	465,6 M	54,8%	92,1 M	19,8%	19,2%
Total		87.558 m²	92,4%	508,8 M	56,5%	99,2 M	19,5%	19,3%

2.4 Multi-uso: Torres Comerciais e Residenciais para Venda

Complexo BarraShoppingSul acelera crescimento em Porto Alegre

As duas torres em construção em frente ao BarraShoppingSul, a Diamond Tower e a Résidence du Lac, atingiram marcas importantes de comercialização. A primeira, uma torre de escritórios, registrou 75,8% de suas unidades vendidas, enquanto a segunda, a torre residencial com serviços integrados, conta com 75,0% dos apartamentos vendidos. Os dois empreendimentos têm conclusão esperada para o segundo semestre de 2014, e somam um valor geral de vendas (VGV) estimado de R\$232,3 milhões.



Diamond Tower e Résidence du Lac – Ilustração

Centro Profissional RibeirãoShopping a poucas semanas da entrega

A torre de escritórios integrada ao RibeirãoShopping conta com apenas 2% de suas unidades por vender. O prédio está quase pronto para a entrega, em dezembro de 2012. O VGV estimado é de R\$83,3 milhões.



Centro Profissional RibeirãoShopping – Ilustração e obras (em outubro de 2012)

Torres para Venda							
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área	%Multiplan	VGV ¹ (R\$)	Preço médio (R\$/m ²)
Centro Profissional RBS	RibeirãoShopping	Escritórios	Dez-12	12.563 m ²	100,0%	83,3 M	6.633
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.800 m ²	100,0%	125,2 M	9.072
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m ²	100,0%	107,1 M	10.750
Total				36.323 m²	100,0%	315,6 M	8.689

¹ Valor Geral de Vendas

2.5 Banco de Terrenos e Crescimento Futuro

Mais de 150.000 m² em potencial de expansão de ABL

Junto com o ParkShoppingSãoCaetano inaugurado em novembro de 2011, os três shopping centers sendo entregues neste quarto trimestre - – JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande and VillageMall -, trazem embutidos um potencial de expansão de aproximadamente 65.000 m² de área bruta locável. Se levarmos em conta o portfólio inteiro, é possível identificar um acréscimo de área bruta locável, via a expansão de shopping centers, superior a 150.000 m².

Além do potencial de expansão mencionado acima, a Multiplan carrega 619.035 m² em terrenos para crescimento futuro via projetos para a venda e para locação.

Cidade (Estado)	Área do terreno	Tipo	% Multiplan
Belo Horizonte (MG)	2.606 m ²	Comercial	97%
Curitiba (PR)	843 m ²	Apart-Hotel	84%
Curitiba (PR)	27.370 m ²	Comercial	94%
Jundiaí (SP)	4.500 m ²	Comercial	100%
Maceió (AL)	140.000 m ²	Residencial, Comercial, Hotel	50%
Porto Alegre (RS)	4.396 m ²	Hotel, Comercial	100%
Ribeirão Preto (SP)	207.092 m ²	Residencial, Comercial	100%
Rio de Janeiro (RJ)	141.480 m ²	Residencial, Comercial	90%
Rio de Janeiro (RJ)	36.000 m ²	Comercial	100%
São Caetano do Sul (SP)	24.948 m ²	Comercial	100%
São Paulo (SP)	29.800 m ²	Residencial	36%
Total	619.035 m²		82%

3. Indicadores Operacionais

3.1 Vendas dos Lojistas

Mais um trimestre de forte desempenho das vendas: alta de 14,9% no 3T12

Os shopping centers da Multiplan apresentaram vendas totais de R\$2,2 bilhões no 3T12, 14,9% maior do que no 3T11. O ParkShoppingSãoCaetano continua apresentando desempenho de vendas maior do que o esperado, assim como em todos os trimestres desde sua inauguração, em novembro de 2011, atingindo R\$98,6 milhões no 3T12.

Os principais destaques do trimestre foram BH Shopping (+12,6%), Ribeirão Shopping (+12,0%), BarraShopping (+11,0%) dentre os shopping centers com mais de 30 anos em operação. Para os shoppings mais novos, o Shopping Santa Úrsula e o BarraShoppingSul apresentaram desempenho mais forte de +25,9% e +14,7%, respectivamente.

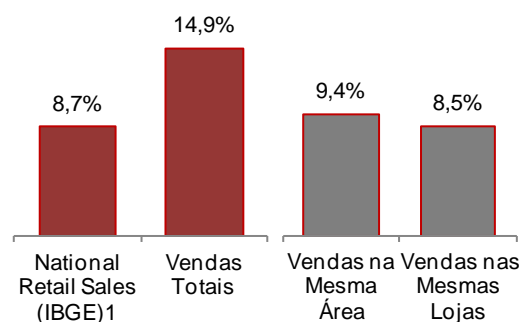
As vendas totais atingiram R\$6,5 bilhões no 9M12, 14,7% maior do que no 9M11.

Vendas 100%						
Shopping Centers	3T12	3T11	Var.%	9M12	9M11	Var.%
BH Shopping	240,8 M	213,9 M	▲12,6%	693,8 M	618,1 M	▲12,3%
RibeirãoShopping	128,9 M	115,1 M	▲12,0%	375,6 M	346,3 M	▲8,5%
BarraShopping	388,3 M	349,8 M	▲11,0%	1,113,2 M	1,016,9 M	▲9,5%
MorumbiShopping	296,1 M	285,6 M	▲3,7%	896,4 M	846,4 M	▲5,9%
ParkShopping	206,0 M	187,2 M	▲10,0%	597,9 M	550,4 M	▲8,6%
DiamondMall	122,7 M	108,2 M	▲13,3%	353,5 M	311,0 M	▲13,7%
New York City Center	50,1 M	47,6 M	▲5,2%	150,3 M	140,2 M	▲7,2%
Shopping Anália Franco	191,0 M	179,9 M	▲6,2%	560,9 M	527,9 M	▲6,2%
ParkShoppingBarigüi	175,5 M	157,1 M	▲11,7%	521,2 M	460,0 M	▲13,3%
Pátio Savassi	77,9 M	73,1 M	▲6,6%	229,8 M	215,7 M	▲6,5%
Shopping Santa Úrsula	40,6 M	32,2 M	▲25,9%	110,0 M	92,9 M	▲18,4%
BarraShoppingSul	156,3 M	136,3 M	▲14,7%	446,4 M	388,4 M	▲14,9%
Shopping Vila Olímpia	68,7 M	64,8 M	▲6,1%	213,0 M	193,2 M	▲10,2%
ParkShoppingSãoCaetano	98,6 M	-	N.A.	284,2 M	-	N.A.
Total	2.241,5 M	1.950,7 M	▲14,9%	6.546,5 M	5.707,5 M	▲14,7%

De acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – as vendas do varejo aumentaram 8,7% em julho e agosto de 2012 (o dado de setembro de 2012 ainda não havia sido divulgado quando este relatório foi reportado), quando comparado ao mesmo período em 2011.

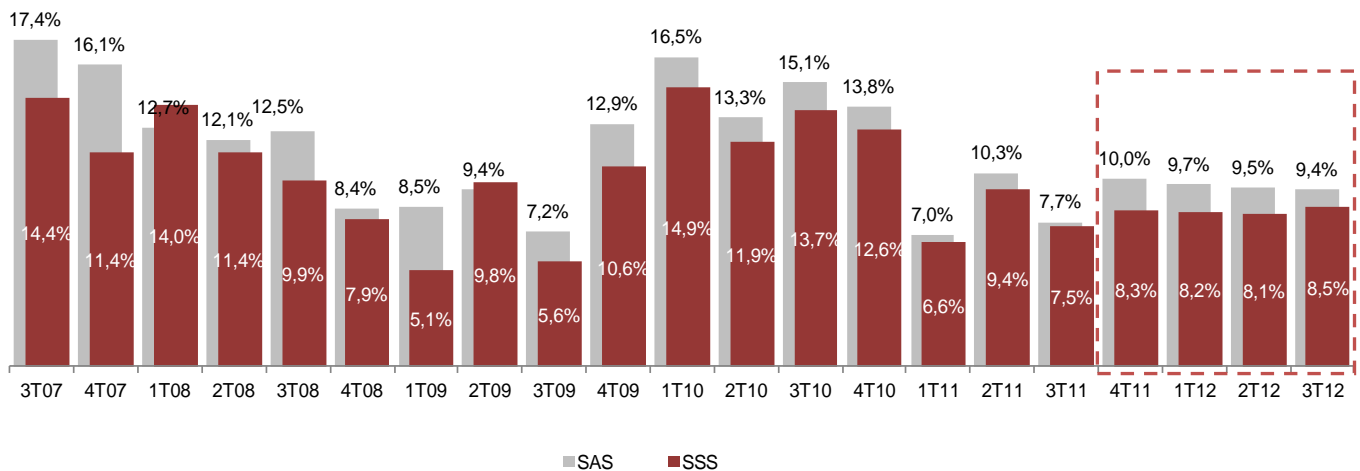
Forte crescimento de 9,4% em Venda na Mesma Área no 3T12

O crescimento da Venda na Mesma Área (SAS) e da Venda nas Mesmas Lojas (SSS) atingiu 9,4% e 8,5%, respectivamente, no 3T12, quando comparadas ao 3T11. O crescimento consistente em todas as métricas de vendas é consequência da alta qualidade do portfólio e da administração intensiva dos shopping centers, como pode ser observado pelo maior desempenho da SAS vis-à-vis a SSS.



Análise de Vendas (3T12/3T11)

¹ julho e agosto de 2012, comparados ao mesmo período em 2011



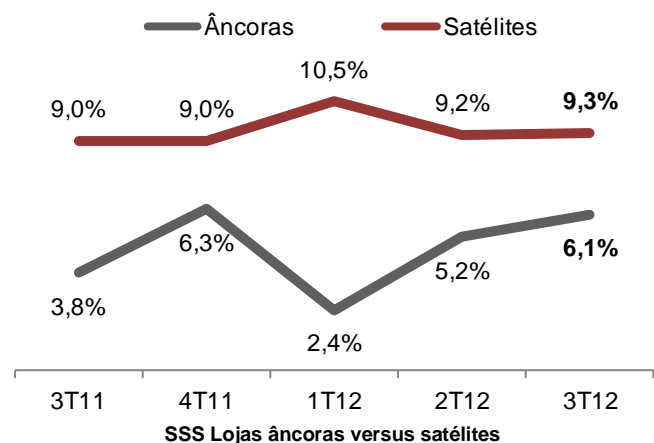
Evolução da Venda nas Mesmas Lojas e da Venda na Mesma Área (ano/ano)

Conforme pode ser notado no gráfico acima, o SSS da Multiplan tem sido consistente, resiliente, apresentando baixa volatilidade nos últimos doze meses. No 3T12, todos os segmentos do varejo reportaram forte desempenho. Os principais destaques foram as lojas de vestuário, principalmente as âncoras, que apresentaram um aumento de 11,3%, quando sobre o 3T11. O dado consolidado para este segmento foi de 9,9%.

Além disso, alimentação e área gourmet apresentaram aumento da SSS de 9,3%, e artigos do lar e escritório de 8,8%. Em suma, ao fazer a abertura dos dados entre Lojas âncoras e lojas satélites, a última apresentou um desempenho melhor de 9,3%, versus 6,1% das Lojas âncoras, ambas apresentando uma aceleração quando comparadas ao 2T12.

3T12 x 3T11			
Venda nas Mesmas Lojas	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲ 11,3%	▲ 9,5%	▲ 9,9%
Artigos do lar e escritório	▲ 7,9%	▲ 9,6%	▲ 8,8%
Artigos diversos	▼ 0,2%	▲ 9,9%	▲ 6,5%
Alimentação e área gourmet	n,a	▲ 9,3%	▲ 9,3%
Serviços	▲ 3,7%	▲ 6,7%	▲ 6,6%
Total	▲ 6,1%	▲ 9,3%	▲ 8,5%

Crescimento da Venda nas Mesmas Lojas



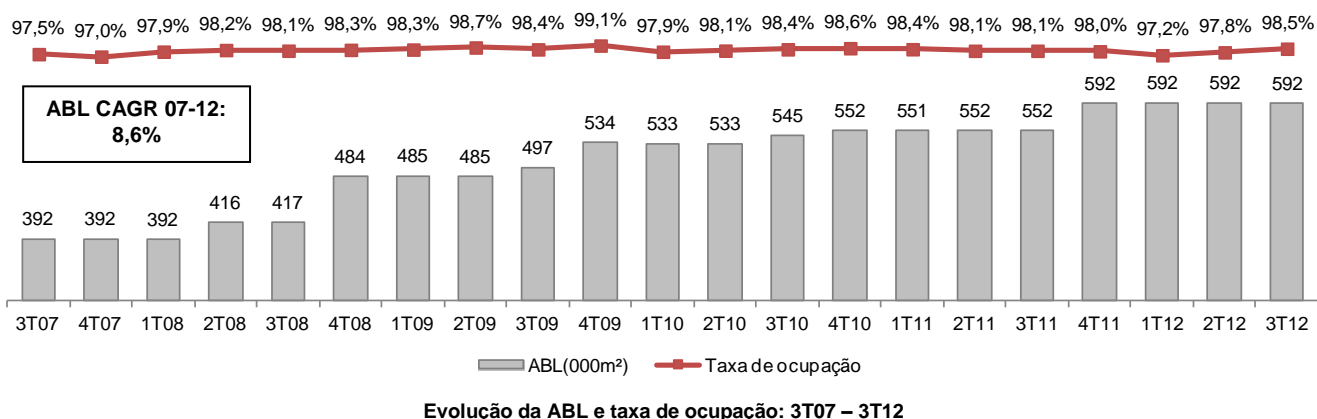
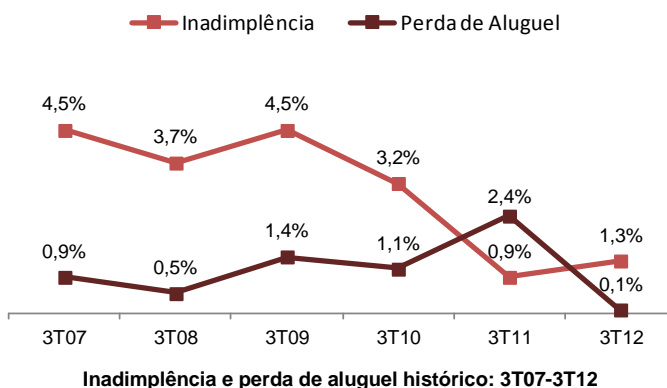
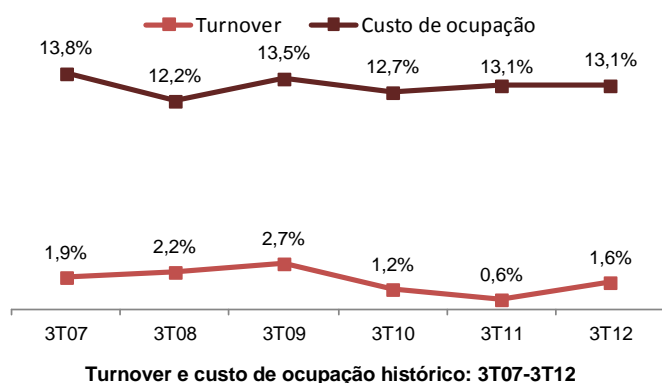
SSS Lojas âncoras versus satélites

3.2 Taxa de Ocupação, Inadimplência e Perda de Aluguel

A taxa de ocupação média foi de 98,5% no 3T12, 70 p.b. maior do que no 2T12, principalmente devido aos aumentos na taxa de ocupação de 1.030 p.b. no Shopping Santa Úrsula, 260 p.b. no ParkShoppingSãoCaetano e 230 p.b. no Shopping Vila Olímpia. É válido notar que todos os shopping centers da Multiplan apresentaram taxa de ocupação acima de 90,0%.

O custo de ocupação foi de 13,1% no 3T12, em linha com o mesmo período em 2011, e o turnover continuou em níveis baixos, com 1,6%. Combinados com a alta taxa de ocupação, esses dados mostram a forte demanda pelos shopping centers da Multiplan e indicam o grande potencial de crescimento da Companhia.

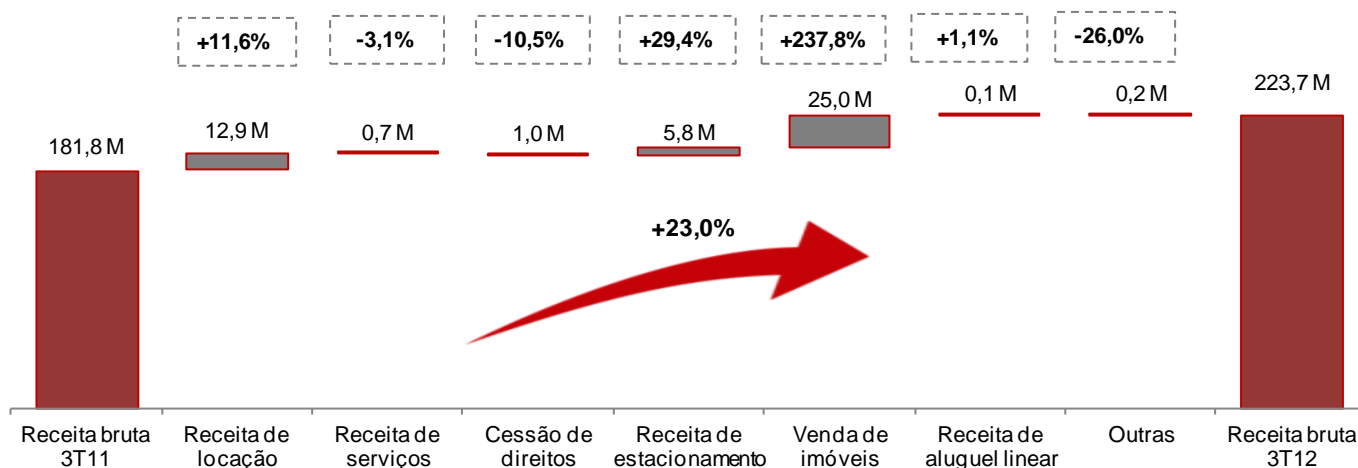
A taxa de inadimplência dos shopping centers da Multiplan (atraso no pagamento do aluguel acima de 25 dias) atingiu 1,3% no 3T12 versus 0,9% no 3T11. No mesmo período de comparação, a perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) diminuiu 230 p.b., e atingiu 0,1%.



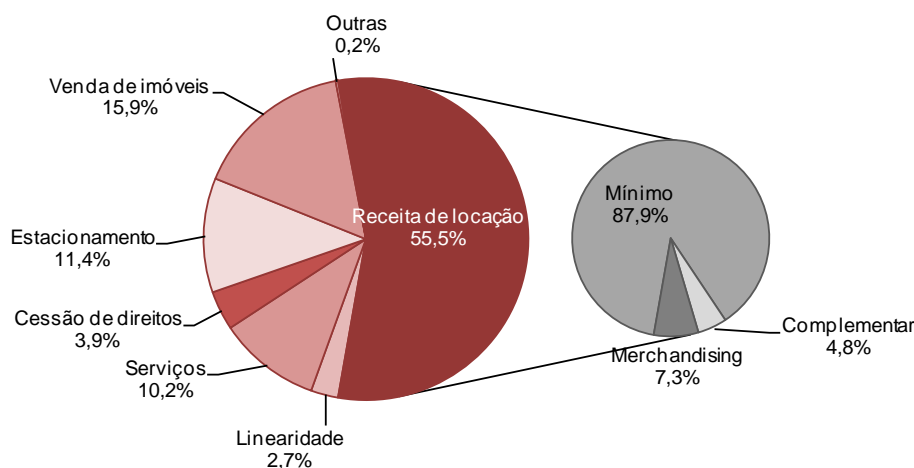
4. Receita Bruta

Receita bruta aumenta 23,0% no 3T12 e atinge R\$223,7 milhões

A receita bruta atingiu R\$223,7 milhões no 3T12, um aumento de 23,0% quando comparado ao 3T11. A receita com venda de imóveis apresentou a maior contribuição no crescimento com um aumento de 237,8%, refletindo o reconhecimento da receita dos seguintes projetos para venda: Centro Profissional Ribeirão Shopping, Morumbi Business Center e as duas torres para venda no complexo BarraShoppingSul. As receitas de estacionamento e de locação também apresentaram forte desempenho aumentando 29,4% e 11,6%, respectivamente. No 9M12, a receita bruta foi de R\$781,3 milhões, alta de 47,6% quando comparada ao 9M11.



Abertura do crescimento da receita bruta 3T12 (A/A) (R\$)



Abertura da receita bruta- 3T12

5. Resultado da Participação em Shopping Centers

5.1 Receita de Locação

Receita de locação aumenta 11,6% e atinge R\$124,2 milhões

A receita de locação da Multiplan totalizou R\$124,2 milhões no 3T12, aumentando 11,6% quando comparado ao 3T11. O aluguel mínimo apresentou o maior crescimento no 3T12, uma alta de 14,9%, atingindo R\$109,2 milhões no trimestre, representando 87,9% da receita de locação versus 85,4% no 3T11. O aluguel complementar atingiu R\$6,0 milhões e contribuiu com 4,8% da receita de locação da Multiplan versus 5,0% no 3T11. O Merchandising apresentou receita de R\$9,1 milhões versus R\$10,7 milhões no 3T11.

Receita de Locação				
(R\$)	Mínimo	Complementar	Merchand.	Total
3T12	109,2 M	6,0 M	9,1 M	124,2 M
% da receita de locação total	87,9%	4,8%	7,3%	100,0%
3T11	95,0 M	5,6 M	10,7 M	111,3 M
% da receita de locação total	85,4%	5,0%	9,6%	100,0%
Variação total %	▲ 14,9%	▲ 6,7%	▼ 14,9%	▲ 11,6%

Receita de Locação	3T12	3T11	Var.%	9M12	9M11	Var.%
BH Shopping	15,4 M	14,7 M	▲ 4,9%	47,1 M	43,2 M	▲ 9,1%
RibeirãoShopping	7,5 M	7,1 M	▲ 6,1%	22,9 M	21,4 M	▲ 7,0%
BarraShopping	17,6 M	17,5 M	▲ 0,6%	54,2 M	51,5 M	▲ 5,2%
MorumbiShopping	19,9 M	19,5 M	▲ 2,2%	60,8 M	56,5 M	▲ 7,6%
ParkShopping	9,7 M	9,1 M	▲ 6,8%	27,5 M	26,2 M	▲ 5,1%
DiamondMall	8,0 M	7,4 M	▲ 8,4%	23,7 M	21,9 M	▲ 7,9%
New York City Center	1,6 M	1,5 M	▲ 8,3%	4,8 M	4,4 M	▲ 7,2%
Shopping AnáliaFranco	5,0 M	4,7 M	▲ 6,6%	14,9 M	14,0 M	▲ 6,9%
ParkShoppingBarigüi	9,6 M	9,3 M	▲ 4,2%	29,3 M	26,9 M	▲ 9,0%
Pátio Savassi	5,2 M	5,0 M	▲ 4,9%	15,5 M	14,6 M	▲ 6,6%
Shopping Santa Úrsula	1,4 M	1,2 M	▲ 16,4%	3,8 M	3,4 M	▲ 12,2%
BarraShoppingSul	10,3 M	9,7 M	▲ 5,7%	30,3 M	27,9 M	▲ 8,5%
Shopping Vila Olímpia ⁽¹⁾	4,5 M	4,6 M	▼ 1,1%	14,0 M	13,4 M	▲ 4,8%
ParkShoppingSãoCaetano	8,2 M	-	N,A,	24,4 M	-	N,A,
Subtotal	124,2 M	111,3 M	▲ 11,6%	373,1 M	325,2 M	▲ 14,7%
Efeito da linearidade	6,1 M	6,0 M	▲ 1,1%	18,9 M	19,8 M	▼ 4,4%
Total	130,4 M	117,4 M	▲ 11,1%	392,0 M	345,0 M	▲ 13,6%

⁽¹⁾Até o 4º trimestre de 2011, a Multiplan detinha 30% de participação no Shopping Vila Olímpia e reconhecia o seu resultado consolidando a sua subsidiária MPH, que tinha 71,5% de participação. A partir de fevereiro de 2012, com a aquisição de participação adicional de 30%, a Multiplan passou a reconhecer apenas 60% do resultado do shopping center. Considerando essas mudanças e analisando o resultado trimestral do Shopping Vila Olímpia (100%) em ambos os anos, a receita de locação deste shopping aumentou 17,9% no 3T12 sobre o 3T11.

O Shopping Vila Olímpia⁽¹⁾ e o Shopping Santa Úrsula foram destaques de crescimento da receita de locação no trimestre, apresentando crescimentos de 17,9% (dado do 3T11 do Shopping Vila Olímpia ajustado pela participação adicional adquirida no 1T12. Ver nota na página 21⁽¹⁾) e 16,4%, respectivamente. O Diamond Mall e o New York City Center também apresentaram forte desempenho de 8,4% e 8,3%.

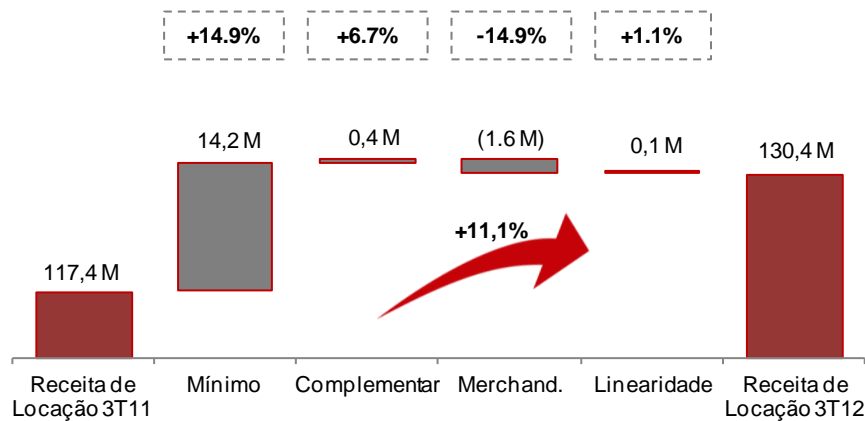
Shopping Vila Olímpia (100%)

3T12	7,5 M
3T11	6,4 M
Var.%	▲ 17,9%
9M12	22,7 M
9M11	18,6 M
Var.%	▲ 21,8%

Receita de locação Shopping Vila Olímpia (100%)

A receita de locação, incluindo o efeito da linearidade no cálculo, aumentou para R\$130,4 milhões de R\$117,4 milhões, 11,1% maior do que no 3T11. No 9M12, a receita de locação total atingiu R\$392,0 milhões, alta de 13,6% em relação ao 9M11.

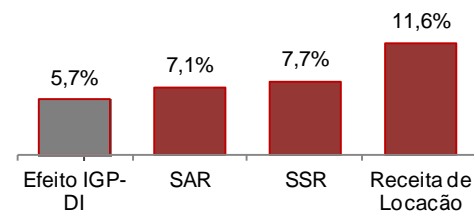
Informações adicionais sobre o resultado dos shopping centers estão disponíveis na planilha de Fundamentos no site de relações com Investidores da Multiplan (www.multiplan.com.br/ri).


Abertura do crescimento da receita de locação (A/A) (R\$)

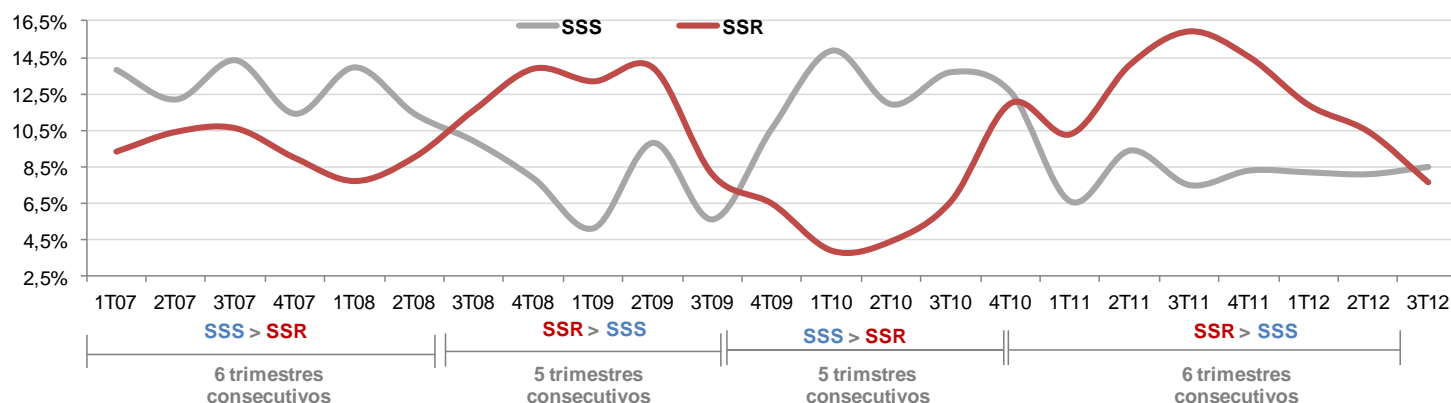
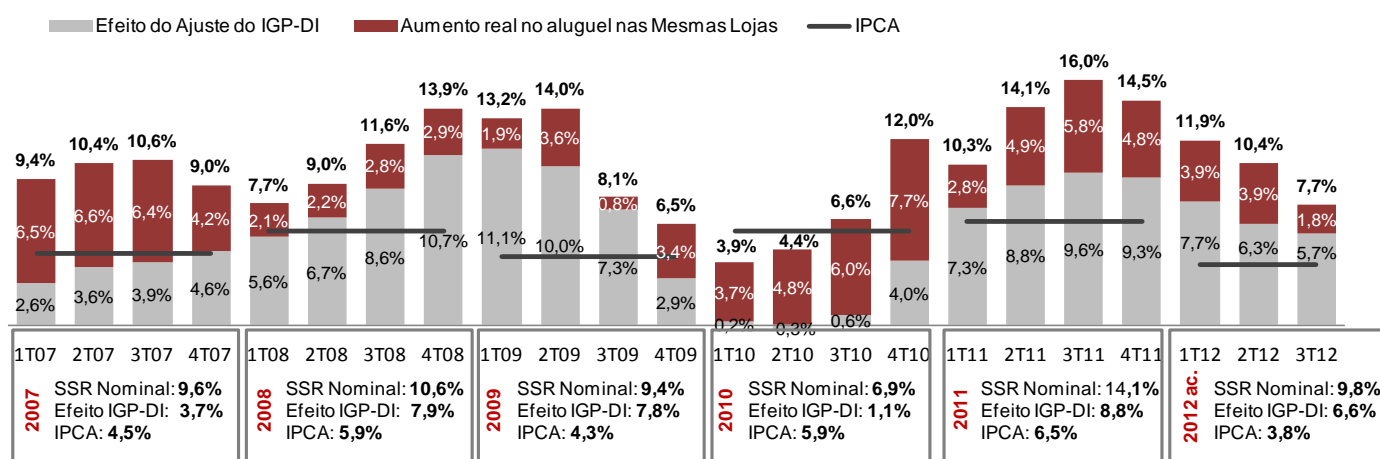
Alta de 7,7% do SSR ou +1,8% acima da inflação

Mais uma vez, o Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) apresentou forte crescimento real, atingindo 1,8%. O SSR aumentou 7,7% e o Aluguel na Mesma Área (SAR) aumentou 7,1% no trimestre quando comparados ao mesmo período em 2011. O efeito do ajuste do IGP-DI foi de 5,7%.

Conforme apresentado no gráfico, na página seguinte, "SSS vs. SSR histórico", estas variáveis tem mostrado similaridade em seus comportamentos ao longo do tempo, onde a SSS e a SSR alternam a liderança de crescimento. Na média, desde o 1T07, a SSS e a SSR excedem uma a outra num período de cinco a seis trimestres.


Análise da receita de locação (3T12/3T11)

¹ Ver glossário para definição


SSS vs. SSR histórico

Abertura do aluguel nas mesmas lojas (SSR)
 Crescimento nominal e real

5.2 Receita de Estacionamento

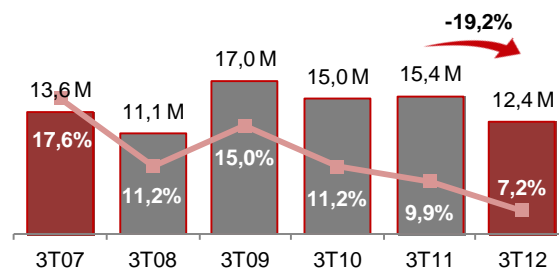
Aumento de 29,4% na receita de estacionamento para R\$25,6 milhões

A receita de estacionamento atingiu R\$25,6 milhões no 3T12, 29,4% maior do que no 3T11. O ParkShoppingBarigüi, o Shopping Santa Úrsula e o Shopping Vila Olímpia foram os destaques no trimestre, apresentando aumentos de tráfego de veículos de 17,8%, 12,5% e 10,7%, respectivamente. Outro vetor deste crescimento foi o ParkShoppingSãoCaetano, inaugurado em novembro de 2011, que adicionou mais de duas mil vagas de estacionamento. No 9M12, a receita de estacionamento atingiu R\$73,2 milhões, um aumento de 27,6% sobre o 9M11.

5.3 Despesas de Shopping Center

Despesas de shopping center caem 19,2% no 3T12 versus 3T11

As despesas de shopping center caíram 19,2% no 3T12 sobre o 3T11, atingindo R\$12,4 milhões. Como percentual da receita líquida de shopping center, essas despesas foram reduzidas de 9,9% para 7,2%. Esta redução é, em sua maioria, explicada pela reversão de despesas reconhecidas em 2012. No 9M12, as despesas de shopping center foram de R\$51,5 milhões versus R\$48,1 milhões no 9M11.



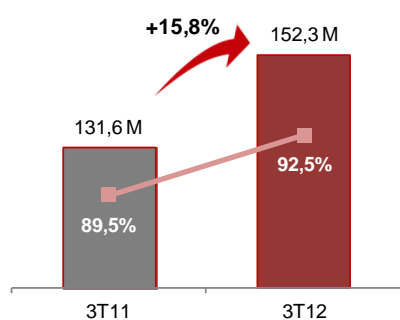
Evolução das despesas de shopping center (R\$)
e como percentual da receita líquida de shopping center no 3T12
 (Excluindo receitas e impostos de venda de imóveis)

5.4 Resultado Operacional Líquido– NOI

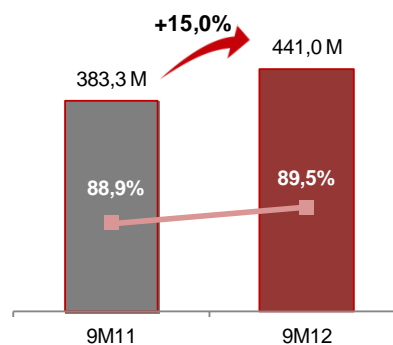
NOI + Cessão de Direitos atinge R\$152,3 milhões, alta de 15,8% e 292 p.b. de aumento da margem para 92,5%

A Multiplan registrou Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$152,3 milhões no 3T12, 15,8% maior do que no 3T11. A margem NOI + CD também aumentou, atingindo 92,5% no 3T12, quando comparada ao mesmo período em 2011. No 9M12, o NOI + CD atingiu R\$441,0 milhões, 15,0% maior do que no 9M11, com margem de 89,5%.

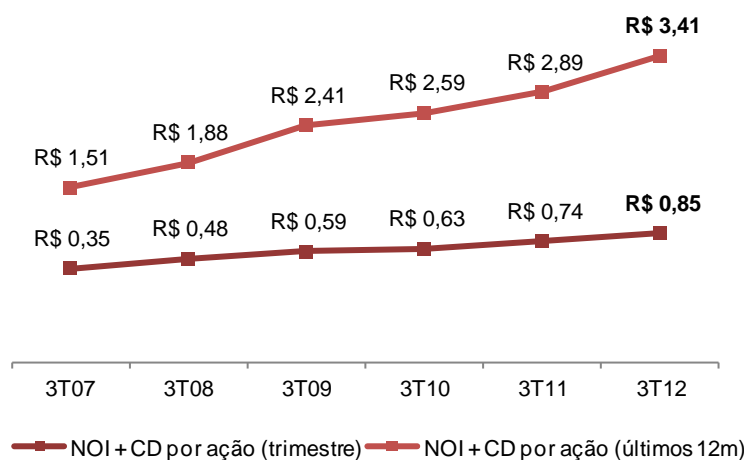
Cálculo do NOI (R\$)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
Receita de locação	124,2 M	111,3 M	▲ 11,6%	373,1 M	325,2 M	▲ 14,7%
Linearidade	6,1 M	6,0 M	▲ 1,1%	18,9 M	19,8 M	▼ 4,4%
Resultado de estacionamento	25,6 M	19,8 M	▲ 29,4%	73,2 M	57,4 M	▲ 27,6%
Resultado operacional	155,9 M	137,1 M	▲ 13,7%	465,2 M	402,4 M	▲ 15,6%
Despesa de shopping center	(12,4 M)	(15,4 M)	▼ 19,2%	(51,5 M)	(48,1 M)	▲ 7,2%
NOI	143,5 M	121,7 M	▲ 17,9%	413,7 M	354,3 M	▲ 16,8%
Margem NOI	92,0%	88,8%	▲ 325 p.b	88,9%	88,1%	▲ 87 p.b
Cessão de direitos	8,8 M	9,8 M	▼ 10,5%	27,2 M	29,0 M	▼ 6,2%
NOI + CD	152,3 M	131,6 M	▲ 15,8%	441,0 M	383,3 M	▲ 15,0%
Margem NOI + CD	92,5%	89,5%	▲ 292 p.b	89,5%	88,9%	▲ 68 p.b



NOI + Cessão de Direitos e margem (3T12/3T11) - (R\$)



NOI + Cessão de Direitos e margem (9M12/9M11) - (R\$)



Evolução do NOI + Cessão de Direitos por ação (R\$)

6. Resultados da Administração de Shopping Centers

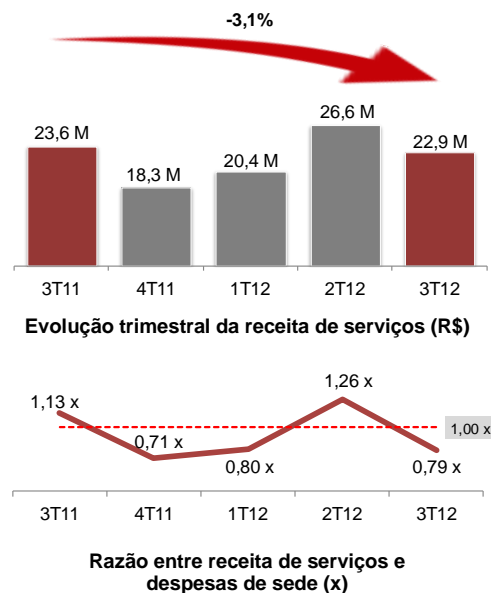
6.1 Receita de Serviços

Receita de serviços diminuiu 3,1% no 3T12, para R\$22,9 milhões

A receita de serviços – composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência – foi 3,1% menor no 3T12. Apesar de um aumento na receita com taxas de administração, a queda natural na receita de corretagem resultou em uma receita de serviços menor no 3T12.

A receita com corretagem apresentou queda no 3T12 devido, principalmente, a (i) redução do volume de locação dos shopping centers que estão sendo inaugurados, uma vez que foram basicamente pré-locados, (ii) uma maior participação no Shopping Vila Olímpia, e (iii) volume de turnover mais baixo, como consequência de um portfólio de lojistas mais consolidado.

No comparativo com os nove primeiros meses terminados em 30 de setembro de 2012, a receita de serviços aumentou 9,2% quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

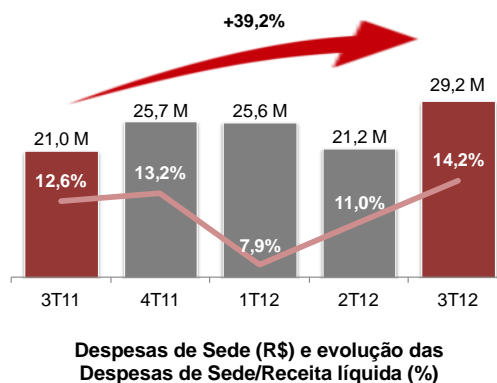


6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

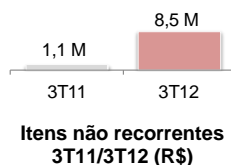
Despesas de sede impactada por itens não recorrentes

No 3T12, as Despesas Gerais e Administrativas (Sede) aumentaram 39,2% quando comparado ao 3T11, devido principalmente a eventos pontuais, incluindo (i) o resultado líquido de provisões reconhecidas no período, (ii) despesas legais não recorrentes, e (iii) despesas com contratação e treinamento das equipes que irão administrar os três shopping centers que estão sendo inaugurados.

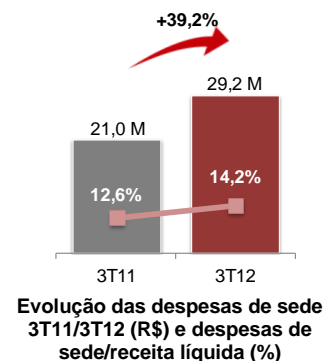
As despesas de sede não recorrentes aumentaram para R\$8,5 milhões no 3T12, comparado a R\$1,1 milhão no 3T11, devido principalmente às provisões mencionadas acima. Excluindo o impacto dessas despesas não recorrentes, e somente para fins de análise, as despesas de sede teriam subido 4,2% no 3T12 em comparação com o 3T11.



(+)



=



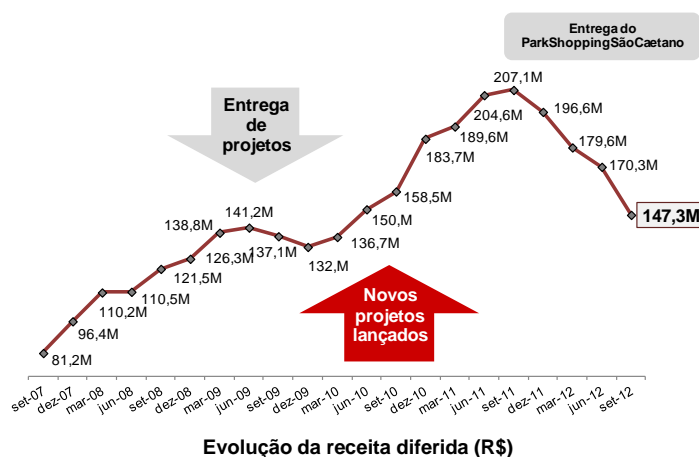
7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

7.1 Receita Diferida e Contratos de Cessão de Direitos Assinados

Reconhecimento de receitas reduz o saldo da receita diferida

No 3T12, o saldo da receita diferida caiu de R\$170,3 milhões em junho de 2012 para R\$147,3 milhões em setembro de 2012. O saldo da receita diferida foi impactado principalmente pelo (i) reconhecimento de receitas do ParkShoppingSãoCaetano, as quais contribuíram para redução do saldo, (ii) menor volume de assinaturas de novos contratos de locação no 3T12, como resultado da maior parte dos espaços disponíveis para locação nos projetos em desenvolvimento já terem sido locados, (iii) impacto de custos diferidos resultantes de investimentos em áreas comerciais, e (iv) recompra de áreas locadas para serem usadas em expansões.

O saldo da receita diferida será reconhecido como receita de cessão de direitos linearmente ao longo da vigência de 5 anos do contrato de locação, após a entrega das áreas.



O saldo da receita diferida (cessão de direitos) aumenta quando novos contratos de locação são assinados.

O saldo da receita diferida (cessão de direitos) diminui conforme é reconhecida a receita de cessão de direitos de acordo com o prazo do contrato.

7.2 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos (R\$)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
Operacional (Recorrente)	1,5 M	2,2 M	▼32,3%	4,7 M	6,4 M	▼25,7%
Projetos abertos nos últimos cinco anos	7,3 M	7,6 M	▼4,2%	22,5 M	22,6 M	▼0,6%
Receita de Cessão de Direitos	8,8 M	9,8 M	▼10,5%	27,2 M	29,0 M	▼6,2%

A receita da cessão de direitos diminuiu 10,5% no 3T12 para R\$8,8 milhões. A receita de cessão de direitos é composta por (i) receita recorrente (ou operacional), relacionada à cessão de direitos reconhecida nos shopping centers que estão em operação há mais de cinco anos, e reflete o esforço da Companhia para melhorar o mix de lojas em seus shopping centers; e (ii) receita não recorrente, relacionada à cessão de direitos de contratos de locação relativos a lojas novas em greenfields e expansões inauguradas nos últimos cinco anos.

7.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

Conforme planejado, as despesas com novos projetos para locação subiram para R\$7,0 milhões no 3T12

Despesas pré-operacionais referentes principalmente (i) à fase de inauguração de três shopping centers e (ii) aos investimentos nas duas expansões em desenvolvimento contribuíram para a elevação das despesas com novos projetos para locação, de R\$2,5 milhões no 3T11 para R\$7,0 milhões no 3T12. Conforme informado anteriormente, essas despesas ocorrem principalmente nas fases de lançamento e entrega dos projetos, e são uma ferramenta para a implementação da estratégia da Companhia, que consiste em atrair os melhores lojistas para formar o mix mais apropriado para cada shopping center e atrair clientes em seus primeiros anos de maturação. A Multiplan inaugurou o JundiaíShopping em 18 de outubro de 2012, e planeja inaugurar outros dois shopping centers no 4T12, o que deve resultar em uma ligeira elevação das despesas de novos projetos no 4T12.



8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

8.1 Receita de Venda de Imóveis e Custo de Imóveis Vendidos

Receita de Venda de Imóveis

No 3T12, a Multiplan registrou receita de R\$35,5 milhões com empreendimentos imobiliários para venda, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), composta principalmente da apropriação de receitas do Centro Profissional RibeirãoShopping (98% vendido) e dos projetos para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul (75% vendido), ambos com as obras evoluindo de acordo com o planejado.

Custo de Imóveis Vendidos

A Companhia registrou custo de imóveis vendidos de R\$18,4 milhões no 3T12, em linha com o andamento das obras, composta principalmente por apropriação de custos do Centro Profissional RibeirãoShopping e dos projetos para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul.

Despesas com Novos Projetos para Venda

As despesas com novos projetos para venda diminuíram para R\$4,2 milhões no 3T12, comparado a R\$4,5 milhões no 3T11. No 3T12, as despesas com novos projetos para venda eram compostas principalmente de (i) esforços de marketing dos projetos para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul, (ii) despesas com corretagem, e (iii) impostos sobre propriedades ("IPTU") referentes a terrenos em estoque.

9. Resultados Financeiros

9.1 EBITDA

EBITDA de Shopping Centers 6,0% maior no 3T12

A Multiplan registrou um aumento de 6,0% no EBITDA de Shopping Centers do 3T12 (excluindo atividade imobiliária para venda), enquanto a receita líquida de shopping centers cresceu 10,7% no mesmo período. No 3T12, despesas de sede maiores e o aumento em despesas pré-operacionais, conforme esperado e devido principalmente à fase de abertura do JundiáShopping, VillageMall e ParkShoppingCampoGrande, contribuíram para a redução da margem EBITDA de Shopping Centers. Como resultado, a margem EBITDA de Shopping Centers saiu de 74,4% no 3T11 para 71,3% no 3T12.

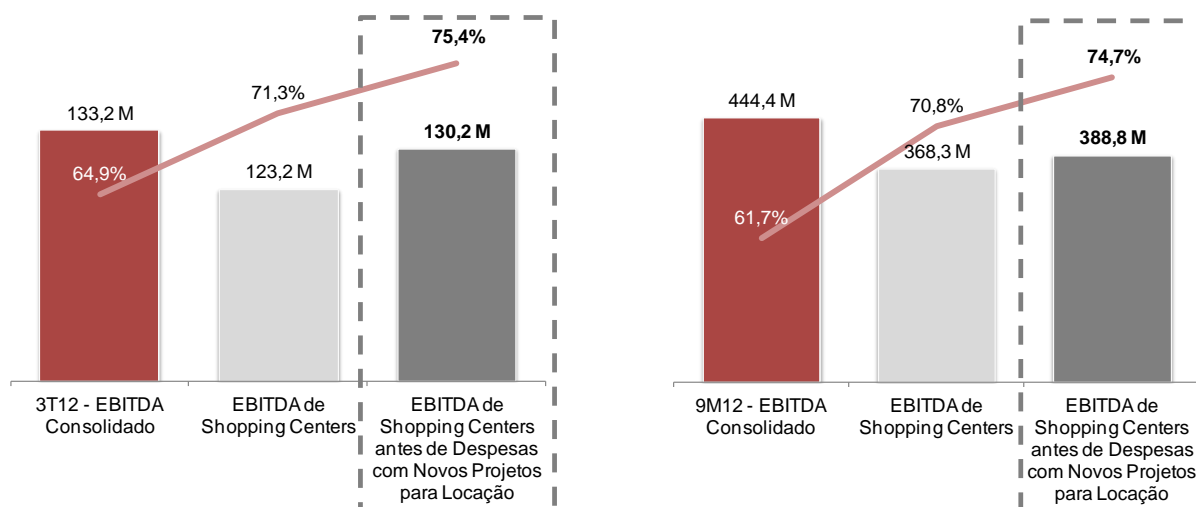
Somente para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de shopping centers, a margem aumentaria para 75,4% no 3T12.

EBITDA de Shopping Centers (R\$)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
Receita Bruta de Shopping Centers ¹	188,2 M	171,3 M	▲9,8%	564,1 M	496,9 M	▲13,5%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(15,4 M)	(15,2 M)	▲1,3%	(43,9 M)	(44,4 M)	▼1,1%
Receita Líquida	172,8 M	156,1 M	▲10,7%	520,2 M	452,5 M	▲15,0%
Despesas de sede	(29,2 M)	(21,0 M)	▲39,2%	(75,9 M)	(62,7 M)	▲21,2%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,3 M)	(2,0 M)	▲13,9%	(7,2 M)	(5,5 M)	▲29,9%
Despesas de shopping centers	(12,4 M)	(15,4 M)	▼19,2%	(51,5 M)	(48,1 M)	▲7,2%
Despesas com novos projetos para locação	(7,0 M)	(2,5 M)	▲176,4%	(20,6 M)	(9,3 M)	▲121,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,3 M	1,0 M	▲32,3%	3,2 M	3,6 M	▼11,3%
EBITDA de Shopping Centers ²	123,2 M	116,2 M	▲6,0%	368,3 M	330,6 M	▲11,4%
Margem EBITDA de Shopping Centers	71,3%	74,4%	▼314 p.b	70,8%	73,1%	▼227 p.b
(+) Despesas com novos projetos para locação	7,0 M	2,5 M	▲176,4%	20,6 M	9,3 M	▲121,6%
EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos ³	130,2 M	118,7 M	▲9,6%	388,8 M	339,8 M	▲14,4%
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	75,4%	76,1%	▼71 p.b	74,7%	75,1%	▼37 p.b

(1) Receita Bruta de Shopping Centers: não considera a receita com a venda de imóveis.

(2) EBITDA de Shopping Centers: não considera receitas, impostos sobre vendas, custos e despesas com novos projetos para venda referentes a atividade imobiliária.

(3) EBITDA de Shopping Centers 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.



3T12: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$) e margens (%)

9M12: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$) e margens (%)

O EBITDA Consolidado foi 19,4% maior no 3T12, alcançando R\$133,2 milhões. Além do aumento nas despesas, detalhadas na última página, a variação positiva de 237,8% na Receita de Venda de Imóveis também impactou a margem EBITDA, levando-a de 67,3% no 3T11, para 64,9% no 3T12.

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

EBITDA Consolidado (R\$)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
Receita Líquida	205,4 M	165,7 M	▲24,0%	720,5 M	482,2 M	▲49,4%
Despesas de sede	(29,2 M)	(21,0 M)	▲39,2%	(75,9 M)	(62,7 M)	▲21,2%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,3 M)	(2,0 M)	▲13,9%	(7,2 M)	(5,5 M)	▲29,9%
Despesas de shopping centers	(12,4 M)	(15,4 M)	▼19,2%	(51,5 M)	(48,1 M)	▲7,2%
Despesas com novos projetos para locação	(7,0 M)	(2,5 M)	▲176,4%	(20,6 M)	(9,3 M)	▲121,6%
Despesas com novos projetos para venda	(4,2 M)	(4,5 M)	▼6,2%	(13,6 M)	(7,0 M)	▲94,7%
Custo de imóveis vendidos	(18,4 M)	(9,9 M)	▲87,0%	(111,5 M)	(33,2 M)	▲235,5%
Resultado de equivalência patrimonial	0,1 M	0,1 M	▼48,9%	0,9 M	1,5 M	▼39,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,3 M	1,0 M	▲32,3%	3,2 M	3,6 M	▼11,3%
EBITDA Consolidado	133,2 M	111,6 M	▲19,4%	444,4 M	321,6 M	▲38,2%
Margem EBITDA Consolidada	64,9%	67,3%	▼248 p.b	61,7%	66,7%	▼502 p.b

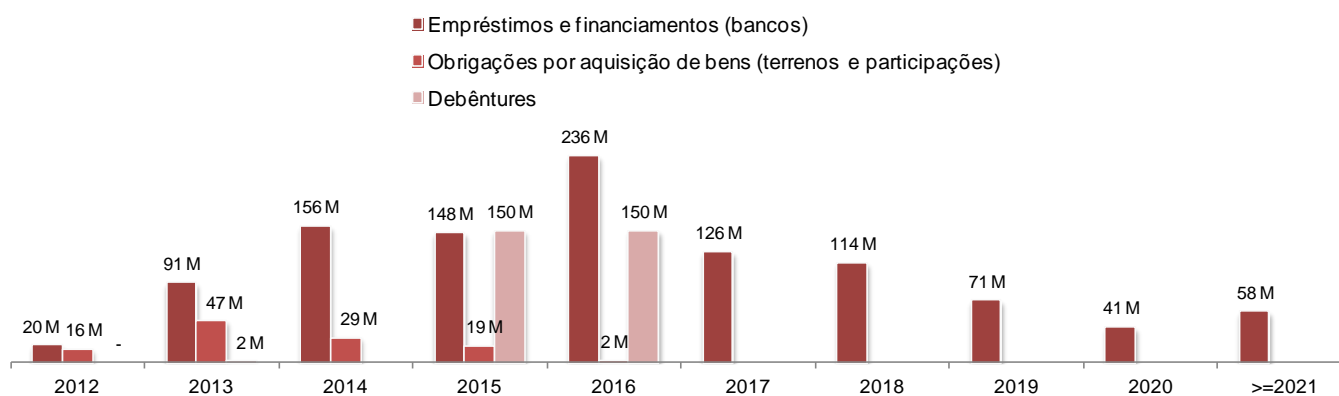
9.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan encerrou o 3T12 com uma dívida líquida de R\$1.151,9 milhões, comparado com R\$864,5 milhões no trimestre anterior. Isto representa uma relação de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,00x. No 3T12, o saldo entre o rendimento do caixa investido e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$8,2 milhões.

Abertura do Endividamento (R\$)	30/09/2012	30/06/2012	Var. %
Passivo Circulante	134,9 M	137,1 M	▼1,6%
Empréstimos e financiamentos	80,4 M	77,8 M	▲3,3%
Debêntures	1,5 M	9,4 M	▼83,5%
Obrigações por aquisição de bens	53,0 M	49,9 M	▲6,3%
Passivo não Circulante	1.341,2 M	1.173,3 M	▲14,3%
Empréstimos e financiamentos	981,2 M	804,2 M	▲22,0%
Debêntures	300,0 M	300,0 M	▲0,0%
Obrigações por aquisição de bens	60,0 M	69,1 M	▼13,2%
Dívida Bruta	1.476,1 M	1.310,4 M	▲12,6%
Caixa e Equivalentes de Caixa	324,2 M	445,9 M	▼27,3%
Dívida Líquida	1.151,9 M	864,5 M	▲33,2%

A posição de caixa do 3T12 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX de R\$382,5 milhões no período, (ii) pagamento de R\$37,8 milhões referente a dívidas de curto prazo, e (iii) R\$34,8 milhões em investimentos em imóveis para venda, parcialmente compensados pela (iv) entrada de R\$100,0 milhões em novos recursos de empréstimos assinados em agosto de 2012, e (v) entrada de novos recursos de financiamentos no valor de R\$107,1 milhões (divididos em R\$80,5 milhões para o desenvolvimento do VillageMall, R\$19,0 milhões para o ParkShoppingCampoGrande, e R\$7,6 milhões para o Parque Shopping Maceió).

O aumento da dívida líquida contribuiu para a variação no indicador de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 1,55x no 2T12 para 2,00x no 3T12. A relação dívida bruta/EBITDA (últimos 12 meses) aumentou de 2,36x no 2T12 para 2,55x no 3T12. À medida que a Companhia efetue os saques de seus empréstimos e financiamentos para a realização dos seus investimentos planejados, espera-se uma elevação da sua dívida bruta.



Perfil de amortização da dívida em 30 de setembro de 2012 (R\$)

Estratégia de financiamento

Em complemento à geração futura de caixa e empréstimos e financiamentos já contratados, a Companhia continua a analisar alternativas de financiamento para suas expansões anunciadas recentemente. Em 30 de setembro de 2012, a Companhia apresentava dívida bruta de R\$1,5 bilhão, e saldo de R\$132,9 milhões em financiamentos já assinados e ainda não sacados.

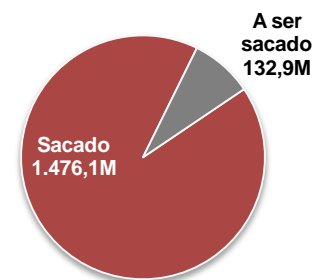
Redução de 50 pontos no custo da dívida, para 9,48%

Comparado ao 3T11, a Multiplan aumentou a participação das linhas indexadas ao CDI para 39,0% do endividamento total no 3T12, comparado a 1,3% no 3T11, buscando beneficiar-se da redução da taxa de juros no Brasil. Durante esse período, a taxa básica de juros nominal caiu de 12,00% ao ano em 30 de setembro de 2011 para 7,50% ao ano em 30 de setembro de 2012.

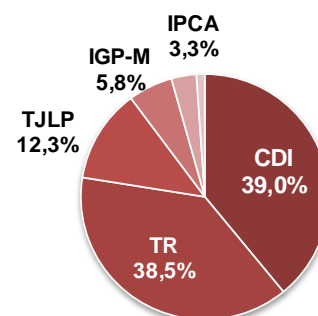
O custo ponderado de captação da Companhia caiu de 9,98% a.a. em 30 de junho de 2012 para 9,48% a.a. em 30 de setembro de 2012, comparado com a uma taxa básica de juros (Selic) vigente em 30 de setembro de 2012, de 7,50% ao ano. No 3T12, a Companhia manteve a mesma diversificação de taxas de juros do trimestre anterior.

A participação da dívida indexada à TR no endividamento total da Companhia, que representava 64,5% do endividamento total no 3T11, foi reduzida para 38,5% no 3T12.

O endividamento atrelado à TJLP, principal índice utilizado pelo BNDES, aumentou sua participação no endividamento total da Companhia de 10,1% no 3T11 para 12,3% do endividamento total no 3T12. Este indexador, que estava fixado em 6,0% ao ano entre Julho de 2009 e Junho de 2012, foi reduzido para 5,5% ao ano em Julho de 2012.



Disponibilidade de recursos em 30 de setembro de 2012 (R\$)



Índices de endividamento em 30 de setembro de 2012

Indicadores de endividamento em 30 de setembro de 2012

	Desempenho dos índices	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Saldo da dívida (R\$)
CDI	7,50%	0,89%	8,39%	576,4 M
TR ²	0,45%	9,77%	10,22%	567,4 M
TJLP	5,50%	3,32%	8,82%	181,4 M
IGP-M ²	8,07%	3,75%	11,82%	86,2 M
IPCA ²	5,28%	7,27%	12,55%	48,5 M
Outros	0,00%	7,87%	7,87%	16,2 M
Total	4,42%	5,06%	9,48%	1.476,1 M

¹ Média ponderada da taxa de juros anual.

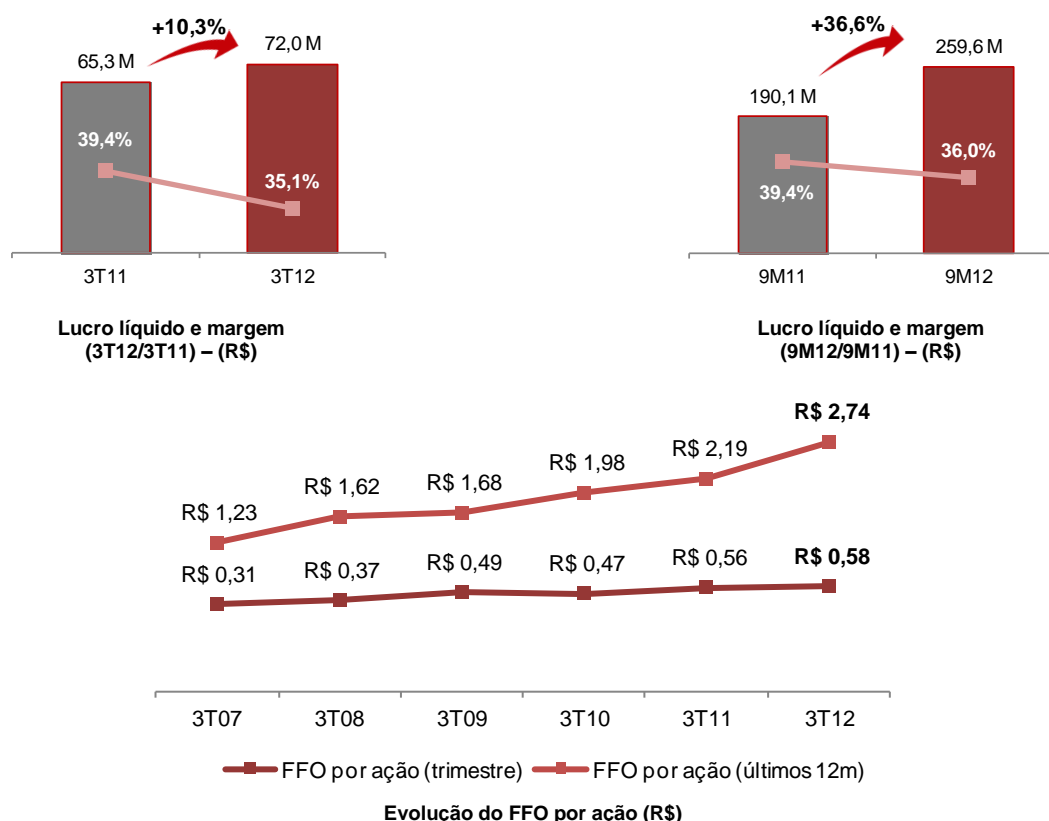
² Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.

9.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Lucro líquido atinge R\$72,0 milhões no 3T12, aumento de 10,3%, acumulando R\$260 milhões no 9M12

No 3T12, o lucro líquido somou R\$72,0 milhões, 10,3% maior do que no 3T11, apesar do aumento na alavancagem com Dívida líquida/EBITDA dos últimos doze meses de 0,14x no 3T11 para 2,00x no 3T12, levando a um resultado financeiro negativo de R\$8,2 milhões neste trimestre, em contraste a um resultado positivo de R\$8,8 milhões no 3T11. No 9M12, o lucro líquido aumentou 36,6%, atingindo R\$259,6 milhões.

No 3T12, o FFO atingiu R\$102,6 milhões, e R\$356,8 milhões no 9M12, 2,9% e 25,8% maior do que no mesmo período em 2011, respectivamente. O FFO dos últimos doze meses por ação atingiu R\$2,74 no 3T12, representando um CAGR 07-12 de 17,3%.



Cálculo do Lucro Líquido e FFO (R\$)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
Receita líquida	205,4 M	165,7 M	▲24,0%	720,5 M	482,2 M	▲49,4%
Despesas operacionais	(72,1 M)	(54,1 M)	▲33,4%	(276,1 M)	(160,6 M)	▲71,9%
Resultados financeiros	(8,2 M)	8,8 M	▼193,4%	(21,4 M)	28,0 M	▼176,6%
Depreciação e Amortização	(17,7 M)	(15,1 M)	▲17,1%	(52,6 M)	(44,4 M)	▲18,6%
Imposto de renda e contribuição social	(22,4 M)	(17,3 M)	▲29,2%	(64,9 M)	(57,9 M)	▲12,1%
Participação minoritária	(0,0 M)	(3,3 M)	▼99,5%	(1,3 M)	(8,1 M)	▼84,1%
Lucro líquido ajustado	84,9 M	84,6 M	▲0,3%	304,1 M	239,2 M	▲27,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(12,9 M)	(19,3 M)	▼33,5%	(44,5 M)	(49,1 M)	▼9,4%
Lucro líquido	72,0 M	65,3 M	▲10,3%	259,6 M	190,1 M	▲36,6%
Depreciação e Amortização	17,7 M	15,1 M	▲17,1%	52,6 M	44,4 M	▲18,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	12,9 M	19,3 M	▼33,5%	44,5 M	49,1 M	▼9,4%
FFO	102,6 M	99,7 M	▲2,9%	356,8 M	283,6 M	▲25,8%
FFO por ação (R\$)*	0,58	0,56	▲2,7%	2,00	1,59	▲25,6%

* Ajustado por ações em tesouraria.

10. Portfólio

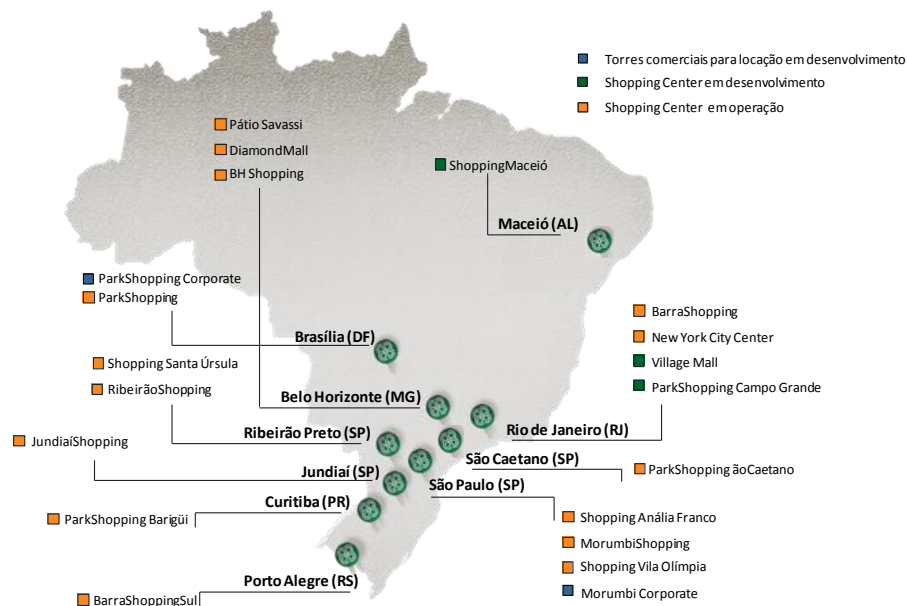
Portfólio	Estado	Multiplan %	ABL Total	Locação 3T12 (mês) ²	Vendas 3T12 (mês) ³	3T12 méd. tx. de ocupação
SC em operação						
BHShopping	MG	80,0%	47.565 m ²	137 R\$/m ²	1.735 R\$/m ²	99,4%
RibeirãoShopping	SP	76,7%	46.483 m ²	74 R\$/m ²	976 R\$/m ²	99,5%
BarraShopping	RJ	51,1%	69.119 m ²	157 R\$/m ²	2.122 R\$/m ²	99,5%
MorumbiShopping	SP	65,8%	55.090 m ²	177 R\$/m ²	1.961 R\$/m ²	97,6%
ParkShopping	DF	59,3%	53.332 m ²	110 R\$/m ²	1.445 R\$/m ²	97,3%
DiamondMall	MG	90,0%	21.386 m ²	131 R\$/m ²	1.955 R\$/m ²	99,6%
New York City Center	RJ	50,0%	22.271 m ²	46 R\$/m ²	773 R\$/m ²	100,0%
Shopping AnáliaFranco	SP	30,0%	50.427 m ²	105 R\$/m ²	1.327 R\$/m ²	99,9%
ParkShoppingBarigüi	PR	84,0%	50.176 m ²	78 R\$/m ²	1.310 R\$/m ²	99,5%
Pátio Savassi	MG	96,5%	17.253 m ²	98 R\$/m ²	1.510 R\$/m ²	99,6%
Shopping SantaÚrsula	SP	62,5%	22.993 m ²	35 R\$/m ²	644 R\$/m ²	96,9%
BarraShoppingSul	RS	100,0%	68.212 m ²	70 R\$/m ²	1.065 R\$/m ²	99,3%
Shopping VilaOlimpia	SP	60,0%	28.363 m ²	104 R\$/m ²	977 R\$/m ²	90,1%
ParkShoppingSãoCaetano	SP	100,0%	39.274 m ²	72 R\$/m ²	903 R\$/m ²	98,2%
Sub-total Operating SCs		71,0%	591.945 m²	108 R\$/m²	1.406 R\$/m²	98,5%
Expansões em desenvolvimento						
BarraShopping	RJ	51,1%	5.296 m ²	-	-	-
RibeirãoShopping	SP	76,2%	20.303 m ²	-	-	-
Sub-total expansões		71,0%	25.578 m²			
SCs em desenvolvimento						
JundiaíShopping ⁴	SP	100,0%	34.535 m ²	-	-	-
Village Mall	RJ	100,0%	25.529 m ²	-	-	-
ParkShoppingCampoGrande ¹	RJ	90,0%	42.342 m ²	-	-	-
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	37.851 m ²	-	-	-
Sub-total SCs em desenvolvimento		83,5%	140.257 m²			
Torres para locação em desenvolvimento						
ParkShopping Corporate	DF	50,0%	13.360 m ²	-	-	-
Morumbi Corporate	SP	100,0%	74.198 m ²	-	-	-
BarraShopping Office	RJ	51,1%	4.204 m ²	-	-	-
Subtotal torres com. em desenvol.		90,5%	91.762 m²			
Portfólio Total		75,1%	849.542 m²	108 R\$/m²	1.406 R\$/m²	98,5%

¹ Multiplan é responsável por 100% do CAPEX.

² Locação/m²/mês divide a receita de locação, excluindo merchandising e Lojas que não reportam vendas por ABL próprio ocupado que reporta vendas.

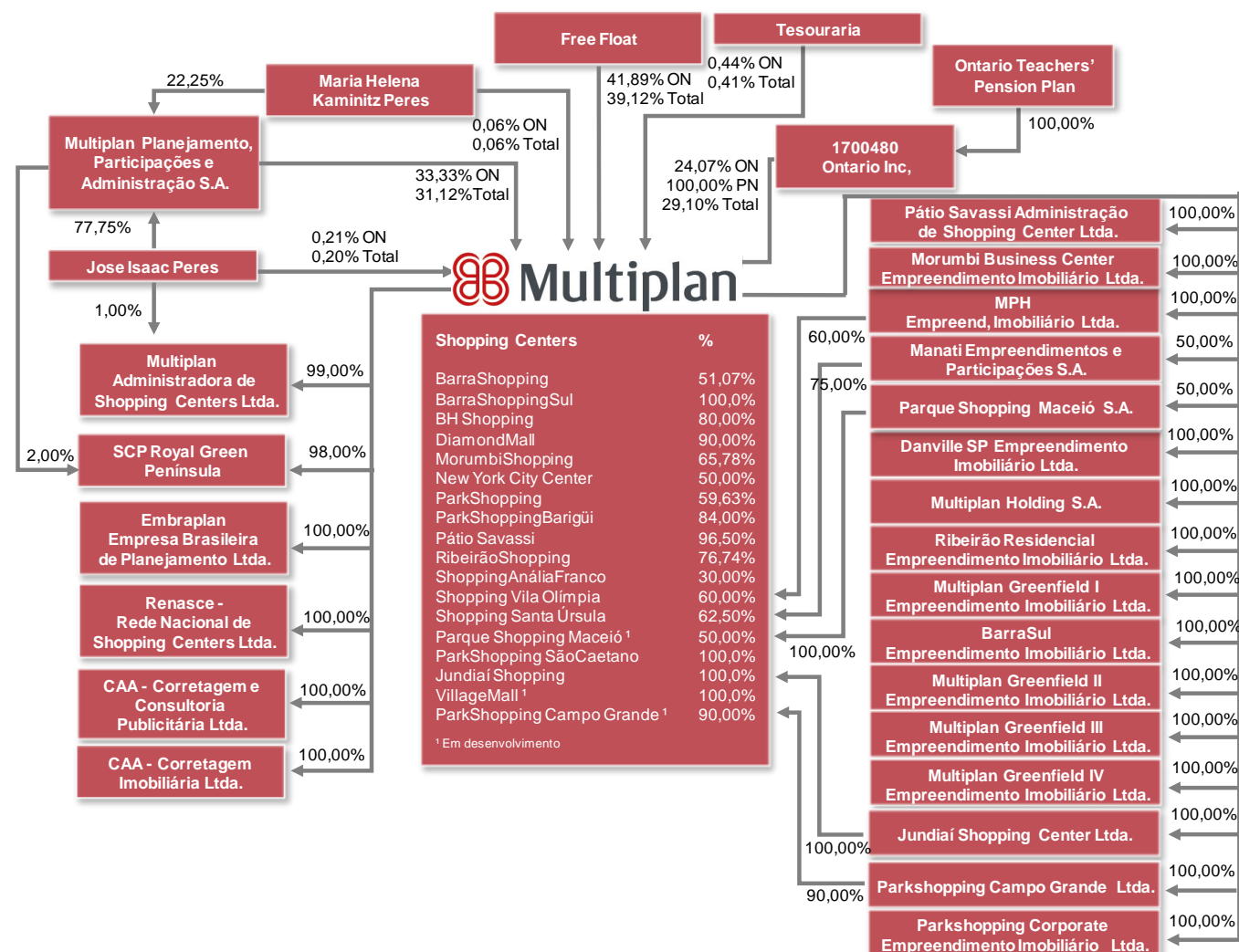
³ Vendas/m²/mês divide vendas totais pela área composta por lojas que reportam vendas mensais.

⁴ O JundiaíShopping foi inaugurado em 17 de outubro de 2012.



11. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 30 de setembro de 2012, está detalhada abaixo. De um total de 179.197.214 ações emitidas, 167.338.867 são ordinárias e 11.858.347 são ações preferenciais, mantidas exclusivamente pela Ontario Teachers' Pension Plan e não são listadas ou negociadas em nenhuma bolsa de valores.



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

MPH Empreendimentos Imobiliário Ltda.: possui 60,0% de participação no Shopping Vila Olímpia. A Multiplan detém direta e indiretamente 100% da MPH.

Manati Empreendimentos e Participações S.A.: detém uma participação de 75% no Shopping Santa Úrsula, em Ribeirão Preto, SP, onde a Multiplan tem uma sociedade 50/50.

Parque Shopping Maceió S.A.: é a Sociedade de Propósito Específico para o Shopping Maceió, onde a Multiplan detém uma participação de 50%.

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

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.

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

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

Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo.

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

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

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

Jundiaí Shopping Center Ltda.: Detém 100,0% de participação no JundiaíShopping. Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda..

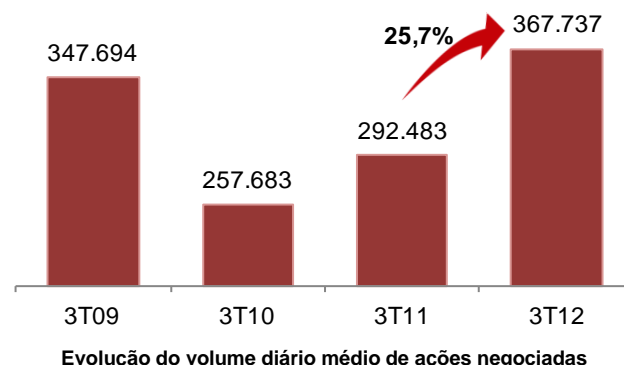
Park Shopping Campo Grande Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento do ParkShoppingCampoGrande.

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

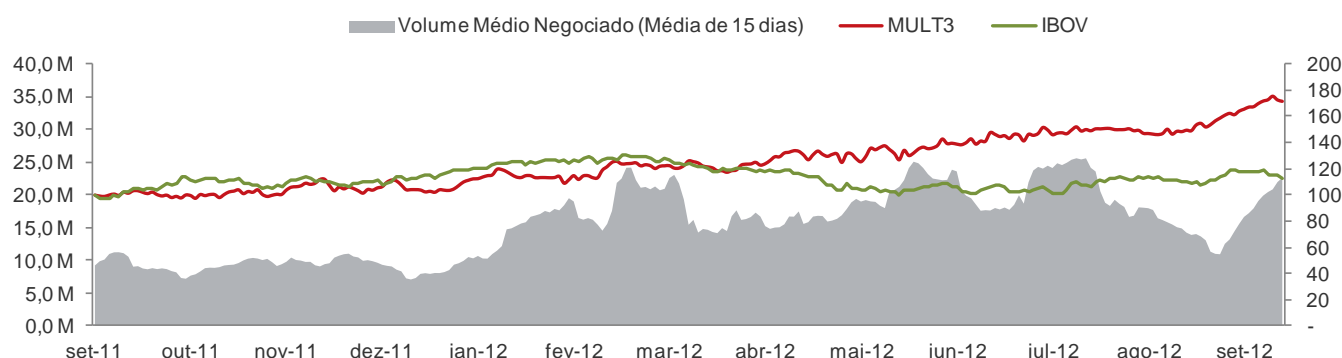
12. Indicadores MULT3 e Mercado de Ações

102,8% de aumento no volume médio diário negociado no 3T12 versus 3T11

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o 3T12 cotada a R\$59,69/ação, um aumento de 71,3% quando comparado ao 3T11, com desempenho superior ao índice Ibovespa em 5.820 p.b., que valorizou-se 13,1% no mesmo período. No 3T12, o volume médio diário negociado das ações da Multiplan apresentou um aumento significativo de 102,8%, atingindo uma média de R\$19,5 milhões/dia, comparado a R\$9,6 milhões no 3T11. Considerando o número de ações médio diário negociado no trimestre, o volume aumentou 25,7% em relação ao 3T11.



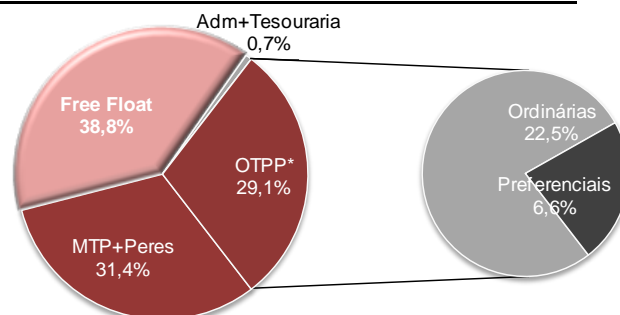
As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World Emerging Index, FTSE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



Varição: MULT3 e Ibovespa e volume MULT3
Base 100 = 30 de setembro de 2011

MULT3 na BM&FBOVESPA	3T12	3T11	Var.	9M12	9M11	Var.
Preço médio de fechamento	R\$ 53,14	R\$ 32,94	▲61,3%	R\$ 46,16	R\$ 33,49	▲37,8%
Preço de fechamento	R\$ 59,69	R\$ 34,85	▲71,3%	R\$ 59,69	R\$ 34,85	▲71,3%
Volume médio diário negociado	R\$ 19,5 M	R\$ 9,6 M	▲102,8%	R\$ 18,1 M	R\$ 8,9 M	▲103,4%
Valor de mercado	R\$ 10.696 M	R\$ 6.245 M	▲71,3%	R\$ 10.696 M	R\$ 6.245 M	▲71,3%

No final do terceiro trimestre de 2012, 31,4% das ações da Companhia pertenciam direta ou indiretamente ao Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 29,1% e o free-float era equivalente a 38,8%. As ações em tesouraria totalizaram 0,7% do total das ações emitidas. O total de ações emitidas são 179.197.214.



Abertura da estrutura societária em 30 de setembro de 2012
(*) OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

13. Anexos
Destques Operacionais e Financeiros

Desempenho						
Desempenho Financeiro (%MTE)	3T12	3T11	Var.%	9M12	9M11	Var.%
Receita bruta R\$'000	223.691	181.818	▲23,0%	781.296	529.476	▲47,6%
Receita líquida R\$'000	205.362	165.658	▲24,0%	720.488	482.153	▲49,4%
Receita líquida R\$/m ²	506,1	463,6	▲9,2%	1.775,5	1.349,7	▲31,5%
Receita líquida US\$/pé	23,2	22,9	▲1,2%	81,3	66,7	▲21,9%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	130.359	117.351	▲11,1%	392.030	345.009	▲13,6%
Receita de locação R\$/m ²	321,3	328,4	▼2,2%	966,1	965,8	▲0,0%
Receita de locação US\$/pé	14,7	16,2	▼9,3%	44,3	47,7	▼7,3%
Receita de locação mensal R\$/m ²	107,1	109,5	▼2,2%	107,3	107,3	▲0,0%
Receita de locação mensal US\$/pé	4,9	5,4	▼9,3%	4,9	5,3	▼7,3%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	143.516	121.748	▲17,9%	413.740	354.329	▲16,8%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	353,7	340,7	▲3,8%	1.019,6	991,9	▲2,8%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	16,2	16,8	▼3,8%	46,7	49,0	▼4,7%
Margem NOI	92,0%	88,8%	▲325 p.b.	88,9%	88,1%	▲87 p.b.
NOI por ação R\$	0,80	0,68	▲17,7%	2,32	1,99	▲16,6%
Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) R\$'000	152.289	131.550	▲15,8%	440.960	383.338	▲15,0%
NOI + CD R\$/m ²	375,3	368,1	▲1,9%	1.086,7	1.073,1	▲1,3%
NOI + CD US\$/pé	17,2	18,2	▼5,5%	49,8	53,1	▼6,2%
Margem NOI + CD	92,5%	89,5%	▲292 p.b.	89,5%	88,9%	▲68 p.b.
NOI + CD por ação R\$	0,85	0,74	▲15,6%	2,47	2,15	▲14,9%
Despesas de sede R\$'000	29.173	20.955	▲39,2%	75.904	62.652	▲21,2%
Despesas de sede/Receita líquida	14,2%	12,6%	▲156 p.b.	10,5%	13,0%	▼246 p.b.
EBITDA R\$'000	133.213	111.560	▲19,4%	444.353	321.550	▲38,2%
EBITDA R\$/m ²	328,3	312,2	▲5,2%	1.095,0	900,1	▲21,6%
EBITDA US\$/pé	15,0	15,4	▼2,5%	50,2	44,5	▲12,7%
Margem EBITDA	64,9%	67,3%	▼248 p.b.	61,7%	66,7%	▼502 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,75	0,63	▲19,3%	2,49	1,81	▲38,0%
Lucro líquido ajustado R\$'000	84.874	84.597	▲0,3%	304.114	283.598	▲7,2%
Lucro líquido ajustado R\$/m ²	209,2	236,7	▼11,6%	749,4	793,9	▼5,6%
Lucro líquido ajustado US\$/pé	9,6	11,7	▼18,1%	34,3	39,2	▼12,5%
Margem líquida ajustada	41,3%	51,1%	▼974 p.b.	42,2%	58,8%	▼1661 p.b.
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,48	0,48	▲0,2%	1,71	1,59	▲7,1%
FFO R\$'000	102.596	99.731	▲2,9%	356.754	283.598	▲25,8%
FFO R\$/m ²	252,8	279,1	▼9,4%	879,1	793,9	▲10,7%
FFO US\$'000	50.597	53.071	▼4,7%	175.940	150.914	▲16,6%
FFO US\$/pé	11,6	13,8	▼16,0%	40,3	39,2	▲2,6%
Margem FFO	50,0%	60,2%	▼1024 p.b.	49,5%	58,8%	▼930 p.b.
FFO por ação R\$	0,58	0,56	▲2,7%	2,00	1,59	▲25,6%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,03	1,88	▲7,9%	2,03	1,88	▲7,9%

Destques Operacionais e Financeiros

Desempenho						
Desempenho do Mercado	3T12	3T11	Var.%	9M12	9M11	Var.%
Número de ações	179.197.214	179.197.214	▲0,0%	179.197.214	179.197.214	▲0,0%
Ações ordinárias	167.338.867	167.338.867	▲0,0%	167.338.867	167.338.867	▲0,0%
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço médio da ação R\$	53,14	32,94	▲61,3%	46,16	33,49	▲37,8%
Preço de fechamento da ação R\$	59,69	34,85	▲71,3%	59,69	34,85	▲71,3%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	19.542	9.635	▲102,8%	18.099	12.246	▲47,8%
Valor de mercado (R\$ '000)	10.696.282	6.245.023	▲71,3%	10.696.282	6.245.023	▲71,3%
Dívida bruta (R\$ '000)	1.476.076	595.552	▲147,9%	1.476.076	595.552	▲147,9%
Caixa (R\$ '000)	324.230	532.860	▼39,2%	324.230	532.860	▼39,2%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.151.846	62.692	▲1.737,3%	1.151.846	62.692	▲1.737,3%
P/FFO (Últimos 12 meses)	24,5 x	16,0 x	▲53,1%	24,5 x	16,0 x	▲53,1%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	20,5 x	14,6 x	▲40,5%	20,5 x	14,6 x	▲40,5%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,00 x	0,14 x	▲1.274,7%	2,00 x	0,14 x	▲1.274,7%

Desempenho						
Operacional (100%)	3T12	3T11	Var.%	9M12	9M11	Var.%
ABL total final	591.945 m ²	551.759 m ²	▲7,3%	591.945 m ²	551.759 m ²	▲7,3%
ABL própria final	420.281 m ²	371.886 m ²	▲13,0%	420.281 m ²	371.886 m ²	▲13,0%
ABL própria %	71,0%	67,4%	▲360 p.b.	71,0%	67,4%	▲360 p.b.
ABL total ajustada (med.) ¹	577.741 m ²	537.359 m ²	▲7,5%	577.881 m ²	537.174 m ²	▲7,6%
ABL própria ajustada (med.) ¹	405.772 m ²	357.330 m ²	▲13,6%	405.797 m ²	357.220 m ²	▲13,6%
Vendas totais R\$'000	2.241.454	1.950.693	▲14,9%	6.546.523	5.707.475	▲14,7%
Vendas totais R\$'000 R\$/m ²	3.879,7	3.630,1	▲6,9%	11.328,5	10.625,0	▲6,6%
Vendas totais US\$/pé	177,8	179,5	▼1,0%	519,0	525,3	▼1,2%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲8,5%	▲7,5%	▲100 p.b.	▲7,7%	▲7,9%	▼20 p.b.
Vendas na Mesma Área	▲9,4%	▲7,7%	▲170 p.b.	▲9,5%	▲8,3%	▲120 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲7,7%	▲16,0%	▼830 p.b.	▲9,8%	▲14,1%	▼430 p.b.
Aluguel na Mesma Área	▲7,1%	▲15,1%	▼800 p.b.	▲9,7%	▲12,6%	▼290 p.b.
Custos de ocupação	13,1%	13,1%	▲01 p.b.	13,4%	13,1%	▲24 p.b.
Aluguel como % das vendas	7,6%	7,8%	▼14 p.b.	7,8%	7,8%	▲02 p.b.
Outros como % das vendas	5,4%	5,3%	▲16 p.b.	5,6%	5,4%	▲22 p.b.
Turnover	1,6%	1,7%	▼10 p.b.	3,8%	4,2%	▼40 p.b.
Taxa de ocupação	98,5%	98,1%	▲38 p.b.	97,9%	98,2%	▼35 p.b.
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,3%	0,9%	▲40 p.b.	1,7%	1,5%	▲20 p.b.
Perda de aluguel	0,1%	2,4%	▼230 p.b.	0,2%	1,3%	▼110 p.b.

¹ ABL ajustado corresponde ao ABL médio do período, excluindo a área de 14.400 m² do supermercado BIG no BarraShoppingSul

Demonstração de Resultados Consolidados

(R\$'000)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
Locação de lojas	124.240	111.301	▲11,6%	373.098	325.202	▲14,7%
Serviços	22.920	23.644	▼3,1%	69.959	64.056	▲9,2%
Cessão de direitos	8.773	9.802	▼10,5%	27.220	29.009	▼6,2%
Receita de estacionamento	25.580	19.775	▲29,4%	73.211	57.374	▲27,6%
Venda de imóveis	35.521	10.515	▲237,8%	217.158	32.575	▲566,6%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.119	6.050	▲1,1%	18.932	19.807	▼4,4%
Outras	538	731	▼26,4%	1.718	1.453	▲18,2%
Receita Bruta	223.691	181.818	▲23,0%	781.296	529.476	▲47,6%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(18.329)	(16.160)	▲13,4%	(60.808)	(47.323)	▲28,5%
Receita Líquida	205.362	165.658	▲24,0%	720.488	482.153	▲49,4%
Despesas de sede	(29.173)	(20.955)	▲39,2%	(75.904)	(62.652)	▲21,2%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.324)	(2.040)	▲13,9%	(7.206)	(5.549)	▲29,9%
Despesas de shopping centers	(12.423)	(15.378)	▼19,2%	(51.501)	(48.054)	▲7,2%
Despesas com novos projetos para locação	(7.013)	(2.537)	▲176,4%	(20.563)	(9.278)	▲121,6%
Despesas com novos projetos para venda	(4.216)	(4.497)	▼6,2%	(13.573)	(6.973)	▲94,7%
Custo de imóveis vendidos	(18.421)	(9.852)	▲87,0%	(111.515)	(33.234)	▲235,5%
Resultado de equivalência patrimonial	72	141	▼48,9%	922	1.523	▼39,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.349	1.020	▲32,3%	3.205	3.614	▼11,3%
EBITDA	133.213	111.560	▲19,4%	444.353	321.550	▲38,2%
Receitas financeiras	10.895	18.406	▼40,8%	48.802	65.112	▼25,0%
Despesas financeiras	(19.125)	(9.593)	▲99,4%	(70.244)	(37.128)	▲89,2%
Depreciações e amortizações	(17.721)	(15.134)	▲17,1%	(52.640)	(44.392)	▲18,6%
Lucro Antes do Imposto de Renda	107.262	105.239	▲1,9%	370.271	305.142	▲21,3%
Imposto de renda e contribuição social	(22.371)	(17.313)	▲29,2%	(64.873)	(57.867)	▲12,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(12.862)	(19.329)	▼33,5%	(44.508)	(49.144)	▼9,4%
Participação dos acionistas minoritários	(17)	(3.329)	▼99,5%	(1.284)	(8.069)	▼84,1%
Lucro Líquido	72.012	65.268	▲10,3%	259.606	190.062	▲36,6%

(R\$'000)	3T12	3T11	Var. %	9M12	9M11	Var. %
NOI	143.516	121.748	▲17,9%	413.740	354.329	▲16,8%
<i>Margem NOI</i>	92,0%	88,8%	▲325 p.b	88,9%	88,1%	▲87 p.b
NOI + Cessão de Direitos	152.289	131.550	▲15,8%	440.960	383.338	▲15,0%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	92,5%	89,5%	▲292 p.b	89,5%	88,9%	▲68 p.b
EBITDA de Shopping Centers	123.168	116.188	▲6,0%	368.262	330.570	▲11,4%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	71,3%	74,4%	▼314 p.b	70,8%	73,1%	▼227 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	133.213	111.560	▲19,4%	444.353	321.550	▲38,2%
<i>Margem de EBITDA</i>	64,9%	67,3%	▼248 p.b	61,7%	66,7%	▼502 p.b
Lucro Líquido	72.012	65.268	▲10,3%	259.606	190.062	▲36,6%
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	35,1%	39,4%	▼433 p.b	36,0%	39,4%	▼339 p.b
Lucro Líquido Ajustado	84.874	84.597	▲0,3%	304.114	239.206	▲27,1%
<i>Margem de Lucro Líquido ajustado</i>	41,3%	51,1%	▼974 p.b	42,2%	49,6%	▼740 p.b
FFO	102.595	99.731	▲2,9%	356.754	283.598	▲25,8%
<i>Margem FFO</i>	50,0%	60,2%	▼1.024 p.b	49,5%	58,8%	▼930 p.b

Balanço Patrimonial (R\$'000)

ATIVO	30/09/2012	30/06/2012	% Var.
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	324.230	445.938	▼27,3%
Contas a receber	204.170	207.495	▼1,6%
Terrenos e imóveis a comercializar	135.588	107.318	▲26,3%
Transações com partes relacionadas	21.197	18.247	▲16,2%
Impostos e contribuições sociais a compensar	3.593	48.631	▼92,6%
Outros	19.905	13.278	▲49,9%
Total do Ativo Circulante	708.683	840.907	▼15,7%
Ativo não Circulante			
Contas a receber	35.808	19.142	▲87,1%
Terrenos e imóveis a comercializar	320.862	314.235	▲2,1%
Transações com partes relacionadas	9.008	9.630	▼6,5%
Títulos e valores mobiliários	1.592	865	▲84,0%
Depósitos judiciais	25.354	25.301	▲0,2%
Outros	303	75	▲304,0%
Investimentos	12.351	12.279	▲0,6%
Propriedades para investimento	3.741.046	3.380.000	▲10,7%
Imobilizado	19.265	19.312	▼0,2%
Intangível	330.336	326.901	▲1,1%
Total do Ativo não Circulante	4.495.925	4.107.740	▲9,5%
Total do Ativo	5.204.608	4.948.647	▲5,2%
PASSIVO			
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	80.382	77.832	▲3,3%
Debêntures	1.548	9.391	▼83,5%
Contas a pagar	214.251	146.918	▲45,8%
Obrigações por aquisição de bens	52.953	49.893	▲6,1%
Impostos e contribuições a recolher	19.726	51.869	▼62,0%
Receitas e custos diferidos	41.468	46.464	▼10,8%
Adiantamento de clientes	17.796	30.967	▼42,5%
Outros	3.006	2.897	▲3,8%
Total do Passivo Circulante	431.130	416.231	▲3,6%
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	981.181	804.180	▲22,0%
Debêntures	300.000	300.000	▲0,0%
Impostos diferidos	92.490	79.628	▲16,2%
Obrigações por aquisição de bens	60.012	69.118	▼13,2%
Parcelamento de impostos	658	723	▼9,0%
Provisão para riscos	24.252	21.343	▲13,6%
Receitas e custos diferidos	105.846	123.854	▼14,5%
Total do Passivo não Circulante	1.564.439	1.398.846	▲11,8%
Patrimônio Líquido			
Capital social	1.761.662	1.761.662	▲0,0%
Reserva de capital	962.947	960.997	▲0,2%
Reserva de lucros	365.536	365.381	▲0,0%
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(21.016)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(29.006)	(30.605)	▼5,2%
Efeitos em transações de capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros acumulados	258.802	186.951	▲38,4%
Participação dos acionistas minoritários	110	196	▼43,9%
Total do Patrimônio Líquido	3.209.039	3.133.570	▲2,4%
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	5.204.608	4.948.647	▲5,2%

Demonstração de Fluxo de Caixa (R\$'000)

Fluxo de Caixa	9M12	9M11
Fluxo de caixa operacional		
Lucro antes dos impostos	370.271	305.142
Depreciações e amortizações	52.640	44.392
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	71.750	18.464
Outros ajustes ao lucro líquido	(19.377)	(29.741)
(Aumento) redução de ativo circulante	72.861	16.807
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	733	(43.877)
Aumento (redução) de passivo circulante	(118.329)	(154.199)
Fluxo de caixa gerado pelas operações	430.549	156.988
Fluxo de caixa de investimentos		
Aumento nos empréstimos e adiantamentos diversos	(5.195)	(1.809)
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(810.334)	(458.083)
Adições em imobilizado	(1.061)	(1.259)
Adições em intangível	(16.262)	(549)
Outros	(1.592)	2.743
Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento	(834.444)	(458.957)
Fluxo de caixa de financiamentos		
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	495.039	154.874
Recompra de ações p/ manutenção em tesouraria	(34.281)	(5.571)
Aumento (redução) do valor a pagar a partes relacionadas	-	(93.824)
Dividendos pagos	(134.072)	(102.938)
Participação de não controladores	(128.642)	93.947
Outros	(28.262)	(6.498)
Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento	169.782	39.990
Fluxo de caixa	(234.113)	(261.979)
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	558.343	794.839
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	324.230	532.860
Varição no caixa	(234.113)	(261.979)

Glossário

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

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

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

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

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

Aluguel na Mesma Área (na sigla em inglês SAR): É a relação entre o aluguel faturado em uma mesma área no ano anterior com o ano atual excluindo a taxa de vacância.

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

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

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

Brownfield: projetos de expansões em shopping centers existentes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Greenfield: Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

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

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

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

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

Participação Minoritária: Resultado das empresas controladas que não correspondem à participação da companhia controladora e, conseqüentemente, são deduzidos do resultado da mesma.

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

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

Resultado Operacional Líquido (NOI): *Net Operating Income*, ou *NOI*. Refere-se à soma do resultado operacional (receita de locação e despesas do shopping) 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): É a relação entre as vendas em uma mesma área no ano anterior e o ABL da área menos a taxa de vacância.

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