

Multiplan

Pioneirismo, Qualidade e Inovação.



Relatório de Resultados **4T11**

Relações com Investidores

Armando d'Almeida Neto

Vice-Presidente e DRI

Rodrigo Krause dos Santos Rocha

Superintendente de RI

Leonardo Oliveira

Analista Sênior de RI

Franco Carrion

Analista de RI

Diana Litewski

Analista de RI

Hans Melchers

Gerente de Planejamento

ri@multiplan.com.br

Tel: +55 (21) 3031-5224

Fax: +55 (21) 3031-5322



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. Princípios Contábeis	6
03. Estudo de Caso	7
04. Desenvolvimento de Projetos	8
05. Indicadores Operacionais	16
06. Receita Bruta	19
07. Resultados da Participação em Shopping Centers	20
08. Resultados da Administração de Shopping Centers	24
09. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers	25
10. Resultados de Empreendimentos Imobiliários	27
11. Resultados Financeiros	28
12. Portfolio	33
13. Estrutura Societária	34
14. Indicadores MULT3 & Mercado de Ações	36
15. Anexos	37

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

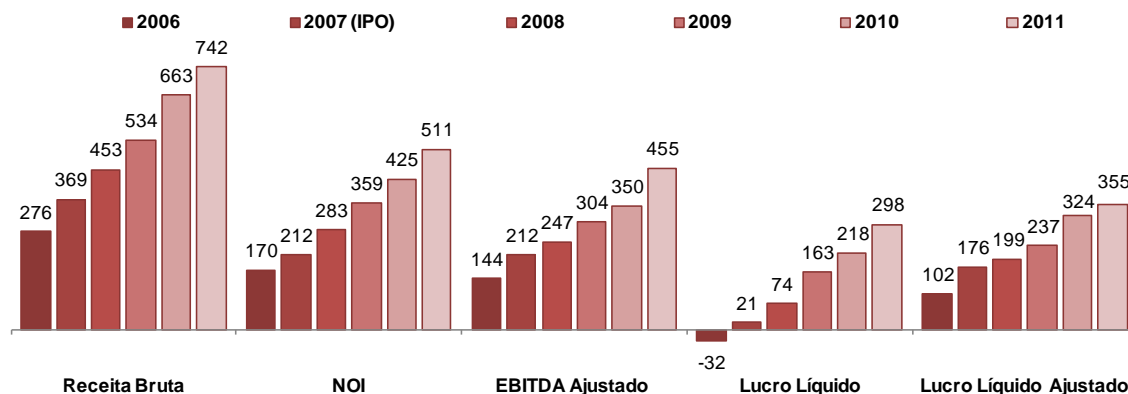
Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

Milhões de R\$	2006	2007 (IPO)	2008	2009	2010	2011	Variação % (2011/2006) ¹	CAGR % (2011/2006) ¹
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 Ajustado ²	143,8	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	▲ 216,6%	▲ 25,9%
Lucro Líquido	(32,2)	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	▲ 1.309,4%	▲ 93,8%
Lucro Líquido Ajustado ³	101,9	176,5	199,4	236,8	323,5	355,0	▲ 248,5%	▲ 28,4%

¹ Para o lucro líquido, a tabela compara o ano de 2011 com 2007.

² Ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital em 2007.

³ Ajustado pelo imposto de renda e contribuição social diferidos.



Desempenho Histórico dos Resultados da Multiplan (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 4T11, a Multiplan detinha – com uma média de participação de 69,5% – e administrava 14 shopping centers com ABL total de 592.048 m², mais de 3.800 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 159 milhões.



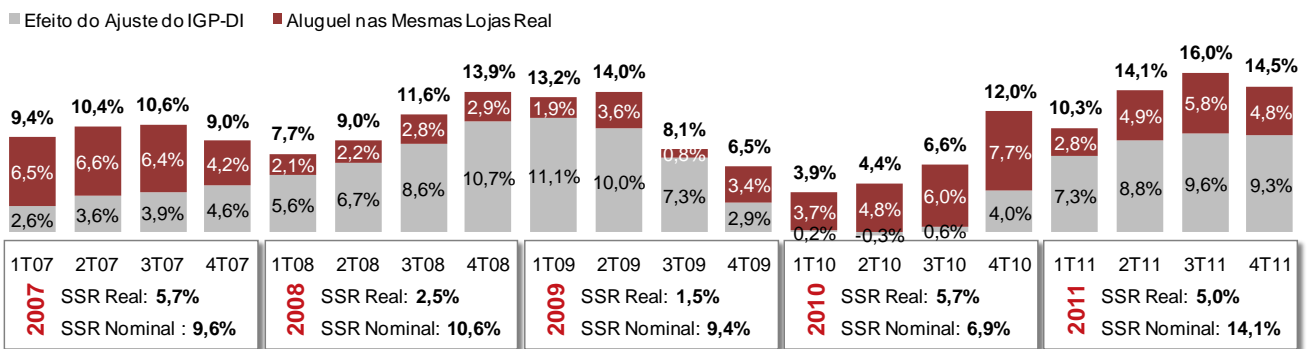
2011: Forte crescimento de 40% do EBITDA de Shopping Centers, para R\$469 M; Lucro Líquido de R\$298 M, alta de 36,4%

Rio de Janeiro, 7 de março de 2012 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do quarto trimestre de 2011. 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\$'000)

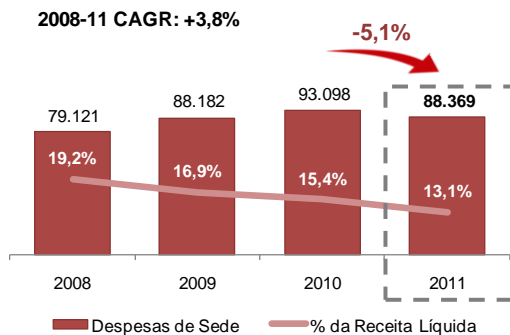
Crescimento Sustentável

Alta recorde do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) anual: 14,1%

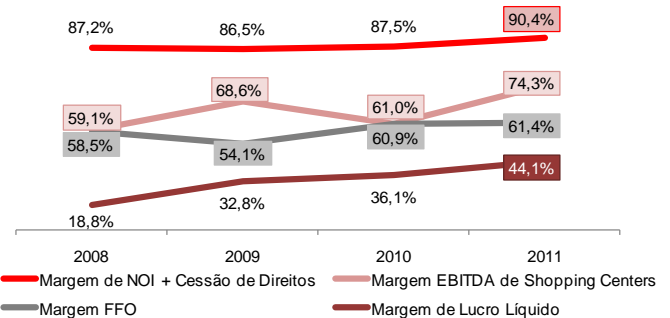


Melhora no Desempenho e na Eficiência

Despesas de sede diminuem 5,1% enquanto despesas com novos projetos caem 35,3%

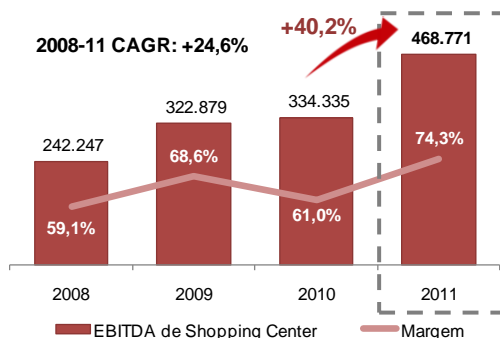


Margens recordes de NOI + Key Money de 90,4% e de Lucro Líquido de 44,1% em 2011

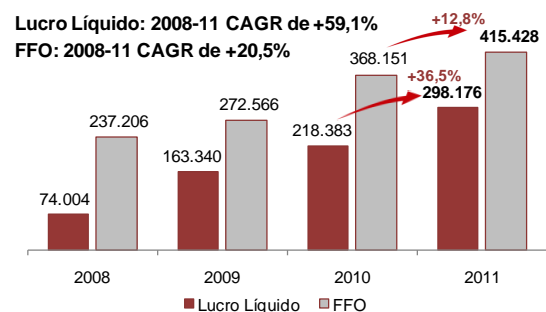


Resultam em Retornos Sólidos

EBITDA de Shopping Center cresceu 40,2% e margem expande para 74,3%



Lucro Líquido cresce 36,5% e FFO é 12,8% superior em 2011



Crescimento (Ano a Ano)					
	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	NOI	EBITDA de Shopping Center	Lucro Líquido
4T11	▲ 13,4%	▲ 16,6%	▲ 29,1%	▲ 34,9%	▲ 49,4%
2011	▲ 13,2%	▲ 16,9%	▲ 20,2%	▲ 40,2%	▲ 36,5%

ENTREGA E CRESCIMENTO FUTURO

⊞ **ParkShoppingSãoCaetano**, 14º shopping center da Multiplan, foi inaugurado com sucesso em novembro de 2011. O Resultado Operacional Líquido (NOI) esperado para o shopping no 3º ano é de R\$47,5 milhões e o **yield real esperado de 20,1%**.

⊞ **Crescimento futuro: Aquisição de terreno adjacente ao VillageMall** na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro, com 36 mil m², aumentando o banco de terrenos da Companhia para 619 mil m².

DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

⊞ **Crescimento robusto em vendas:** As vendas nos shopping centers da Multiplan **cresceram 13,4%** no 4T11 vs. 4T10, especialmente considerando-se a forte base no 4T10. Em 2011 as vendas aumentaram 13,2%, quando comparadas a 2010. **Vendas na Mesma Área apresentaram crescimento de dois dígitos de 10,0%**, no 4T11, e 8,9% em 2011.

⊞ **Novo recorde no Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) em 2011: alta de 14,1%**, com um **crescimento real de 5% em 2011**. No 4T11, o SSR aumentou 14,5%.

⊞ **Ganho de eficiência: Despesas de shopping center caíram 47,1% no 4T11 vs. 4T10. Como percentual da receita líquida de shopping center, a redução foi de 680 p.b..** Esta melhora decorre do **aumento na receita, consolidação dos shopping centers mais novos, ganho de escala e itens não recorrentes**. Excluindo-se estes itens não recorrentes, **as despesas de shopping center ainda caíram 8,3%**, para R\$17,7 milhões, **apesar do aumento das despesas** com a inauguração do ParkShoppingSãoCaetano e da área gourmet no ParkShopping. **Em 2011**, as despesas de shopping center atingiram R\$58,3 milhões, **11,6% menor que em 2010**.

⊞ **Margem NOI + Cessão de Direitos (CD) recorde, atingindo 94,2% no 4T11**, acima dos 87,1% no 4T10. NOI + CD somou **R\$166,7 milhões com aumento de 27,6%** sobre o 4T10. Em **2011**, **NOI + CD atingiu R\$550,0 milhões, alta de 19,5%**, com aumento na margem de **87,5% em 2010 para 90,4%**.

⊞ **Ganho de 1.089 p.b. na margem EBITDA de Shopping Centers para 77,3% no 4T11**, somando **R\$138,2 milhões**. Em **2011**, o **EBITDA de Shopping Centers atingiu R\$468,7 milhões**, 40,2% maior quando comparado a 2010, com a margem de **74,3% em 2011**, alta de 1.329 p.b..

⊞ **Crescendo e devolvendo caixa para os acionistas:** Anunciado o **pagamento de juros sobre o capital próprio de R\$100,0 milhões**. O pagamento será feito de acordo com as datas a serem definidas na AGO.

⊞ **Forte crescimento do lucro líquido: alta de 49,4% no 4T11 vs. 4T10 para R\$108,1 milhões**, apesar do aumento na alavancagem. Este resultado é decorrente do **forte desempenho da receita e do ganho de escala**. Em 2011, o **lucro líquido atingiu R\$298,2 milhões, alta de 36,5%**.

⊞ **O FFO atingiu R\$131,8 milhões** e a **margem FFO** apresentou um ganho de **852 p.b. no 4T11 versus 4T10**. Em **2011**, o **FFO foi de R\$415,4 milhões**, um aumento de 12,8%, novamente, apesar do aumento na alavancagem.

⊞ **Dívida líquida aumentou para R\$443,9 milhões**, ou 0,98x dívida líquida/ EBITDA dos últimos 12 meses, como consequência de **investimentos totais de R\$689,1 milhões em 2011**.

EVENTOS RECENTES

⊞ **Venda de torre comercial:** Em janeiro de 2012, o Morumbi Business Center, localizado em frente ao MorumbiShopping, em São Paulo, foi vendido por R\$165,0 milhões, equivalentes a R\$17,6 mil/m², considerando-se uma área privativa de 9.383m².

⊞ **Aquisição de 30% do Shopping Vila Olímpia:** Em fevereiro de 2012, a Multiplan investiu R\$175 milhões para aumentar sua participação para 60% no shopping, que deverá tornar ainda mais eficiente a administração do shopping center.

⊞ Adicionalmente aos **Juros sobre Capital Próprio de R\$100 milhões**, será submetido à aprovação na AGO um montante de **R\$49,0 milhões em dividendos**.

1. Demonstração de Resultados Consolidados

(R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
Locação de lojas	161.053	138.075	▲16,6%	486.255	416.114	▲16,9%
Serviços	18.268	18.793	▼2,8%	82.324	72.926	▲12,9%
Cessão de direitos	10.123	9.328	▲8,5%	39.132	35.241	▲11,0%
Receita de estacionamento	24.687	21.179	▲16,6%	82.061	69.504	▲18,1%
Venda de imóveis	16.819	26.453	▼36,4%	49.394	61.428	▼19,6%
Apropriação de receita de aluguel linear	(19.004)	(18.658)	▲1,9%	803	5.104	▼84,3%
Outras	802	167	▲380,2%	2.255	2.307	▼2,3%
Receita Bruta	212.748	195.337	▲8,9%	742.224	662.624	▲12,0%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(18.649)	(16.949)	▲10,0%	(65.972)	(58.249)	▲13,3%
Receita Líquida	194.099	178.388	▲8,8%	676.252	604.375	▲11,9%
Despesas de sede	(25.717)	(22.962)	▲12,0%	(88.369)	(93.098)	▼5,1%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.112)	(1.749)	▲20,8%	(7.661)	(5.675)	▲35,0%
Despesas de shopping centers	(10.219)	(19.313)	▼47,1%	(58.273)	(65.883)	▼11,6%
Despesas com novos projetos para locação	(2.951)	(8.882)	▼66,8%	(12.229)	(39.074)	▼68,7%
Despesas com novos projetos para venda	(8.915)	(2.796)	▲218,8%	(15.888)	(4.362)	▲264,2%
Custo de imóveis vendidos	(11.516)	(12.498)	▼7,9%	(44.750)	(32.295)	▲38,6%
Resultado de equivalência patrimonial	620	(337)	na	2.143	(3.511)	na
Outras receitas (despesas) operacionais	441	1.119	▼60,6%	4.055	(10.282)	na
EBITDA	133.730	110.970	▲20,5%	455.280	350.195	▲30,0%
Receitas financeiras	22.085	22.214	▼0,6%	87.197	89.122	▼2,2%
Despesas financeiras	(18.510)	(13.600)	▲36,1%	(55.638)	(45.579)	▲22,1%
Depreciações e amortizações	(15.989)	(12.862)	▲24,3%	(60.381)	(44.613)	▲35,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	121.316	106.722	▲13,7%	426.458	349.125	▲22,2%
Imposto de renda e contribuição social	(2.801)	(10.382)	▼73,0%	(60.668)	(14.972)	▲305,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.727)	(20.746)	▼62,8%	(56.871)	(105.155)	▼45,9%
Participação dos acionistas minoritários	(2.674)	(3.246)	▼17,6%	(10.743)	(10.615)	▲1,2%
Lucro Líquido	108.114	72.348	▲49,4%	298.176	218.383	▲36,5%

(R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
NOI	156.517	121.283	▲29,1%	510.846	424.839	▲20,2%
<i>Margem NOI</i>	93,9%	86,3%	▲761 p.b	89,8%	86,6%	▲319 p.b
NOI + Cessão de Direitos	166.640	130.611	▲27,6%	549.978	460.080	▲19,5%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	94,2%	87,1%	▲710 p.b	90,4%	87,5%	▲295 p.b
EBITDA de Shopping Centers	138.196	102.443	▲34,9%	468.771	334.335	▲40,2%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	77,3%	66,4%	▲1.089 p.b	74,3%	61,0%	▲1.329 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	133.730	110.970	▲20,5%	455.280	350.195	▲30,0%
<i>Margem de EBITDA</i>	68,9%	62,2%	▲669 p.b	67,3%	57,9%	▲938 p.b
Lucro Líquido	108.114	72.348	▲49,4%	298.176	218.383	▲36,5%
<i>Margem de lucro líquido</i>	55,7%	40,6%	▲1.514 p.b	44,1%	36,1%	▲796 p.b
Lucro Líquido Ajustado	115.841	93.094	▲24,4%	355.047	323.538	▲9,7%
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	59,7%	52,2%	▲750 p.b	52,5%	53,5%	▼103 p.b
FFO	131.830	105.956	▲24,4%	415.428	368.151	▲12,8%
<i>Margem FFO</i>	67,9%	59,4%	▲852 p.b	61,4%	60,9%	▲52 p.b

2. Princípios Contábeis

CPC 28 - Propriedade para Investimento

O CPC 28 aborda os procedimentos a serem aplicados no reconhecimento, mensuração e divulgação de Propriedades para Investimentos. Os shopping centers em operação, os projetos futuros de shopping centers, as expansões de shopping centers, e os edifícios comerciais para locação possuem a natureza de Propriedades para Investimento, e, portanto, são mensurados (i) ao seu valor justo dos ativos, com a variação do valor justo afetando a demonstração de resultados, ou alternativamente, (ii) ao seu valor de custo, com a divulgação dos respectivos valores justos. A Companhia optou pela segunda alternativa, mantendo os ativos ao valor de custo, e divulgando seu valor justo, sem nenhum impacto financeiro nas suas demonstrações financeiras. Os ativos destinados a administração foram mantidos como ativo imobilizado.

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento a Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o Valor Presente dos fluxos de caixa futuros utilizando uma taxa de desconto seguindo o Modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model). Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em (i) estudos realizados por "Aswath Damodaran" (professor da New York University), (ii) de desempenho do mercado acionário de administradoras de shopping centers brasileiras de capital aberto (Beta Ajustado), além de (iii) perspectivas de mercado (Relatório Focus do Banco Central) e (iv) dados sobre o prêmio de risco do mercado nacional (Risco País). Baseado nestas premissas a Companhia estimou uma taxa de desconto nominal desalavancada de 13,05% em 31 de dezembro de 2011. Com base em avaliações internas, a Companhia adicionou a esta taxa um spread entre 0 e 200 pontos base na avaliação de cada shopping center e projetos, levando a uma taxa de desconto entre 13,05% e 15,11% em 31 de dezembro de 2011.

Custo de capital próprio	2011	2010
Taxa Livre de Risco (Risk Free Rate)	3,61%	3,66%
Prêmio de risco de mercado	5,62%	5,67%
Beta ajustado	0,76	0,72
Risco país	192 p.b	202 p.b
Spread adicional	0 a 200 p.b	0 a 100 p.b
Custo de capital próprio - US\$ nominal	9,81% a 11,81%	9,78% a 10,78%
Premissas de inflação		
Inflação (BR)	5,32%	5,32%
Inflação (USA)	2,30%	2,30%
Custo de capital próprio – R\$ nominal	13,05% a 15,11%	13,02% a 14,05%

Os fluxos de caixa consolidados futuros foram estimados com base nos fluxos de caixa individuais dos shopping center, expansões e torres comerciais incluindo o (i) Resultado Líquido Operacional (NOI), (ii) Cessão de Direito Recorrente (baseado somente na troca de mix, exceto nos projetos em desenvolvimento), (iii) Receita de Serviços dos shopping centers (dada a posição de controle da Companhia em suas propriedades), (iv) Impostos sobre Receitas e (v) investimentos em revitalização e em obras em andamento. Para o cálculo da perpetuidade foi considerada uma taxa de crescimento real de 2,0% para shoppings e 0,0% para torres comerciais.

A Companhia categorizou suas propriedades para investimento de acordo com o seu status. Abaixo segue uma tabela com a descrição do valor identificado para cada categoria de propriedades e apresentado o valor dos ativos na participação da Companhia e como um todo (100%):

Avaliação de Propriedades para Investimento *	2011		2010	
	Companhia	100%	Companhia	100%
Shopping Centers em Operação	R\$10.725 M	R\$15.272 M	R\$9.690 M	R\$15.047 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados)	R\$1.585 M	R\$1.770 M	R\$1.836 M	R\$1.951 M
Projetos em desenvolvimento (não anunciados)	R\$734 M	R\$863 M	R\$760 M	R\$858 M
Total	R\$13.044 M	R\$17.905 M	R\$12.286 M	R\$17.856 M

* Avaliação inclui receita de serviços, que em 2011 adicionou R\$1.573 milhões a avaliação na participação da Companhia.

3. Estudo de Caso

ParkShopping São Caetano: o caminho da criação de valor

O foco da Multiplan é o de gerar valor para seus acionistas via o desenvolvimento, aquisição, propriedade e administração de shopping centers. Assim, a Empresa é consistente na busca por localidades adequadas, na determinação do melhor projeto arquitetônico e na preparação do melhor mix de lojistas visando a atingir da maneira mais eficiente suas metas financeiras.

Exemplo dessa eficiência da estratégia da empresa se explica por meio da avaliação independente de ativos, especificamente o ParkShoppingSãoCaetano, inaugurado em 9 de novembro de 2011, e cujo anúncio ao mercado ocorreu em novembro de 2009.

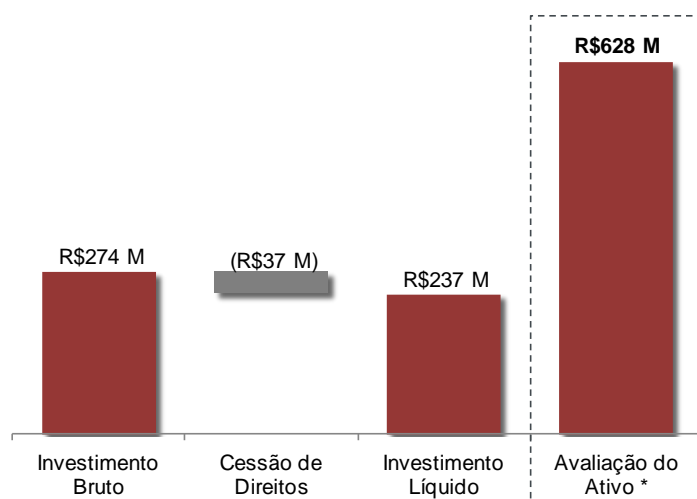
Já multiuso

Criamos valor para os nossos acionistas por meio do desenvolvimento de shopping centers e pela administração intensiva das nossas propriedades. O ParkShoppingSãoCaetano foi concebido e desenvolvido dentro de um projeto urbano multiuso chamado Espaço Cerâmica. Este novo bairro na cidade de São Caetano do Sul tem diferentes lotes alocados para projetos residenciais, comerciais e de serviços. A Multiplan desenvolveu seu novo shopping center e pretende construir, se e quando for viável, quatro torres comerciais e uma expansão do shopping.

Avaliado em R\$628 milhões, ou 2,7 vezes o CAPEX Líquido

A empresa investiu R\$237,0 milhões (CAPEX total de R\$274,1 milhões menos Cessão de Direitos de R\$ 37,1 milhões) durante a construção e, de acordo com uma avaliação independente realizada pela Jones Lang LaSalle, no final de 2011, o shopping center foi avaliado em R\$628 milhões, ou 2,7 vezes maior do que o CAPEX líquido, desconsiderados expansões e projetos multiuso. Isto certamente vai refletir-se nos retornos gerados pelo shopping center em que a empresa espera um resultado operacional líquido do terceiro ano (NOI) de R\$47,5 milhões, levando um importante NOI yield de terceiro ano de 20,1%.

ParkShoppingSãoCaetano	Anúncio inicial	Entrega
	5 de setembro, 2009	9 de novembro, 2011
Data de Inauguração	Novembro de 2011	Novembro de 2011
NOI 1º Ano	R\$35,0 M	R\$37,4 M
NOI 3º Ano	R\$45,8 M	R\$47,5 M
CAPEX Total	R\$260,0 M	R\$274,1 M
Cessão de Direitos	R\$37,2 M	R\$37,1 M



* Avaliação independente feita por Jones Lang LaSalle



ParkShoppingSãoCaetano

4. Desenvolvimento de Projetos

Investimento recorde em 2011!

Um total de R\$689,1 milhões foi investido em novos projetos em 2011, um crescimento de 55,8% comparado ao CAPEX de 2010, de R\$442,4 milhões. Se considerado o investimento feito em aquisições de terrenos em dezembro, o montante total em 2011 seria de R\$953,1 milhões, e superior ao CAPEX combinado de 2010 e 2009, de R\$913,6 milhões.

Após a entrega do ParkShoppingSãoCaetano em 9 de novembro de 2011 – o primeiro dos cinco greenfields da Multiplan em desenvolvimento – a Companhia encerrou o ano de 2011 com quatro projetos em construção (JundiáShopping em São Paulo; VillageMall e ParkShoppingCampoGrande no Rio de Janeiro, e Parque Shopping Maceió, em Alagoas). Em 2011, os greenfields demandaram um CAPEX de R\$493,3 milhões, 72% do total do ano. Outros R\$106,2 milhões foram investidos em torres comerciais para locação.

A Companhia investiu também em expansões durante 2011. O ParkShopping, em Brasília, recebeu uma nova área gourmet com restaurantes exclusivos na cidade, e a Multiplan prepara futuras expansões em seus shopping centers.

A maior parcela de capital investido em 2011 foi desembolsada no 4T11, devido em parte à inauguração do ParkShoppingSãoCaetano. A Multiplan estima investir aproximadamente R\$1 bilhão durante 2012, considerando-se apenas os projetos anunciados. O detalhamento do CAPEX estimado, assim como o calendário de inaugurações dos projetos em andamento, encontram-se descritos abaixo.

CAPEX (R\$'000)	Realizado		Estimado ³
	4T11	2011	2012
Novos Shopping Centers	147.935	493.256	574.199
Novas Expansões	21.830	48.319	n/a ⁴
Novas Torres para Locação ¹	41.216	106.210	225.024
Revitalizações & Outros	9.877	41.288	48.025
Aquisições	-	-	175.000
CAPEX Total	220.858	689.073	1.022.248
Aquisição de Terreno ²	231.000	264.000	-
Investimento Total	451.858	953.073	1.022.248

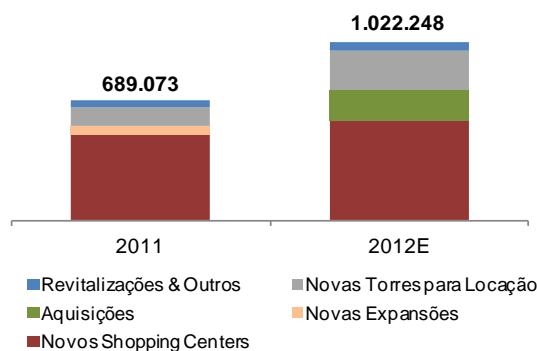
Detalhamento do Investimento

¹ Desconsidera a reclassificação de ativos para "Terrenos e Imóveis a Comercializar".

² Inclui aquisição de terreno no Rio de Janeiro e em Ribeirão Preto.

³ Veja aviso legal na última página deste relatório.

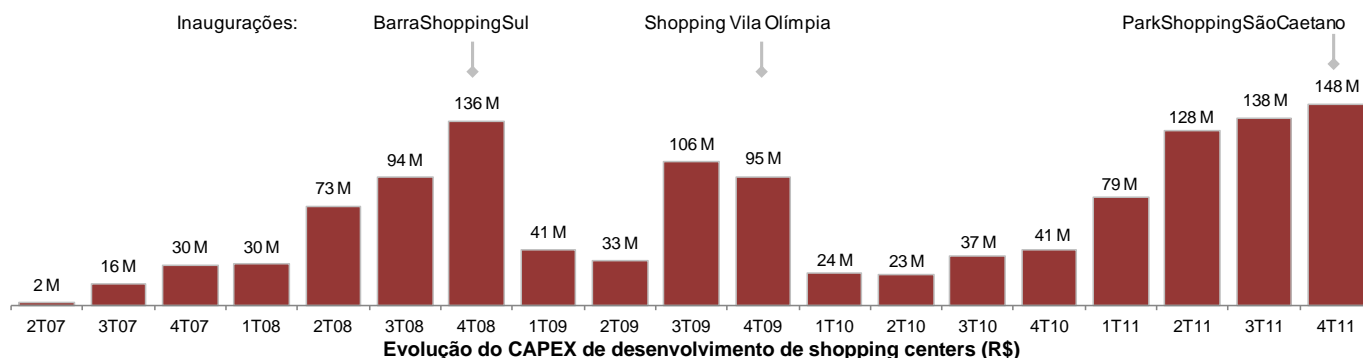
⁴ O CAPEX de projetos de expansões a serem anunciados serão divulgados em data oportuna.



Estimativa de CAPEX Futuro (R\$'000)
 Considera apenas os projetos anunciados

Dada a possibilidade de venda total ou parcial de torres comerciais, os custos correspondentes de alguns projetos foram reclassificados de "Propriedades para Investimento" para "Terrenos e Imóveis a Comercializar" no balanço patrimonial da empresa.

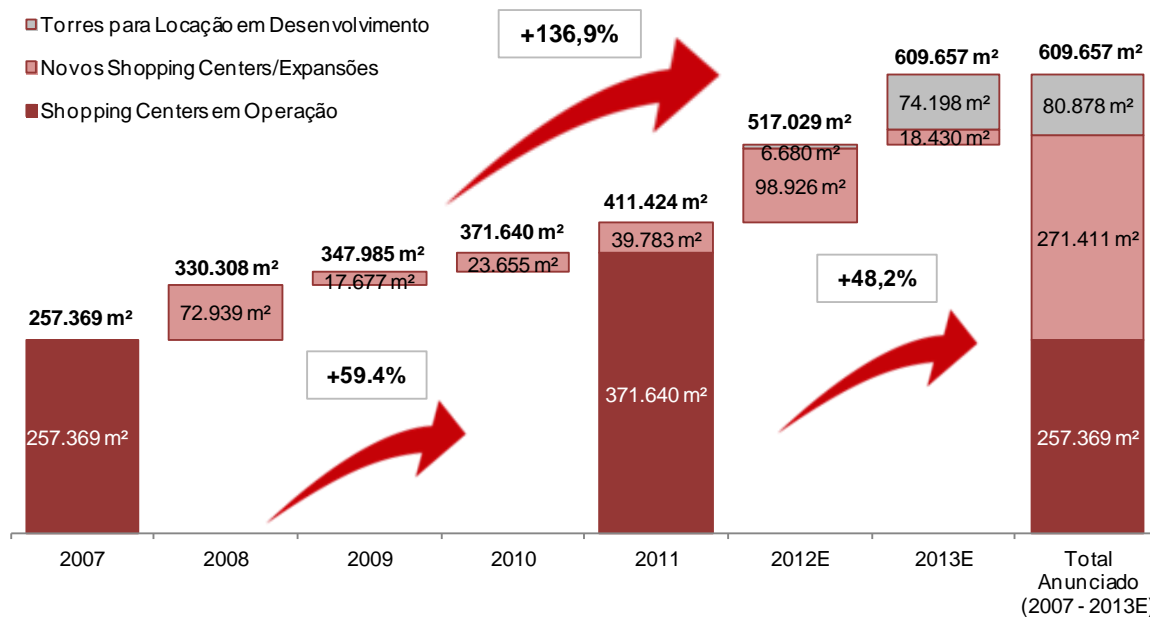
Como resultado do forte desenvolvimento de projetos, o investimento da Multiplan em novos shopping centers foi de R\$147,9 milhões no 4T11, estabelecendo um novo patamar na série histórica apresentada a seguir.



Crescimento de 59% (2007-2011) + estimado de 48% (2011-2013) = 137% de aumento estimado da ABL em seis anos

A ABL própria da Multiplan cresceu 39.784 m² no 4T11 com a abertura do ParkShoppingSãoCaetano e da área gourmet do ParkShopping, um aumento de 10,7% sobre o 3T11. Com quatro projetos para locação a serem inaugurados em 2012 (três shopping centers e uma torre de escritórios) e outros dois em 2013 (um shopping center e um projeto de torres de escritórios), a Companhia estima adicionar 198.233 m² de ABL própria nos próximos dois anos, que representa um crescimento de 48,2% sobre o portfólio atual.

Desde 2007, ano em que a Multiplan abriu capital na bolsa de valores, até 2011, a ABL própria da Companhia cresceu 59,4%, impulsionada principalmente por quatro novos shopping centers e dez expansões.



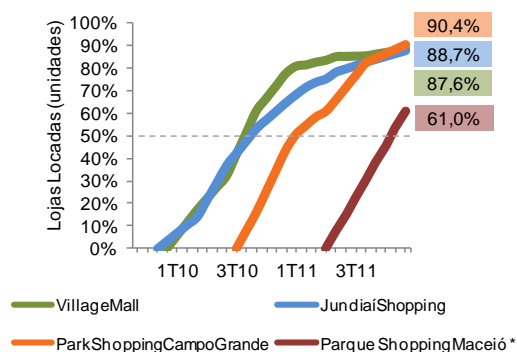
Crescimento histórico e estimado da ABL própria (2007-2013E)

Shopping Centers a inaugurar em 2012 têm perto de 90% das lojas locadas!

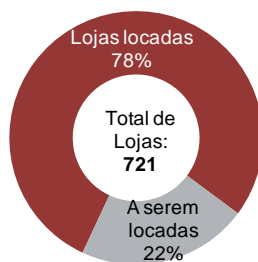
Durante o 4T11, 24 lojas foram locadas no JundiaíShopping, VillageMall e ParkShoppingCampoGrande, e já contam com 89,2% das lojas disponíveis locadas. A evolução da comercialização no ano de 2011 confirma o sucesso da Multiplan na fase pré-operacional de seus projetos. Todos os três projetos estão com inauguração prevista para o 4T12. Ao longo do ano, 175 lojas foram locadas nos três projetos que abrirão em 2012.

A Cessão de Direitos assinada no quarto trimestre equivale a R\$16,4 milhões, enquanto que as despesas com novos projetos para locação para os mesmos projetos foram de R\$3,0 milhões.

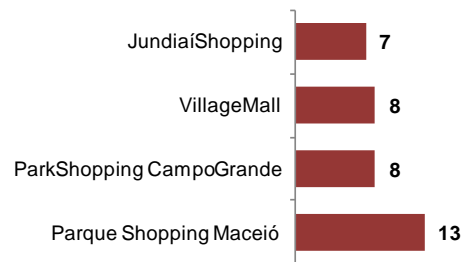
A comercialização do Parque Shopping Maceió começou em setembro de 2011 e, até fevereiro de 2012, 61% da área disponível havia sido locada.



Evolução da Locação (Em fevereiro de 2012)
* Refere-se à ABL locada



Status de Locação (Em fevereiro de 2012)



Meses restantes para inauguração (Em março de 2012)

Um entregue; mais quatro a caminho!

Os cinco shopping centers da Multiplan atualmente em construção deverão gerar R\$177,9 milhões de NOI combinado no terceiro ano de operação, e R\$157,0 milhões em Cessão de Direitos. O retorno médio do NOI destes projetos é de 14,9%. A tabela abaixo mostra os dados atualizados para cada projeto.

Shopping centers em construção			Participação Multiplan (R\$ '000)						
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX ¹	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 1º ano	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano (%)
1 ParkShoppingSãoCaetano INAUGURADO	Nov-11	39.025 m ²	100,0%	274.117	94%	37.127	37.454	47.527	20,1%
2 JundiaíShopping	Out-12	35.754 m ²	100,0%	279.329	60%	24.134	31.149	34.231	13,4%
3 VillageMall	Nov-12	25.167 m ²	100,0%	439.419	60%	41.900	39.945	46.674	11,7%
4 ParkShoppingCampoGrande ²	Nov-12	42.226 m ²	90,0%	250.816	32%	43.690	30.713	35.412	17,1%
5 Parque Shopping Maceió	3T13	36.860 m ²	50,0%	104.694	33%	10.181	10.757	14.098	14,9%
Total		179.033 m²	87,5%	1.348.376	59%	157.032	150.018	177.942	14,9%

¹ Considera apenas a primeira fase destes projetos (sem considerar expansões futuras). Inclui despesas de projetos.

² A Multiplan irá investir 100% do CAPEX.



ParkShoppingSãoCaetano

ParkShoppingSãoCaetano: a décima quarta jóia da coroa

O ParkShoppingSãoCaetano, 14º shopping center da Multiplan, foi inaugurado com sucesso em 9 de novembro de 2011, em linha com anúncio inicial da Companhia, com 96% das lojas locadas e aproximadamente 90% abertas no primeiro dia. O shopping center, 100% de propriedade da Multiplan, tem resultado operacional líquido (NOI) estimado para o terceiro ano de operação de R\$47,5 milhões, e yield real de retorno NOI de 20,1%.

Construído em uma área de 57.800 m² e com um investimento de R\$274,1 milhões, o ParkShoppingSãoCaetano tem 218 lojas, das quais 15 são âncoras e mega lojas distribuídas em dois pisos, além de 2.000 vagas de estacionamento. A moderna arquitetura privilegia a integração com o entorno e o uso de painéis de vidro, que favorecem a iluminação natural e proporcionam um ambiente mais agradável.

O projeto do ParkShoppingSãoCaetano nasce no Espaço Cerâmica, um bairro planejado, que inclui áreas residenciais, edifícios comerciais e serviços no entorno do shopping center. Nesse contexto e dentro da estratégia da Multiplan de

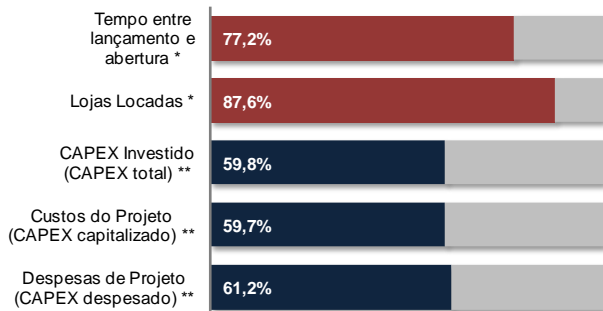
desenvolver projetos multiuso, o ParkShoppingSãoCaetano tem previsto uma segunda fase com área para expansão de 13 mil m², e a construção de quatro torres comerciais.

4.1 Shopping Centers em Construção

Os quatro shopping centers da Multiplan em construção evoluem conforme o planejamento da empresa. Até o fim de 2011, 51% do CAPEX havia sido investido. Mais detalhes a respeito dos projetos podem ser encontrados abaixo:

JundiaíShopping

A construção começou em outubro de 2010 e o shopping center tem inauguração prevista para outubro de 2012. Localizado em Jundiaí, São Paulo, o empreendimento terá 186 lojas e 2.080 vagas de estacionamento. Em dezembro de 2011, 60% do CAPEX já havia sido desembolsado no projeto.

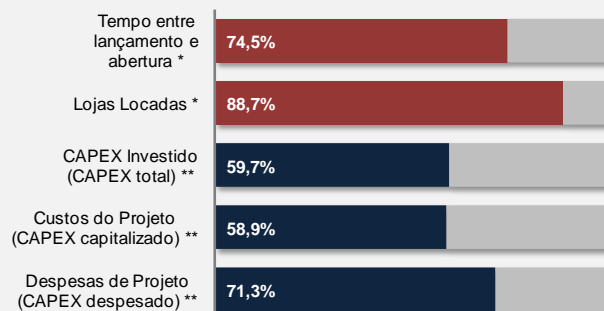


Ritmo de locação e CAPEX investido
(Referência: * fevereiro de 2012 e ** dezembro de 2011)



VillageMall

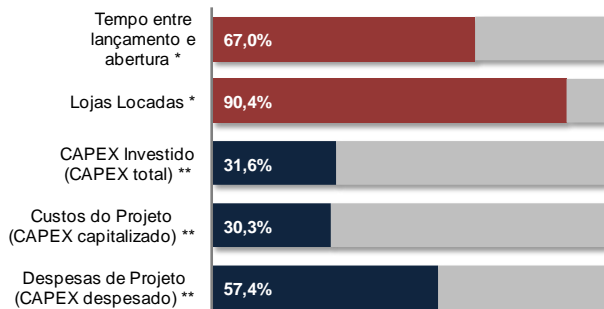
O projeto, no Rio de Janeiro, teve a construção iniciada em outubro de 2010 e deverá ser inaugurado em novembro de 2012. Focando predominantemente em consumidores de alta renda, e com 60% do seu CAPEX já investido, o projeto terá sua estrutura reforçada para poder receber futuramente um hotel integrado ao shopping center.



Ritmo de locação e CAPEX investido
(Referência: * fevereiro de 2012 e ** dezembro de 2011)

ParkShoppingCampoGrande

Em março de 2011 começaram as obras do ParkShoppingCampoGrande na zona oeste do Rio de Janeiro. A inauguração está prevista para novembro de 2012, e 32% do CAPEX foi desembolsado. O shopping center terá um andar subsolo de estacionamento extra, resultado de uma reavaliação do projeto ao longo de 2011.

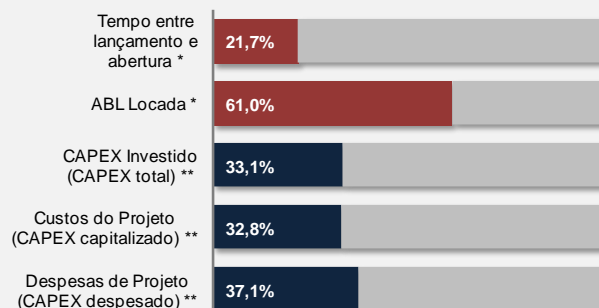


Ritmo de locação e CAPEX investido
(Referência: * fevereiro de 2012 e ** dezembro de 2011)



Parque Shopping Maceió

O primeiro shopping center da Multiplan no Nordeste do Brasil começou a ser construído no fim de 2011, e atingiu percentual de locação de 61% da ABL disponível. O Parque Shopping Maceió está previsto para ser inaugurado no 3T13 e está sendo desenvolvido em parceria com a Aliansce Shopping Centers S.A..



Ritmo de locação e CAPEX investido
(Referência: * fevereiro de 2012 e ** dezembro de 2011)

4.2 Torres para Locação

ParkShopping Corporate entra na fase final de construção

A Multiplan tem atualmente dois projetos de torres comerciais para locação em construção: O ParkShopping Corporate, em Brasília, com entrega prevista para novembro de 2012, está no último estágio de construção, enquanto que o Morumbi Corporate, em São Paulo, deverá ser entregue no 3T13, e sua construção avança conforme planejado. Estes dois projetos têm taxa de retorno NOI 3º ano de 18,7%, e estimativa de geração de R\$90,9 milhões em NOI estabilizado.



ParkShopping Corporate – Ilustração e obras
 (Foto tirada em janeiro de 2012)



Morumbi Corporate – Ilustração e obras
 (Foto tirada em janeiro de 2012)

Torres para Locação			Participação Multiplan (R\$'000)				
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX (R\$'000)	CAPEX Investido	NOI Estabilizado (R\$'000)	NOI Yield Estabilizado
ParkShopping Corporate	Nov-12	13.360 m ²	50,0%	38.551	37%	7.154	18,6%
Morumbi Corporate	Set-13	74.198 m ²	100,0%	447.983	32%	83.701	18,7%
Total		87.558 m²	92,4%	486.534	32%	90.855	18,7%

Eventos Recentes

Multiplan vende Morumbi Business Center, em São Paulo

A Companhia anunciou em 2 de fevereiro de 2012 a venda do projeto Morumbi Business Center, uma torre de escritórios de alto padrão, localizada ao lado do MorumbiShopping, em São Paulo. O prédio foi vendido à Oracle do Brasil Sistemas Ltda. por R\$165 milhões, equivalente a R\$17,6 mil/m² considerando uma área privativa de 9.383 m².

4.3 Torres para Venda

Elevando o padrão em Porto Alegre

A Multiplan anunciou duas novas torres para venda em outubro de 2011: uma torre de escritórios e outra residencial, ambas integradas ao BarraShoppingSul, em Porto Alegre. Poucas semanas após o anúncio, a Companhia registrou 51% das unidades vendidas no Diamond Tower (a torre de escritórios) e 46% no Résidence du Lac (prédio residencial). A demanda por unidades comerciais e residenciais integradas ao shopping center da Multiplan na cidade tem sido forte desde o sucesso no lançamento da Cristal Tower, torre de escritórios entregue em agosto de 2011. O valor pago por metro quadrado tem aumentado na região desde a entrega do empreendimento. A construção das duas torres deverá iniciar-se em breve.



Diamond Tower e Résidence du Lac - Ilustração

O Centro Profissional RibeirãoShopping, integrado ao RibeirãoShopping no interior de São Paulo, está com 96% de suas unidades vendidas e a construção encontra-se em estágio avançado. A entrega está prevista para o 4T12, conforme originalmente planejado.



Centro Profissional RibeirãoShopping - Ilustração e obras (Foto tirada em janeiro de 2012)

Todos três projetos pertencem integralmente à Multiplan e deverão gerar um VGV de R\$303,8 milhões.

Torres para Venda							
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área	%Multiplan	VGV ¹ (R\$'000)	Preço médio/m ²
Centro Profissional RBS	RibeirãoShopping	Escritórios	Dez-12	12.563 m ²	100,0%	80.258	6.388
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.855 m ²	100,0%	121.924	8.800
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m ²	100,0%	101.592	10.200
Total				36.378 m²	100,0%	303.774	8.350

¹ Valor Geral de Vendas

4.4 Banco de Terrenos

Novo terreno no Rio de Janeiro, muitas oportunidades de crescimento pela frente

Em 31 de dezembro de 2011, a Multiplan tinha um banco de terrenos de 619.035 m². Estas áreas serão utilizadas para fomentar a principal estratégia da Companhia: o desenvolvimento de shopping centers e outros empreendimentos imobiliários, em linha com a estratégia multiuso.

Local	% Multiplan	Tipo	Área do Terreno
BarraShoppingSul	100%	Hotel, Comercial	4.396 m ²
Rio de Janeiro (Campo Grande)	90%	Residencial, Comercial	141.480 m ²
Rio de Janeiro (Barra da Tijuca)	100%	Comercial	36.000 m ²
Maceió	50%	Residencial, Comercial, Hotel	140.000 m ²
Jundiá	100%	Comercial	4.500 m ²
ParkShoppingBarigüi	84%	Apart-Hotel	843 m ²
ParkShoppingBarigüi	94%	Comercial	27.370 m ²
Pátio Savassi	97%	Comercial	2.606 m ²
RibeirãoShopping	100%	Residencial, Comercial	207.092 m ²
São Caetano	100%	Comercial	24.948 m ²
Shopping AnáliaFranco	36%	Residencial	29.800 m ²
Total	82%		619.035 m²

A Multiplan comprou um terreno de 36 mil m² na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. A área, ocupada anteriormente por um hipermercado Walmart, é contígua ao VillageMall – shopping center da Companhia em construção – e se estende da Avenida das Américas até a Lagoa da Tijuca. Este terreno distingue-se pelo porte e excelente localização, e poderá ser utilizado para futura expansão do VillageMall, em função da grande procura de lojistas por espaço no shopping center.

O ciclo que se iniciou em 1981, com a inauguração do BarraShopping, resultará, com esta nova etapa, em um dos maiores complexos comerciais integrados do País. Este complexo terá um total de 1,2 km de frente para a Avenida das Américas, uma área construída superior a 550 mil m², além de estacionamentos previstos para mais de 12 mil veículos.



Terreno adquirido na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro

5. Indicadores Operacionais

5.1 Venda dos Lojistas

Alta qualidade do portfólio é traduzida em consistente crescimento das vendas: alta de 13,4% no 4T11 vs. 4T10

Os shopping centers da Multiplan apresentaram vendas totais de R\$2,8 bilhões no 4T11, um crescimento robusto de 13,4%, principalmente devido ao crescimento orgânico, quando comparado ao 4T10. Esse número é ainda mais notável se levar em consideração a forte base apresentada no 4T10, como pode ser observado no gráfico da evolução das vendas nas mesmas lojas na próxima página.

Em 2011, as vendas totais foram de R\$8,5 bilhões, um aumento de 13,2% sobre 2010 e 651 p.b. acima das vendas no varejo, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

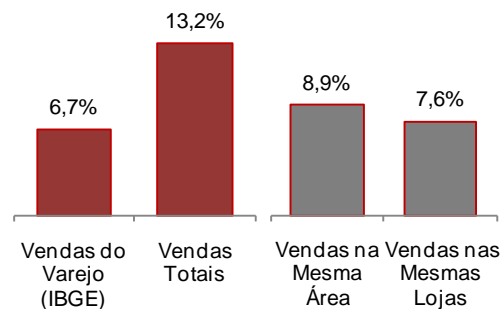
Vendas 100%						
Shopping Centers	4T11	4T10	Var.%	2011	2010	Var.%
BH Shopping	295,1 M	273,6 M	▲7,9%	913,2 M	766,3 M	▲19,2%
RibeirãoShopping	161,1 M	151,6 M	▲6,2%	507,4 M	477,4 M	▲6,3%
BarraShopping	492,8 M	434,7 M	▲13,4%	1.509,7 M	1.350,6 M	▲11,8%
MorumbiShopping	388,8 M	368,1 M	▲5,6%	1.235,2 M	1.148,9 M	▲7,5%
ParkShopping	264,5 M	247,6 M	▲6,8%	815,0 M	775,4 M	▲5,1%
DiamondMall	143,5 M	129,3 M	▲10,9%	454,5 M	431,5 M	▲5,3%
New York City Center	56,1 M	50,8 M	▲10,5%	196,4 M	178,5 M	▲10,0%
Shopping Anália Franco	246,7 M	229,0 M	▲7,7%	774,6 M	687,7 M	▲12,6%
ParkShoppingBarigüi	218,7 M	185,5 M	▲17,9%	678,6 M	541,1 M	▲25,4%
Pátio Savassi	93,0 M	88,3 M	▲5,3%	308,8 M	284,0 M	▲8,7%
Shopping Santa Úrsula	44,1 M	36,2 M	▲22,0%	137,0 M	109,8 M	▲24,8%
BarraShoppingSul	183,9 M	162,2 M	▲13,4%	572,3 M	510,3 M	▲12,2%
Shopping Vila Olímpia	88,9 M	73,9 M	▲20,3%	282,1 M	214,4 M	▲31,6%
ParkShoppingSãoCaetano	80,0 M	-	n.d.	80,0 M	-	n.d.
Total	2.757,2 M	2.430,8 M	▲13,4%	8.464,7 M	7.475,9 M	▲13,2%

Os shopping centers já consolidados, BarraShopping e New York City Center, apresentaram crescimento orgânico das vendas de 13,4% e 10,5%, respectivamente, quando comparado ao 4T10. O BarraShoppingSul, que completou seu terceiro aniversário em novembro de 2011, também apresentou vendas fortes, 13,4% maiores que no 4T10. Além disso, o ParkShoppingBarigüi, que inaugurou uma expansão em outubro de 2010, apresentou crescimento nas vendas de 17,9% no mesmo período.

O Shopping Santa Úrsula e o Shopping Vila Olímpia, ambos em fase de consolidação, reportaram ótimo desempenho no 4T11. A taxa de ocupação do Shopping Santa Úrsula aumentou em 890 p.b. ano contra ano, impulsionando as vendas em 22,0% no 4T11, quando comparadas ao 4T10. Para o Shopping Vila Olímpia, as vendas foram 20,3% maiores do que no 4T10. Esse resultado pode ser explicado principalmente pela melhora no mix, que levou a um aumento no tráfego de pessoas de 95,2% no shopping. É importante mencionar também que, no 4T11, uma loja âncora e quatro satélites foram inauguradas no Shopping Vila Olímpia, aumentando a taxa de ocupação em 250 p.b.. Esta menor vacância deverá contribuir com um melhor desempenho do shopping center.

O ParkShoppingSãoCaetano foi inaugurado em novembro de 2011. Em apenas dois meses em operação, o shopping reportou vendas de R\$80,0 milhões, superando as expectativas da Companhia.

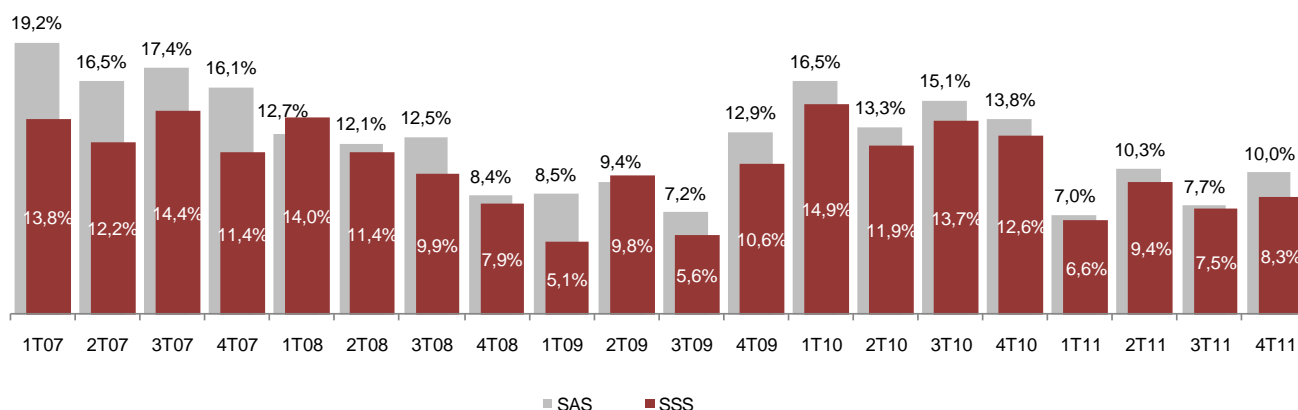
De acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – as vendas do varejo aumentaram 6,7% em 2011, quando comparadas a 2010.



Análise de vendas (2011/2010)

Vendas Mesmas Lojas	4T11 x 4T10			2011 x 2010		
	Âncoras	Satélites	Total	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲9,3%	▲6,4%	▲7,0%	▲9,0%	▲8,2%	▲8,4%
Artigos do lar	▲8,3%	▲10,5%	▲9,6%	▲0,6%	▲6,9%	▲4,0%
Artigos diversos	▲2,8%	▲12,5%	▲9,3%	▼2,7%	▲10,2%	▲5,4%
Alimentação e área gourmet	n.d.	▲11,2%	▲11,2%	n.d.	▲12,3%	▲12,3%
Serviços	▼0,1%	▲4,2%	▲1,9%	▲15,6%	▲16,4%	▲16,0%
Total	▲6,3%	▲9,0%	▲8,3%	▲3,4%	▲9,3%	▲7,6%

Crescimento das Vendas nas Mesmas Lojas



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

Crescimento de dois dígitos na Vendas na Mesma Área no 4T11

As vendas na Mesma Área (SAS) apresentaram um crescimento de 10,0% no 4T11 quando comparadas ao 4T10. Este forte desempenho foi impulsionado principalmente pelo BarraShopping, ParkShoppingBarigüi e BarraShoppingSul, destacando o esforço da Multiplan em melhorar suas operações, através de constante aperfeiçoamento do mix de shopping centers novos e já consolidados, que representam mais de 60,0% do portfólio. Além disso, o Shopping Vila Olímpia cresceu dois dígitos altos, consolidando ainda mais sua posição em uma das regiões mais competitivas do Brasil.

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) também foram fortes, atingindo 8,3% no mesmo período. Alimentação e área gourmet junto com artigos do lar e escritório, principalmente lojas de utilidade doméstica e equipamentos eletrônicos, foram os destaques no trimestre, apresentando crescimento do SSS de 11,2% e 9,6% sobre o 4T10, respectivamente.

Em 2011, o SAS cresceu 8,9%, enquanto o SSS aumentou 7,6%, mostrando novamente a eficaz administração do mix de lojistas da Multiplan.

5.2 Taxa de Ocupação e Inadimplência

A taxa de ocupação média permaneceu estável no 4T11 em 98,0%, quando comparada ao 3T11. O ParkShoppingSãoCaetano, que foi inaugurado em novembro de 2011, apresentou uma taxa de ocupação de 90,3%. Vale notar que o shopping center já está 96,3% locado e é esperado que as lojas inaugurem em breve. Até fevereiro de 2012, a taxa de ocupação já estava em 95,1%. Excluindo o ParkShoppingSãoCaetano da média do portfólio, a taxa de ocupação teria atingido 98,4%, 30 p.b. maior do que no 3T11. O Shopping SantaÚrsula e o Shopping Vila Olímpia continuaram melhorando as suas operações, aumentando a taxa de ocupação em 400 p.b. (97,2%) e 250 p.b. (86,8%), respectivamente, quando comparados ao 3T11.

A inadimplência (atraso de mais de 25 dias no pagamento do aluguel) diminuiu 60 p.b. para 1,5% no 4T11 de 2,1% no 4T10. Perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) foi de 1,1%, 50 p.b. abaixo do 4T10 de 1,6%.

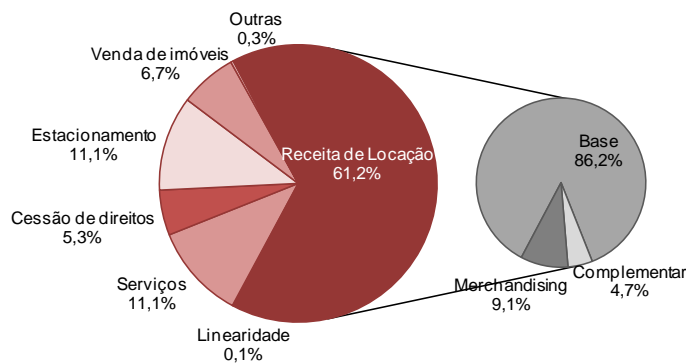
6. Receita Bruta

Receita bruta de R\$742,2 milhões em 2011, um aumento de 12,0%

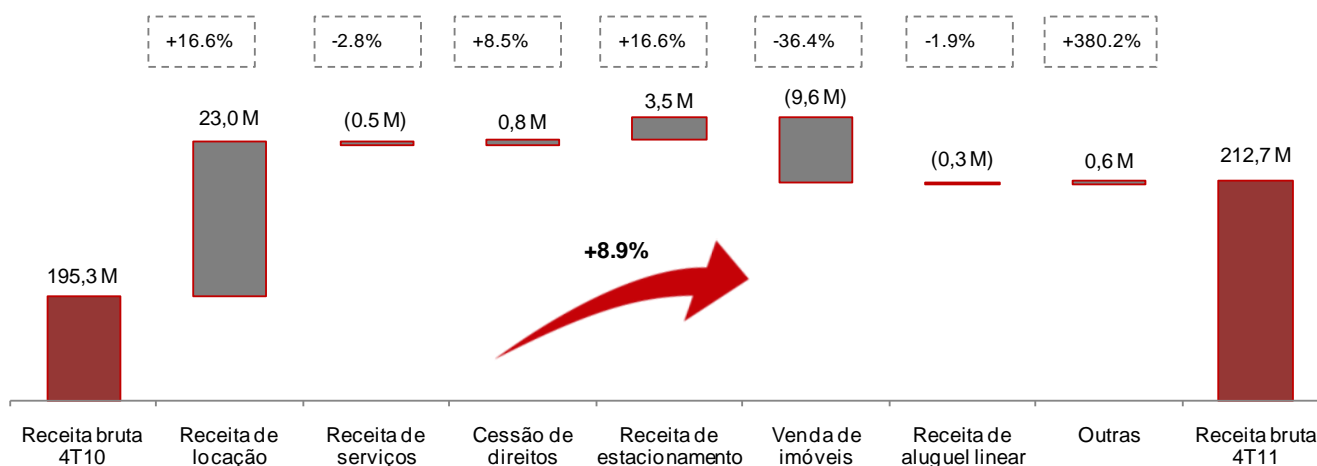
A receita bruta atingiu R\$212,7 milhões no 4T11, representando um aumento de 8,9% quando comparado ao 4T10. Já as receitas de locação e de estacionamento apresentaram os maiores crescimentos ano contra ano, de 16,6% cada.

Em 2011, a receita bruta totalizou R\$742,2 milhões, um aumento de 12,0% sobre 2010, impulsionado principalmente pelo crescimento de 16,9% das receitas de locação e de 18,1% de estacionamento.

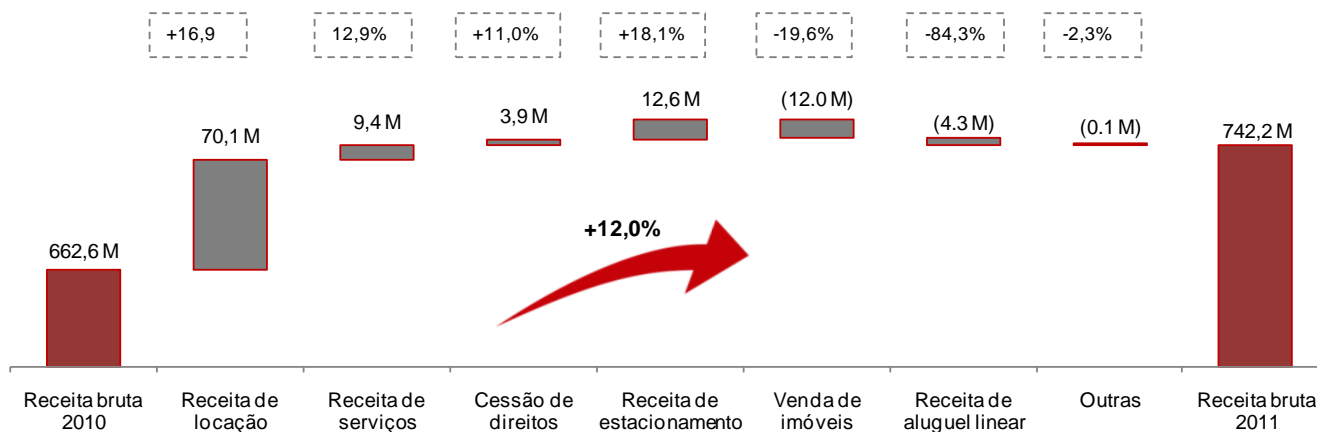
O gráfico à direita mostra a abertura da receita bruta em 2011.



Abertura da receita bruta – 2011



Abertura do crescimento da receita bruta no 4T11 (A/A) (R\$)



Abertura do crescimento da receita bruta em 2011 (A/A) (R\$)

7. Resultados da Participação em Shopping Centers

7.1 Receita de Locação

Shopping centers consolidados, em ritmo acelerado de crescimento

A receita de locação da Multiplan totalizou R\$161,1 milhões no 4T11, aumentando 16,6%, quando comparado ao 4T10. Este desempenho foi impulsionado tanto por shopping centers consolidados quanto por novos. O BarraShopping foi um dos destaque entre os shopping centers consolidados, apresentando um crescimento orgânico de 14,8% no 4T11 sobre o 4T10. O ParkShopping e o ParkShoppingBarigüi também apresentaram um forte aumento na receita de locação, crescendo 30,6% e 15,6%, respectivamente. No mesmo período, o Shopping Vila Olímpia, que acabou de completar seu segundo ano em operação, reportou um crescimento da receita de locação de 14,1%, refletindo maior fluxo e consumidores e vendas. Da mesma forma, o Shopping Santa Úrsula, que também está na fase de consolidação, reportou crescimento na receita de locação de 18,3%. Considerando-se o efeito da linearidade, a receita de locação cresceu para R\$142,0 milhões, 19,0% maior do que no 4T10.

Em 2011, a receita de locação foi de R\$487,1 milhões, apresentando crescimento de 15,6%, quando comparado ao ano anterior.

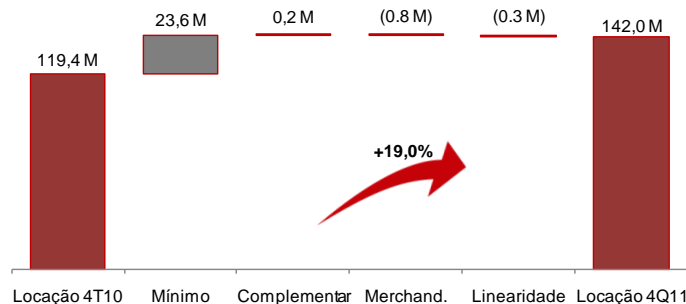
Receita de Locação (R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
BH Shopping	19,8 M	17,7 M	▲11,8%	63,0 M	49,2 M	▲27,9%
RibeirãoShopping	9,7 M	9,3 M	▲4,8%	31,1 M	29,4 M	▲6,0%
BarraShopping	23,6 M	20,5 M	▲14,8%	75,0 M	65,7 M	▲14,2%
MorumbiShopping	25,8 M	24,8 M	▲4,2%	82,3 M	77,7 M	▲5,9%
ParkShopping	14,6 M	11,2 M	▲30,6%	40,8 M	34,5 M	▲18,1%
DiamondMall	9,9 M	9,1 M	▲8,6%	31,8 M	30,2 M	▲5,5%
New York City Center	2,0 M	1,7 M	▲16,7%	6,4 M	5,8 M	▲10,5%
Shopping AnáliaFranco	6,3 M	5,7 M	▲10,3%	20,3 M	18,0 M	▲12,7%
ParkShoppingBarigüi	13,1 M	11,3 M	▲15,6%	40,0 M	29,4 M	▲35,8%
Pátio Savassi	6,6 M	6,6 M	▲0,4%	21,2 M	19,0 M	▲11,4%
Shopping Santa Úrsula ¹	1,6 M	1,4 M	▲18,3%	5,0 M	2,7 M	▲83,1%
BarraShoppingSul	14,3 M	12,9 M	▲11,3%	42,3 M	35,7 M	▲18,3%
Shopping Vila Olímpia	6,8 M	5,9 M	▲14,1%	20,1 M	18,7 M	▲7,6%
ParkShoppingSãoCaetano	7,0 M	-	n.d.	7,0 M	-	n.d.
Subtotal	161,1 M	138,1 M	▲16,6%	486,3 M	416,1 M	▲16,9%
Efeito da linearidade	(19,0 M)	(18,7 M)	▲1,8%	0,8 M	5,1 M	▼84,3%
Total	142,0 M	119,4 M	▲19,0%	487,1 M	421,2 M	▲15,6%

¹ A participação da Multiplan no Shopping Santa Úrsula aumentou para 62,5% após aquisição de participação minoritária de 25,0% em novembro de 2010.

O aluguel mínimo, sem considerar o efeito da linearidade, apresentou o maior crescimento no 4T11, uma alta de 20,3%, atingindo R\$140,0 milhões no trimestre. O aluguel mínimo contribuiu com 86,9% da receita de locação da Multiplan no 4T11, contra 84,3% no 4T10. O aluguel complementar aumentou 2,6% no mesmo período, atingindo R\$7,9 milhões, enquanto a receita de merchandising foi de R\$13,2 milhões, com uma redução modesta de R\$0,8 milhões.

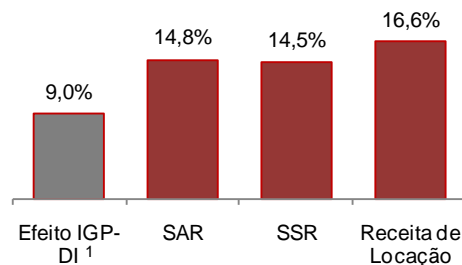
Informações adicionais sobre o resultado de shopping centers podem ser encontradas na Planilha de Fundamentos no website de RI da Multiplan (www.multiplan.com.br/ri).

Receita de Locação (R\$'000)				4T11
(R\$'000)	Mínimo	Complementar	Merchand.	Total
Subtotal Portfolio	139.964	7.914	13.175	161.052
Linearidade	(19.003)	-	-	(19.003)
Total	120.961	7.914	13.175	142.049
				4T10
Subtotal Portfolio	116.375	7.712	13.988	138.075
Linearidade	(18.658)	-	-	(18.658)
Total	97.717	7.712	13.988	119.417
Varição total %	23,8%	2,6%	-5,8%	19,0%

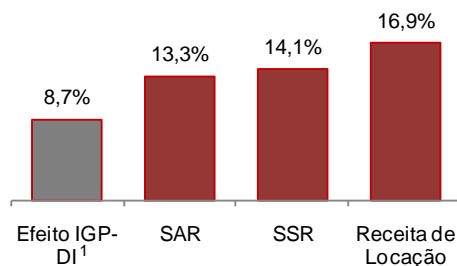

Crescimento da receita de locação (A/A) (R\$)

Crescimento do SSR de 14,5%: +5,0% acima da inflação no 4T11

O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) continuou apresentando forte desempenho no 4T11, aumentando 14,5%, quando comparado com o mesmo período em 2010. Mais uma vez, a Multiplan reportou um crescimento real no Aluguel em Mesmas Lojas, registrando aumento de 5,0%, acima do efeito do ajuste do IGP-DI de 9,0%. O Aluguel na Mesma Área (SAR) também reportou crescimento robusto de 14,8%.

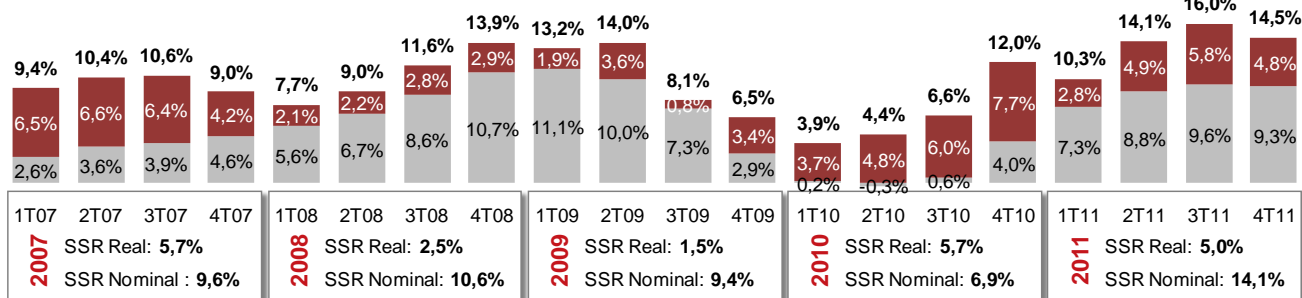

Análise de locação (4T11/4T10)

Em 2011, a Multiplan apresentou o maior SSR histórico de 14,1% com um efeito do ajuste do IGP-DI de 8,7%, representando um crescimento real de 5,0%. O SAR aumentou 13,3% no mesmo período.


Análise de locação (2011/2010)

¹ Ver glossário para definição

■ Efeito do Ajuste do IGP-DI ■ Aluguel nas Mesmas Lojas Real


Abertura do Aluguel em Mesmas Lojas (SSR)
 Crescimento real e nominal

7.2 Receita de estacionamento

Aumento no fluxo de consumidores impacta positivamente a receita de estacionamento do Shopping Vila Olímpia

A receita de estacionamento atingiu R\$24,5 milhões no 4T11, 16,6% maior do que no 4T10. O Shopping Vila Olímpia, que vem se consolidando com sucesso, apresentou um aumento na receita de estacionamento de 56,8%, quando comparado ao mesmo período em 2010. Este resultado reflete principalmente o aumento do fluxo de pessoas no shopping center, que apresentou um crescimento de 95,2% no mesmo período.

Em 2011, a receita de estacionamento aumentou 18,1% para R\$82,1 milhões.

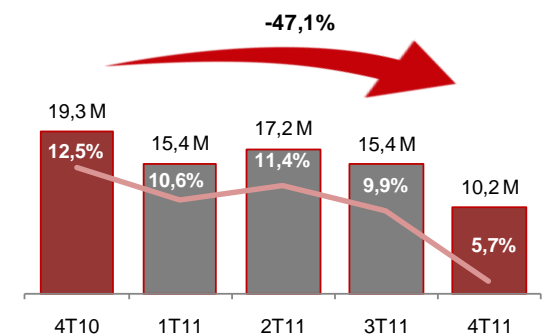
7.3 Despesas de Shopping Center

Melhora significativa na margem no 4T11 e em 2011

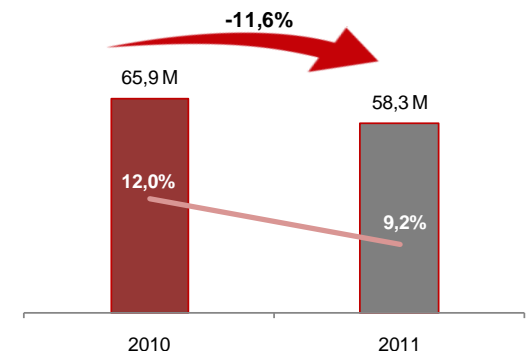
As despesas de shopping center caíram 47,1% no 4T11, quando comparadas ao 4T10, alcançando R\$10,2 milhões. Como percentual da receita líquida de shopping center, essas despesas atingiram 5,7%, 680 p.b. abaixo do 4T10. Esta melhora na margem foi decorrente do aumento na receita, tanto orgânica quanto via novas áreas, redução de despesas de shopping centers, ganhos de eficiência e itens não recorrentes.

Mesmo excluindo os itens não recorrentes, as despesas de shopping centers ainda cairiam 8,3% para R\$17,7 milhões, apesar do aumento em despesas devido à inauguração do ParkShoppingSãoCaetano e da área gourmet do ParkShopping. Neste cenário, as despesas de shopping center atingiram 9,9% da receita líquida de shopping centers no 4T11.

Em 2011, as despesas de shopping center caíram 11,6% quando comparadas ao ano anterior, somando R\$58,3 milhões. Como percentual da receita líquida de shopping centers, essas despesas representaram 9,2%, uma redução de 280 p.b., quando comparado ao de 2010 e impactando positivamente a margem NOI.



Evolução das despesas de shopping center (R\$) e como percentual da receita líquida de shopping center no 4T11
 (não inclui receitas e impostos de imobiliário para venda)



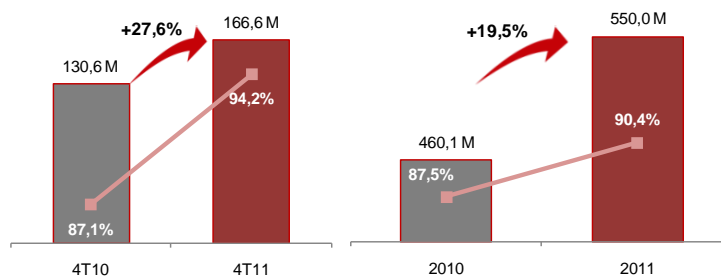
Evolução das despesas de shopping center (R\$) e como percentual da receita líquida de shopping center em 2011
 (não inclui receitas e impostos de imobiliário para venda)

7.4 Resultado Operacional Líquido – NOI

94,2% de margem NOI + Cessão de Direitos no 4T11: a maior da história da Companhia

A Multiplan registrou um resultado operacional líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$166,6 milhões no 4T11, 27,6% acima do 4T10. O aumento de 18,6% da receita operacional junto com uma queda de 47,1% nas despesas de shopping center resultou em um ganho de 710 p.b. na margem NOI + CD, atingindo 94,2% no 4T11, a maior na história da Companhia.

Em 2011, o NOI + CD somou R\$550,0 milhões, 19,5% maior do que em 2010. No mesmo período, a margem NOI + CD melhorou 295 p.b. para 90,4%, também um novo recorde na história da Companhia, até o momento.



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

Cálculo do NOI (R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
Receita de locação	161.053	138.075	▲ 16,6%	486.255	416.114	▲ 16,9%
Linearidade	(19.004)	(18.658)	▲ 1,9%	803	5.104	▼ 84,3%
Resultado de estacionamento	24.687	21.179	▲ 16,6%	82.061	69.504	▲ 18,1%
Receita operacional	166.736	140.596	▲ 18,6%	569.119	490.722	▲ 16,0%
Despesas de shopping center	(10.219)	(19.313)	▼ 47,1%	(58.273)	(65.883)	▼ 11,6%
NOI	156.517	121.283	▲ 29,1%	510.846	424.839	▲ 20,2%
Margem NOI	93,9%	86,3%	▲ 761 b.p	89,8%	86,6%	▲ 319 b.p
Cessão de direitos	10.123	9.328	▲ 8,5%	39.132	35.241	▲ 11,0%
NOI + CD	166.640	130.611	▲ 27,6%	549.978	460.080	▲ 19,5%
Margem NOI + CD	94,2%	87,1%	▲ 710 b.p	90,4%	87,5%	▲ 295 b.p

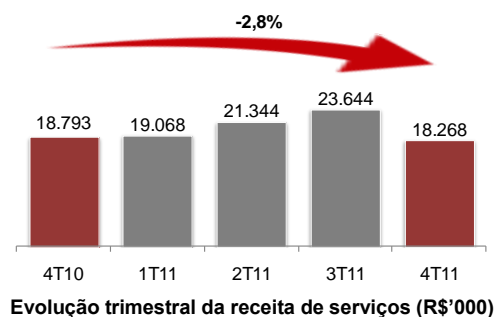
8. Resultados da Administração de Shopping Centers

8.1 Receita de Serviços

Receita de serviços: 2,8% menor no 4T11, 12,9% maior em 2011

A receita de serviços – composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência – apresentou uma redução de 2,8% no 4T11. Esta redução deve-se principalmente a menores receitas de corretagem sobre contratos de merchandising no 4T11, que apresentou uma queda de 35,6%.

Em 2011, a receita de serviços aumentou 12,9%, quando comparado a 2010, como resultado do aumento de 49,5% na receita com taxas de transferência, a qual foi parcialmente reduzida pela queda na receita de corretagem sobre contratos de merchandising. A receita de serviços como percentual da receita bruta aumentou de 11,0% em 2010 para 11,1% em 2011.



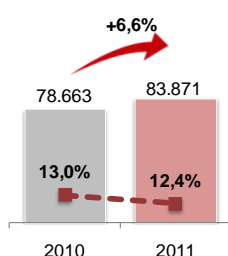
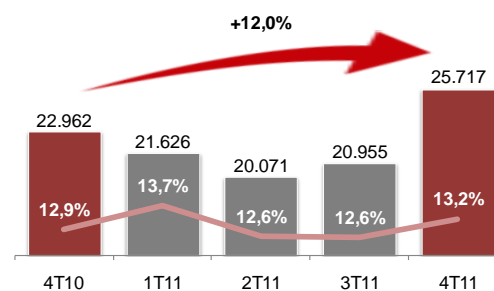
8.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Despesas de sede: 5,1% menores em 2011, mesmo com o aumento de 12,0% no 4T11

No 4T11, as Despesas Gerais e Administrativas (Sede) aumentaram 12,0% sobre o 4T10, devido principalmente aos reajustes por inflação, aumento em provisões e outras despesas.

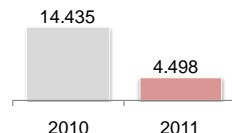
Em 2011, as despesas de sede foram 5,1% menores, enquanto que a receita líquida aumentou 11,9%, resultando na queda da relação despesas de sede/receita líquida, de 15,4% em 2010 para 13,1% em 2011.

Os itens não-recorrentes da despesa de sede foram de R\$4,5 milhões em 2011, comparado a R\$14,4 milhões, em 2010. Excluído o impacto desses eventos não-recorrentes, e somente para fins de análise, as despesas de sede teriam subido 6,6% em 2011 em comparação com 2010, ficando em linha com a inflação de 6,5%, medida pelo IPCA do período.



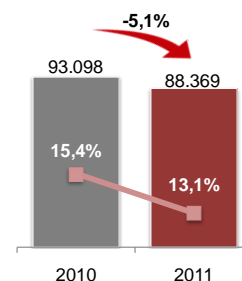
Evolução das despesas de sede recorrentes 2011/2010 (R\$'000) e despesas de sede recorrentes/receita líquida (%)

(+)



Itens não-recorrentes 2011/2010 (R\$'000)

=



Evolução das despesas de sede 2011/2010 (R\$'000) e despesas de sede/receita líquida (%)

9. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

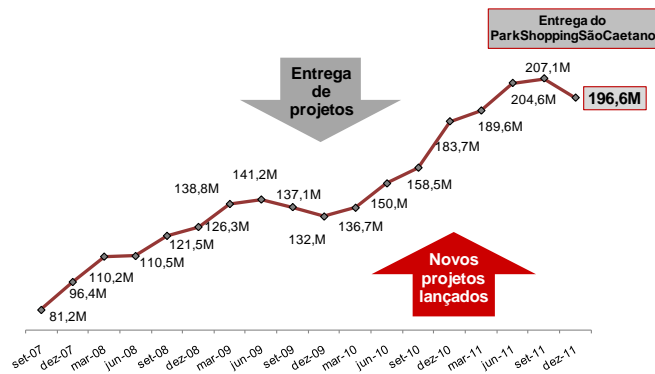
9.1 Receita Diferida e Contratos de Cessão de Direitos Assinados

7,0% de aumento no saldo da Receita Diferida em 2011

A Multiplan alcançou a marca de R\$65,3 milhões em contratos de cessão de direitos assinados em 2011, que contribuiu para o aumento de 7,0% no saldo da receita diferida, de R\$183,7 milhões, em dezembro de 2010, para R\$196,6 milhões, em dezembro de 2011.

No 4T11, a Companhia continuou seu processo de locação com a assinatura de 92 novos contratos, representando 11.593 m² de ABL e R\$16,4 milhões em contratos de cessão de direitos assinados, com origem principalmente na locação de novas áreas em desenvolvimento.

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.



Evolução da receita diferida (milhões de R\$)



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.

9.2 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos (R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
Operacional (Recorrente)	1.661	2.417	▼31,3%	7.779	8.481	▼8,3%
Projetos abertos nos últimos cinco anos	8.462	6.911	▲22,4%	31.353	26.760	▲17,2%
Receita de Cessão de Direitos	10.123	9.328	▲8,5%	39.132	35.241	▲11,0%

A receita da cessão de direitos aumentou 8,5% no 4T11, beneficiando-se principalmente da entrega do ParkShoppingSãoCaetano em novembro de 2011, e das expansões do ParkShoppingBarigüi e do BH Shopping, inaugurados no segundo semestre de 2010.

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.

9.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

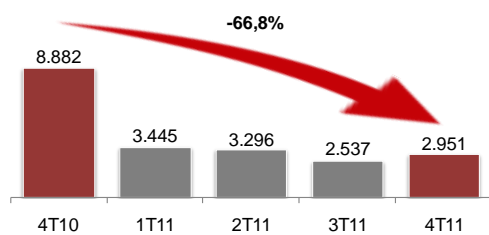
Queda de 66,8% em despesas com novos projetos para locação no 4T11

No quarto trimestre de 2011, as despesas com novos projetos para locação diminuíram 66,8% em comparação com o 4T10, caindo de R\$8,9 milhões no 4T10 para R\$3,0 milhões no 4T11, como resultado de menores investimentos para promover a locação dos shopping centers em desenvolvimento.

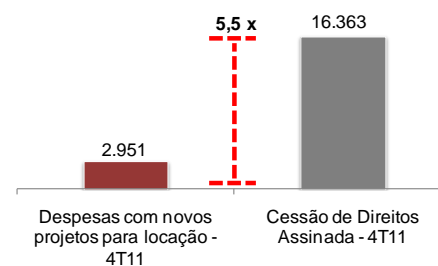
Em 2011, as despesas com novos projetos para locação alcançaram R\$12,2 milhões, dos quais (i) R\$11,2 milhões referentes a shopping centers já considerados nas estimativas da Companhia para o ano de 2011, e (ii) R\$1,0 milhão referentes a novos projetos anunciados durante o ano e algumas despesas de projetos a serem anunciados. Vale ressaltar que as estimativas de despesas com novos projetos para locação da Companhia para o ano de 2011, mencionados no Relatório de Resultados do 4T10, referem-se a projetos divulgados naquela data.

Conforme informado anteriormente, essas despesas ocorrem principalmente nas fases de lançamento e na inauguração 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.

No 4T11, o valor dos contratos de cessão de direitos assinados alcançou R\$16,4 milhões, 5,5 vezes maior que as despesas com novos projetos para locação no mesmo trimestre.



Despesas com novos projetos para locação (R\$ '000)



Cessão de direitos de novos projetos contratada vs. Despesas com novos projetos para locação (R\$ '000)

10. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

10.1 Receita de Venda de Imóveis e Custo de Imóveis Vendidos

Receita de Venda de Imóveis

No 4T11, a Multiplan registrou uma receita de R\$16,8 milhões com empreendimentos imobiliários para venda, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), composta principalmente de receitas do projeto Centro Profissional RibeirãoShopping. O Cristal Tower, entregue em agosto de 2011, e os projetos imobiliários para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul lançados em novembro de 2011, também contribuíram para a receita de venda de imóveis no 4T11.

Em 2011, a receita de venda de imóveis alcançou R\$49,4 milhões, devida a apropriação de receitas do projeto Centro Profissional RibeirãoShopping e do Cristal Tower.

Custo de Imóveis Vendidos

A Companhia registrou custo de imóveis vendidos de R\$11,5 milhões no 4T11 e R\$44,7 milhões em 2011, em linha com o andamento das obras, entre os quais o Centro Profissional RibeirãoShopping, responsável pela maior parte dos custos em ambos os períodos.

Despesas com novos projetos para venda

Como resultado dos esforços de marketing dos projetos para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul, as despesas com novos projetos para venda foram de R\$8,9 milhões no 4T11, comparado a R\$2,8 milhões no 4T10.

Em 2011, as despesas com novos projetos para venda alcançaram R\$15,9 milhões, dos quais (i) R\$6,5 milhões referentes a projetos já considerados nas estimativas da Companhia para o ano de 2011, e (ii) R\$9,4 milhões referentes a projetos anunciados durante o ano e despesas de projetos ainda não anunciados.

11. Resultados Financeiros

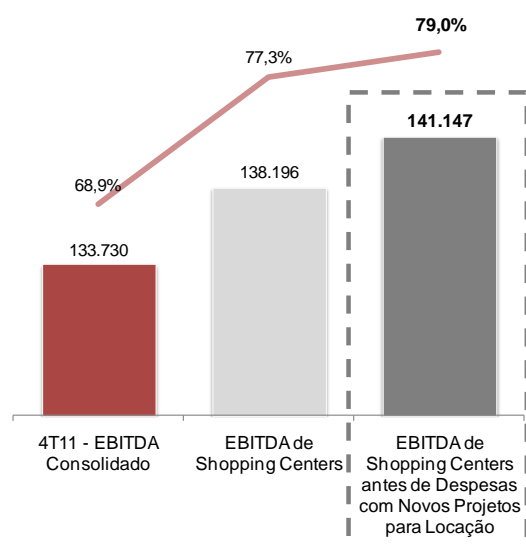
11.1 EBITDA

EBITDA de Shopping Centers 34,9% superior alcança margem de 77,3% no 4T11

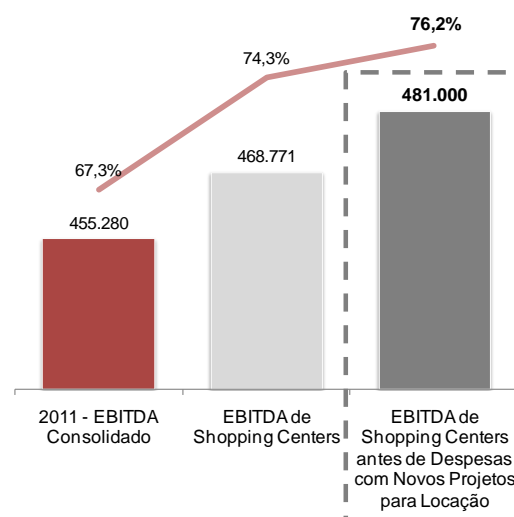
A Multiplan registrou um aumento de 34,9% no EBITDA de Shopping Centers (SC) do 4T11 (excluindo atividade imobiliária para venda), enquanto a receita líquida de shopping centers cresceu 15,9% no mesmo período. Como resultado de despesas menores, a margem EBITDA de Shopping Centers aumentou expressivos 1.089 pontos-base, passando de 66,4% no 4T10 para 77,3% no 4T11. Essa melhoria de resultado foi impulsionada principalmente por ganhos de eficiência operacional, incluindo reduções nas despesas de shopping center e menores despesas com novos projetos para locação.

Somente para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de shopping centers, a margem teria subido para 79,0% no 4T11, 678 pontos-base maior que no 4T10.

EBITDA de Shopping Centers (R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
Receita Bruta de Shopping Centers ¹	195.929	168.884	▲16,0%	692.830	601.196	▲15,2%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(17.175)	(14.654)	▲17,2%	(61.582)	(52.849)	▲16,5%
Receita Líquida	178.754	154.230	▲15,9%	631.248	548.347	▲15,1%
Despesas de sede	(25.717)	(22.962)	▲12,0%	(88.369)	(93.098)	▼5,1%
Despesas baseadas em opções de ações	(2.112)	(1.749)	▲20,8%	(7.661)	(5.675)	▲35,0%
Despesas de shopping centers	(10.219)	(19.313)	▼47,1%	(58.273)	(65.883)	▼11,6%
Despesas com novos projetos para locação	(2.951)	(8.882)	▼66,8%	(12.229)	(39.074)	▼68,7%
Outras receitas (despesas) operacionais	441	1.119	▼60,6%	4.055	(10.282)	na
EBITDA de Shopping Centers ²	138.196	102.443	▲34,9%	468.771	334.335	▲40,2%
Margem EBITDA de Shopping Centers	77,3%	66,4%	▲1089 p.b	74,3%	61,0%	▲1329 p.b
(+) Despesas com novos projetos para locação	2.951	8.882	▼66,8%	12.229	39.074	▼68,7%
EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos ³	141.147	111.325	▲26,8%	481.000	373.409	▲28,8%
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	79,0%	72,2%	▲678 p.b	76,2%	68,1%	▲810 p.b



4T11: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$'000) e margens (%)



2011: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$'000) e margens (%)

(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, adicionando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a shopping centers que ainda não estão em operação.

EBITDA Consolidado cresceu 20,5% no 4T11, chegando a R\$133,7 milhões

A Margem EBITDA Consolidada aumentou para 68,9% no 4T11, 669 pontos-base maior quando comparado ao 4T10. A margem EBITDA Consolidada da Companhia é tradicionalmente menor que a margem EBITDA de Shopping Centers, refletindo as margens mais baixas da atividade imobiliária para venda, quando comparado com os projetos para locação.

EBITDA Consolidado (R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
Receita Líquida	194.099	178.388	▲ 8,8%	676.252	604.375	▲ 11,9%
Despesas de sede	(25.717)	(22.962)	▲ 12,0%	(88.369)	(93.098)	▼ 5,1%
Despesas baseadas em opções de ações	(2.112)	(1.749)	▲ 20,8%	(7.661)	(5.675)	▲ 35,0%
Despesas de shopping centers	(10.219)	(19.313)	▼ 47,1%	(58.273)	(65.883)	▼ 11,6%
Despesas com novos projetos para locação	(2.951)	(8.882)	▼ 66,8%	(12.229)	(39.074)	▼ 68,7%
Despesas com novos projetos para venda	(8.915)	(2.796)	▲ 218,8%	(15.888)	(4.362)	▲ 264,2%
Custo de imóveis vendidos	(11.516)	(12.498)	▼ 7,9%	(44.750)	(32.295)	▲ 38,6%
Resultado de equivalência patrimonial	620	(337)	nd	2.143	(3.511)	nd
Outras receitas (despesas) operacionais	441	1.119	▼ 60,6%	4.055	(10.282)	nd
EBITDA Consolidado	133.730	110.970	▲ 20,5%	455.280	350.195	▲ 30,0%
Margem EBITDA Consolidada	68,9%	62,2%	▲ 669 p.b	67,3%	57,9%	▲ 938 p.b

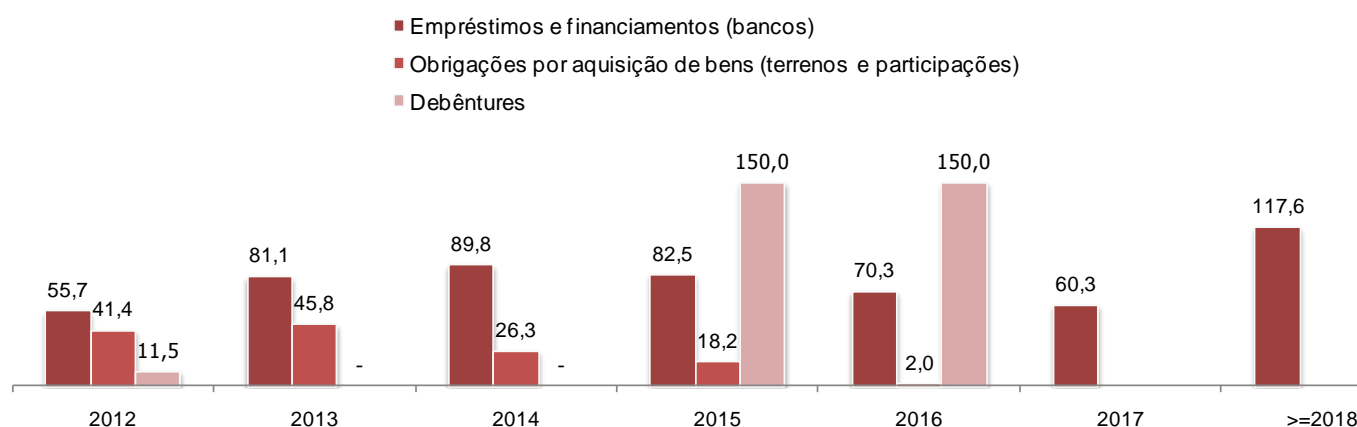
11.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan encerrou o 4T11 com uma dívida líquida de R\$443,9 milhões, comparado com uma dívida líquida de R\$62,7 milhões do trimestre anterior, representando uma relação de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 0.98x no 4T11. No 4T11, a aplicação do caixa gerou um resultado financeiro positivo de R\$31,6 milhões, líquido de despesas financeiras.

Abertura do Endividamento (R\$'000)	31/12/2011	30/09/2011	Var. %
Dívidas de Curto Prazo	108.561	89.981	▲ 20,6%
Empréstimos e financiamentos	55.652	51.089	▲ 8,9%
Debêntures	11.473	-	nd
Obrigações por aquisição de bens	41.436	38.892	▲ 6,5%
Dívidas de Longo Prazo	893.717	505.571	▲ 76,8%
Empréstimos e financiamentos	501.503	402.622	▲ 24,6%
Debêntures	300.000	-	n.d.
Obrigações por aquisição de bens	92.214	102.949	▼ 10,4%
Dívida Bruta	1.002.278	595.552	▲ 68,3%
Caixa	558.343	532.860	▲ 4,8%
Dívida Líquida	443.935	62.692	▲ 608,1%

A posição de caixa do 4T11 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX, que totalizou R\$220,9 milhões no período, (ii) pagamento de R\$231,0 milhões referente a aquisição de terreno, (iii) aumento de R\$29,7 milhões em contas a receber, (iv) pagamento de R\$17,1 milhões referente a dívidas de curto prazo, parcialmente compensados pela (v) entrada de novos recursos de financiamento no valor de R\$111,6 milhões, divididos em R\$29,6 milhões para o desenvolvimento do Jundiá Shopping, R\$50,1 milhões para o ParkShoppingCampoGrande, R\$26,4 milhões para o VillageMall e R\$5,5 milhões para o ParkShoppingSãoCaetano, e (vi) entrada de R\$304,2 milhões em novos recursos referentes às debêntures emitidas em outubro de 2011.

O aumento da dívida líquida contribuiu para a variação no indicador de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 0.1x no 3T11 para 0.98x no 4T11. A relação dívida bruta/EBITDA (últimos 12 meses) aumentou de 1,4 vezes no 3T11 para 2,2x no 4T11. À medida em que a Companhia efetue os saques de seus empréstimos e financiamentos para a realização dos seus investimentos planejados, sua dívida bruta deverá aumentar.



Perfil de amortização da dívida em 31 de dezembro de 2011 (R\$ milhões)

Financiamento garantido: R\$1,3 bilhão já contratado, dos quais R\$291,1 milhões a serem sacados

A posição de caixa atual da Multiplan, geração futura de caixa e recursos de empréstimos e financiamentos devem sustentar suas necessidades de financiamento planejadas. Em 31 de dezembro de 2011, a Companhia apresentava dívida bruta de R\$1,0 bilhão, e saldo de R\$291,1 milhões em financiamentos já assinados e ainda não sacados. A Companhia continua analisando alternativas para financiar o desenvolvimento de seus projetos.



Disponibilidade de recursos em 31 de dezembro 2011 (R\$)

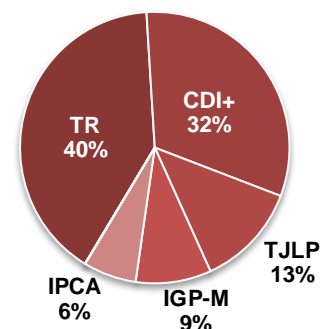
Reduzindo custos de financiamento, diversificando indexadores

O custo ponderado de captação da Companhia caiu de 11,18% a.a. em 30 de setembro de 2011 para 11,08% a.a. em 31 de dezembro de 2011, em linha com a taxa básica de juros (Selic) vigente em 31 de dezembro de 2011, de 11,00% ao ano. A Multiplan continua avaliando alternativas para reduzir seu custo de captação de recursos.

Com a entrada dos recursos da debênture indexada ao CDI, a parcela da dívida relacionada a este indicador aumentou para 32% do endividamento total, devendo ser beneficiada pela expectativa de redução da taxa de juros nominal no Brasil.

O endividamento indexado à TJLP aumentou R\$64,1 milhões no 4T11, alcançando 13% do endividamento total. Este aumento resultou da entrada de novos recursos referentes à parcela indexada à TJLP dos contratos de financiamento para o desenvolvimento do Shopping Jundiá e ParkShoppingCampoGrande.

A participação da dívida indexada à TR no endividamento total da Companhia caiu para 40% no 4T11, de 65% no 3T11. A dívida indexada a TR apresentava um custo anual de 10,92% no 4T11, com base na TR dos últimos doze meses de 1,21% a.a.



Índices de endividamento em 31 de dezembro de 2011

Indicadores de endividamento em 31 de dezembro de 2011

	Desempenho dos índices (últimos 12 meses) ¹	Taxa de juros média ²	Custo da dívida	Dívida (R\$'000)
TJLP	6,00%	3,39%	9,39%	124.516
IPCA	6,60%	7,19%	13,79%	63.353
TR	1,21%	9,71%	10,92%	405.050
CDI+	11,00%	1,02%	12,02%	318.869
IGP-M	5,10%	3,82%	8,92%	90.251
Outros	-	-	-	239
Total	5,61%	5,47%	11,08%	1.002.278

¹ Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.

² Média ponderada da taxa de juros anual.

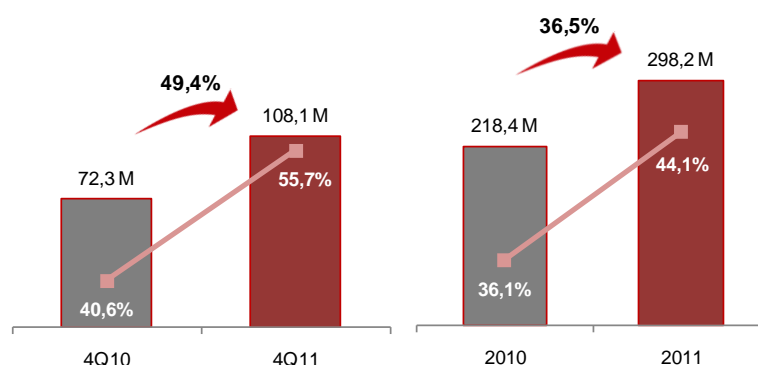
11.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Forte aumento de 49,4% no lucro líquido no 4T11 decorrente do sólido desempenho operacional

O lucro líquido registrou novamente forte crescimento nesse trimestre, aumentando 49,4% para R\$108,1 milhões. Com a melhora no desempenho operacional da Companhia, a margem líquida aumentou para 55,7% no 4T11, de 40,6% no 4T10, alta de 1.514 p.b..

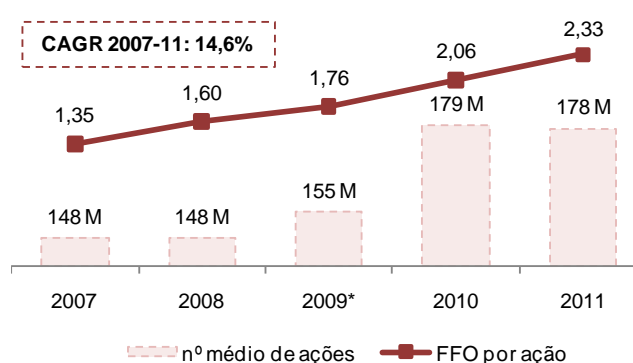
Em 2011, o lucro líquido registrou R\$298,2 milhões, um aumento de 36,5%, quando comparado ao de 2010.

Vale ressaltar que, em novembro de 2011, a Multiplan anunciou o pagamento de juros sobre o capital próprio no valor de R\$100,0 milhões antes de impostos.



O lucro líquido ajustado atingiu R\$115,8 milhões, enquanto o Fluxo de Caixa Operacional (FFO) atingiu R\$131,8 milhões, representando crescimentos de 24,4% cada no 4T11, quando comparado ao 4T10.

Em 2011, o lucro líquido ajustado aumentou 9,7% para R\$355,0 milhões, enquanto o FFO atingiu R\$415,4 milhões, representando um crescimento de 12,8%.

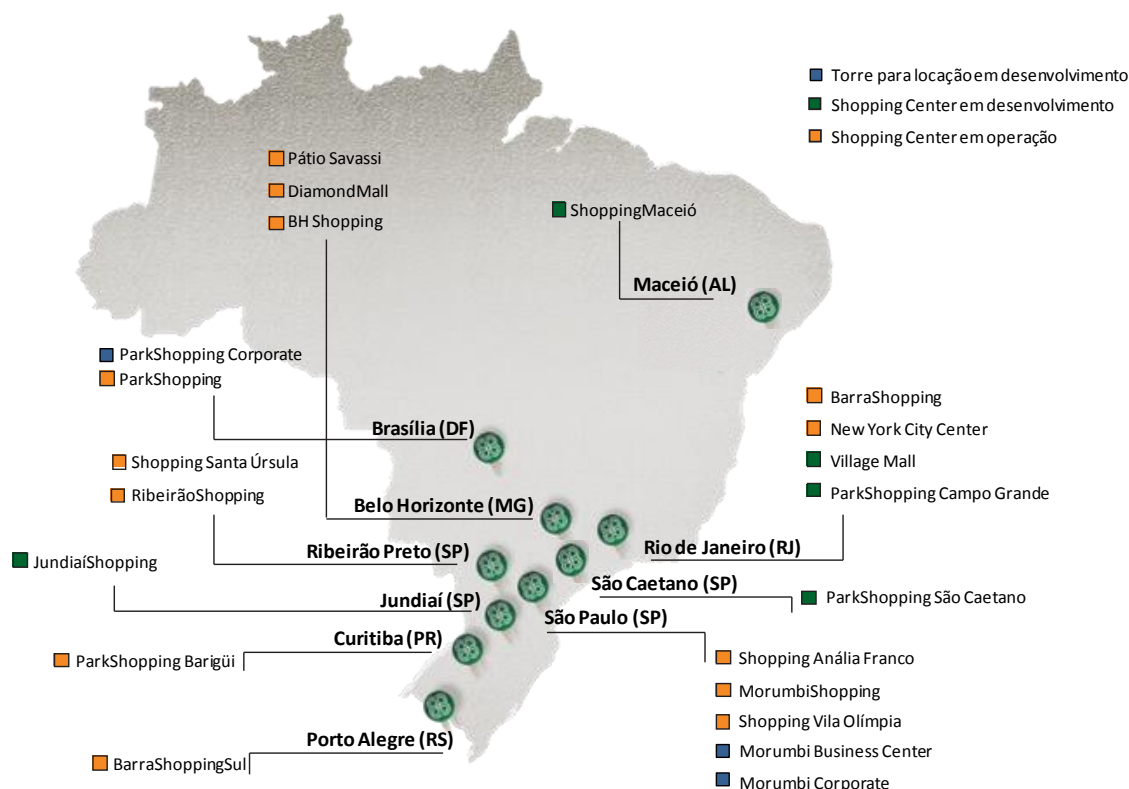


Evolução do FFO por ação (R\$)

* Emissão de novas ações no 4T09

Lucro Líquido e Cálculo do FFO (R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Chg. %
Receita líquida	194.099	178.388	▲ 8,8%	676.252	604.375	▲ 11,9%
Despesas operacionais	(60.369)	(67.418)	▼ 10,5%	(220.972)	(254.180)	▼ 13,1%
Resultados financeiros	3.575	8.614	▼ 58,5%	31.559	43.543	▼ 27,5%
Depreciação e amortização	(15.989)	(12.862)	▲ 24,3%	(60.381)	(44.613)	▲ 35,3%
Imposto de renda e contribuição social corrente	(2.801)	(10.382)	▼ 73,0%	(60.668)	(14.972)	▲ 305,2%
Participação minoritária	(2.674)	(3.246)	▼ 17,6%	(10.743)	(10.615)	▲ 1,2%
Lucro líquido ajustado	115.841	93.094	▲ 24,4%	355.047	323.538	▲ 9,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.727)	(20.746)	▼ 62,8%	(56.871)	(105.155)	▼ 45,9%
Lucro líquido	108.114	72.348	▲ 49,4%	298.176	218.383	▲ 36,5%
Depreciação e Amortização	15.989	12.862	▲ 24,3%	60.381	44.613	▲ 35,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	7.727	20.746	▼ 62,8%	56.871	105.155	▼ 45,9%
FFO	131.830	105.956	▲ 24,4%	415.428	368.151	▲ 12,8%
FFO por ação (R\$) ¹	0,74	0,59	▲ 24,8%	2,33	2,06	▲ 13,3%

¹ Ajustado para ações em tesouraria

12. Portfólio


Portfólio	Estado	% Multiplan	ABL Total	Locação 2011 (mês) ²	Vendas 2011 (mês) ³	Taxa Ocupação med. 2011
Shopping centers em operação						
BHShopping	MG	80,0%	47.543 m ²	138 R\$/m ²	1.645 R\$/m ²	99,7%
RibeirãoShopping	SP	76,2%	46.717 m ²	74 R\$/m ²	953 R\$/m ²	99,1%
BarraShopping	RJ	51,1%	69.440 m ²	177 R\$/m ²	2.053 R\$/m ²	99,5%
MorumbiShopping	SP	65,8%	55.085 m ²	190 R\$/m ²	1.991 R\$/m ²	99,6%
ParkShopping	DF	59,6%	53.213 m ²	109 R\$/m ²	1.418 R\$/m ²	98,2%
DiamondMall	MG	90,0%	21.386 m ²	138 R\$/m ²	1.800 R\$/m ²	99,6%
New York City Center	RJ	50,0%	22.271 m ²	48 R\$/m ²	757 R\$/m ²	99,9%
Shopping AnáliaFranco	SP	30,0%	50.429 m ²	113 R\$/m ²	1.358 R\$/m ²	99,1%
ParkShoppingBarigüi	PR	84,0%	49.935 m ²	80 R\$/m ²	1.222 R\$/m ²	99,4%
Pátio Savassi	MG	96,5%	17.253 m ²	107 R\$/m ²	1.526 R\$/m ²	99,6%
Shopping SantaÚrsula	SP	62,5%	23.339 m ²	31 R\$/m ²	538 R\$/m ²	93,6%
BarraShoppingSul	RS	100,0%	68.212 m ²	66 R\$/m ²	979 R\$/m ²	98,5%
Shopping VilaOlímpia	SP	30,0%	28.201 m ²	98 R\$/m ²	1.000 R\$/m ²	85,3%
ParkShoppingSãoCaetano	SP	100,0%	39.025 m ²	99 R\$/m ²	1.173 R\$/m ²	90,3%
Sub-total shopping centers em operação		69,5%	592.048 m²	110 R\$/m²	1.400 R\$/m²	98,2%
Shopping centers em desenvolvimento						
JundiaíShopping	SP	100,0%	35.754 m ²	-	-	-
Village Mall	RJ	100,0%	25.167 m ²	-	-	-
ParkShoppingCampoGrande ¹	RJ	90,0%	42.226 m ²	-	-	-
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	36.860 m ²	-	-	-
Sub-total shopping centers em desenvolvimento		83,8%	140.007 m²			
Torres para locação em desenvolvimento						
ParkShopping Corporate	DF	50,0%	13.360 m ²	-	-	-
Morumbi Corporate	SP	100,0%	74.198 m ²	-	-	-
Sub-total torres para locação em desenvolvimento		92,4%	87.558 m²			
Portfólio Total		74,4%	819.613 m²	110 R\$/m²	1.400 R\$/m²	98,2%

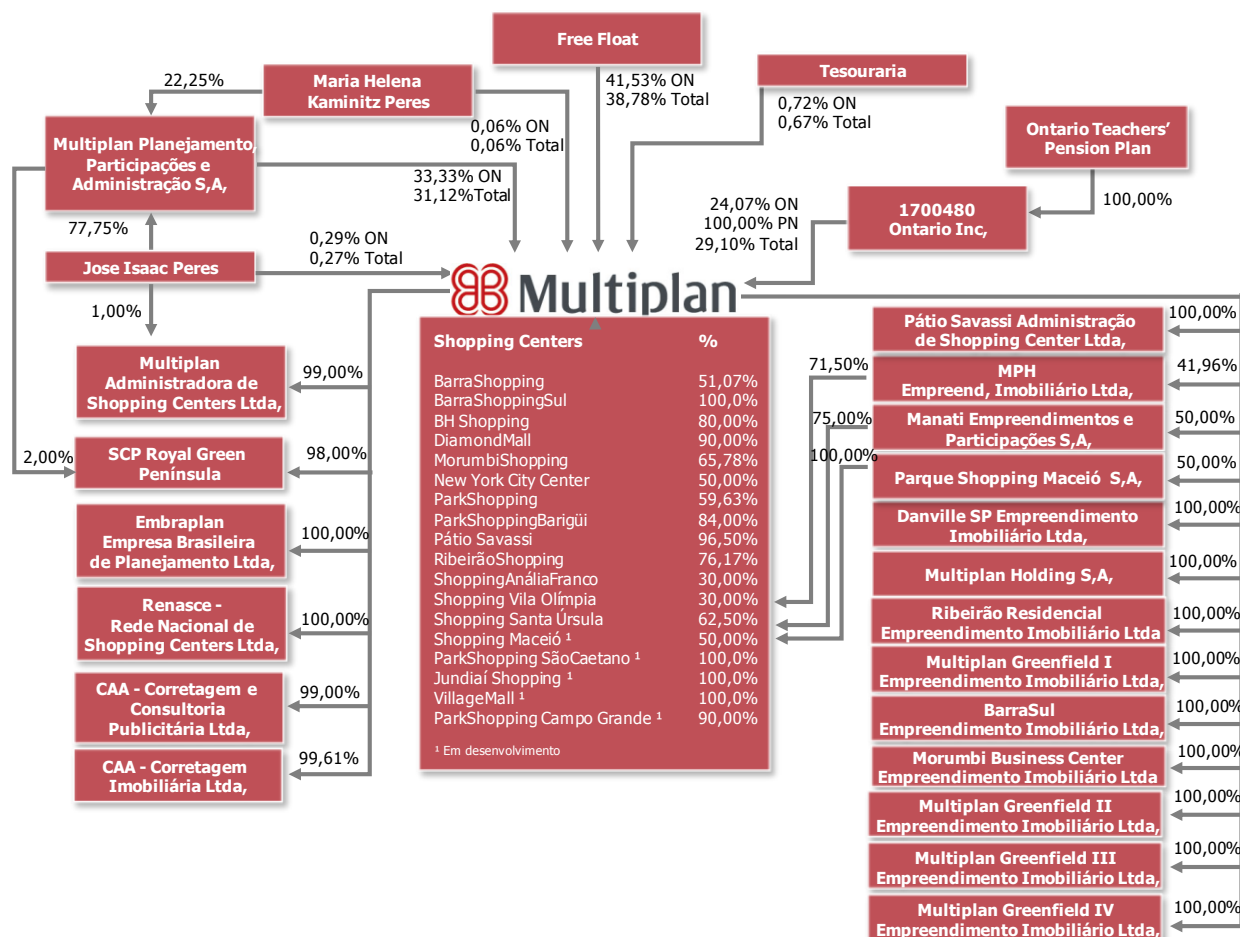
¹ A Multiplan é responsável por 100% do CAPEX.

² Locação/m²/mês divide a receita de locação pela ABL própria ocupada.

³ Vendas/m²/mês divide as vendas totais pela área composta por Lojas que reportam vendas mensais (aproximadamente 90% da ABL total).

13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan está detalhada abaixo, em 31 de dezembro de 2011. De um total de 179.197.214 ações emitidas, 167.338.867 são ordinárias e 11.858.347 são preferenciais.



A Multiplan detém participações nas Sociedades de Propósito Específico (SPE), MPH, Manati e Haleiwa, Danville e Holding, descritas a seguir:

MPH Empreendi. Imobiliário Ltda.: companhia com participação de 71,5% no Shopping Vila Olímpia. A Multiplan detém participação de 42,0% na MPH, o que resulta em uma participação de 30,0% no capital total do Shopping Vila Olímpia.

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.

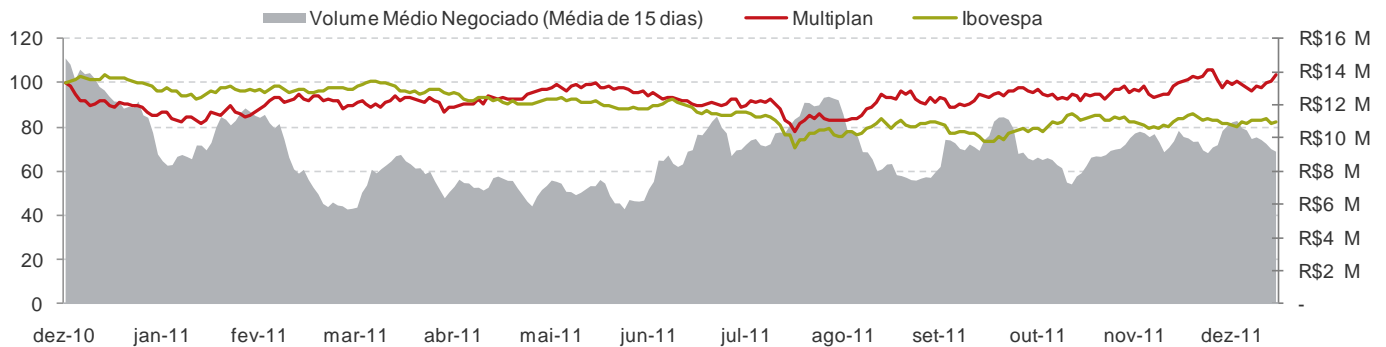
Multiplan Greenfield II Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo.

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.

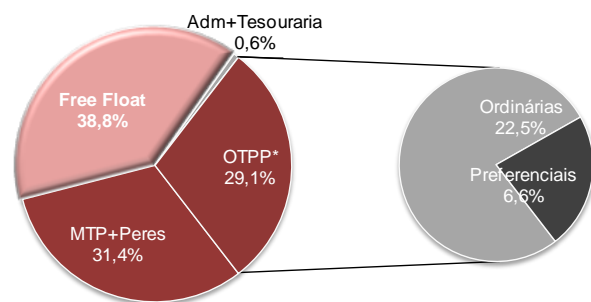
14. Indicadores MULT3 & Mercado de Ações

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA: MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o quarto trimestre de 2011 cotada a R\$38,27/ação, com um aumento de 3,7% quando comparado ao final de 2010, superando o desempenho do índice Ibovespa, que caiu 18,1% no mesmo período.


Varição: MULT3, Ibovespa e volume MULT3

Base 100 = 30 de dezembro de 2010

Ao fim do quarto trimestre de 2011, 31,4% das ações da Companhia pertenciam direta e indiretamente ao Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 29,1%, e o *free-float* era equivalente a 38,8%. O número total de ações emitidas é de 179.197.214.


Estrutura acionária em 31 de dezembro de 2011

(*) OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

MULT3 na BM&FBOVESPA	4T11	4T10	Var.	2011	2010	Var.
Preço médio de fechamento	R\$35,80	R\$37,34	▼4,1%	R\$34,06	R\$33,02	▲3,1%
Preço de fechamento	R\$38,27	R\$36,90	▲3,7%	R\$38,27	R\$36,90	▲3,7%
Volume médio diário negociado	R\$9,2 M	R\$16,2 M	▼42,8%	R\$9,0 M	R\$11,0 M	▼17,7%
Valor de Mercado	R\$6.858 M	R\$6.612 M	▲3,7%	R\$6.858 M	R\$6.612 M	▲3,7%

15. Anexos
Indicadores Financeiros e Operacionais

Desempenho (R\$'000)						
Desempenho Financeiro (%MTE)	4T11	4T10	Var.%	2011	2010	Var.%
Receita Bruta	R\$212.748	R\$195.337	▲8,9%	R\$742.224	R\$662.624	▲12,0%
Receita Líquida	R\$194.099	R\$178.388	▲8,8%	R\$676.252	R\$604.375	▲11,9%
Receita Líquida R\$/m ²	484 R\$/m ²	501 R\$/m ²	▼3,4%	1.688 R\$/m ²	1.749 R\$/m ²	▼3,5%
Receita Líquida US\$/pé	24 US\$/sqf	28 US\$/sqf	▼13,9%	84 US\$/sqf	98 US\$/sqf	▼14,0%
Receita de Locação (com efeito da linearidade)	R\$142.049	R\$119.417	▲19,0%	R\$487.058	R\$421.218	▲15,6%
Receita de Locação R\$/m ²	354 R\$/m ²	335 R\$/m ²	▲5,6%	1.215 R\$/m ²	1.219 R\$/m ²	▼0,3%
Receita de Locação US\$/pé	17,6 US\$/sqf	18,8 US\$/sqf	▼5,9%	60,6 US\$/sqf	68,2 US\$/sqf	▼11,2%
Receita de Locação Mensal R\$/m ²	118 R\$/m ²	112 R\$/m ²	▲5,6%	117 R\$/m ²	102 R\$/m ²	▲15,6%
Receita de Locação Mensal US\$/pé	5,9 US\$/sqf	6,3 US\$/sqf	▼5,9%	5,1 US\$/sqf	5,7 US\$/sqf	▼11,2%
Resultado Operacional Líquido (NOI)	R\$156.517	R\$121.283	▲29,1%	R\$510.846	R\$424.839	▲20,2%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	390 R\$/m ²	340 R\$/m ²	▲14,6%	1.275 R\$/m ²	1.229 R\$/m ²	▲3,7%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	19,4 US\$/sqf	19,0 US\$/sqf	▲2,1%	63,6 US\$/sqf	68,8 US\$/sqf	▼7,6%
Margem NOI	93,9%	86,3%	▲761 p.b	89,8%	86,6%	▲319 p.b
NOI por ação	R\$0,87	R\$0,68	▲29,1%	R\$2,85	R\$2,37	▲20,2%
Despesas de Sede	R\$25.717	R\$22.962	▲12,0%	R\$88.369	R\$93.098	▼5,1%
Despesas de Sede/Receita Líquida	13,2%	12,9%	▲38 p.b	13,1%	15,4%	▼234 p.b
EBITDA	R\$133.730	R\$110.970	▲20,5%	R\$455.280	R\$350.195	▲30,0%
EBITDA R\$/m ²	333 R\$/m ²	311 R\$/m ²	▲7,0%	1.136 R\$/m ²	1.013 R\$/m ²	▲12,1%
EBITDA US\$/pé	16,6 US\$/sqf	17,4 US\$/sqf	▼4,7%	56,6 US\$/sqf	56,7 US\$/sqf	▼0,1%
Margem EBITDA	68,9%	62,2%	▲669 p.b	67,3%	57,9%	▲938 p.b
EBITDA por ação	R\$0,75	R\$0,62	▲20,5%	R\$2,54	R\$1,95	▲30,0%
Lucro Líquido Ajustado	R\$115.841	R\$93.094	▲24,4%	R\$355.047	R\$323.538	▲9,7%
Lucro Líquido Ajustado R\$/m ²	289 R\$/m ²	261 R\$/m ²	▲10,5%	886 R\$/m ²	936 R\$/m ²	▼5,4%
Lucro Líquido Ajustado US\$/pé	14,4 US\$/sqf	14,6 US\$/sqf	▼1,6%	44,2 US\$/sqf	52,4 US\$/sqf	▼15,7%
Margem Líquida Ajustada	59,7%	52,2%	▲750 p.b	52,5%	53,5%	▼103 p.b
Lucro Líquido Ajustado por Ação	R\$0,65	R\$0,52	▲24,4%	R\$1,98	R\$1,81	▲9,7%
FFO	R\$131.830	R\$105.956	▲24,4%	R\$415.428	R\$368.151	▲12,8%
FFO R\$/m ²	328 R\$/m ²	297 R\$/m ²	▲10,5%	1.037 R\$/m ²	1.065 R\$/m ²	▼2,7%
FFO US\$	US\$ 70.751	US\$ 63.829	▲10,8%	US\$ 222.953	US\$ 221.778	▲0,5%
FFO US\$/pé	16,4 US\$/sqf	16,6 US\$/sqf	▼1,6%	51,7 US\$/sqf	59,6 US\$/sqf	▼13,3%
Margem FFO	67,9%	59,4%	▲852 p.b	61,4%	60,9%	▲52 p.b
FFO por Ação	R\$0,74	R\$0,59	▲24,4%	R\$2,32	R\$2,05	▲12,8%
Dólar (US\$) Final do trimestre	R\$1,86	R\$1,66	▲12,2%	R\$1,86	R\$1,66	▲12,2%

Desempenho (R\$'000)						
Performance do Mercado	4T11	4T10	Var.%	2011	2010	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\$35,80	R\$37,34	▼4,1%	R\$34,06	R\$33,02	▲3,1%
Preço de Fechamento da Ação	R\$38,27	R\$36,90	▲3,7%	R\$38,27	R\$36,90	▲3,7%
Volume Médio Diário Negociado (R\$'000)	9.240	16.154	▼42,8%	9.008	10.950	▼17,7%
Valor de Mercado (R\$'000)	6.857.877	6.612.377	▲3,7%	6.857.877	6.612.377	▲3,7%
Dívida Bruta (R\$'000)	1.002.278	549.835	▲82,3%	1.002.278	549.835	▲82,3%
Caixa (R\$'000)	558.343	794.839	▼29,8%	558.343	794.839	▼29,8%
Dívida Líquida (R\$'000)	443.935	(245.004)	n.d.	443.935	(245.004)	n.d.
P/FFO (Últimos 12 meses)	17,1 x	18,0 x	▼4,7%	17,1 x	18,0 x	▼4,7%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	16,0 x	18,2 x	▼11,8%	16,0 x	18,2 x	▼11,8%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	0,98 x	(0,70)x	n.d.	0,98 x	(0,70)x	n.d.

Desempenho (R\$'000)						
Operacional (100%)	4T11	4T10	Var.%	2011	2010	Var.%
ABL Total Final	592.048 m ²	551.830 m ²	▲7,3%	592.048 m ²	551.830 m ²	▲7,3%
ABL Própria Final	411.424 m ²	371.596 m ²	▲10,7%	411.424 m ²	371.596 m ²	▲10,7%
ABL Própria %	69,5%	67,3%	▲215 p.b	69,5%	67,3%	▲215 p.b
ABL Total Ajustada (med.) ¹	577.586 m ²	534.725 m ²	▲8,0%	576.661 m ²	521.629 m ²	▲10,6%
ABL Própria Ajustada (med.) ¹	401.374 m ²	356.384 m ²	▲12,6%	400.731 m ²	345.567 m ²	▲16,0%
Vendas Totais	R\$2.757.235	R\$2.430.844	▲13,4%	R\$8.464.711	R\$7.475.923	▲13,2%
Vendas Totais R\$/m ²	4.774 R\$/m ²	4.546 R\$/m ²	▲5,0%	14.679 R\$/m ²	14.332 R\$/m ²	▲2,4%
Vendas Totais US\$/pé	238,0 US\$/sqf	254,4 US\$/sqf	▼6,4%	731,9 US\$/sqf	802,1 US\$/sqf	▼8,8%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲8,3%	▲12,6%	▼430 p.b	▲7,6%	▲12,4%	▼480 p.b
Vendas na Mesma Área	▲10,0%	▲13,8%	▼380 p.b	▲8,9%	▲14,6%	▼570 p.b
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲14,5%	▲12,0%	▲250 p.b	▲14,1%	▲6,9%	▲720 p.b
Aluguel na Mesma Área	▲14,8%	▲10,1%	▲470 p.b	▲13,3%	▲6,2%	▲710 p.b
Custos de Ocupação	12,4%	11,9%	▲50 p.b	13,0%	11,4%	▲160 p.b
Aluguel como % das Vendas	7,8%	7,6%	▲20 p.b	7,8%	7,6%	▲20 p.b
Outros como % das Vendas	4,6%	4,3%	▲30 p.b	5,2%	3,9%	▲130 p.b
Turnover	0,9%	0,7%	▲20 p.b	5,2%	3,9%	▲130 p.b
Taxa de Ocupação	98,0%	98,6%	▼55 p.b	98,2%	98,1%	▲10 p.b
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,5%	2,1%	▼60 p.b	1,5%	3,1%	▼160 p.b
Perda de Aluguel	1,1%	1,6%	▼50 p.b	1,3%	0,9%	▲40 p.b

¹ ABL ajustado corresponde à média do período, excluindo 14.400 m² referente ao BIG, supermercado no BarraShoppingSul.

Demonstração de Resultados Consolidados (R\$'000)

(R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
Locação de lojas	161.053	138.075	▲16,6%	486.255	416.114	▲16,9%
Serviços	18.268	18.793	▼2,8%	82.324	72.926	▲12,9%
Cessão de direitos	10.123	9.328	▲8,5%	39.132	35.241	▲11,0%
Receita de estacionamento	24.687	21.179	▲16,6%	82.061	69.504	▲18,1%
Venda de imóveis	16.819	26.453	▼36,4%	49.394	61.428	▼19,6%
Apropriação de receita de aluguel linear	(19.004)	(18.658)	▲1,9%	803	5.104	▼84,3%
Outras	802	167	▲380,2%	2.255	2.307	▼2,3%
Receita Bruta	212.748	195.337	▲8,9%	742.224	662.624	▲12,0%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(18.649)	(16.949)	▲10,0%	(65.972)	(58.249)	▲13,3%
Receita Líquida	194.099	178.388	▲8,8%	676.252	604.375	▲11,9%
Despesas de sede	(25.717)	(22.962)	▲12,0%	(88.369)	(93.098)	▼5,1%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.112)	(1.749)	▲20,8%	(7.661)	(5.675)	▲35,0%
Despesas de shopping centers	(10.219)	(19.313)	▼47,1%	(58.273)	(65.883)	▼11,6%
Despesas com novos projetos para locação	(2.951)	(8.882)	▼66,8%	(12.229)	(39.074)	▼68,7%
Despesas com novos projetos para venda	(8.915)	(2.796)	▲218,8%	(15.888)	(4.362)	▲264,2%
Custo de imóveis vendidos	(11.516)	(12.498)	▼7,9%	(44.750)	(32.295)	▲38,6%
Resultado de equivalência patrimonial	620	(337)	n.d.	2.143	(3.511)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	441	1.119	▼60,6%	4.055	(10.282)	n.d.
EBITDA	133.730	110.970	▲20,5%	455.280	350.195	▲30,0%
Receitas financeiras	22.085	22.214	▼0,6%	87.197	89.122	▼2,2%
Despesas financeiras	(18.510)	(13.600)	▲36,1%	(55.638)	(45.579)	▲22,1%
Depreciações e amortizações	(15.989)	(12.862)	▲24,3%	(60.381)	(44.613)	▲35,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	121.316	106.722	▲13,7%	426.458	349.125	▲22,2%
Imposto de renda e contribuição social	(2.801)	(10.382)	▼73,0%	(60.668)	(14.972)	▲305,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.727)	(20.746)	▼62,8%	(56.871)	(105.155)	▼45,9%
Participação dos acionistas minoritários	(2.674)	(3.246)	▼17,6%	(10.743)	(10.615)	▲1,2%
Lucro Líquido	108.114	72.348	▲49,4%	298.176	218.383	▲36,5%

(R\$'000)	4T11	4T10	Var. %	2011	2010	Var. %
NOI	156.517	121.283	▲29,1%	510.846	424.839	▲20,2%
<i>Margem NOI</i>	93,9%	86,3%	▲761 p.b	89,8%	86,6%	▲319 p.b
NOI + Cessão de Direitos	166.640	130.611	▲27,6%	549.978	460.080	▲19,5%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	94,2%	87,1%	▲710 p.b	90,4%	87,5%	▲295 p.b
EBITDA de Shopping Centers	138.196	102.443	▲34,9%	468.771	334.335	▲40,2%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	77,3%	66,4%	▲1.089 p.b	74,3%	61,0%	▲1.329 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	133.730	110.970	▲20,5%	455.280	350.195	▲30,0%
<i>Margem de EBITDA</i>	68,9%	62,2%	▲669 p.b	67,3%	57,9%	▲938 p.b
Lucro Líquido	108.114	72.348	▲49,4%	298.176	218.383	▲36,5%
<i>Margem de lucro líquido</i>	55,7%	40,6%	▲1.514 p.b	44,1%	36,1%	▲796 p.b
Lucro Líquido Ajustado	115.841	93.094	▲24,4%	355.047	323.538	▲9,7%
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	59,7%	52,2%	▲750 p.b	52,5%	53,5%	▼103 p.b
FFO	131.830	105.956	▲24,4%	415.428	368.151	▲12,8%
<i>Margem FFO</i>	67,9%	59,4%	▲852 p.b	61,4%	60,9%	▲52 p.b

Balanco Patrimonial (R\$'000)

ATIVO	31/12/2011	30/9/2011	Var. %
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	558.343	532.860	▲ 4,8%
Contas a receber	219.219	179.108	▲ 22,4%
Empréstimos e adiantamentos diversos	22.817	19.162	▲ 19,1%
Impostos e contribuições sociais a compensar	83.335	66.444	▲ 25,4%
Outros	14.140	12.929	▲ 9,4%
Total do Ativo Circulante	897.854	810.503	▲ 10,8%
Ativo não Circulante			
Contas a receber	26.326	36.767	▼ 28,4%
Terrenos e imóveis a comercializar	457.183	77.060	▲ 493,3%
Empréstimos e adiantamentos diversos	8.909	10.038	▼ 11,2%
Depósitos judiciais	24.943	24.901	▲ 0,2%
Outros	75	85	▼ 11,8%
Investimentos	11.429	10.799	▲ 5,8%
Propriedades para investimento	2.987.757	2.922.756	▲ 2,2%
Imobilizado	19.812	18.395	▲ 7,7%
Intangível	317.349	318.218	▼ 0,3%
Total do Ativo não Circulante	3.853.783	3.419.019	▲ 12,7%
Total do Ativo	4.751.637	4.229.522	▲ 12,3%
PASSIVO			
	31/12/2011	30/9/2011	% Var.
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	55.652	51.089	▲ 8,9%
Debêntures	11.473	-	n.d.
Contas a pagar	108.941	104.117	▲ 4,6%
Obrigações por aquisição de bens	41.436	38.892	▲ 6,5%
Impostos e contribuições a recolher	60.887	57.301	▲ 6,3%
Juros sobre capital próprio a pagar	85.042	-	n.d.
Receitas diferidas	52.097	38.326	▲ 35,9%
Valores a pagar a partes relacionadas	-	450	n.d.
Adiantamento de clientes	9.095	-	n.d.
Outros	2.070	3.467	▼ 40,3%
Total do Passivo Circulante	426.693	293.642	▲ 45,3%
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	501.503	402.622	▲ 24,6%
Debêntures	300.000	-	n.d.
Impostos diferidos	48.135	40.408	▲ 19,1%
Obrigações por aquisição de bens	92.214	102.949	▼ 10,4%
Parcelamento de impostos	861	952	▼ 9,6%
Provisão para contingências	21.360	21.338	▲ 0,1%
Receitas diferidas	144.511	168.766	▼ 14,4%
Total do Passivo não Circulante	1.108.584	737.035	▲ 50,4%
Patrimônio Líquido			
Capital social	1.761.662	1.761.662	▲ 0,0%
Reserva de capital	968.403	968.237	▲ 0,0%
Reserva de lucros	414.101	405.958	▲ 2,0%
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(21.016)	▲ 0,0%
Ações em tesouraria	(34.258)	(40.340)	▼ 15,1%
Participação dos acionistas minoritários	127.468	124.344	▲ 2,5%
Total do Patrimônio Líquido	3.216.360	3.198.845	▲ 0,5%
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	4.751.637	4.229.522	▲ 12,3%

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

Fluxo de Caixa	2011	2010
Fluxo de caixa operacional		
Lucro antes dos impostos	426.458	349.125
Depreciações e amortizações	60.381	44.613
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	14.073	42.669
Outros ajustes ao lucro líquido	(24.116)	(36.380)
(Aumento) redução de ativo circulante	(145.995)	(80.560)
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	(424.000)	108.085
Aumento (redução) de passivo circulante	98.136	30.195
Fluxo de caixa gerado pelas operações	4.937	457.747
Fluxo de caixa de investimentos		
(Aumento) redução nos empréstimos e adiantamentos diversos	(5.393)	17.020
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(546.001)	(524.234)
Adições em Imobilizado	(3.148)	(4.286)
Adições em intangível	(383)	(13.186)
Outros	2.815	7.230
Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento	(552.110)	(517.456)
Fluxo de caixa de financiamentos		
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	257.011	135.016
Emissão de debêntures	300.000	-
Pagamento de debêntures	(100.000)	-
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(9.174)	(26.455)
Pagamento de encargos sobre debêntures	(709)	(10.852)
Aumento (redução) do valor a pagar a partes relacionadas	(94.274)	2.060
Dividendos pagos	(102.938)	(60.889)
Participação de não controladores	83.654	(360)
Outros	(22.893)	(11.939)
Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento	310.677	26.581
Fluxo de caixa	(236.496)	(33.128)
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	794.839	827.967
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	558.343	794.839
Variação no caixa	(236.496)	(33.128)

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 Dobrado: Aluguel extra cobrado normalmente em dezembro da maioria dos locatários, 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 menos a taxa de vacância.

Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR): Aluguel faturado de lojas em operação há mais de um ano.

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, referem-se à parte do CAPEX 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, referem-se à parte do CAPEX 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 dobrado 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 ponderada do aumento mensal do IGP-DI com um mês de atraso, dividida 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 a uma 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: *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 no período dividida pela ABL total

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

